

RESUMEN EJECUTIVO

El Presente proyecto se basa en un estudio para la creación de una fábrica y comercialización de uniformes y ropa de trabajo para las empresas de la Administración Zona Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Se conocen que ciertas empresas solamente disponen de uniformes mas no de ropa de trabajo, debiendo indicar que el uso de uniformes es de exclusividad del personal administrativo, sin embargo la ropa de trabajo se traduce a que el empleado trabajador utiliza una camiseta con el logotipo de la empresa y mandil por las actividades que cumple, en otros casos no utiliza este tipo de indumentaria pero si utiliza zapatos industriales y casco industrial.

Al ver las necesidades que las empresas industriales del la Administración Zona Norte del Distrito Metropolitano de Quito tienen al momento de escoger que tipo de uniformes necesitan para su equipo de trabajo nos hemos visto en la necesidad de crear una empresa que cumpla las expectativas de los propietarios de dichas industrias., confeccionando uniformes de calidad elaborados exclusivamente con materia prima e insumos nacionales.

El proyecto se especializará en todo tipo de ropa de trabajo, overoles y mandiles ofreciendo mayor libertad de movimiento, versatilidad en una prenda para que sea usado sobre la ropa, sin descuidar la seguridad que requiere una prenda de trabajo.

CAPITULO I

ESTUDIO DE MERCADO

1.1 Objetivos del Estudio de Mercado

OBJETIVO GENERAL:

Determinar la viabilidad de la creación de una fábrica y comercialización de uniformes y ropa de trabajo en las empresas ubicadas en la Administración Zona norte del Distrito Metropolitano de Quito.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Conocer el porcentaje de personas que estarán dispuestas a adquirir los uniformes.
- Determinar las características apropiadas de los uniformes para el uso de los trabajadores.
- Especificar el mercado meta al cual nos enfocaremos con más fuerza.
- Determinar los precios competitivos al cual saldrán los productos al mercado.
- Analizar los puestos de trabajo para así hacer ropa adecuada para cada cargo.
- Llegar a los consumidores directamente sin necesidad de intermediarios.
- Asesorar a las empresas de acuerdo a las necesidades del personal.

1.2 Estructura del Mercado

1.2.1 Análisis Histórico

Los inicios de la industria textil ecuatoriana se remontan a la época de la colonia, cuando la lana de oveja era utilizada en los obrajes donde se fabricaban los tejidos.

Posteriormente, las primeras industrias que aparecieron se dedicaron al procesamiento de la lana, hasta que a inicios del siglo XX se introduce el algodón, siendo la década de 1950 cuando se consolida la utilización de esta fibra. Hoy por hoy, la industria textil ecuatoriana fabrica productos provenientes de todo tipo de fibras, siendo las más utilizadas el ya mencionado algodón, el poliéster, el nylon, los acrílicos, la lana y la seda.

A lo largo del tiempo, las diversas empresas dedicadas a la actividad textil ubicaron sus instalaciones en diferentes ciudades del país. Sin embargo, se puede afirmar que las provincias con mayor número de industrias dedicadas a esta actividad son: Pichincha, Imbabura, Guayas, Azuay y Tungurahua.

La diversificación en el sector ha permitido que se fabrique un sin número de productos textiles en el Ecuador, siendo los hilados y los tejidos los principales en volumen de producción. No obstante, cada vez es mayor la producción de confecciones textiles, tanto las de prendas de vestir como otras manufacturas, concretamente la línea de hogar.

El sector textil genera varias plazas de empleo directo en el país, llegando a ser el segundo sector manufacturero que más mano de obra emplea, después del sector de alimentos, bebidas y tabacos. Según estimaciones hechas por la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador – AITE, al rededor de 25.000 personas laboran directamente en empresas textiles, y más de 100.000 lo hacen indirectamente, (año 2006).

Con la mira puesta en el exterior.

Por regla general, las empresas textiles ecuatorianas concentraron la mayor parte de sus ventas en el mercado local, aunque siempre ha existido vocación exportadora. A partir de la década de los 90, las exportaciones textiles fueron incrementándose, salvo por algunas caídas en los años 1998 y 1999.

En el año 2000, momento en el que Ecuador adoptó la dolarización, se produce un incremento de las exportaciones del 8,14% con relación a las de 1999, lo que marca una tendencia que empezó a ser normal durante este nuevo milenio; únicamente en el 2002 se produce una disminución de las exportaciones textiles,

rápidamente recuperada en los siguientes dos años, llegando a exportar cerca de 90 millones de dólares en el 2004, superando el pico más alto en los últimos 10 años (1997 – 82 millones de dólares exportados).

Durante los primeros nueve meses del año 2006, el sector ha exportado alrededor de 60 millones de dólares, por lo que se estima una disminución de las exportaciones textiles con relación a las del año anterior (2005). Esta disminución se debe a un sinnúmero de factores, siendo el principal la eliminación de las cuotas de importación que impusieron tanto Estados Unidos como la Unión Europea a los productos textiles elaborados en China, lo que permitió a ese país inundar los dos mercados más importantes del mundo (solo Estados Unidos importa cerca de 120 mil millones de dólares al año en productos textiles); también influyó la incertidumbre generada una vez que se suspendió la negociación del TLC con Estados Unidos y la probabilidad de no lograr un extensión del ATPDEA.

1.2.2 Análisis de la Situación actual del mercado

Concientes que el desarrollo del sector está directamente relacionado con las exportaciones, los industriales textiles han invertido en la adquisición de nueva maquinaria que les permita ser más competitivos frente a una economía globalizada. Así mismo, las empresas invierten en programas de capacitación para el personal de las plantas, con el afán de incrementar los niveles de eficiencia y productividad; la intención es mejorar los índices de producción actuales, e innovar en la creación de nuevos productos que satisfagan la demanda internacional.

El mercado textil en el Ecuador forma parte de mercado global que tenemos en el país, razón por la cual para poder obtener una idea más clara de la situación de las industrias pertenecientes al mercado, podemos fijarnos en el **índice de confianza empresarial** el cual nos revela información a nivel nacional de los sectores productivos del Ecuador, a continuación tenemos una breve descripción de este indicador:

El **ICE** (índice de confianza empresarial) es un indicador que agrega las expectativas de los empresarios sobre las variaciones en las ventas, producción empleo y perspectivas sobre la producción de los negocios, un incremento significa que la confianza empresarial mejoró con respecto al mes anterior y lo contrario significa que la confianza de los empresarios en los negocios se deterioró con respecto al mes anterior, por lo que tenemos el siguiente cuadro hasta julio del 2007:

Cuadro No. 1

INDICE DE CONFIANZA EMPRESARIAL						
	AGREGADO NACIONAL	AGREGADO AZUAY	CONSTRUCCION	INDUSTRIA	SERVICIOS	COMERCIO
Feb-07	109.6	110.8	149.8	113.0	103.0	103.0
Mar-07	119.1	118.5	188.2	117.0	109.7	109.0
Abr-07	129.5	119.6	222.9	114.1	112.0	110.5
May-07	139.7	133.2	266.6	112.8	122.4	134.4
Jun-07	124.3	108.2	310.4	77.4	124.5	115.1
Jul-07	128.3	101.8	360.9	77.4	134.6	101.9

De las investigaciones preliminares y conversaciones mantenidas en algunas empresas del norte de la ciudad de Quito, se observa o se conoce que el personal femenino (administrativo), si dispone de uniforme completo en algunos casos, mientras que en otros solo utiliza una blusa chaqueta con el respectivo distintivo de la empresa. En otras empresas el trabajador que realiza actividades exclusivamente manuales y conserjes tienen como uniforme un mandil con el distintivo de la empresa en la parte posterior del mandil o en el bolsillo de la parte pechera, en muchos casos los uniformes para todos los trabajadores de las empresas son los mismos, sin importar la actividad que realiza el empleado.

El proyecto se desarrollará en un mercado en donde existe una **COMPETENCIA PERFECTA**, la competencia perfecta se refiere básicamente al fenómeno en que las empresas carecen de poder para manipular el precio en el mercado, y se logra una maximización del bienestar, esta es una situación ideal de los mercados

de bienes y servicios en los que la interacción de la oferta y demanda determinan el precio.

De acuerdo a estudios realizados hemos determinado que existen muchos consumidores y de igual manera muchos productores en el mercado por lo que ninguno de los dos puede ejercer influencia apreciable sobre los precios. Otro factor de la competencia perfecta, es que los consumidores tienen el derecho de escoger precios y productos entre los productores, de acuerdo a las características más apropiadas a sus necesidades. Este es un mercado en donde no existen barreras fuertes de ingreso, así como también se puede decir que la salida es también fácil del mismo. Al ser un mercado accesible el proyecto buscará sacar provechos de los beneficios que este provea beneficiando de esta manera al país con mayor producción y fuentes de empleo.

1.2.3 Análisis de la situación proyectada:

En el Ecuador existen textileras que producen telas de diferente calidad y precio, debiendo destacar que las mismas han sido y son adquiridas por un mercado internacional (Colombia, Perú y Honduras).

Con la creación de esta empresa de confecciones se pretende utilizar las mejores telas nacionales para la elaboración de uniformes y ropa de trabajo de calidad y diferenciada de igual manera se pretende a mediano plazo, atender requerimientos no solamente de empresas sino de instituciones públicas y privadas en la provincia de Pichincha.

1.3 Identificación del producto

1.3.1 Características del Producto y/o Servicio

Al realizar un servicio de asesoramiento para las empresas, debemos tomar en cuenta que este debe ser personalizado, con un estudio previo de las condiciones en las cuales se encuentran laborando los trabajadores de la empresa a la cual se ofrece los productos, en este caso los uniformes.

De igual manera la empresa contará con un servicio pre-venta de calidad para los clientes, ya que primeramente se enviarán personal de la fábrica encargado de investigar las condiciones de trabajo de la empresa, para realizar un exhaustivo

análisis en busca de la seguridad de los trabajadores posteriormente se realizará una cita con el representante de la empresa para hablarle de los posibles uniformes que podrían utilizar los empleados para su completa seguridad.

Es importante aclarar que de ser necesario el cliente podrá solicitar las telas con las cuales desea que se le confeccione sus prendas para realizar sus respectivas pruebas.

La empresa contará con el personal capacitado y calificado para asesorarles de la manera más conveniente y facilitarles el proceso de dotación de uniformes, con un servicio pre - venta desde el asesoramiento en la elección de las telas y post-venta con la entrega personalizada de sus prendas, a su entera satisfacción.

El proyecto se enfocará a la elaboración de uniformes para el personal de la empresa, el área ejecutiva y operativa, masculina o femenina además de ropa especial para promociones como camisetas tipo polo con o sin bordados, toallas, cintas, gorras para obsequiar a los clientes con el distintivo de la empresa.

La ropa corporativa necesita una especialización más técnica que la ropa ordinaria. La ropa corporativa se debe crear con la tecnología más última de la tela de modo que ella satisfaga el entorno de trabajo. La ropa debe poder sostener desgaste regular y rasgarse.

Las telas elegidas para la ropa corporativa se prueban para ver si emparejan los requisitos de la identidad corporativa.

Los uniformes de trabajo se los van a clasificar por el área de trabajo, ya que las personas a nivel ejecutivo no van a utilizar el mismo uniforme que las del nivel operativo, por lo cual tenemos:

➤ **Uniformes ejecutivos:**

1. Pantalones de vestir
2. Blusas
3. Camisas
4. Faldas

5. Chaleco
6. Vestidos.

➤ **Uniformes operativos:**

1. Overoles,
2. Mandiles

UNIFORMES OPERATIVOS

Seleccionar las telas protectoras derechas para las zonas de riesgo elevado de los entornos de trabajo es para evitar los daños debido a los accidentes y a las desgracias no vistos, por lo cual tenemos:

Nota: Se adjuntan las fichas técnicas de las telas óptimas para este tipo de producto como ANEXO No. 1

➤ **OVEROLES:**

El Overol ofrecerá mayor libertad de movimiento, versatilidad en una prenda para que el trabajador lo use sobre la ropa, sin descuidar la seguridad que requiere una prenda de trabajo.



Descripción:

Cuadro No. 2

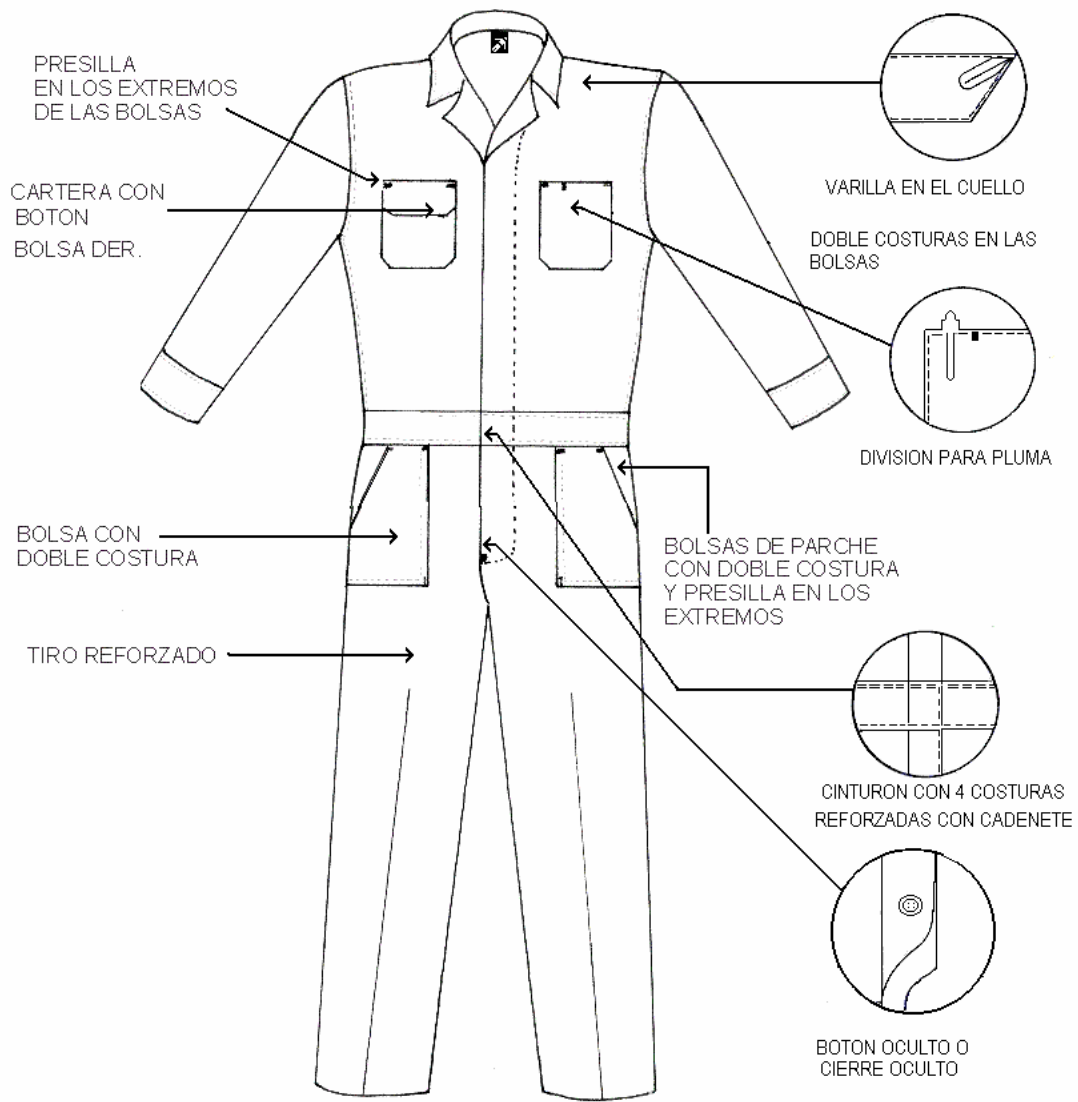
No.	NOMBRE DE LA TELA	COMPOSICIÓN	USO
a)	Gabardina Torino	65% poliéster 35% algodón	Ropa de trabajo, uniformes, overoles
b)	Carola	100% poliéster	Forro

Fuente: Sintofil C.A.

Elaborado por: Isadora Carrera V.

Color: La empresa contará con un amplia gama de colores de telas con las cuales se confeccionarán los uniformes de hombre y mujer sin embargo, si el cliente desea un color especial, de igual manera la empresa se encontrará en condiciones de ofrecerlo, gracias a los proveedores especiales y calificados con los cuales trabajará.

MODELO DE OVEROL



Fuente: Sintofil C.A.

Elaborado por: Isadora Carrera V.

➤ **MANDILES:**

Serán confeccionados con telas apropiadas, de acuerdo al trabajo para el cual se encuentren destinados, prestando la protección adecuada, los mandiles tendrán su respectivo logo de la empresa así como también la cantidad de bolsillos que el cliente desee, a continuación se describe algunas de las características de los mismos:



Cuadro No. 3

No.	NOMBRE DE LA TELA	COMPOSICIÓN	USO
a)	Orion mix	50% poliéster 50% Algodón	Ropa de trabajo uniformes de hotel y restaurante. Pantalones uniformes.
b)	Fox	100% poliéster	Ropa de trabajo, pantalones.
c)	Araba	100% oliéster	Ropa de trabajo uniformes de hotel y restaurante
d)	Bermuda	100% Algodón	

Fuente: Sintofil C.A.

Elaborado por: Isadora Carrera V.

UNIFORMES EJECUTIVOS

➤ **Pantalones de vestir:**

No solo basta la confección ni el modelo de los pantalones de vestir, razón por la cual se confeccionarán elegantes pantalones para hombres y mujeres con telas de calidad, de acuerdo al gusto, comodidad y preferencia de los clientes:

Cuadro No. 5

No.	NOMBRE DE LA TELA	COMPOSICIÓN	USO
a)	Orion mix	50% poliéster 50% Algodón	Ropa de trabajo uniformes de hotel y restaurante. Pantalones uniformes.
b)	Fox	100% poliéster	Ropa de trabajo, pantalones.
c)	Araba	100% Poliéster	Ropa de trabajo uniformes de hotel y restaurante
d)	Bermuda	100% Algodón	

Fuente: Sintofil C.A.

Elaborado por: Isadora Carrera V.



UNIFORMES DE MUJERES

Las mujeres siempre buscan vestirse bien y más aun cuando se trata de presentar su imagen en su lugar de trabajo, anteriormente no se tomaba en cuenta el gusto ni la moda, en el momento de confeccionar los uniformes de mujeres, sin embargo hoy en día, esto es muy importante ya que las personas pueden elevar su estado anímico cuando se sienten bien presentadas, logrando de esta manera un mejor desempeño en su trabajo

➤ **Blusas**

Para mujeres con diferentes diseños llamativos, y que sean los apropiados para el lugar de trabajo, los cuales asienten en mayor grado su imagen de ejecutiva.



Color: La empresa contará con un amplia gama de colores de telas con las cuales se confeccionarán los uniformes sin embargo, si el cliente desea un color especial, de igual manera la empresa se encontrará en condiciones de ofrecerlo, gracias a los proveedores especiales y calificados con los cuales trabajará.

➤ **Faldas**

Con el fin de componer un uniforme llamativo, de moda y sobre todo que brinde comodidad para trabajadoras que lo utilicen se ofrece una amplia gama, de tipos de faldas los cuales son una alternativa en el momento de elegir el traje más apropiado.

Tenemos por ejemplo las siguientes propuestas:



➤ **Pantalones:**

Se confeccionarán pantalones de diferentes diseños, hay que tomar en cuenta que no siempre se utilizan ternos como uniformes ya que pueden ser pantalón, blusa, saco, de diferente diseño y tela, por lo cual se buscará siempre de componer un uniforme que mejore la imagen, de las personas y de la empresa:



Cuadro No. 6

No.	NOMBRE DE LA TELA	COMPOSICIÓN	USO
a)	Orion mix	50% poliéster 50% Algodón	Ropa de trabajo uniformes de hotel y restaurante. Pantalones uniformes.
b)	Fox	100% poliéster	Ropa de trabajo, pantalones.
c)	Araba	100% oliéster	Ropa de trabajo uniformes de hotel y restaurante
d)	Bermuda	100% Algodón	

Fuente: Sintofil C.A.

Elaborado por: Isadora Carrera V.

➤ **Vestidos:**

De igual manera por efectos de comodidad o preferencia de los clientes, optan por utilizar vestidos como parte de su uniforme con una chaqueta y una blusa, a continuación tenemos un ejemplo de vestido corporativo, el cual se presta para el trabajo, siendo formal contribuyendo de esta manera para la imagen corporativa y de la mujer que lo utiliza:



1.3.2 Clasificación por uso / efecto

El proyecto a elaborar se encontrará en el **sector Industria Manufacturera** y **sub. sector textiles**, de acuerdo a la calificación CIU (clasificación industrial internacional uniforme), de acuerdo al cual se ubica con el siguiente código D1810.00 fabricación de prendas de vestir para hombres, mujeres, niños y bebés ropa exterior interior de dormir, ropa de diario y de etiqueta, **ropa de trabajo (uniformes)** y para practicar deportes (calentadores, buzos de arquero, etc.) .

Cuadro No. 7

CLASIFICACIÓN INDUSTRIAL INTERNACIONAL UNIFORME CIUU

D1729.07	Fabricación de tejidos de hilados de gran resistencia para cuerdas de neumáticos y otros tejidos tratados o bañados: papel, tela, lienzos preparados para pintores, bocaci y tejidos entiesados similares, tejidos bañados con goma o sustancias amiláceas.
D1729.08	Fabricación de materiales textiles tejidas, trenzadas o de punto, camisas para mecheros de gas incandescente y tejidos tubulares para su fabricación, mangueras y tubos similares de materiales textiles, tengan o no forros, armaduras o accesorios de otros m
D1729.09	Fabricación de otros productos o artículos textiles para uso técnico, tales como: tela para tamices, tela de filtración, tejidos y fieltros utilizados en la fabricación de papel y otros tejidos especiales.
D173	FABRICACION DE TEJIDOS Y ARTICULOS DE PUNTO Y GANCHILLO.
D1730	FABRICACION DE TEJIDOS Y ARTICULOS DE PUNTO Y GANCHILLO.
D1730.0	FABRICACION DE TEJIDOS DE PUNTO Y GANCHILLO.
D1730.00	Producción de tejidos aterciopelados de pelo largo y de rizo, de punto o ganchillo.
D1730.01	Producción de tejidos de punto rectilíneos y circulares, con o sin hilados elastoméricos.
D1730.1	FABRICACION DE ROPA DE TEJIDOS DE PUNTO Y GANCHILLO.
D1730.10	Fabricación de tejidos de punto y ganchillo.
D1730.11	Fabricación de jerseys, sacos, suéteres, chalecos, de tejidos de punto y ganchillo.
D1730.12	Fabricación de pantimedias, leotardos medias y artículos similares de tejidos de punto y ganchillo.
D18	FABRICACION DE PRENDAS DE VESTIR; ADOBO Y TEÑIDO DE PIELES.
D181	FABRICACION DE PRENDAS DE VESTIR, EXCEPTO PRENDAS DE PIEL.
D1810	FABRICACION DE PRENDAS DE VESTIR, EXCEPTO PRENDAS DE PIEL.
D1810.0	FABRICACION DE PRENDAS DE VESTIR CON MATERIALES DE TODO TIPO (EXCEPTO PIELES FINAS).
D1810.00	Fabricación de prendas de vestir para hombres, mujeres, niños y bebés: ropa exterior, interior, de dormir; ropa de diario y de etiqueta, ropa de trabajo (uniformes) y para practicar deportes (calentadores, buzos de arquero, pantalonetas, etc.).
D1810.01	Confección de ropa a la medida.
D1810.02	Fabricación de accesorios de vestir con todo tipo de material: calzado confeccionado con material textil, sin suela aplicada, chales, corbatas, corbatines, guantes, cinturones, partes para accesorios de vestir, redecillas para el cabello, sombreros, gorr
D1810.03	Fabricación de sombreros de paja toquilla.
D1810.1	ACTIVIDADES ADMINISTRATIVAS RELACIONADAS DIRECTAMENTE CON LA FABRICACION DE PRENDAS DE VESTIR.
D1810.10	Actividades administrativas de compra de materias primas para la elaboración de prendas de vestir.
D1810.11	Actividades administrativas de contratación con fábricas de confecciones de prendas de vestir usando materiales propios.
D1810.12	Actividades administrativas de diseño y preparación de muestras para la fabricación de prendas de vestir.
D1810.19	Otras actividades administrativas vinculadas a la fabricación de prendas de vestir.
D182	ADOBO Y TEÑIDO DE PIELES; FABRICACION DE ARTICULOS DE PIEL.
D1820	ADOBO Y TEÑIDO DE PIELES; FABRICACION DE ARTICULOS DE PIEL.

1

1.3.1 Productos o servicios complementarios

Como productos sustitutos para el proyecto se puede mencionar a las camisetas, pantalones jeans que las personas utilizan para sus trabajos sin tomar en cuenta la inseguridad a la que se exponen y sin preocuparse por la imagen de la empresa.

Cabe mencionar que en muchas empresas los trabajadores no poseen uniformes, sin embargo, poseen ropa de trabajo como son camisetas sin ningún distintivo.

¹ CIUU

1.3.2 Normatividad, Técnica, Comercial, etc.

Para la ejecución del presente proyecto se cumplirán con todos los reglamentos establecidos por la ley al pie de la letra, con el fin de evitar cualquier tipo de problema jurídico, o también para evitar que la empresa se encuentre a expensas de cualquier suceso como por ejemplo incendios, razón por la cual es muy importante que sean cumplidas las disposiciones de seguridad, tanto para el bien de todos los trabajadores de la empresa como para las personas que habitan en los alrededores de la misma.

ANEXO No. 2

1.4 Investigación de Mercado

²Se puede definir como la recopilación y análisis de información, en lo que respecta al mundo de la empresa y del mercado, realizado de forma sistemática o expresa, para poder tomar decisiones dentro del campo del marketing.

Se trata, en definitiva, de una potente herramienta, que debe permitir a la empresa obtener la información necesaria para establecer las diferentes políticas, objetivos, planes y estrategias más adecuadas a sus intereses.”

1.4.1 Segmentación de Mercado

³“La segmentación del mercado es un proceso que permite dividir el mercado total del proyecto en varios grupos más pequeños los cuales son internamente homogéneos entre si, se puede decir que el objetivo de la segmentación del mercado es conocer realmente a los consumidores, por lo cual para la elaboración del proyecto será muy importante el realizar una correcta segmentación del mercado.

De acuerdo a la segmentación del mercado que realizaremos se logrará un adecuado enfoque al marketing que se maneje en la empresa, al agrupar a

² Rafael Muñiz.-“ Marketing en el siglo XXI”

³ Rafael Muñiz.-“ Marketing en el siglo XXI”

personas con necesidades semejantes se puede lograr descifrar necesidades insatisfechas en dicho grupo.

El segmento de mercado es un grupo relativamente grande y homogéneo de consumidores que se pueden identificar dentro de un mercado, que tienen deseos, poder de compra, ubicación geográfica, actitudes de compra o hábitos de compra similares y que reaccionarán de modo parecido ante una mezcla de marketing.

Para saber que una segmentación fue bien elaborada la misma deberá presentar como resultado subgrupos o segmentos de mercado

1. **Ser intrínsecamente homogéneos (similares):** los consumidores del segmento deben ser lo más semejantes posible respecto de sus probables respuestas ante las variables de la mezcla de marketing y sus dimensiones de segmentación.
2. **Heterogéneos entre sí:** los consumidores de varios segmentos deben ser lo más distintos posible respecto a su respuesta probable ante las variables de la mezcla de marketing
3. **Bastante grandes:** para poder garantizar la rentabilidad del segmento
4. **Operacionales:** Para identificar a los clientes y escoger las variables de la mezcla de marketing. Se debe de incluir la dimensión demográfica para poder tomar decisiones referentes a la plaza y la promoción.”

Con la segmentación del mercado logramos:

- ❖ Permite la identificación de las necesidades de los clientes dentro de un submercado y el diseño más eficaz de la mezcla de marketing para satisfacerlas.
- ❖ La empresa crea una oferta de producto o servicio más afinada y pone el precio apropiado para el público objetivo.
- ❖ La empresa enfrenta menos competidores en un segmento específico
- ❖ La selección de canales de distribución y de comunicación se facilita en mucho.

- ❖ Se generan nuevas oportunidades de crecimiento y la empresa obtiene una ventaja competitiva considerable.

El tipo de segmentación que se utilizará en este caso es:

Segmentación Geográfica: subdivisión de mercados con base en su ubicación.

Para realizar la segmentación geográfica debemos para el proyecto se lo ha realizado de acuerdo a los siguientes criterios:

1. **Región:** Administración zona norte del Distrito Metropolitano de Quito.
2. Sector Urbano

El mercado del proyecto son las empresas de la Administración Zona norte del Distrito Metropolitano de Quito, las cuales se encuentran integradas por hombres y mujeres los cuales serán las personas que utilicen los uniformes, por lo tanto es necesario recalcar un dato muy importante al hablar del mercado como es la determinación de la población económicamente activa de la Zona Eugenio Espejo como es denominada la Administración Zona Norte del Distrito Metropolitano de Quito,

Cuadro No. 8

EMPLEO, ADMINISTRACION ZONAL EUGENIO ESPEJO SEGUN PARROQUIAS

DESCRIPCION		?TOTAL ADMINISTRACION?	PARROQUIAS					
			BELISARIO QUEVEDO	MARISCAL SUCRE	Lo QUITO	RUMIPAMBA	JIPLJAPA	COCHAPAMBA
?Población Económicamente Activa (PEA)?	?Hombres?	94,393	11,819	4,176	11,398	7,801	9,246	11,827
	?Mujeres?	75,600	9,857	3,729	9,864	7,135	7,810	7,599
	?Total?	169,993	21,676	7,905	21,262	14,936	17,056	19,426
Población en Edad de Trabajar (PET)	Hombres	135,633	17,840	6,127	16,053	11,210	13,315	16,379
	Mujeres	157,930	20,977	7,330	19,441	13,933	15,863	17,317
	Total	293,563	38,817	13,457	35,494	25,143	29,178	33,696
^ Sectores Económicos	Primario	6,238	492	242	980	669	597	528
	Secundario	32,844	4,087	1,036	3,020	2,137	3,065	5,687
	Terciario	139,648	18,227	7,003	18,341	12,889	14,242	14,236
	Trabajadores Nuevos	753	108	33	66	47	73	115
	Total	179,483	22,914	8,314	22,407	15,742	17,977	20,566

Fuente: Censo de Población y Vivienda 2001; INEC

Elaboración: Unidad de Estudios e Investigación; DMPT-MDMQ

En la Administración Zonal Eugenio Espejo existen 94393 hombres y 75600 mujeres que pertenecen a la Población económicamente activa de esta zona, las cuales se encuentran empleadas por muchas de las empresas, que forman parte de la población.

En el siguiente gráfico se puede observar otro dato muy importante, el cual es la población proyectada para el 2008:

Después de haber realizado un análisis de algunos datos sobresalientes para el proyecto se concluye que, de la investigación realizada podemos determinar como segmento, para el proyecto, **LAS EMPRESAS DE LA ADMINISTRACIÓN ZONA NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.**

1.4.2 Tamaño del universo

El tamaño del universo no es más que aquel conjunto de individuos o elementos que le podemos observar, medir una característica o atributo. En este caso son todas empresas ubicadas únicamente en la Administración zona norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Para determinar el tamaño del universo se tomó en cuenta solo a las empresas que se encuentran dentro de la segmentación del mercado, es decir en la jurisdicción de la Administración zona Norte del Distrito Metropolitano de Quito. Por lo tanto tenemos que de acuerdo a las investigaciones preliminares el tamaño del universo para el proyecto es de:

Tamaño del universo = 1240 empresas

NOTA: Lista que se adjunta como ANEXO No. 3

1.4.3 Prueba piloto

Se considera crucial probar por anticipado un procedimiento antes de proseguir con una muestra mayor, ya que esta prueba piloto determinará si el procedimiento funciona en sujetos dentro de la población objetivo es decir dentro del universo del proyecto, y si los datos poseen alguna variabilidad.

Mediante la prueba piloto se puede determinar el porcentaje de aceptación del proyecto, así como también el de no aceptación.

Por lo que se realizó una prueba piloto a 20 empresas en forma aleatoria. Con el fin de llegar a conocer el nivel de aceptación del proyecto, a continuación se detalla la encuesta realizada:

ENCUESTA PILOTO

¿Le parece bien que en la Administración Zona norte del Distrito Metropolitano de Quito se instale una fábrica de confección de uniformes y ropa de trabajo con producto exclusivamente nacional?

SI _____

NO _____

¡Gracias por su colaboración!

Teniendo así:

P = Porcentaje de aceptación

Q = Porcentaje de no aceptación

De las 20 encuestas realizadas tenemos lo siguiente:

Resultados de la prueba piloto:

PORCENTAJE DE ACEPTACIÓN

$$p = \frac{19}{20} \times 100$$

$$P = 0.95 \times 100$$

P = 95 %

Conclusión 1: Como podemos observar 19 empresas encuestadas respondieron que si por lo tanto tenemos que; el 95% de empresas se encuentra de acuerdo a que se instale una fábrica de confección de uniformes y ropa de trabajo con producto exclusivamente nacional en la Administración Zona norte del Distrito Metropolitano de Quito.

PORCENTAJE DE NO ACEPTACIÓN

$$q = \frac{1}{20} \times 100$$

$$q = 0.05 \times 100$$

$$q = 5 \%$$

Conclusión 2: De las 20 encuestas realizadas para la prueba piloto pudimos constatar que 1 empresa simplemente no se encuentran de acuerdo que se instale una fábrica de confección de uniformes y ropa de trabajo con producto exclusivamente nacional en la Administración Zona norte del Distrito Metropolitano de Quito. Por lo tanto tenemos el 5 % de empresas en desacuerdo.

Conclusión general

Los resultados de la encuesta nos dieron a conocer la aceptación mayoritaria de las empresas a las cuales se las realizó, con este resultado podemos decir que las empresas que laboran en la Administración zona norte de Quito, desean apoyar a la producción nacional, de uniformes y ropa de trabajo elaborados con tela exclusivamente nacional.

Cabe indicar que los encuestados se mostraron muy interesados en utilizar uniformes y ropa de trabajo elaborados con tela nacional, ya sean adquiridos con recursos propios o financiados por las empresas donde ellos laboran.

1.4.4 Tamaño de la Muestra.

⁴“La **muestra estadística** es un subconjunto de casos o individuos de una población estadística.

Las muestras se obtienen con la intención de inferir propiedades de la totalidad de la población, para lo cual deben ser representativas de la misma. Para cumplir esta característica la inclusión de sujetos en la muestra debe seguir una técnica

⁴ Rafael Muñiz.-“ Marketing en el siglo XXI”

de muestreo. En tales casos, puede obtenerse una información similar a la de un estudio exhaustivo con mayor rapidez y menor costo.

Por otra parte, en ocasiones, el muestreo puede ser más exacto que el estudio de toda la población porque el manejo de un menor número de datos provoca también menos errores en su manipulación.

El número de sujetos que componen la muestra suele ser inferior que el de la población, pero suficiente para que la estimación de los parámetros determinados tenga un nivel de confianza adecuado. Para que el tamaño de la muestra sea idóneo es preciso recurrir a su cálculo.

VENTAJAS DE LA ELECCIÓN DE UNA MUESTRA

Las ventajas que ofrece la elección de una muestra son la siguiente:

1. La población es muy grande (en ocasiones, infinita, como ocurre en determinados experimentos aleatorios) y, por tanto, imposible de analizar en su totalidad.
2. Las características de la población varían si el estudio se prolonga demasiado tiempo.
3. **Reducción de costos:** al estudiar una pequeña parte de la población, los gastos de recogida y tratamiento de los datos serán menores que si los obtenemos del total de la población.
4. **Rapidez:** al reducir el tiempo de recogida y tratamiento de los datos, se consigue mayor rapidez.
5. **Viabilidad:** la elección de una muestra permite la realización de estudios que serían imposible hacerlo sobre el total de la población.
6. La población es suficientemente homogénea respecto a la característica medida, con lo cual resultaría inútil malgastar recursos en un análisis exhaustivo (por ejemplo, muestras sanguíneas).
7. El proceso de estudio es destructivo o es necesario consumir un artículo para extraer la muestra (ejemplos: vida media de una bombilla, carga soportada por una cuerda, precisión de un proyectil, etc.). “

El tamaño de la muestra se determina para obtener una estimación apropiada de un determinado parámetro poblacional.

La muestra debe obtener toda la información deseada para tener la posibilidad de extraerla, esto sólo se puede lograr con una buena selección de la muestra y un trabajo muy cuidadosos y de alta calidad en la recogida de los datos.

Es bueno señalar que en un momento una población puede ser muestra en una investigación y una muestra puede ser población, esto esta dado por el objetivo de la investigación

En conclusión podemos decir que la muestra, es el número de empresas extraída de una población, necesarios para que los datos obtenidos sean representativos de la población.

CÁLCULO:

Para el cálculo de la muestra tendremos la siguiente fórmula ya que se trata de una población finita:

$$n = \frac{Nz^2(P*Q)}{e^2(N-1) + z^2 p q}$$

Datos:

n = muestra

N = Población

P = porcentaje de aceptación

q = porcentaje de no aceptación

z = 1.96 → al 95 % de nivel de confianza

Siendo así:

$$n = ?$$

$$N = 1230 \text{ empresas}$$

$$p = 0.95$$

$$q = 0.05$$

$$z = 1.96 \rightarrow Z^2 = 3.8416$$

Tenemos:

$$n = \frac{z^2 N(p * q)}{e^2(N - 1) + z^2(p * q)}$$

$$n = \frac{1230 * 3.8416 * 0.0475}{0.0025 * 1229 + 3.8416 * 0.0475}$$

$$n = \frac{224.445}{3.2550}$$

n = 69 empresas

ANEXO No. 3: Listado de empresas

Conclusión:

Después de realizar los cálculos tenemos como resultado una muestra de 66 empresas de la Administración Zona norte del Distrito Metropolitano de Quito, las cuales serán escogidas de manera aleatoria de la lista de empresas de toda la zona Eugenio Espejo.

1.4.5 Metodología de la investigación de campo

La investigación tiene como objeto el descubrir algo, indagar, dar respuesta de manera sistemática a las múltiples preguntas.

Con relación a esto se puede analizar las diversas definiciones que proporcionan algunos autores como Garza Mercado Ario quien define a la investigación como: "... un proceso que mediante la aplicación de métodos científicos, procura obtener información relevante y fidedigna, para extender, verificar, corregir o aplicar el conocimiento.

La investigación pura recibe también el nombre de básica o fundamental, se basa en un contexto teórico y su propósito fundamental consiste en desarrollar una teoría mediante el descubrimiento de amplias generalizaciones o principios.

Se vale del muestreo con el fin de extender sus descubrimientos más allá del fenómeno que se estudia.

Las ventajas que ofrece: presenta amplias generalizaciones y niveles de abstracción que posibilitan la formulación hipotética que puede utilizarse posteriormente, Busca el desarrollo de una teoría o teorías basadas en principios y leyes.

La metodología de investigación que se utilizará en este caso es el **MÉTODO INDUCTIVO**, el cual es el razonamiento con el cual, partiendo de casos particulares, se eleva a conocimientos generales.

⁵"Este método permite la formación de hipótesis, investigación de leyes científicas, y las demostraciones. La inducción puede ser completa o incompleta.

⁵ Mario Tamayo .- La investigación Pura

INDUCCIÓN COMPLETA: La conclusión es sacada del estudio de todos los elementos que forman el objeto de investigación, es decir que solo es posible si conocemos con exactitud el número de elementos que forman el objeto de estudio y además, cuando sabemos que el conocimiento generalizado pertenece a cada uno de los elementos del objeto de investigación. Las llamadas demostraciones complejas son formas de razonamiento inductivo, solo que en ellas se toman muestras que poco a poco se van articulando hasta lograr el estudio por inducción completa.”

Al estudiar las preferencias y necesidades particulares de las empresas que forman parte de la muestra en este caso, las empresas de la Administración Zona Norte del Distrito Metropolitano de Quito, podemos determinar que los resultados generados en las mismas se enfocan o corresponden a un promedio de las necesidades de todas las empresas de la Administración Zona Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Para el proyecto en ejecución se trabajará con **encuestas**, las cuales serán realizadas a las personas encargadas de realizar la adquisición de los uniformes respectivos de los trabajadores o representantes de los mismos en cada una de las empresas que forman parte de la muestra.

Las encuestas, se realizarán con el objetivo de recopilar información de mucha importancia para el proyecto, como son datos de la oferta y demanda del mismo, a continuación se presenta el formato:

ENCUESTA

Saludos cordiales; soy estudiante de la Escuela Politécnica del Ejército, Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y de Comercio; quedará muy agradecida con la colaboración dada a la presente encuesta, relacionada con Uniformes y ropa de trabajo elaborados con tela nacional.

Objetivo: Determinar la viabilidad de la creación de una fábrica y comercialización de uniformes y ropa de trabajo en las empresas ubicadas en la Administración Zona norte del Distrito Metropolitano de Quito.

INFORMACIÓN GENERAL

Tipo de Empresa: Pública Privada Mixta

Dirección(opcional)

.....

...

Cargo del Informante (opcional):.....

Años de operación de la empresa:

1-5 5-10 10-15 15-20 25-30 30-35 35 o más

INFORMACIÓN ESPECÍFICA

1. ¿A qué actividad económica se dedica la Empresa o institución?

Industrial Comercial Servicios Otra

Favor

Especifique.....

....

2. ¿Cuál es el número de trabajadores en su empresa?

Hombres _____

Mujeres _____

3. ¿El personal administrativo, empleados y trabajadores cuentan con uniformes? Si la respuesta es afirmativa, ¿Cuántos uniformes y ropa de trabajo tienen a la semana?

SI NO

.....
.....

4. Por favor indique el nombre del proveedor de los uniformes y ropa de trabajo que posee actualmente:

.....
.....

5. La tela que utilizan para la confección de la ropa de trabajo es:

NACIONAL IMPORTADA

6. Por favor indique la calidad que considera que poseen los uniformes y ropa de trabajo que utiliza actualmente:

Excelente _____

Muy bueno _____

Regular _____

7. Los precios que cobra la fábrica que le provee de los uniformes y ropa de trabajo considera que son:

Altos _____

Medios _____

Bajos _____

8. Por favor señale la forma a través de la cual costea los uniformes y ropa de trabajo de los empleados:

Empresa _____

Funcionario _____

Mixta _____

9. ¿Que tipo de ropa de trabajo considera que es la más adecuada para que utilicen sus trabajadores?

Mandil _____

Overol _____

Ropa de trabajo (pantalón y camisa) _____

10. ¿Cómo piensa que debería estar compuesto el uniforme del personal femenino?

Terno con falda _____

Terno con pantalón _____

11. ¿Qué valor de su presupuesto anual destina a la confección de ropa de trabajo para el personal?

VALOR DEL PRESUPUESTO TOTAL O POR CADA PERSONA:

12. ¿ Considera que la la ropa de trabajo que utilizan los trabajadores es la más adecuada?

SI NO

Porqué?.....
.....

13. Enumere en orden de importancia las razones por las que contrataría a una empresa especializada en confección de uniformes y ropa de trabajo elaborado con materia prima nacional. (siendo 1 el más importante)

Precio

Calidad del producto

Reducir Costos

Proyectar buena imagen

Poner mayor atención a la

Razón de ser de la empresa

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

a) Levantamiento de la información

El objetivo del levantamiento de la información es conocer y analizar información específica la cual sea muy útil para el proyecto a realizar.

Para poder recopilar información importante se ha recurrido a varias técnicas, entre las cuales tenemos:

- **ENCUESTA:** Como ya se indicó anteriormente la encuesta constituye una herramienta esencial para la consecución del proyecto. Razón por la cual se ha optado por la realización de la misma a la muestra, de 69 empresas, las cuales fueron escogidas aleatoriamente de la población de todas las empresas de la Administración Zona Norte.

Al ser información específica la cual no todo el personal, tiene acceso, fue necesario contactar a los representantes legales para obtener una cita previa.

La recopilación de la información se la realizó por tres medios:

1. Personalmente.
 2. Vía telefónica
 3. Vía e-mail: Del cual a pesar de no recibir una respuesta inmediata, se logró un contacto con las personas alcanzando de esta manera obtiene la información necesaria.
- **INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL:** Mediante esta técnica muy útil se ha realizado una selección de aquellas publicaciones, folletos como son los del municipio del Distrito Metropolitano de Quito, así como también los diarios de la ciudad y revistas, los cuales nos puedan proveer de información relevante para el estudio que se está realizando. De igual manera se ha recurrido a publicaciones del INEC, del periódico líderes del Comercio y laminas didácticas de la ciudad con datos importantes.

- **Sistemas computacionales de información:** En este caso el Internet, al ser un centro de información amplio y accesible, nos permite recopilar información de una manera rápida y ahorrando recursos, por lo que el acceso a las páginas WEB de algunos lugares de los cuales podemos sacar información, constituye un mecanismo de mucha importancia, para cualquier tipo de estudio.
- **Observación directa:** Ya que al recurrir a las diferentes empresas para realizar las encuestas, fue posible observar algunos aspectos importantes sobre los uniformes que utilizan en cada sitio, logrando obtener de esta manera información para el proyecto.

b) Procesamiento de la información

Para el procesamiento de la información se utilizó como herramienta el programa computacional SPSS, el cual lleva a cabo en su funcionamiento análisis estadísticos, para lo cual se requiere ingresar los datos de las encuestas realizadas a un fichero con las características del programa, este es analizado con una serie de órdenes, dando lugar a la obtención de resultados estadísticos muy útiles para el proyecto, los cuales son interpretados adecuadamente.

El programa SPSS, facilitó la investigación ya que provee información clara y ordenada de todos los resultados obtenidos mediante las encuestas.

NOTA: Tabulación de las encuestas se encuentra como ANEXO No. 4

c) Análisis de los resultados.

La encuesta nos ayudó a recopilar información muy importante y útil para la consecución del proyecto.

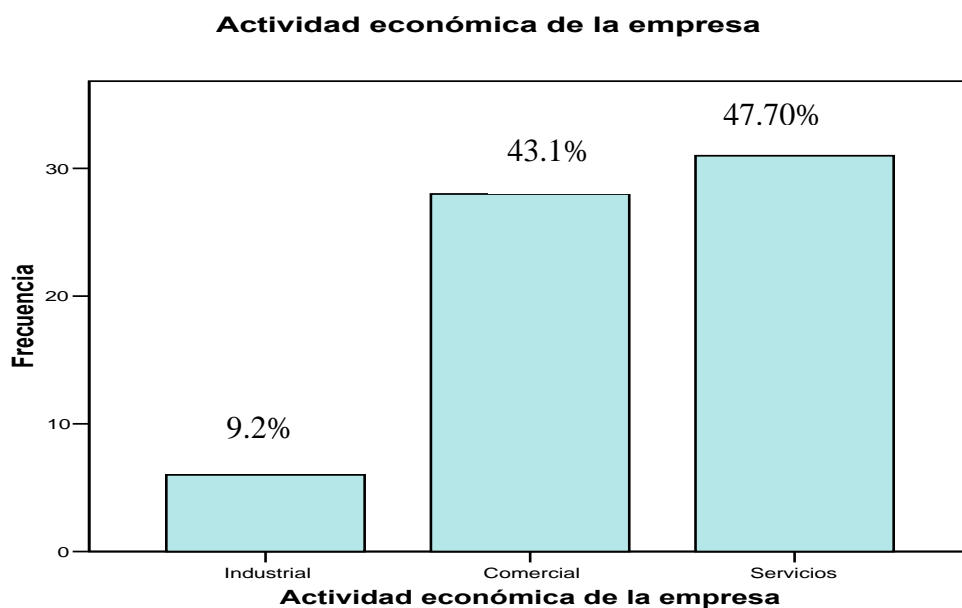
Pregunta No. 1

1. ¿A qué actividad económica se dedica la empresa o institución?

Una pregunta de mucho interés, para saber que tipo de uniforme es el apropiado, en la empresa, en la Administración Zona norte del Distrito Metropolitano de Quito podemos encontrar empresas, industriales, de servicios y comerciales que se

dedican a diferentes actividades en las cuales se necesitan un tipo de uniforme específico para las actividades que realiza el trabajador en las mismas, por lo que tenemos que en esta zona específicamente, existen una distribución equitativa entre empresas de servicios y comerciales ya que poseen un porcentaje del 47.7% y 43.10% respectivamente, sin embargo al ser una zona rural, la actividad industrial es muy reducida, la cual se refleja en un 9.2% del número total de empresas de la ubicación geográfica del proyecto.

Gráfico No. 3



Pregunta No. 2

2) ¿Cuál es el número de trabajadores en la empresa?

A pesar de las diferentes actividades comerciales que existen en esta zona, en las empresas se puede encontrar tanto a hombres como a mujeres prestando sus servicios, por lo tanto de acuerdo a la investigación realizada, se puede decir que:

Cuadro No. 9
Número de trabajadores hombres en la empresa

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 5	4	6,2	6,2	6,2
7	3	4,6	4,6	10,8
10	10	15,4	15,4	26,2
15	7	10,8	10,8	36,9
20	4	6,2	6,2	43,1
6	10	15,4	15,4	58,5
25	1	1,5	1,5	60,0
8	2	3,1	3,1	63,1
40	1	1,5	1,5	64,6
30	4	6,2	6,2	70,8
50	3	4,6	4,6	75,4
3	9	13,8	13,8	89,2
200	1	1,5	1,5	90,8
280	1	1,5	1,5	92,3
14	1	1,5	1,5	93,8
12	1	1,5	1,5	95,4
2	2	3,1	3,1	98,5
80	1	1,5	1,5	100,0
Total	65	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Isadora Carrera V.

En esta zona de Quito existen empresas grandes así como también pequeñas, en donde el número de trabajadores es variable tanto en hombres como mujeres, siendo así que la mayor parte de empresas es decir el 15.8% poseen entre 10 trabajadores hombres en las mismas.

De igual manera se puede observar que en la mayoría de empresas es decir en el 20% existen entre dos trabajadoras mujeres, seguido por 10 trabajadores en el 16.9% de empresas.

Pregunta No. 3:

¿El personal administrativo, empleados y trabajadores cuentan con uniformes? Si la respuesta es afirmativa, ¿Cuántos uniformes y ropa de trabajo tienen a la semana?

Por lo cual el 89.2% de las empresas utilizan uniformes sean grandes o chicas, mientras que le 10.8% no, ya sea por varias razones como son: el número de trabajadores, comodidad 89.2%

Hoy en día en las empresas se cuenta con dos tipos de uniformes, en varios casos con diferentes diseños, sin embargo existen algunas empresas que por la actividad a la que se dedican utilizan más de tres uniformes o ropa de trabajo, como podemos observar en el siguiente gráfico:

Cuadro No. 10
Cantidad de uniformes de los trabajadores

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
1 a la semana	6	9,2	11,5	11,5
2 a la semana	34	52,3	65,4	76,9
3 a la semana	11	16,9	21,2	98,1
5 a la semana	1	1,5	1,9	100,0
Total	52	80,0	100,0	
Perdidos				
Sistema	13	20,0		
Total	65	100,0		

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Isadora Carrera V.

Siendo así que el 52.3% de las empresas, poseen dos tipos de uniformes para los trabajadores con el fin de que estos no se estropeen y brinden comodidad a los mismos.

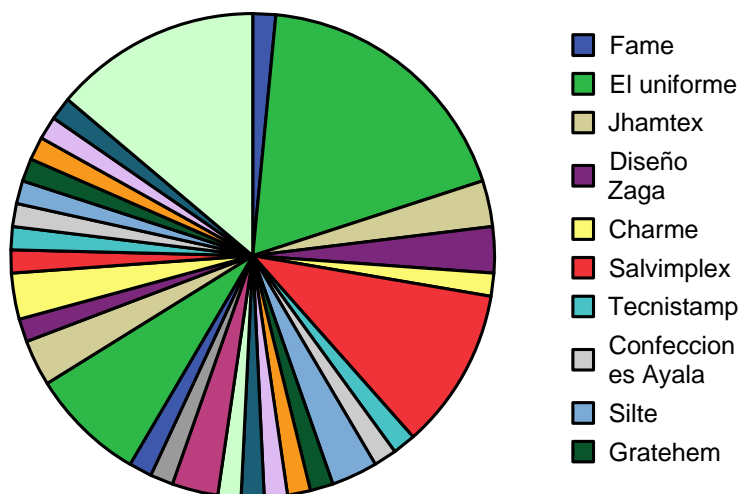
Pregunta No. 4

Por favor indique el nombre del proveedor de los uniformes y ropa de trabajo que posee actualmente:

De los resultados obtenidos en la investigación se ha determinado que existen dos competidores fuertes actualmente, Salvimpex y “El Uniforme”, los cuales poseen una participación en el mercado del 18.5% y 10.80% respectivamente.

Gráfico No 4

Proveedor actual de uniformes



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Isadora Carrera V.

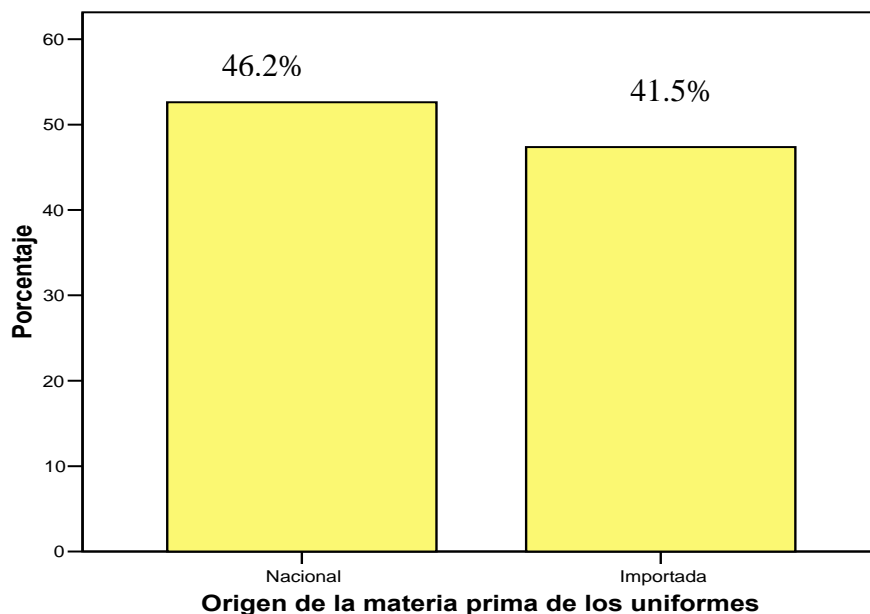
Pregunta No. 5:

La tela que utilizan para la confección de la ropa de trabajo es:

El proyecto se encuentra enfocado a utilizar exclusivamente materia prima nacional para la confección de los uniformes por lo cual tenemos que el 42.2% de empresas utilizan uniformes confeccionados con materia prima nacional, de manera que la aceptación en el mercado de la misma es superior a la tela importada. Sin embargo la diferencia que existe entre el uso de este tipo de materia prima no es muy amplia con la preferencia de utilizar materia prima importada, ya sea porque solo con esa tela trabaja sus proveedores o por que los clientes le exigen que se confeccione de esta manera.

Gráfico No. 5

Origen de la materia prima de los uniformes



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Isadora Carrera V.

Pregunta No. 6:

Por favor indique la calidad que considera que poseen los uniformes y ropa de trabajo que utiliza actualmente:

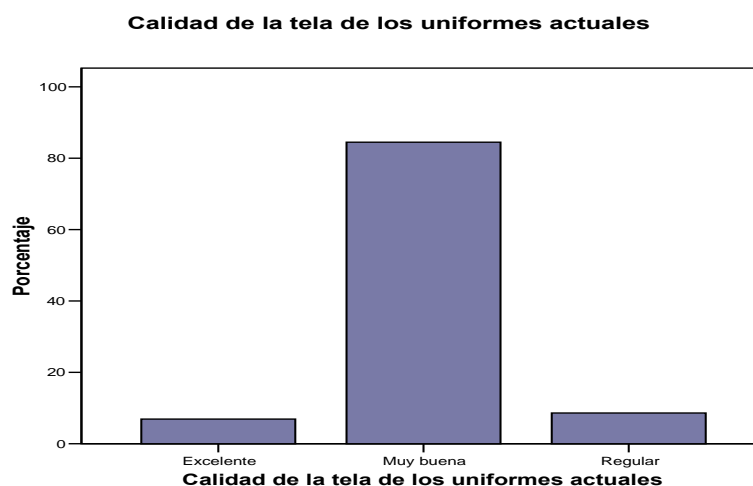
Existieron encuestados que tenían una queja profunda sobre la calidad que poseen los uniformes actuales por lo que, de acuerdo a la investigación se ha determinado que la mayor parte del mercado considera que la calidad de los uniformes actuales es muy buena con el 75.4%, sin embargo existe una parte de la población como ya lo mencionamos anteriormente que no se encuentra para nada satisfecha con la calidad de los uniformes, correspondiente al 7.7%, siendo de esta manera superior al porcentaje que considera de excelente calidad a los uniformes actuales que poseen, ya que únicamente es el 6.2% del mercado de la Administración Zona Norte.

Cuadro No. 11
Calidad de la tela de los uniformes actuales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Excelente	4	6,2	6,9	6,9
	Muy buena	49	75,4	84,5	91,4
	Regular	5	7,7	8,6	100,0
	Total	58	89,2	100,0	
Perdidos	Sistema	7	10,8		
Total		65	100,0		

Fuente: Investigación de campo
 Elaborado por: Isadora Carrera V.

Gráfico No.6



Fuente: Investigación de campo
 Elaborado por: Isadora Carrera V.

Pregunta No. 7:

Los precios que cobra la fábrica que confecciona uniformes y ropa de trabajo considera que son:

Los precios de los uniformes actualmente varían y se los ha clasificado ente: altos, medios y bajos, de tal forma que las personas, le den un determinado

calificativo a los mismos, por lo tanto actualmente tenemos que la siguiente referencia:

Cuadro No. 12
Precio de uniformes actuales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Altos	9	13,8	15,5	15,5
Medios	42	64,6	72,4	87,9
Bajos	7	10,8	12,1	100,0
Total	58	89,2	100,0	
Perdidos Sistema	7	10,8		
Total	65	100,0		

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Isadora Carrera V.

Determinando que la mayor parte de la población es decir el 64.60% considera que los precios de los uniformes de trabajo son medios.

Pregunta No. 8:

Por favor señale la forma a través de la cual costea los uniformes y ropa de trabajo de los empleados:

En la mayoría de empresas el uniforme es costeado por las mismas, de todas maneras el 9.2% de la población costea sus propios uniformes, y el 16.9% realiza un financiamiento mixto, es decir que tanto la empresa como el funcionario aportan con el pago para la confección de los uniformes.

Cuadro No. 13
Forma como costea los uniformes

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Empresa	39	60,0	69,6	69,6
	Funcionario	6	9,2	10,7	80,4
	Mixta	11	16,9	19,6	100,0
	Total	56	86,2	100,0	
Perdidos	Sistema	9	13,8		
Total		65	100,0		

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Isadora Carrera V.

Pregunta No. 9:

¿Qué tipo de ropa de trabajo considera que es la más adecuada para que utilicen sus trabajadores?

Al tener en la ubicación geográfica todo tipo de empresas, el uso de uniformes es variado por ejemplo en las empresas industriales el uso de overol y mandil es imprescindible sin embargo en otro tipo de empresas también se los utiliza, ya sea para bodega, almacén, etc.

A continuación tenemos los siguientes cuadros, en donde se detalla de mejor manera el porcentaje de uso de mandil, overo y ropa de trabajo,

Cuadro No. 14
Uso de mandil

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	mandil	21	32,3	100,0	100,0
Perdidos	Sistema	44	67,7		
Total		65	100,0		

Uso de Overol

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	overol	20	30,8	100,0	100,0
Perdidos	Sistema	45	69,2		
Total		65	100,0		

Uso de ropa de trabajo (pantalón, camisa,falda)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	ropa de trabajo	44	67,7	100,0	100,0
Perdidos	Sistema	21	32,3		
Total		65	100,0		

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Isadora Carrera V.

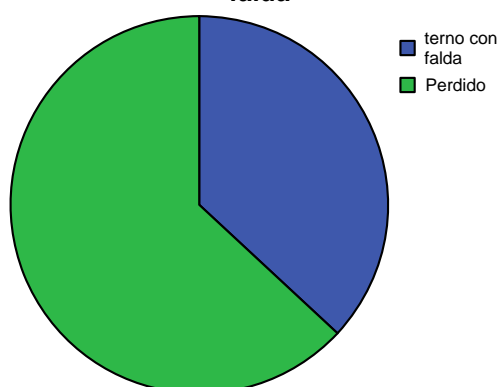
Pregunta No. 10

Cómo piensa que debería estar compuesto el uniforme del personal femenino?

El 23.10% de la población prefiere utilizar falda para el uniforme de trabajo.

Gráfico No. 7

Uniforme del personal femenino con falda



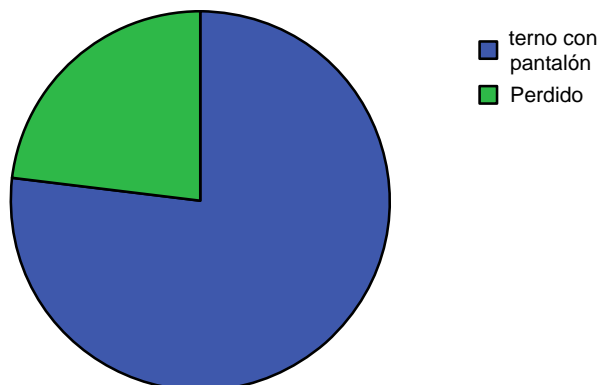
Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Isadora Carrera V.

Mientras que el 76.90% de la población, piensan que es mejor utilizar pantalón para el trabajo.

Gráfico No.8

Uniforme del personal femenino con pantalón



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Isadora Carrera V.

Sin embargo cabe recalcar que existen empresas en las que se utilizan pantalones y faldas en el lugar de trabajo.

Pregunta No. 11:

¿Qué valor del presupuesto anual destina a la confección de ropa de trabajo para el personal?

De las empresas en las cuales se toma en cuenta este rubro para los uniformes de trabajo del personal, se obtuvo que el 12.30% de empresas se destina un valor de \$2000.00 anualmente para la confección de este tipo de ropa de trabajo,

Cuadro No. 15
Presupuesto anual destinado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	4000	5	7,7	8,6	8,6
	8000	7	10,8	12,1	20,7
	1350	5	7,7	8,6	29,3
	1120	1	1,5	1,7	31,0
	600	4	6,2	6,9	37,9
	2000	8	12,3	13,8	51,7
	8500	1	1,5	1,7	53,4
	900	1	1,5	1,7	55,2
	3000	2	3,1	3,4	58,6
	1200	1	1,5	1,7	60,3
	750	2	3,1	3,4	63,8
	1275	1	1,5	1,7	65,5
	5000	1	1,5	1,7	67,2
	19600	1	1,5	1,7	69,0
	3500	1	1,5	1,7	70,7
	630	1	1,5	1,7	72,4
	480	2	3,1	3,4	75,9
	1040	1	1,5	1,7	77,6
	6000	5	7,7	8,6	86,2
	30000	1	1,5	1,7	87,9
	5600	1	1,5	1,7	89,7
	840	1	1,5	1,7	91,4
	880	1	1,5	1,7	93,1
	640	1	1,5	1,7	94,8
	90	1	1,5	1,7	96,6
	300	1	1,5	1,7	98,3
	400	1	1,5	1,7	100,0
	Total	58	89,2	100,0	
Perdidos	Sistema	7	10,8		
	Total	65	100,0		

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Isadora Carrera V.

Existen algunas alternativas importantes por las cuales los trabajadores se sienten bien con sus respectivos uniformes, tenemos que el 84.6% se siente de acuerdo con el uniforme que posee actualmente, cabe recalcar que dentro de este porcentaje se encuentran también las personas que no lo utilizan, sin embargo dan sus razones del porque piensan que son adecuados o no:

Cuadro No. 16
Uniforme actual es el más adecuado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos si	55	84,6	84,6	84,6
no	10	15,4	15,4	100,0
Total	65	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Isadora Carrera V.

Entre las razones por las cuales la población se siente satisfecha con sus uniformes actuales es la comodidad que les brindan los mismos, siendo así que el 64.6% es parte de la población que comparte este pensamiento.

Cuadro No. 17
Razón de comodidad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Comodidad	42	64,6	100,0	100,0
Perdidos Sistema	23	35,4		
Total	65	100,0		

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Isadora Carrera V.

De igual manera piensan que es una vestimenta que les brinda seguridad a la hora de desempeñar sus actividades, por lo que tenemos el 29.2% de la población.

Cuadro No. 18
Razón de seguridad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Seguridad	19	29,2	100,0	100,0
Perdidos Sistema	46	70,8		
Total	65	100,0		

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Isadora Carrera V.

La imagen hoy en día es un punto que las empresas no dejan de lado, de esta forma es que la presentación de los trabajadores posee un 41.5% de la población que piensa que el uniforme es adecuado por la imagen que brindan a sus clientes.

Cuadro No. 19
Razón de presentación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Presentación	27	41,5	100,0	100,0
Perdidos	Sistema	38	58,5		
Total		65	100,0		

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Isadora Carrera V.

Pregunta No. 13:

Enumere en orden de importancia las razones por las que contrataría a una empresa especializada en confección de uniformes y ropa de trabajo elaborado con materia prima nacional (siendo el 1 el más importante)

PRECIO

El precio de los uniformes elaborados solo con tela nacional, es muy importante en el momento de contratar una empresa que confeccione uniformes empresariales.

Cuadro No. 20
Importancia del precio a la hora de contratar una empresa que confeccione uniformes solo con tela nacional

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	imprescindible	7	10,8	10,8	10,8
	muy importante	19	29,2	29,2	40,0
	importante	13	20,0	20,0	60,0
	poco importante	13	20,0	20,0	80,0
	nada importante	13	20,0	20,0	100,0
Total		65	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Isadora Carrera V.

CALIDAD

La calidad de la materia prima es otro factor imprescindible para los clientes, ya que este posee el 50.8% como muy importante, seguido por el 24.6% de los trabajadores, sin embargo podemos observar que al 3.10% no le parece nada importante la calidad de la tela con la que le confeccionen.

Cuadro No. 21

Importancia de la calidad a la hora de contratar una empresa que confeccione uniformes solo con tela nacional

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos imprescindible	33	50,8	50,8	50,8
muy importante	16	24,6	24,6	75,4
importante	10	15,4	15,4	90,8
poco importante	4	6,2	6,2	96,9
nada importante	2	3,1	3,1	100,0
Total	65	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Isadora Carrera V.

El 32.3% piensa que es importante el contratar una empresa que trabaje solo con tela nacional, de igual manera el 3.10% piensa que si es imprescindible, que le ofrezca este tipo de empresa.

De igual manera el mercado posee un 32.30% de empresas piensan que es importante la reducción de costos una de las razones más importantes para contratar una empresa que trabaje con tela nacional.

Cuadro No. 22

Importancia de reducción de costos a la hora de contratar una empresa que confeccione uniformes solo con tela nacional

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos imprescindible	2	3,1	3,1	3,1
muy importante	13	20,0	20,0	23,1
importante	21	32,3	32,3	55,4
poco importante	19	29,2	29,2	84,6
nada importante	10	15,4	15,4	100,0
Total	65	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Isadora Carrera V.

La imagen hoy en día es de mucha importancia ya que las empresas se preocupan por vender primero la imagen de sus trabajadores primero, quedando demostrado el porcentaje de la población que opina que es imprescindible con el 26.2%.

Cuadro No. 23

Importancia de la imagen de costos a la hora de contratar una empresa que confeccione uniformes solo con tela nacional

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos imprescindible	17	26,2	26,2	26,2
muy importante	13	20,0	20,0	46,2
importante	13	20,0	20,0	66,2
poco importante	19	29,2	29,2	95,4
nada importante	3	4,6	4,6	100,0
Total	65	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Isadora Carrera V.

Para la mayoría de las empresas se necesita una ubicación mejor de su razón de ser para que de esta manera el personal se sienta identificado con la misma.

Cuadro No 24

Importancia a la razón de ser de la empresa de costos a la hora de contratar una empresa que confeccione uniformes solo con tela nacional

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos imprescindible	6	9,2	9,2	9,2
muy importante	4	6,2	6,2	15,4
importante	8	12,3	12,3	27,7
poco importante	10	15,4	15,4	43,1
nada importante	37	56,9	56,9	100,0
Total	65	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Isadora Carrera V.

ANEXO No. 4 : TABULACIÓN

1.5 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

⁶“La demanda en economía se define como la cantidad de bienes o servicios que los consumidores están dispuestos a comprar a un precio y cantidad dado en un momento determinado. La demanda está determinada por factores como el precio del bien o servicio, la renta personal y las preferencias individuales del consumidor.”

De acuerdo al análisis del mercado al cual el proyecto se dirige, se puede visualizar que el 89.20% de empresas se encuentran en capacidad de adquirir uniformes institucionales, o ropa de trabajo que proteja a sus trabajadores, razón por la cual se destina un porcentaje del presupuesto de la empresa para esta adquisición, de acuerdo a los estudios analizados se ha determinado que la mayoría de empresas de esta zona destina entre \$2000.00 al año para la confección de los trabajadores.

⁶ www.wikipedia.org

1.5.1 FACTORES QUE AFECTAN A LA DEMANDA:

Existen diferentes factores que se encuentran cambiando continuamente de una manera rápida e imprevisible, por lo cual estos poseen una gran influencia en la decisión de compra de las personas, de tal manera que de ellos depende la decisión de compra o no que puedan tomar las personas, respecto a utilizar ciertos uniformes.

Entre los factores que afectan a la demanda tenemos:

a) Tamaño y crecimiento de la población:

De conformidad con la población del Distrito Metropolitano de Quito, por quinquenios según áreas tenemos, que el total de la población al 2005 es de 2'007.767, al 2010 se proyecta con 2' 215 820, lo que quiere decir que en un quinquenio tiene una tasa de crecimiento del 10.36%, lo que implica señalar que el crecimiento poblacional anual está en el orden 2.072% es decir al 2007 tendríamos una población del 2' 091.831 personas.

Relacionado con el presente estudio tenemos que en el Distrito Metropolitano de Quito existen 8772 empresas, sin embargo, nuestro mercado está diseñado para todas aquellas empresas ubicadas en la Administración zona norte (Eugenio Espejo), las mismas que se encuentran en el orden de 1230 empresas lo que quiere decir que apenas representa el 14% frente al total de empresas del Distrito Metropolitano de Quito.

Si bien es cierto que en el Registro Mercantil existen 8872 empresas, también es verdad que el 52.63% de las 1230 empresas de la población forma parte del proyecto que utilizan uniformes, los mismos que son elaborados con tela nacional y el 47.37% utilizan uniformes elaborados con materia prima importada.

Relacionando la población de la Administración zona norte frente al total del Distrito Metropolitano de Quito, tenemos que al 2010 la población de la Administración zona norte representa el 17.76% frente al total.

Cuadro No. 25

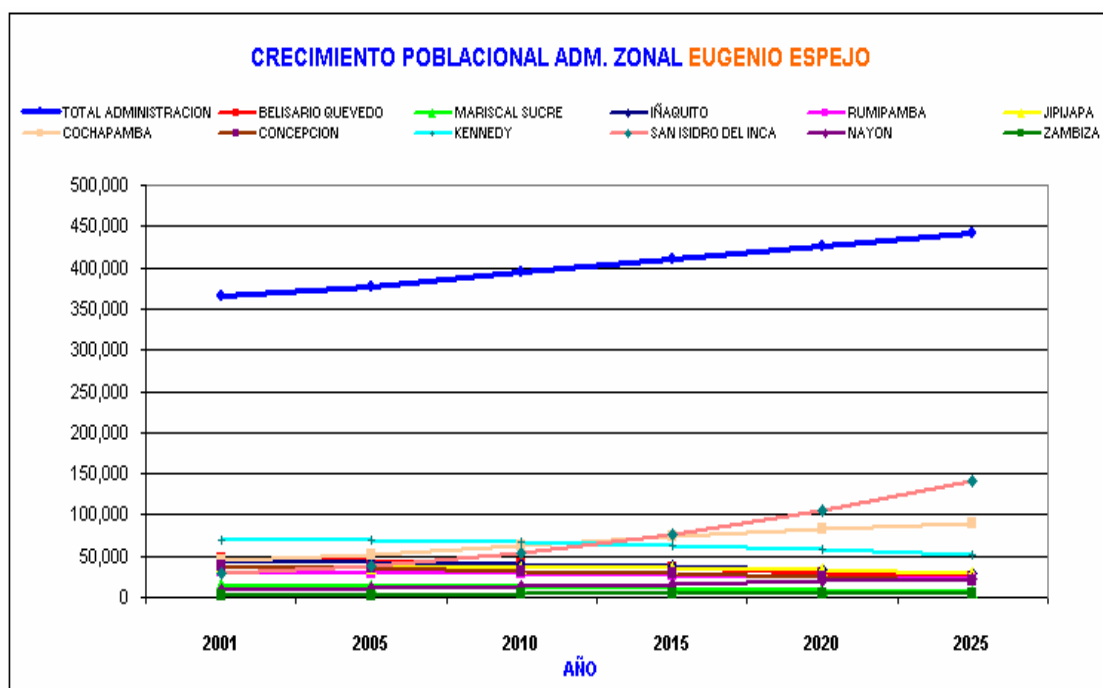
**PROYECCION DE LA POBLACION DE LA ADMINISTRACION ZONAL EUGENIO ESPEJO
POR QUIHUEÑAS SEGUN PARROQUIAS**

PARROQUIAS	Poblacion Censo		Tasa de crecimiento demografico%	Incremento%	Proyeccion a D Tasa de Crecimiento(tc)									
	1990	2001			2005	tc	2010	tc	2015	tc	2020	tc	2025	
TOTAL ADMINISTRACION	330,145	365,054	0.9	11	377,748	0.9	393,616	0.8	409,484	0.8	425,351	0.8	441,219	
BELISARIO QUEVEDO	U	53,618	47,444	-1.1	-12	44,408	-1.6	40,003	-2.1	35,001	-2.6	29,557	-3.3	23,926
MARISCAL SUCRE	U	18,801	15,841	-1.6	-16	14,569	-2.1	12,843	-2.6	10,999	-3.1	9,094	-3.7	7,210
IAQUITO	U	40,792	42,251	0.3	4	41,869	-0.2	40,492	-0.7	38,025	-1.2	34,455	-2.0	29,919
RUMPAMBA	U	28,735	30,318	0.5	6	30,247	-0.1	29,501	-0.5	27,940	-1.1	25,534	-1.8	22,364
JUPIAPA	U	31,938	35,646	1.0	12	36,303	0.5	36,337	0.0	35,326	-0.6	33,145	-1.3	29,810
COCHAPAMBA	U	27,557	44,613	4.5	62	52,207	4.0	62,469	3.7	72,966	3.2	82,692	2.5	90,333
CONCEPCION	U	40,867	37,357	-0.8	-8	35,441	-1.3	32,464	-1.7	28,878	-2.3	24,789	-3.0	20,395
KENNEDY	U	67,298	70,227	0.4	4	69,781	-0.2	67,717	-0.6	63,810	-1.2	58,018	-1.9	50,554
SAN ISIDRO DEL INCA	U	12,675	28,720	7.7	127	38,263	7.4	54,393	7.3	76,331	7.0	105,226	6.6	141,750
NAYON	AE	5,767	9,693	4.8	68	11,506	4.4	14,027	4.0	16,708	3.6	19,329	3.0	21,577
ZAMBIZA	AE	2,297	2,944	2.3	28	3,155	1.7	3,371	1.3	3,500	0.8	3,512	0.1	3,382

Fuente: Censo población y vivienda 2001 INEC

ELABORACIÓN: Unidad de estudios DMPT-MDMQ

Gráfico No. 9



Fuente: Censo de Población y Vivienda 2001; INEC

Elaboración: Unidad de Estudios; DMPT-MDMQ

Al tener un mayor número de población ya sea a nivel nacional como a nivel de la Zona Norte de Quito, de alguna manera constituye un beneficio para el proyecto, toda vez que existe la tendencia de crear nuevas empresas como también un número mayor de trabajadores en las mismas.

b) Hábitos de consumo:

Hoy en día muchas empresas han optado por hacer que todos los trabajadores utilicen uniformes o algún tipo de prenda que lo identifique con la empresa, sin embargo, el concepto de utilizar uniformes empresariales, muchas veces se lo toma de una manera errónea al dejar de lado la seguridad de los trabajadores por el uso de ropa inapropiada para el lugar de trabajo.

De igual manera es muy importante tomar en cuenta que las mujeres ejecutivas, en la actualidad han preferido utilizar 2 uniformes diferentes y turnarse dos días a la semana cada uno, es decir utilizar el primer modelo el lunes y miércoles, el segundo modelo el martes y jueves, dejando de esta manera el viernes libre para asistir al lugar de trabajo con una vestimenta mas informal.

Esta variación y combinación de uniformes ya no solo se da en las mujeres, existen algunas empresas que realizan exactamente lo mismo con los hombres logrando de esta manera que el lucir el uniforme de la empresa no se convierta en algo cotidiano y se varíe de alguna manera. De esta forma no solo se contribuye para que los trabajadores se sientan a gusto ya que los clientes también experimentarán esa sensación de frescura del ambiente de la empresa.

A continuación se presenta gráficos, los cuales nos ayudarán a aclarar la mente sobre los hábitos que se tienen en las empresas actualmente respecto a la cantidad de uniformes a la semana de hombres y mujeres:

Los hombres optan por utilizar de 1 a 5 uniformes a la semana, dependiendo de la actividad a la que se dedican:

Por lo tanto la investigación demuestra como resultado que el 9.23% de hombres utilizan un uniforme a la semana sin embargo, existen trabajadores como por ejemplo guías de turismo los cuales no pueden utilizar un uniforme la semana, ya que en muchos casos los guías tienen que viajar tres o 5 días a la semana, estos poseen una camiseta más un pantalón para usarlos por día, el cual

representa al 1.54% de la población que poseen 5 uniformes a la semana, De todas maneras el porcentaje de uniformes mas alto es el del 52.31%, en donde las empresas poseen dos tipos de uniformes para los trabajadores, seguido por tres uniformes a la semana, es imprescindible tomar en cuenta la actividad de la empresa ya que de acuerdo a esto varían los porcentajes de los uniformes.

Es más usual utilizar 2 uniformes a la semana en los tres tipos de actividades de empresas ya que se pudo analizar y ubicar que existe el 65.38% que posee este hábito, de igual manera 3 a las uniformes a la semana es una opción que toman muy en cuenta las empresas ya que este ocupa el segundo lugar con un 21.16%.

Otro hábito importante para mencionar, es que en muchas empresas industriales solo se limitan a utilizar camisetas, pantalones de jeans y botas de cualquier tipo, sin embargo, en muchas de las empresas no toman en cuenta la seguridad de sus empleados, o simplemente piensan que los trabajadores industriales, al no estar en contacto directo con los clientes no necesitan utilizar ningún tipo de uniforme que posea el distintivo de la empresa.

Específicamente tenemos que en la población, es habitual el uso de acuerdo a la actividad de la empresa sea industrial, de servicios o comercial::

Cuadro No. 26

Mandil:

actividad	uso de mandil %
Industrial	23,81
Comercial	33,33
Servicios	42,86

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Isadora Carrera V.

Cuadro No. 27

Overol:

actividad	uso de overol %
Industrial	15,00
Comercial	35,00
Servicios	50,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Isadora Carrera V.

Cuadro No. 28

Ropa de trabajo:

Actividad	ropa de trabajo %
Industrial	6,82
Comercial	43,18
Servicios	50,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Isadora Carrera V.

Los trabajadores en muchos de los casos tienen que llevar su propia vestimenta como son overoles, mandiles dejando de lado la vestimenta uniforme que debe llevar la empresa para presentar una mejor imagen al público. O simplemente las empresas no se encargan de ofrecer los uniformes a los trabajadores o de cubrir su costo, por lo que la empresa tomará muy en cuenta este punto ya que se ofrecerán muchas facilidades de pago tanto para la empresa en general, como para cada uno de los empleados.

➤ **Gustos y preferencias:**

Los gustos y preferencias en lo que respecta a las prendas de vestir son muy variados en este caso al tratarse de uniformes, estos dependen de hombres y mujeres particularmente.

En la actualidad, podemos decir que las mujeres prefieren utilizar

De acuerdo a las investigaciones tenemos:

Cuadro No,28

mujeres total	62.00
Uniforme con falda	23.00
% aceptación	37.09

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Isadora Carrera V.

Uniforme del personal femenino con pantalón

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos terno con pantalón	50	76,9	100,0	100,0
Perdidos Sistema	15	23,1		
Total	65	100,0		

De igual manera existe un porcentaje de empresas en las cuales las mujeres, poseen uniformes con pantalón, por varias razones comodidad, fácil movimiento, etc., El cual representa al 76.90% de las empresas, en donde las mujeres prefieren utilizar pantalón para su trabajo:

En el caso de los hombres, no se complican mucho la situación ya que ellos utilizan ternos, ropa de trabajo, mandiles, overoles de acuerdo a los siguientes porcentajes:

➤ **Niveles de ingresos y precios:**

En el mercado actual, los precios han sufrido algunas variaciones, por lo tanto son un factor esencial para el cambio de la demanda existente, en este caso la mayor parte de empresas, financian los uniformes a sus trabajadores sin embargo existen otras en donde no se les reconoce ningún valor, por el uso del uniforme y de igual manera, en donde se reconoce de una manera mixta el valor de los mismos, es decir una parte la empresa y otra el funcionario.

La empresa por lo general es la que cubre el valor de los uniformes, en el mercado existen el 60% que lo hacen, existe un porcentaje bajo de empresas que no costean los uniformes, del 9.25 por esta razón es importante tomar en cuenta el nivel de ingresos de las personas económicamente activas de la Administración Zona Norte de Quito, ya que este rubro sale de sus ingresos. De igual manera, sucede lo mismo con las empresas que lo realizan de una manera mixta, representado por el 13.8% de la población.

Ttenemos que el 69.64% de los uniformes de hombre son financiados por la empresa, siendo así que la misma financia parte de este valor al 19.64% del mercado, el 10.71% de mercado

Mientras que en las mujeres tenemos que al 69.09% de funcionarias les financia la propia empresa, el 20% es financiado por ambas partes, tanto por la empresa como por la trabajadora y el 10.90% se financian en su totalidad ellas mismas.

De las empresas que financian los uniformes y ropa de trabajo, los rubros para esos gastos se hace contar en las partidas presupuestarias.

1.5.2.- Comportamiento Histórico de la Demanda

De las investigaciones de campo realizadas en la zona Norte del Distrito Metropolitano de Quito, los representantes de las empresas no manifiestan información a particulares quienes pronuncian que por varias razones no lo hacen, pero en cambio han manifestado que en función de la actividad que realiza

la empresa frente a la competencia si hay un cambio notorio desde la década de los setenta a los noventa donde las empresas por conquistas laborales o de las respectivas asociaciones conseguían mejoras y una de ellas es que las empresas compartan en forma proporcional para la adquisición de uniformes y/o en el 100% de ropa de trabajo mandiles, uniformes y en ciertas empresas equipos completos (botas, arneses, overoles, etc).

Por lo que se concluye que información histórica relacionada con el comportamiento de uso de uniformes, ropa de trabajo las empresas de la Zona Norte no existe, sin embargo, en la oferta se señalará la comercialización de la tela nacional producida en el Ecuador que utilizan confecciones de diferente tipo.

1.5.3.- Demanda Actual del producto y /o Servicio

Para el proyecto en ejecución se puede mencionar como parte de la demanda actual a las empresas que utilizan uniformes, las cuales son el 89.2% del mercado total, sin embargo, el 10.80% de las empresas que no lo utilizan son parte también de la demanda actual ya que lo podrían hacer de todas formas.

Cuadro No.29

Población	65,00
total positivo	58,00
%	89,23

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Isadora Carrera V.

Lo que quiere decir que el 89.23% de los hombres que trabajan en las empresas dentro de esta ubicación si utilizan uniformes, de igual manera es importante analizar cuantas mujeres en esta zona si utilizan uniformes o ropa de trabajo, por lo tanto se indica la siguiente tabla:

Cuadro No. 30

población	63,00
total positivo	57,00
%	90,48

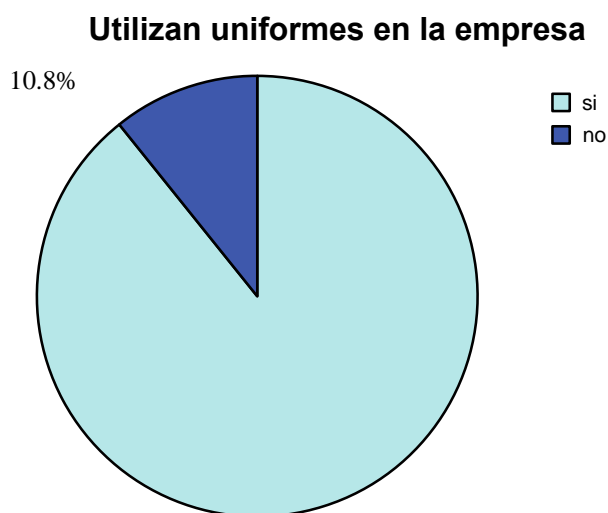
Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Isadora Carrera V.

El 90.48% de las mujeres que se encuentran dentro de este mercado si utilizan uniformes en las empresas.

De conformidad con el estudio realizado, se ha obtenido como resultados que existe en el mercado el 10.8% de empresas que no utilizan uniformes por varias razones, como son la comodidad, por contar un número reducido de personal, etc, sin embargo, esta parte del mercado es esencial para los estudios ya que constituyen, como demanda en el futuro para el proyecto, por cuanto pueden tomar la decisión de utilizar un uniforme que les brinden todo lo que buscan.

Gráfico No. 10



Fuente: Investigación de campo 89.2%

Elaborado por: Isadora Carrera V.

Para la determinación de la demanda del bien que el proyecto va a ofrecer es la cantidad de uniformes ya sea por hombres y mujeres que se requieran, por lo tanto se ha llegado a la conclusión que en el mercado las mujeres utilizan de uno a 5 uniformes a la semana. El 11.76% de la población mujeres, únicamente

cuentan con un uniforme, mientras que el 66.66% de las mujeres optan por usar dos tipos de uniformes a la semana.

Cuadro No. 31

	Cantidad de uniformes de los trabajadores				Total
	1 a la semana	2 a la semana	3 a la semana	5 a la semana	
Porcentaje %	11,7647	66,67	19,61	1,96	51

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Isadora Carrera V.

De igual forma debemos tomar en cuenta el número de uniformes que utilizan los hombres actualmente para realizar las actividades de su trabajo:

Cuadro No. 32

	Cantidad de uniformes de los trabajadores				Total
	1 a la semana	2 a la semana	3 a la semana	5 a la semana	
Porcentaje %	11,54	65,38	21,15	1,92	52

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Isadora Carrera V.

Por lo tanto se puede decir que el 65.38% de la población masculina que trabajan en las empresas de esta ubicación geográfica utilizan dos uniformes a la semana.

1.5.4 Proyección de la Demanda

La población económicamente activa de la Administración Zona Norte del Distrito Metropolitano de Quito, es aquella que forma parte de las 1230 empresas que se encuentran dentro de esta ubicación geográfica, a las cuales de igual manera les afecta la tasa de crecimiento poblacional de la mencionada zona.

Para realizar la proyección de la demanda a 5 años, tenemos los siguientes datos:

Cuadro No. 33

**EMPLEO, ADMINISTRACION ZONAL EUGENIO ESPEJO SEGUN
PARROQUIAS**

DESCRIPCION		TOTAL ADMINISTRACION?	PARROQUIAS					
			BELISARIO QUEVEDO	MARISCAL SUCRE	IQUITO	RUMIPAMBA	JIPLJAPA	COCHAPAMBA
?Población Económicamente Activa (PEA)?	?Hombres?	94,393	11,819	4,176	11,398	7,801	9,246	11,827
	?Mujeres?	75,600	9,857	3,729	9,864	7,135	7,810	7,599
	?Total?	169,993	21,676	7,905	21,262	14,936	17,056	19,426
Población en Edad de Trabajar (PET)	Hombres	135,633	17,840	6,127	16,053	11,210	13,315	16,379
	Mujeres	157,930	20,977	7,330	19,441	13,933	15,863	17,317
	Total	293,563	38,817	13,457	35,494	25,143	29,178	33,696
^ Sectores Económicos	Primario	6,238	492	242	980	669	597	528
	Secundario	32,844	4,087	1,036	3,020	2,137	3,065	5,687
	Terciario	139,648	18,227	7,003	18,341	12,889	14,242	14,236
	Trabajadores Nuevos	753	108	33	66	47	73	115
	Total	179,483	22,914	8,314	22,407	15,742	17,977	20,566

Fuente: Censo de Población y Vivienda 2001; INEC

Elaboración: Unidad de Estudios e Investigación; DMPT-MDMQ

Por lo tanto al realizar los respectivos cálculos se llega a concluir que la PEA, corresponde al 46.56% de la población de la Administración Zona Norte:

Cuadro No. 34

AÑO 2001	
POBLACIÓN	365,05
PEA	169,99
% PEA	46,56

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Isadora Carrera V.

Al tener una tasa de crecimiento del 0.9% hasta el 2010 y en adelante del 0.8%, se llega a determinar que al 2013 la población en esta zona será de 404000.61 habitantes, de los cuales el 188000.39 corresponden a la población económicamente activa, y de acuerdo a los resultados obtenidos de la investigación el 89.20% de los empleados poseen uniformes, en sus empresas.

Cuadro No. 35
DEMANDA PROYECTADA
MILES

AÑOS	POBLACIÓN Tasa de crecimiento 0,9%	PEA	requieren uniformes 89,20%
2005	377,75	175,88	156,88
2006	381,15	177,46	158,30
2007	384,58	179,06	159,72
2008	388,04	180,67	161,16
2009	391,53	182,30	162,61
2010	395,06	183,94	164,07
	TC 0,8%	TC 0,8%	TC 0,8%
2011	398,22	185,41	165,38
2012	401,40	186,89	166,71
2013	404,61	188,39	168,04

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Isadora Carrera V.

Llegando a la conclusión que 168000. personas pertenecientes a las empresas serán la demanda del proyecto para el 2013.

1.6.- ANÁLISIS DE LA OFERTA:

⁷“En economía, oferta se define como la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a ofrecer a un precio dado en un momento determinado.

Está determinada por factores como el precio del capital, la mano de obra y la mezcla óptima de los recursos mencionados, entre otros.

⁷ www.wikipedia.org

La ley de la oferta establece que, ante un aumento en el precio de un bien, la oferta que exista de ese bien va a ser mayor; es decir, los productores de bienes y servicios tendrán un incentivo mayor para ofrecer sus productos en el mercado durante un periodo, puesto que obtendrán mayores ganancias al hacerlo.”

En este caso la oferta esta dada por las empresas que se dedican a la confección de uniformes y ropa de trabajo, por lo tanto de acuerdo a los datos obtenidos, los competidores más fuertes en el mercado son dos: “El uniforme” ya que posee el 18.50% de participación en el mercado y “Salvimpex” con el 10.80% de participación en el mercado. Si bien es cierto que existen 43 competidores directos que se dedican a la confección de este tipo de ropa, las dos empresas anteriormente mencionadas con las más fuertes en el mercado.

1.6.1.- Factores que Afectan a ala Oferta

La oferta depende de algunos factores por lo tanto para el proyecto tenemos los siguientes:

a) Capacidad de producción de los competidores:

Se ha llegado a determinar que en la actualidad el 18.5% de uniformes en el mercado los fabrican “El Uniforme”, mientras que el 10.80% los confecciona Salvimpex.

b) Incursión de nuevos competidores:

Al ser un mercado el cual no se encuentra copado, el ingreso de nuevos competidores no se ve afectado por grandes barreras, ya que es un mercado que no esta saturado por el momento, por lo tanto la incursión de nuevos competidores no es muy difícil, al darse en un mercado de este tipo.

Por ejemplo en la investigación realizada se pudo constatar que existe el 7.7% de las empresas que mandan a hacer sus uniformes a un sastre común y cualquiera, es decir que no es parte de una empresa especializada a la confección específicamente de uniformes de trabajo, sin embargo estas

personas forman parte de la competencia del proyecto, y al mismo tiempo gran parte de ellos se encuentran incursionando en esta actividad.

c) Capacidad de inversión fija:

Toda empresa que desee enfocar sus actividades a la confección de uniformes corporativos, debe contar con un capital necesario para los activos fijos de la empresa, como es la maquinaria, la infraestructura de la empresa, materia prima, etc. Si la empresa no se encuentra en capacidad de realizar una inversión necesaria, difícilmente podrá cubrir con las necesidades expresas de los consumidores.

d) Precios de productos o servicios relacionados:

Como se señaló anteriormente muchas empresas optan por hacer que los trabajadores no utilicen uniformes sino ropa de trabajo, sin ningún tipo de distinción de la empresa, por ejemplo overoles, camisas, etc, elaborados con materia prima nacional e importada.

En el mercado los precios oscilan entre:

- ◆ Overoles: \$18 y \$25 dependiendo de los acabados.
- ◆ Mandiles: Entre \$10 y \$17.
- ◆ Ternos de hombre \$80.
- ◆ Ternos de mujer \$110.

1.6.2.- Comportamiento Histórico de la Oferta

Con el paso de los años las empresas han hecho de los uniformes una parte más de las mismas, por lo que las empresas que se dedican a la confección de uniformes han demostrado un crecimiento anual en el mercado.

Al tratarse de información confidencial de las empresas, se ha llegado a determinar en base a datos obtenidos de previa investigación, que las empresas que poseen gran participación en el mercado operan a partir de 1986, sin embargo se ha notado un crecimiento acelerado en las ventas anuales de

uniformes, de acuerdo a la información obtenida uno de los más grandes proveedores de los mismos.

1.6.3 Oferta actual

Es muy difícil contar con un dato exacto de los competidores que actuales del mercado, ya que muchas empresas pequeñas no poseen un proveedor registrado en los diferentes organismos estatales o son apropiadamente controlados, por ejemplo los sastres o las personas que se dedican a la labor de confección en su propia casa, lo cual representa el 7.70% de los resultados obtenidos con la investigación.

Hoy en día existen en el mercado aproximadamente 42 empresas que se dedican a la confección de uniformes de todo tipo, elaborados con cualquier material. Por lo tanto si bien es cierto las 42 empresas son las que operan en todo el mercado de la ciudad, en esta zona los más fuertes son dos:

- ❖ El Uniforme
- ❖ Salvimpex

Las dos compañías no trabajan únicamente con tela nacional, sin embargo poseen una gran acogida por parte del mercado para la confección de uniformes. Un punto muy importante y necesario de aclarar es la especificación de la clase de uniformes que ofrecen estas empresas, siendo así que Salvimplex se especializa básicamente a la elaboración de uniformes industriales, como son overoles, mandiles, etc; mientras que “El Uniforme” tiene su especialización en todo tipo de uniformes ya sean hoteleros, de restaurante, administrativos, deportivos, etc.

Para obtener una idea clara, es imprescindible recalcar el porcentaje de mercado que ocupa cada empresa, por lo tanto tenemos que: EL Uniforme posee la mayor participación del mercado de la Administración Zona Norte del Distrito Metropolitano de Quito, ya que abarca el 18.50% del mismo, de igual manera Salvimplex corresponde a la empresa con segunda mayor acogida en el mercado ya que posee el 10.80%.

1.6.4 Proyección de la Oferta

El 29.30% de mercados es ocupado por dos grandes competidores, los cuales llevan varios años en el mercado, por lo que de datos obtenidos de una empresa proveedores de materia prima se ha llegado a determinar que la tasa de crecimiento dada por el volumen de tela que adquieren anualmente es de 0.5%, por lo que la oferta se encuentra proyectada de la siguiente manera.

Cuadro No. 36
PROYECCIÓN DE LA OFERTA

AÑOS	OFERTA
2008	48,066
2009	48,307
2010	48,548
2011	48,791
2012	49,035

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Isadora Carrera V.

1.7.- Determinación de la Demanda Insatisfecha

Cuadro No. 37
DEMANDA INSATISFECHA

AÑOS	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2008	164,049	48,066	115,983
2009	165,526	48,307	117,219
2010	167,015	48,548	118,467
2011	168,351	48,791	119,560
2012	169,698	49,035	120,663

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Isadora Carrera V.

Al 2013 la demanda insatisfecha ascenderá a 121,775 personas que se encuentran laborando dentro de esta ubicación.

Inicialmente se atenderá un 2% de la demanda insatisfecha, para el proyecto.

1. 8 Análisis del Precio en el Mercado del Producto y / o Servicio

El precio se encuentra determinado por las fuerzas de oferta y demanda, y por lo tanto para poder competir en el mercado se requiere de la producción y comercialización de productos de calidad pero a precios competitivos. De igual manera es importante tener en cuenta los precios de los productos sustitutos que pueden existir en el mercado.

1.8.1 Comportamiento Histórico y Tendencias

Anteriormente los trabajadores no utilizaban uniformes en las empresas ni en instituciones públicas. Sin embargo, en la década de los setentas, donde el Ecuador cobra importancia para la producción y exportación de petróleo, los trabajadores de estas empresas petroleras utilizaban ropa de trabajo industrial adquiridas en el exterior. En esta época existe un crecimiento de las empresas de los diferentes sectores de la economía, donde el empleado, funcionario y trabajador empieza a utilizar cierto tipo de uniformes para distinguirse en el medio en el que se desarrolla, con el crecimiento de estas empresas empiezan a ofrecer uniformes y ropa de trabajo contadas empresas dedicadas a las confecciones de ropa de trabajo con tela jean, con el pasar de los años ya se aprecia que los trabajadores, funcionarios y empleados tanto de empresas públicas y privadas disponen de uniformes y ropa de trabajo con sus respectivos distintivos dependiendo la empresa para la que se encuentren laborando.

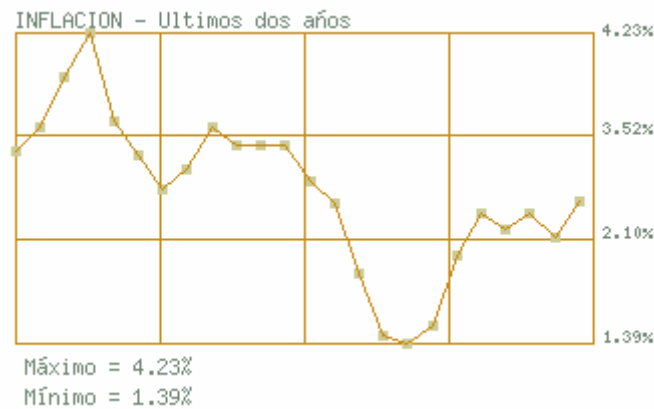
1.8.2 Factores que influyen en el comportamiento de los precios

Los factores que pueden intervenir para el comportamiento de los precios de los uniformes son los siguientes:

- ❖ **Índice de la inflación:** La inflación se puede identificar con el crecimiento continuo y generalizado de los precios de los bienes y servicios existentes en una economía; crecimiento medido y observado mediante la **evolución** de algún índice de precios.

La inflación el país durante los dos últimos años se ha comportado de la siguiente manera:

Gráfico No. 11



Fuente: BCE

El índice máximo al cual ha llegado ha sido del 4.23%, el cual corresponde a un indicador relativamente alto para el país, sin embargo para el mes de noviembre del 2007 el índice de inflación es de 2.70%, a continuación la variación de la inflación en los últimos 11 meses:

FECHA	VALOR
Noviembre-30-2007	2.70 %
Octubre-31-2007	2.36 %
Septiembre-30-2007	2.58 %
Agosto-31-2007	2.44 %
Julio-31-2007	2.58 %
Junio-30-2007	2.19 %
Mayo-31-2007	1.56 %
Abril-30-2007	1.39 %
Marzo-31-2007	1.47 %
Febrero-28-2007	2.03 %
Enero-31-2007	2.68 %

Fuente: BCE

- ❖ **Calidad:** Los proveedores de telas, ofrecen al mercado, dos tipos de calidad de tela: la de primera calidad que no tiene falla alguna y la de segunda calidad que posee fallas que no son para nada notorias pero sin embargo abarata los costos, por lo tanto es decisión de los clientes el tipo de tela con la cual desean que se confeccionen sus uniformes.

Al enfocar los datos de la investigación a la población se puede decir que

Cuadro No. 38

CALIDAD	PRECIOS %		
	altos	medios	bajos
excelente	3,45	1,72	1,72
muy buena	10,34	67,24	6,90
regular	1,72	3,45	3,45

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Isadora Carrera V.

De los resultados obtenidos se puede deducir que la mayoría de personas, es decir el 67.24% consideran que los precios de los uniformes empresariales e industriales son de muy buena calidad y con precios medios.

- ❖ **Competencia:** Otro factor que influye de gran manera para la determinación de los precios es la competencia, como ya se mencionó anteriormente, el proyecto no cuenta con mucha competencia, sin embargo existen dos competidores que poseen fuerza en el mercado como son “el Uniforme” y Salvimpex S.A, por lo tanto para llegar a establecer los precios de los uniformes se debe tomar muy en cuenta estas empresas que poseen gran participación en el mercado.
- ❖ **Demanda:** Ya que depende la cantidad demanda para establecer los precios en el mercado,
- ❖ Políticas gubernamentales
- ❖ Situación económica
- ❖ Origen de la tela

De acuerdo a datos obtenidos en la investigación se ha podido observar que en una empresa la cual posee gran apertura en el mercado de la fabricación y comercialización de tela Nacional como es Sintofil C.A. por varios factores, los precios de las telas han subido en un 20% aproximadamente, lo cual influye de gran manera al momento de establecer los precios de los uniformes confeccionados.

1. 9 Mercadeo y Comercialización

⁸“La comercialización se ocupa de aquello que los clientes desean, y debería servir de guía para lo que se produce y se ofrece.

la comercialización es a la vez un conjunto de actividades realizadas por organizaciones, y un proceso social. Se da en dos planos: Micro y Macro. Se utilizan dos definiciones:

Micro comercialización y macro comercialización.

La micro comercialización, observa a los clientes y a las actividades de las organizaciones individuales que los sirven.

Macro comercialización, considera ampliamente todo nuestro sistema de producción y distribución”

El mercadeo debe orientar a la empresa hacia las oportunidades económicas atractivas para ella, el mercadeo estratégico tiene como función escoger el mercado, la meta y la creación de un producto o servicio que satisfaga las necesidades de los clientes.

Mercadeo, consiste en actividades, tanto de individuos como organizaciones, encaminadas a facilitar y estimular intercambios dentro de un grupo de fuerzas externas dinámicas. De esta forma se interrelacionan productores, intermediarios consumidores en su capacidad de intercambiar bienes y servicios que satisfagan necesidades específicas. Mercadeo es el proceso de planeación y ejecución de conceptos, precios, promociones y distribución de ideas, bienes, servicios para crear un intercambio que satisfaga necesidades y los objetivos de la organización.

⁸ Francisco Mochon

1.9.1 Estrategias del Producto y /o Servicios

Al ser un producto que ya existe actualmente en el mercado, es de mucha importancia elaborar estrategias, que se ajusten a las necesidades de la empresa, con la finalidad de llegar a ocupar un lugar importante en el mercado de la confección de uniformes elaborados con tela nacional:

Las estrategias que se utilizarán para la aplicación del producto y el servicio de asesoramiento, son las siguientes:

Producto:

Para que el producto cuente con gran acogida en el mercado, es necesario crear estrategias que permitan al proyecto llegar a cumplir con sus objetivos y las cuales lo diferencien en el mercado:

- ❖ El contar con el personal adecuado como es una diseñadora de moda, para la creación de los uniformes.
- ❖ El asesoramiento a las empresas de acuerdo a la actividad que se dediquen, es parte del producto que ofrecemos, por lo tanto los clientes tendrá la posibilidad de realizar sus propuestas y recibir una idea mejorada para poder ser aceptada. Al hablar de una idea mejorada estamos hablando de que en el proyecto, se contará con asesoramiento de imagen para el personal de la empresa, de lo cual se realizará un estudio para la correcta confección de los uniformes.
- ❖ La tela con la que se confeccionará los uniformes, será adquirida por los mejores fabricantes del Ecuador, que ofrezcan materia prima de calidad y con variabilidad de colores.
- ❖ Los clientes tendrán la posibilidad de elegir de una variable gama de colores, sin embargo existirá la posibilidad de recibir una propuesta de colores que no existen en nuestra base, ya que el proyecto contará con proveedores capaces de crear colores especiales bajo pedido.
- ❖ Los colores de las prendas de los trabajadores y los logotipos de las mismas, será exactamente los mismos de los logotipos e imágenes con los que participan en el mercado.
- ❖ Las prendas de vestir serán confeccionadas de acuerdo a la medida de todos y cada de los trabajadores.

- ❖ Cada prenda de vestir contará con la etiqueta correspondiente y con las indicaciones de lavado y planchado de la misma.
- ❖ Los uniformes serán confeccionados con la tela apropiada la cual estará de acuerdo a los estudios del tipo de trabajo al cual se encuentran expuestos los trabajadores, con el fin de ofrecer seguridad al utilizar la prenda de vestir.
- ❖ El empaque de los uniformes en el cual se entregará los uniformes a cada uno de los trabajadores será un protector de ternos, con el logotipo de la empresa.

1.9.2 Estrategias de Precios

⁹“El valor del producto que vamos a vender es fundamental; si para la gente comprar lo que ofrecemos es "caro", puede ser que no lo haga. Es necesario comparar precios con aquellos productos semejantes al nuestro. Debemos ser competitivos, hay que ofrecer un precio adecuado; si damos el producto muy barato, puede ser percibido como de mala calidad, si lo damos caro, como un robo. Entonces busquemos su justa medida.”

Las estrategias que se utilizarán para el proyecto, se encontrarán basadas, en los costos, la cantidad y en la forma de pago, por lo que tenemos las siguientes:

- **Fijación de precios de descuento y complemento:** basa su teoría, en "recompensar" a los clientes por ciertas respuestas, como pagar anticipadamente el producto, comprar por cantidades o fuera de temporada.

Dentro de esta estrategia tenemos:

- Descuento en efectivo: reducción del precio para los compradores que paguen el producto dentro de una cierta fecha.
- Descuento por cantidad: reducción del precio para los compradores que adquieran el producto en grandes cantidades.
- Descuento por temporada: reducción del precio para los compradores que adquieran productos fueran de temporada. Ya que al ser un producto que las

⁹ *Rodolfo Urdiain*

empresas no compran todas las épocas del año, sino al inicio del mismo, se otorgará descuentos a las empresas que si lo hagan.

1.9.3 Estrategias de Plaza:

¹⁰“Esta se refiere a los lugares donde venderemos nuestro producto y a los canales de distribución. A mayor cantidad de sitios donde el consumidor pueda encontrar lo que ofrecemos, mayor cantidad de ventas. De muy poco nos servirá tener un producto de excelente calidad y precio, cuando es difícil encontrarlo. Para la gente es muy molesto tener deseos de adquirir un producto de difícil acceso. Si, por ejemplo, fabricamos y vendemos un delicioso licor de café, y alguien tiene ganas de tomarse una copa, ese alguien comprará el que encuentre más fácilmente, que esté a buen precio, sea de buena calidad y le llame la atención. Si el nuestro no se encuentra en el anaquel, entonces perderemos un cliente. “

La localización de la fábrica y almacén es un lugar de fácil acceso al cual los clientes, tendrán la posibilidad de poder comprar directamente de ahí, los uniformes, ya que existirán oficinas de atención al cliente en dicho lugar.

Es muy importante tomar en cuenta que dentro de los uniformes corporativos e industriales que se venden la fábrica confeccionará mandiles, overoles, camisetas sin ningún tipo de logotipo con el fin de evitar una producción ociosa en la empresa, por lo que, se espera poder contar con personal que se encuentre distribuyendo mandiles, overoles, camisetas por los diferentes sitios como son las ferreterías, almacenes, etc.

¹⁰ *Rodolfo Urdiain*

1.9.4 Estrategias de Promoción

¹¹“En este punto del proceso nos encargaremos de decirle a la gente que existimos y por qué le conviene adquirir nuestro producto. La labor de la publicidad es dar a conocer un producto o un servicio en un mercado determinado; la promoción nos ayudará a acelerar el proceso de venta. “

La publicidad que se realizará debe ser de elevada calidad, orientada a comunicar las ventajas y conveniencias del producto o servicio que ofrecemos, y tiene que ser transmitida en los medios adecuados para que sea "vista" por la gente que sabemos que puede comprar nuestro producto, Por lo tanto la promoción debe ser correctamente enfocada al mercado meta al cual nos dirigimos.

Para la realización de la promoción de los uniformes ejecutivos e industriales, se lo realizará mediante algunos medios, como son por ejemplo: catálogos, folletos, periódicos, Internet, revistas, vallas, accesibles al presupuesto del proyecto; para que de esta manera las personas se puedan enterar de la calidad de los uniformes y prendas de trabajo.

Es una forma pagada de comunicación impersonal de los productos de una organización, se transmite a una audiencia seleccionada de personas. Se utiliza para dar a conocer los productos.

Estas vías son sumamente flexibles ya que brindan a la empresa la oportunidad de llegar a muy grandes audiencias seleccionadas o centrarse en una más pequeña y definida. Es muy eficaz en cuanto a su costo muy bajo y permite repetir el mensaje ininidad de veces.

¹¹ *Rodolfo Urdiain*

El personal de la empresa en proyecto se encontrará correctamente presentado, con uniformes llamativos, con el fin de que los clientes los puedan observar y se fijen en la calidad de trabajo que se realiza.

De igual manera el personal contará con catálogos de los diferentes modelos de uniformes, con la descripción detallada de los mismos.

El cobertor de los uniformes constituirá una forma más de llegar a la mente de los clientes ya que serán llamativos, creando una imagen favorable para la empresa cliente, así como también para la empresa en proyecto.

1.10.- Canales de Distribución

1.10.1.- Cadena de Distribución

La cadena de distribución se la llevará a cabo desde el momento que de compra de la materia prima, la cual se la deberá tener un cuidado especial en su transportación para evitar daños.

Después de que los uniformes sean terminados, se los entregará a la empresa de donde los adquirieron, dependiendo de la solicitud del cliente, o se realizará la entrega en el mismo almacén. Como se puede observar la cadena de distribución no es muy amplia ya que no existen intermediarios de por medio.

1.10.2.- Determinación de márgenes de precios

Para la determinación del precio de los productos se deberá tomar en cuenta, los costos de producción dentro de los cuales se encuentran los costos variables y fijos dependiendo de la capacidad de producción de la empresa, los cuales intervendrán en el proceso productivo, de igual manera el margen de utilidad que se estima obtener, por lo tanto para el proyecto se estima el 80% de utilidad en el precio de venta.

CAPÍTULO II

ESTUDIO TÉCNICO

¹²“El objetivo del estudio técnico consiste en determinar si la nueva empresa sería capaz de producir los bienes y servicios que se propone vender según el estudio del mercado”

2.1 Tamaño del Proyecto

Es aquel que asegure la más alta rentabilidad desde el punto de vista privado o la mayor diferencia entre beneficios y costos sociales. El tamaño de un proyecto es su capacidad instalada y se expresa en unidades de producción por año.

De acuerdo al segmento del mercado que se obtuvo mediante el estudio de mercado, se determina la cantidad de productos a producir y así el tamaño de la planta, se puede también basar tanto en la demanda presente y en la futura.

2.1.1 Factores Determinantes del Proyecto

Factores que determinan o condicionan el tamaño de una planta. En la práctica, determinar el tamaño de una nueva unidad de producción es una tarea limitada por las relaciones recíprocas que existen entre el tamaño y la demanda, la disponibilidad de las materias primas, la tecnología, los equipos y el financiamiento. Todos estos factores contribuyen a simplificar el proceso de aproximaciones sucesivas, y las alternativas de tamaño.

El proyecto cuenta con los siguientes factores que determinan su tamaño:

¹² Clifor Daniel Sosa de la Cruz “como elaborar un proyecto de inversión”

2.1.1.1 El Mercado:

El mercado en el cual se desarrollará la empresa será el del la administración zona norte del Distrito Metropolitano de Quito, en el cual se enfocará a la confección de uniformes y ropa de trabajo para todo tipo de empresas, elaborados con materia prima nacional. Al tener un porcentaje del 90.80% de personas que desean que se cree una empresa que trabaje exclusivamente con tela nacional, el cual es un porcentaje bastante alto y significativo del mercado, tomando en cuenta que se buscará satisfacer al 2% de la demanda insatisfecha del mercado, es decir a 115.983 personas al 2008, todos estos factores determinan el escenario en el cual se ejecutará el proyecto y el tamaño que se requiera que sea el mismo de acuerdo a la demanda que se busca satisfacer.

Cuadro No. 39

AÑOS	DEMANDA INSATISFECHA
2008	115983
2009	117027
2010	118080
2011	119024
2012	119976

Fuente: Investigación de Campo

Elaborador por Isadora Carrera v.

En la Administración zona Norte del Distrito Metropolitano de Quito, existen un mercado variado, el cual se encuentra representado por el 9.2% con empresas industriales, el 43.10% empresas comerciales y el 47.70% de empresas de servicios, en donde los trabajadores utilizan diferentes uniformes de acuerdo a la actividad a la que se dedican.

2.1.1.2 Disponibilidad de Recursos Financieros

Para la ejecución del presente proyecto se dispone del 60% de recursos propios y el 40% se buscará financiamiento en un banco del Distrito Metropolitano de Quito, debiendo indicar que en la ciudad de Quito existen varios bancos privados y de desarrollo que están promocionando líneas de crédito para las actividades productivas, por tanto se recurrirá al banco que disponga de la línea de crédito más adecuada para este tipo de actividad.

Cabe mencionar que existen algunas fuentes de financiamiento a las cuales se puede recurrir, para cubrir con el 40%, correspondiente a la inversión, entre las cuales se tiene:

- ❖ Organismos bancarios privados.
- ❖ Cooperativas de ahorro y crédito
- ❖ Instituciones públicas
- ❖ Créditos de casas comerciales.

2.1.1.3 Disponibilidad de Mano de Obra:

Actualmente en el Distrito Metropolitano de Quito, se puede encontrar mano de obra altamente calificada y especializada en la confección y diseño de prendas de vestir, por lo tanto se puede decir que el proyecto podrá contar con trabajadores de calidad, los cuales serán seleccionados mediante un programa de selección correcto.

De igual manera en el Distrito Metropolitano de Quito se cuenta con personas de otras ciudades las cuales pueden ser aptas para la ejecución del proyecto después de haber hechos cursos, haber obtenido un título en corte y confección, diseño, etc., por lo tanto se puede concluir que el proyecto cuenta con mano de obra disponible para su establecimiento.

2.1.1.4 Disponibilidad de Insumos y Materia Prima

La empresa trabajará exclusivamente con materia prima nacional, por lo que al analizar el mercado, el Ecuador cuenta con Industria Textileras, la cual ofrece al mercado materia prima nacional de calidad.

Una de las empresas más importantes que se dedica a la producción de todo tipo de tela es SINTOFIL C.A., la cual dispone de una amplia gama de telas aptas para la confección de todo tipo de uniformes.

De igual manera existen otras empresas nacionales a las cuales se puede recurrir, para la obtención de materia prima e insumos elaborados en el país,

2.1.1.5 Disponibilidad de Tecnología

Para la confección de uniformes y ropa de trabajo se requiere de maquinaria industrial y semindustrial y equipo manual, las mismas que si se pueden encontrar y adquirirlos en el Distrito Metropolitano de Quito,

De igual manera, los equipos de computación con los que contará la empresa se los puede adquirir en dicho mercado.

2.1.1.6 Economías de Escala

¹³“El concepto de economías de escala tiene que ver con aprovechar la capacidad del mercado, para que en un ambiente de rendimientos decrecientes, al aumentar la producción, se llegue al nivel óptimo de producción, es decir, crecer hasta saturar el mercado y aprovechar la disminución relativa de costos al producir en volumen.”

Es decir para poder reducir costos, la fábrica deberá aprovechar su mayor capacidad productiva, por lo tanto de acuerdo a la capacidad de producción de la planta se determinará las economías de escala del proyecto.

¹² <http://www.gestiopolis.com/recursos/experto/catsexp/pagans/eco/no12/escalaaprendizaje.htm>

2.1.2 Capacidad de Producción:

2.1.2.1 Tamaño Óptimo

¹⁴“El tamaño de un proyecto es su capacidad instalada y se expresa en unidades de producción por año”

Para el presente estudio estaría preciso utilizar toda la capacidad instalada para la producción de uniformes y ropa de trabajo siempre y cuando se abra el mercado para las otras administraciones zonales del Distrito Metropolitano de Quito.

Debemos señalar que se iniciará con el 2% de la demanda insatisfecha, con el fin de demostrar la bondad de este proyecto

2.2 Localización del Proyecto

La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital u obtener el costo unitario mínimo.

El estudio de localización se refiere tanto a la macro localización como micro localización de la empresa, llegándose hasta la ubicación precisa del lugar de su ubicación,

Por esa razón es importante determinar de manera correcta el sitio donde se instalará la empresa.

2.2.1 Macro localización:

¹⁵“Su estudio consiste en definir la zona región, provincia, área geográfica en la que se debería localizar la unidad de producción la unidad de producción tratando de disminuir los costos totales de transporte.”

El proyecto se localizará en la Provincia de Pichincha Distrito Metropolitano de Quito, en el cual se analizará más a fondo el lugar exacto en donde se instalará la empresa de confección de uniformes corporativos y ropa de trabajo, en dicha ciudad existen varias empresas en las cuales los trabajadores por razones de

¹⁴ Gabriel Baca Urbina “Formulación y evaluación de proyectos”

¹⁵ Marco Caldas Molina, “Preparación y evaluación de proyectos”

seguridad, comodidad e imagen optan por utilizar uniformes adecuados para sus labores, al ser una ciudad con bastante movimiento comercial, hace que la misma constituya un lugar óptimo para ofrecer los uniformes y ropa de trabajo ya que existe una gran concentración de la población económicamente activa en la mencionada ciudad.

A continuación se presenta un mapa de la ubicación del Distrito Metropolitano de Quito, en la Provincia de Pichincha:



Existen algunas alternativas de donde se puede ubicar el proyecto y son las siguientes:

1. La primera alternativa de ubicación del proyecto es Cotocollao, la cual, posee de igual manera las siguientes características:

- **Región:** Sierra
- **Provincia:** Pichincha
- **Cantón:** Quito
- **Zona:** Norte

2. La segunda alternativa en donde es posible que se ubique el proyecto en Pusuquí, el lugar muestra las siguientes características:

- **Región:** Sierra

- **Provincia:** Pichincha
- **Cantón:** Pomasqui
- **Zona:** Norte

Cotocollao, es una parroquia que últimamente posee gran movimiento comercial, por la cantidad de habitantes del lugar, y por ser un sitio muy concurrido por varias personas, de igual manera que cabe mencionar que para los tres sitios existe disponibilidad de mano de obra.

2.2.1.1 Justificación

En el Distrito Metropolitano de Quito, existe una Población económicamente activa considerable, por lo que se establece que al existir un mayor número de personas que se encuentren trabajando, el mercado es más amplio en lo que se refiere al uso de ropa de trabajo.

El presente estudio está diseñado para la elaboración de uniformes y ropa de trabajo de las empresas, ubicadas en la zona Norte del Distrito Metropolitano de Quito; considerándole a este Distrito como un eje importantísimo de la provincia de Pichincha, en relación al desarrollo de los diferentes sectores de la producción.

2.2.2 Micro localización

La micro localización determina el emplazamiento definitivo del proyecto, partiendo de la región determinada en la macro localización,

El lugar donde se establecerá la planta es en el cantón Quito, parroquia Cotocollao por sus vías de fácil acceso y por se un sitio cercano al mercado al cual se pretende llegar.

2.3.2.1 CRITERIOS DE SELECCIÓN DE ALTERNATIVAS

- **Vías de Acceso, Transporte y Comunicaciones**

La parroquia de Cotocollao cuenta con un buen sistema de comunicación vial, y con buenas vías de acceso, donde estará situada la planta de la empresa, lo que facilitará la transportación del personal y de insumos necesarios para un adecuado desarrollo de las prendas de vestir.

Existe accesibilidad de transporte público para los diferentes lugares de la ciudad, lo cual corresponde un factor importante para poder contratar al personal, que no tenga disponibilidad de transporte propio.

La empresa dispondrá de tecnología en las telecomunicaciones, que incluye correo electrónico, Internet, máquina fax, y el servicio telefónico con la finalidad de atender a todas los requerimientos del mercado y de mantener una buena comunicación y relación con los clientes.

- **Cercanía a las Fuentes de Abastecimiento:**

La cercanía a las fuentes de materias primas, influye de igual manera en el costo del transporte.

La alternativa de ubicación del proyecto, se encuentra cercano a los lugares de abastecimiento de materia prima e insumos necesarios para la confección de los uniformes, ya que existen almacenes y de las fábricas de tela nacional en la zona norte del Distrito Metropolitano de Quito, por lo tanto se lo considera accesible y cercano el poder adquirir la materia prima, reduciendo de esta manera los costos.

- **Cercanía al Mercado:**

El proyecto se encuentra enfocado a la zona Norte del Distrito Metropolitano de Quito, por lo tanto se considera que las alternativas de ubicación se encuentran relativamente cerca al mismo.

- **Factores Ambientales:**

La zona en la que se ubicará el proyecto se encuentra dentro del clima de Quito, el cual es muy variable, sin embargo, este no afectará en ningún sentido con la confección de los uniformes ya que la planta de producción será cerrada y contará con aire acondicionado de igual manera, con el fin de que poder prevenir cualquier imprevisto que el clima produzca.

- **Disponibilidad de Servicios Básicos:**

Los servicios básicos que la empresa necesitará para que la confección de uniformes y ropa de trabajo se realice de forma eficiente son: la energía eléctrica, agua, servicio de recolección de basura y línea telefónica, servicios hospitalarios cercanos.

- **Auxilio Policial y Bomberos:**

Cotacollao por ser una zona muy concurrida cuenta con el servicio de la policía las 24 horas del día, ya que existen algunos retenes en la localidad, de igual manera los bomberos pueden acceder sin ningún tipo de problema a esta zona en caso de que exista cualquier emergencia, teniendo accesibilidad a las bombas de agua ubicadas en esta zona.

- **Recolección de Basura:**

La recolección de basura se la realiza todos los días lunes, miércoles y viernes, en la noche por lo que se estima no tener ningún tipo de problema respecto a los desechos que tengamos de la fábrica.

- **Posibilidad de Tratar Desechos:**

Durante el proceso de confección de los uniformes y ropa de trabajo, se obtendrán desechos como son los retazos de tela que no se utiliza, hilos, etc.; los cuales con el fin de deshacernos y de igual manera con el objetivo de ayudar a la comunidad, se donarán cada 6 meses a fundaciones benéficas que las necesiten.

➤ **Características Topográficas:**

El lugar es plano, en lo que cabe de la palabra, ofreciéndonos comodidad para el trabajo y el libre acceso al lugar, de igual manera cuenta con calle asfaltada y la respectiva señalización.

➤ **Mantenimiento:**

Por la maquinaria que utilizaremos será necesario que contemos con un personal altamente capacitado en el manejo de la misma, de igual forma se realizará a la misma un mantenimiento apropiado cada 6 meses para lograr un funcionamiento eficiente y por ende generar prendas de calidad que sean competitivos en el mercado.

2.2.3 Matriz Locacional

Para la determinación de la localización óptima se utilizará el método cualitativo por puntos, el mismo que consiste en asignar factores cuantitativos a una serie de factores que se consideran relevantes para la localización y permite realizar una comparación cuantitativa de diferentes sitios.

Para esto es necesario diseñar una matriz locacional para determinar el sitio óptimo donde se ejecutará el proyecto.

Para definir la matriz se procede de la siguiente manera:

- Desarrollar una lista de factores relevantes.
- Asignar un peso a cada factor para indicar su importancia relativa (los pesos deben sumar 1.00), y el peso asignado dependerá exclusivamente del criterio del investigador por su experiencia.
- Asignar una escala común a cada factor. El valor está comprendido entre 1 (bajo) y 10 (alto).

- Calificar a cada sitio potencial de acuerdo con la escala designada y multiplicar la calificación por el peso.
- Sumar la puntuación de cada sitio y elegir el de máxima puntuación.

CUADRO No.40

<p>MATRIZ LOCACIONAL</p> <p>MÉTODO DE IMPLANTACIÓN ÓPTIMA POR PUNTOS</p>
--

FACTOR RELEVANTE	PESO ASIGNADO	OPCIÓN A Cotocollao CALIFICACIÓN	CALIFICACIÓN PONDERADA	OPCIÓN B Pusuquí CALIFICACIÓN	CALIFICACIÓN PONDERADA
Vías de acceso transporte y comunicación	0.2	9	1.8	7	1.4
Disponibilidad de mano de obra	0.15	8	1.2	7	1.05
Cercanía a fuentes de abastecimiento	0.25	9	2.25	8	2
Infraestructura	0.1	7	0.7	8	0.8
Costo de arriendo	0.15	8	1.2	7	1.05
Servicios básicos	0.15	10	1.5	8	1.20
TOTAL	1		8.65		7.50

Fuente: Investigación de campo

Elaborador por Isadora Carrera v.

De acuerdo al análisis efectuado la opción A (Cotocollao) obtuvo la calificación más alta de 8.65 por lo que consideramos que es la más apropiada para la ubicación de la planta. La Dirección donde se encontrará ubicada es en:

Dirección: Av. Machala y Legarda

2.2.3.1 Selección de la Alternativa Óptima

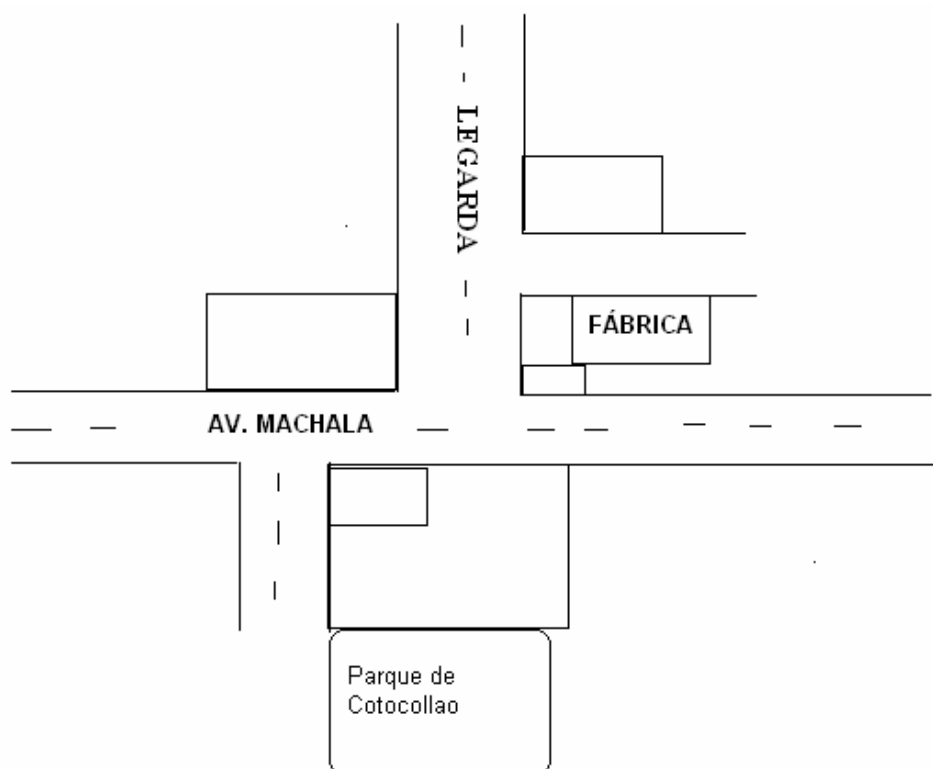
Para la selección de la opción óptima se ha tomado en cuenta las características relevantes de los lugares mencionados, como son:

- Los servicios básicos que se necesita para la confección de los uniformes son agua, luz, teléfono, servicios hospitalarios cercanos.
- Su vía de acceso es fácil para este lugar.
- Se encuentra cercano a las fuentes de abastecimiento.
- Por ser un lugar accesible y por encontrarse dentro de la ciudad, se tiene disponibilidad de mano de obra.
- El costo de arriendo será de \$200 mensuales el cual, de acuerdo a otros sitios escogidos es un valor racional que se encuentra al alcance de nuestros bolsillos.

2.2.3.2 Plano de la Microlocalización

En el siguiente plano se puede observar claramente el lugar en el cual se va a ubicar la planta de confección de los uniformes y ropa de trabajo:

Gráfico No. 12



Elaborador por Isadora Carrera v.

2.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

¹⁶“Se entiende por ingeniería del proyecto, la etapa dentro de la formulación de un proyecto de inversión donde se definen todos los recursos necesarios para llevar a cabo el proyecto.

En el desarrollo de un proyecto de inversión a la ingeniería le corresponde definir:

- Todas las máquinas y equipos necesarios para el funcionamiento del establecimiento productivo,
- Lugar de implantación del proyecto.
- Las actividades necesarias para el suministro de los insumos y de los productos.
- Los requerimientos de los recursos humanos.
- Las cantidades requeridas de insumos y productos.
- Diseñar el plano funcional y material de la planta productora.”

2.3.3 Proceso de Producción

¹⁷“El proceso de la producción tiene como objeto las operaciones físicas que hay que realizar para transformar las materias primas en productos.

La producción es el estudio de las técnicas de gestión empleadas para conseguir la mayor diferencia entre el valor agregado y el costo incorporado consecuencia de la transformación de recursos en productos finales.”

La empresa buscará obtener como productos finales los uniformes y ropa de trabajo, para los empleados de las empresas, los cuales serán el producto de un control exhaustivo desde el momento de la adquisición de la materia prima, hasta el momento de la entrega de los mismos.

¹⁶

http://fing.uncu.edu.ar/catedras/industrial/proyectos/archivos/proyecto/ingenieria_de_proyecto.pdf

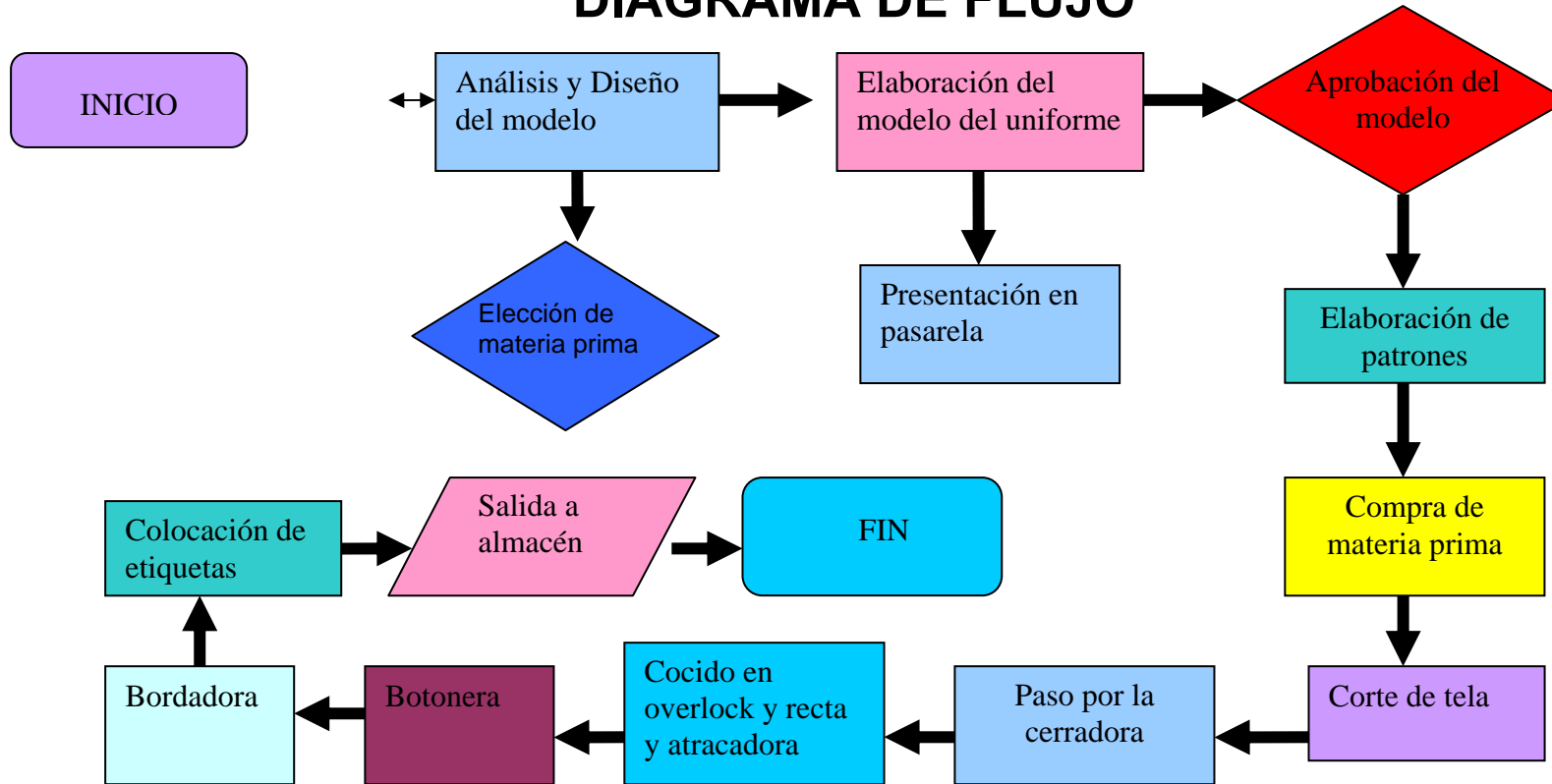
¹⁷ Carlos López

2.3.4 Diagrama de Flujo

El diagrama de flujo representa la forma más tradicional y duradera para especificar los detalles algorítmicos de un proceso. Se utiliza principalmente en programación, economía y procesos industriales; estos diagramas utilizan una serie de símbolos con significados especiales. Son la representación gráfica de los pasos de un proceso, que se realiza para entender mejor al mismo.

El siguiente diagrama de flujo del proceso de operación de la empresa demuestra de una manera resumida, la actividad desde el momento de que los asistentes de ventas se ponen en contacto con el cliente, hasta el momento de la entrega total de los uniformes y ropa de trabajo de acuerdo a la actividad, gustos y preferencias de los clientes:

DIAGRAMA DE FLUJO



2.3.1.2 Requerimiento de Mano de Obra

Para la confección de uniformes la mano de obra es un factor que no puede faltar ya que se trata de un trabajo manufacturero, y de igual forma no es suficiente el contar con tecnología de punta si no posee al personal de calidad que sepa manejar dicha maquinaria.

Por lo tanto para el proceso de producción es necesario contar con personas, las cuales se encontrarán directamente vinculadas con el proceso de confección, diseño y control de calidad y personas que se encuentran relacionadas con el proceso de ventas y comercialización.

- **Mano de Obra Directa:** De acuerdo a la maquinaria que se necesita para la planta de producción, el personal se encuentra distribuido de la siguiente manera:
 - ✓ Atracadora industrial: 1 persona
 - ✓ Botonera y bordadora: 1 persona
 - ✓ Máquina recta: 1 personas
 - ✓ Máquina Overlock: 1 personas
 - ✓ Máquina de 2 agujas: 1 persona
 - ✓ Aserradora de codo. 1 persona

- **Mano de Obra Indirecta:**
 - ✓ Gerente
 - ✓ 1 diseñador.
 - ✓ Asistente Administrativa
 - ✓ Contador
 - ✓ Jefe de producción

- ✓ Dos vendedores.
- ✓ Guardia

Cuadro No. 41

REQUERIMIENTO DE MANO DE OBRA

PERSONAL	CANTIDAD	SUELDO	TOTAL MENSUAL	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	12.15% APORTE PATRONAL	TOTAL ANUAL
Gerente	1	600	600	600	200	72.9	8,072.90
Diseñador	1	400	400	400	200	48.6	5,448.60
Asistente	1	260	260	260	200	31.59	3,611.59
Contador	1	250	225	225	200	27.3375	3,152.34
Jefe de producción	1	280	280	280	200	34.02	3,874.02
Vendedores	2	265	530	530	200	64.395	7,154.40
Operarios	6	250	1,500.00	1500	200	182.25	19,882.25
Guardia	1	225	225	225	200	27.3375	3,152.34
TOTAL	14	2,530.00	4,020.00	4,020.00	1,600.00	488.43	54,348.43

Elaborado por: Isadora Carrera v.

Para el pago de mano de obra directa es de \$ 1750.00 anuales, mientras que para el pago de mano de obra indirecta es de \$ 2. 2240.00.

2.3.1.3 Requerimiento de Maquinaria:

La maquinaria que se utilizará es la siguiente:

- 🚧 Una Atracadora Industrial: (Marca Siruba, PK522-42-XL o Juki)



Posee las siguientes características:

- La máquina alcanza una velocidad máxima de 2.500 rpm.
- Puede usar mayor variedad de hilados que las máquinas convencionales.
- Un área de costura que se puede usar para un mayor rango de aplicaciones.
- Panel de control completamente equipado y fácil de usar.
- Prensa intermedia que agarra con seguridad el material.
- Mayor altura del pié.
- El cabezal está diseñado para mejorar el funcionamiento.
- Se mejoraron las condiciones de respuesta, su baja vibración y reducción de ruido crean un ambiente de trabajo más cómodo.

 **Máquina de Dos Agujas: (Marca Siruba, T828-42-064 ML)**



Con las siguientes características:

- Con alimentador superior variable para eliminar torceduras o arrugas y empatar correctamente las dos piezas por coser.

- Asegura un funcionamiento sin problemas en costuras de alta velocidad, la relación diferencial del alimentador inferior puede ajustarse rápidamente con una palanca, la cantidad del alimentador superior también se puede ajustar hasta 5 mm usando un tornillo y la longitud del punto de costura puede ajustarse simplemente apretando un botón.
- Esta nueva serie asegura una alimentación más suave y obtiene una costura terminada sin torcer el material.
- Equipada también con un "pedal flotante", para poder ejercer la mínima presión sobre el pie.mfgl

Cerradora de Codo:(Marca Siruba)



Características:

- Estas máquinas con alimentación en el brazo son rápidas.
- Todos los modelos están equipados con un rollo de alimentación superior ancho (0,588 pulgadas, 14,9 mm) operado por un sistema de correa que usa la tecnología más moderna, con menos vibraciones y da como resultado costuras más planas y consistentes.

✚ Una Botonera Bordadora: Marca Juki o Siruba



Características:

- Corta hilos automático y sistema de lubricación automático, sensor giratorio de hilos y bobina, capacidad para guardar 99 diseños en memoria.

✚ Máquina Recta Industrial: (Marca Singer o Brother):



- Base plana: diseñada para apoyarse en cualquier superficie. Enhebrador automático de la aguja. Borda con bastidor. Cose telas elásticas y semi-elásticas.

✚ **Máquina Overlock: (Marca Siruba, 757-F5163)**



Características:

- Variedad de modelos de Costura
- Enhebrado simple.
- Regulador de ancho overlock y de puntadas, sistema sobre el overloop de seguridad.

✚ **Planchas:**



Cuadro No. 41

REQUERIMIENTO DE MAQUINARIA

DETALLE	CANTIDAD Unidades	COSTO UNITARIO \$	COSTO TOTAL \$
Atracadora Industrial (marca SIRUBA)	1	2,410.00	2,410.00
Máquina botonera industrial	1	1,600.00	1,600.00
máquina recta industrial (BROTHER)	1	640	640
Máquina cerradora de codo (marca SIRUBA)	1	3,320.00	5,000.00
Máquina overlock (marca SIRUBA)	1	1,322.00	1,322.00
Mesa de corte	1	200	200
planchas (HASHIMA)	2	380	760
Total maquinaria			11,932.00

Elaborado por: Isadora Carrera v.

ANEXO No. 5

2.3.1.4 Requerimientos de Insumos, Materia Prima, etc.:

Para la elaboración del requerimiento de materia prima es necesario realizar algunos cálculos, los cuales poseen como base la investigación de mercado realizada anteriormente.

En la Administración Zona Norte el 59% de los trabajadores son hombres, mientras que el 41% corresponde a mujeres, por lo tanto como ya se señaló anteriormente la empresa cubrirá el 2% de la demanda insatisfecha de 115, 983 personas, obteniendo como resultado la siguiente cobertura:

Cuadro No. 42

		Porcentaje trabajadores	Año 2008	Cobertura 2%
HOMBRES	1354	59%	68,999	1,380
MUJERES	922	41%	46,984	940
TOTAL	2276	100%	115,983	2,320

Elaborado por: Isadora Carrera

Fuente: Investigación de campo

De acuerdo a la pregunta No. 3 de la encuesta realizada, se logra determinar que el 89.23% de hombres y el 90.48 % de mujeres utilizan uniformes de trabajo para sus actividades en esta zona de Quito, por lo tanto existen 1, 231 hombres y 850 mujeres los cuales utilizan estas prendas de vestir.

Un punto imprescindible que hay que recordar es la cantidad de uniformes que a la semana utilizan los trabajadores por lo tanto, para una explicación más clara y concisa se presenta la siguiente tabla, con sus respectivos porcentajes del número de uniformes que utilizan las personas:

Cuadro No. 44

CANTIDAD DE UNIFORMES A LA SEMANA DE HOMBRE				
	1	2	3	5
	11.54%	65.38%	21.15%	1.92%
HOMBRES	142	805	260	24

Elaborado por: Isadora Carrera

Fuente: Investigación de Campo

El 32.3% de la población que trabaja en la Administración Zona Norte de Quito, utilizan como parte de sus uniformes de trabajo **mandiles**. Por lo tanto se han realizado los siguientes cálculos con el fin de determinar el número de

personas en la Zona Eugenio Espejo que utilizan mandil y el número total de mandiles al año:

Cuadro No. 45

			NÚMERO DE UNIFORMES A LA SEMANA		
MANDIL 32,3%					
Uniforme a la Semana	1	2	3	5	TOTAL MANDILES
Cantidad de Uniformes	46	520	252	38	857

Elaborado por: Isadora Carrera

Fuente: Investigación de Campo

En número de overoles corresponde al 30.8% de la población, por lo tanto el total de overoles al año 2008 es de 817, a continuación se encuentra un detalle del total de overoles, al año:

Cuadro No. 46

Uniforme a la Semana	1	2	3	5	TOTAL OVEROLES
Cantidad de Uniformes	44	496	241	36	817

Elaborado por: Isadora Carrera

Fuente: Investigación de Campo

Se entiende para la actividad de la empresa como ropa de trabajo a los ternos tanto de hombre como de mujer, siendo de esta manera que el total de ternos de hombre al año es de 1,795.

Cuadro No. 47

Uniforme a la Semana	1	2	3	5	TOTAL TERNOS
Cantidad de Uniformes	96	1,090	529	80	1,795

Elaborado por: Isadora Carrera

Fuente: Investigación de Campo

Mientras que para las mujeres un dato muy importante que hay que tomar en cuenta, es que para los respectivos cálculos de materia prima, es que existen

varia mujeres con preferencias diferentes como es el uso de terno con pantalón y con falda, por lo cual se presentan los siguientes cuadros de porcentajes:

Cuadro No. 48

UNIFORME CON PANTALON 76,90%

	1	2	3	5	TOTAL TERNOS
MUJERES	77	1,743	1,153	320	3,293

Elaborado por: Isadora Carrera

Fuente: Investigación de Campo

Cuadro No. 49

UNIFORMES CON FALDA 23,10%

	1	2	3	5	TOTAL TERNOS
MUJERES	23	523	346	96	989

Elaborado por: Isadora Carrera

Fuente: Investigación de Campo

Después de haber realizado un respectivo y necesario análisis se procederá a realizar el cálculo de requerimiento de insumos y materia prima tanto de overoles, mandiles y camisas.

REQUERIMIENTO DE MATERIA PRIMA E INSUMOS

Cuadro No. 50

TERNOS DE HOMBRE

MATERIA PRIMA E INSUMOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
MINI OXFORD	Metros	4,5	1,83	8,00
FORRO DE TERNO	Metros	3	0,95	2,85
DICKIES	Metros	1	1,92	1,92
FORRO DE BOLSILLO	Metros	0,8	1,13	0,90
BOTONES	Unidades	15	0,04	0,60
CIERRE	Centímetros	15	0,5	7,50
HILO	Metros	430	0,001	0,43
ETIQUETA	Unidades	1	0,8	0,80
HOMBRERAS	Unidades	2	0,8	1,60
OTROS MATERIALES				
TIZAS		0,02	0,45	0,01
EMBALAJE	Unidades	1	6	6,00
ARMADOR	Unidades	1	0,6	0,60
			VALOR TOTAL	31,21

Elaborado por: Isadora Carrera

Fuente: Investigación de Campo

Por lo tanto, el costo unitario de materia prima e insumos de ternos de hombre es de \$31.21.

Sin embargo anualmente, tomando en cuenta la tasa de crecimiento del 0.9% anual hasta el 2010 y del 0.8% a partir del 2011, por lo tanto:

Cuadro No. 51

AÑOS	Número de ternos	porcentaje de demanda	Valor total
tasa de crecimiento	0.90%	insatisfecha	
2,008	1,795	1.55%	56,034.96
2,009	1,811	1.55%	56,539.27
2,010	1,828	1.55%	57,048.12
tasa de crecimiento	0.80%		
2,011	1,842	1.55%	57,504.51
2,012	1,857	1.55%	57,964.55

Elaborado por: Isadora Carrera

Fuente: Investigación de Campo

Cuadro No. 52

TERNOS DE MUJER CON PANTALÓN

MATERIA PRIMA E INSUMOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
ARUBA	Metros	3,5	1,93	8,00
DICKIES	Metros	1	1,92	1,92
FORRO DE TERNO	Metros	3	0,95	2,85
FORRO DE BOLSILLO	Metros	0,5	1,13	0,57
BOTONES	Unidades	12	0,03	0,36
CIERRE	Centímetros	1	0,35	0,35
HILO	Metros	500	0,02	10,00
ETIQUETA	Unidades	1	0,8	0,80
HOMBRERAS	Unidades	2	0,8	1,60
OTROS MATERIALES				
TIZAS		0,02	0,45	0,01
EMBALAJE	Unidades	1	2	2,00
ARMADOR	Unidades	1	0,13	0,13
			VALOR TOTAL	28,58

Elaborado por: Isadora Carrera

Fuente: Investigación de Campo

CRECIMIENTO ANUAL:

Cuadro No. 53

AÑOS	Número de ternos	porcentaje de demanda	Valor total
tasa de crecimiento	0.90%	insatisfecha	
2,008	3,293	2.84%	94,127.35
2,009	3,323	2.84%	94,974.50
2,010	3,353	2.86%	95,829.27
tasa de crecimiento	0.80%		
2,011	3,379	2.84%	96,595.90
2,012	3,406	2.84%	97,368.67

Elaborado por: Isadora Carrera

Fuente: Investigación de Campo

TERNOS DE MUJER CON FALDA

Para los ternos de mujer con falda tenemos lo siguiente:

Cuadro No. 54

MATERIA PRIMA E INSUMOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
ARUBA	Metros	3	1,93	5,79
DICKIES	Metros	1	1,92	1,92
FORRO DE TERNO	Metros	2,8	0,95	2,66
FORRO DE BOLSILLO	Metros	0,5	1,13	0,57
BOTONES	Unidades	12	0,03	0,36
CIERRE	Centímetros	1	0,35	0,35
HILO	Metros	420	0,02	8,40
ETIQUETA	Unidades	1	0,8	0,80
HOMBRERAS	Unidades	2	0,8	1,60
OTROS MATERIALES				
TIZAS		0,02	0,45	0,01
EMBALAJE	Unidades	1	2	2,00
ARMADOR	Unidades	1	0,13	0,13
			VALOR TOTAL	24,58

Elaborado por: Isadora Carrera

Fuente: Investigación de Campo

Determinando por años:

Cuadro No. 55

AÑOS	Número de ternos	porcentaje de demanda	Valor total
tasa de crecimiento	0.90%	insatisfecha	
2,008	989	0.85%	24,313.58
2,009	998	0.85%	24,532.40
2,010	1,007	0.85%	24,753.19
tasa de crecimiento	0.80%		
2,011	1,015	0.85%	24,951.22
2,012	1,023	0.85%	25,150.83

Elaborado por: Isadora Carrera

Fuente: Investigación de Campo

OVEROLES

Cuadro No. 56

MATERIA PRIMA E INSUMOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
GABARDINA TORINO	Metros	2,5	2,63	6,58
FORRO DE BOLSILLO	Metros	0,9	1,13	1,02
BOTONES	Unidades	15	0,2	3,00
CIERRE	Unidades	1	0,6	0,60
HILO	Metros	600	0,001	0,60
TIZAS		0,02	0,45	0,01
ETIQUETA	Unidades	1	0,8	0,80
			VALOR TOTAL	12,60

Elaborado por: Isadora Carrera

Fuente: Investigación de Campo

Cuadro No. 57

AÑOS	Número de overoles	porcentaje de demanda	Valor total
tasa de crecimiento	0.90%	insatisfecha	
2,008	817	0.70%	10,291.78
2,009	824	0.70%	10,375.34
2,010	831	1.06%	10,458.35
tasa de crecimiento	0.80%		
2,011	837	0.70%	10,542.01
2,012	844	0.70%	10,626.35

Elaborado por: Isadora Carrera

Fuente: Investigación de Campo

Cuadro No. 58

MANDILES

MATERIA PRIMA E INSUMOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
COMANDO	Metros	2,63	2,63	6,92
FORRO DE BOLSILLO	Metros	0,08	1,13	0,09
BOTONES	Unidades	2	0,2	0,40
CIERRE	Unidades	2	0,6	1,20
HILO	Metros	300	0,001	0,30
TIZAS		0,02	0,45	0,01
ETIQUETA	Unidades	1	0,8	0,80
			VALOR TOTAL	9,72

Elaborado por: Isadora Carrera

Fuente: Investigación de Campo

La producción anual de los mandiles durante los cinco años, lo tenemos de la siguiente manera:

Cuadro No. 59

tasa de crecimiento	0.90%	insatisfecha	
2,008	857	0.74%	8,316.81
2,009	864	0.74%	8,391.66
2,010	872	0.74%	8,467.18
tasa de crecimiento	0.80%		
2,011	879	0.74%	8,534.92
2,012	886	0.74%	8,603.20

Elaborado por: Isadora Carrera

Fuente: Investigación de Campo

REQUERIMIENTO DE MATERIA PRIMA E INSUMOS

Cuadro No. 60

PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TERNOS PARA HOMBRE COSTO \$31,21	56,035	56,539	57,048	57,505	57,965
TERNOS PARA MUJER CON FALDA CON FALDA \$24,58	24,314	24,532	24,753	24,951	25,151
TERNOS PARA MUJER CON PANTALÓN \$28,58	94,127	94,974	95,829	96,596	97,369
OVEROLES COSTO \$12,60	10,292	10,375	10,458	10,542	10,626
MANDILES \$9,72	8,317	8,392	8,467	8,535	8,603
TOTAL	193,084	194,813	196,556	198,129	199,714

Elaborado por: Isadora Carrera

Fuente: Investigación de Campo

ANEXO No. 6

2.3.1.4 Estimación de las Inversiones

Inversiones en activos fijos son todas aquellas que se realizan en los bienes tangibles que se utilizarán en la transformación de los insumos o que sirvan de apoyo a la operación normal del proyecto

Las inversiones en activos fijos que la empresa ISATEX C.A necesitará para el desarrollo de sus actividades se detallan a continuación:

- **Costo de las Edificaciones e Infraestructura**

A las adecuaciones necesarias para que funcione la empresa, se ha asignado un rubro de \$1200,00. Que incluye además como un costo adicional se encuentra el valor por concepto de rótulos para el establecimiento, dicho valor se encuentra detallado en el siguiente cuadro:

Cuadro No. 61

<i>COSTO DE ADECUACIÓN DÓLARES</i>

RUBRO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Adecuaciones	1	1000,00	1000,00
Elaboración e Instalación de Rótulos	2	80,00	160,00
TOTAL			1,160.00

Elaborado por: Isadora Carrera

Fuente: Investigación de Campo

- **Costo de la Maquinaria y Equipos**

El costo de maquinaria y equipo incurrido en el presente proyecto asciende a \$ 11, 932.00 dólares y son los siguientes:

Cuadro No.62

<p>COSTO DE MAQUINARIA Y EQUIPO</p> <p>DÓLARES</p>
--

DETALLE	CANTIDAD Unidades	COSTO UNITARIO \$	COSTO TOTAL \$	AÑOS DE VIDA ÚTIL
Atracadora Industrial (marca SIRUBA)	1	2,410.00	2,410.00	10 años
Máquina botonera industrial	1	1,600.00	1,600.00	10 años
Máquina recta industrial (BROTHER)	1	640.00	640.00	10 años
Máquina cerradora de codo (marca SIRUBA)	1	3,320.00	5,000.00	10 años
Máquina overlock (marca SIRUBA)	1	1,322.00	1,322.00	10 años
Mesa de corte	1	200.00	200.00	10 años
Planchas (HASHIMA)	2	380.00	760.00	10 años
Total maquinaria			11,932.00	

Elaborado por: Isadora Carrera

Fuente: Investigación de Campo

- **Costo de Equipos de Computación.**

ISATEX C.A contará con equipos de computación, para llevar un control y seguimiento de clientes, y todo cuanto se refiere al movimiento de las operaciones de la empresa.

Cuadro No.63

<p><i>COSTO DE EQUIPOS DE COMPUTACIÓN</i></p> <p><i>DÓLARES</i></p>

DETALLE	CANTIDAD Unidades	COSTO UNITARIO \$	COSTO TOTAL \$	AÑOS DE VIDA ÚTIL
Computadores	5	700.00	3500.00	3 años
Impresoras y scanner	2	60.00	120.00	3 años
Total Equipo de computo			3620.00	

Elaborado por: Isadora Carrera

Fuente: Investigación de Campo

- **Costos de Equipos de Oficina**

Dentro de estos costos se encuentran un fax y 2 teléfonos, equipos que ascienden a un total de \$ 80,00 dólares.

Cuadro No.64

<i>COSTO DE EQUIPOS DE OFICINA</i> <i>DÓLARES</i>
--

DETALLE	CANTIDAD UNIDADES	COSTO UNITARIO (\$)	COSTO TOTAL (\$)	AÑOS DE VIDA ÚTIL
Fax	1	60.00	60.00	5 años
Teléfono	2	20.00	20.00	5 años
Total equipo de oficina			80.00	

Elaborado por: Isadora Carrera

Fuente: Investigación de Campo

- **Costo de los Muebles y Enseres**

El valor por la adquisición de muebles para las oficinas y demás enseres necesarios son de alrededor de \$ 977.32 dólares, en el que están incluidos escritorios, sillas, mesas, entre otros.

Cuadro No.65

COSTO DE MUEBLES Y ENSERES DÓLARES

DETALLE	CANTIDAD Unidades	COSTO UNITARIO \$	COSTO TOTAL \$	AÑOS DE VIDA ÚTIL
Silla	10	8.00	80.00	10 años
Sillón gerente	1	65.32	65.32	10 años
Escritorio	4	60.00	240.00	10 años
Archivador vertical de tres gavetas	2	130.25	260.50	10 años
Juego de reglas	8	8.95	71.60	10 años
Tijeras industriales	10	16.99	169.90	10 años
Total Muebles y Enceres			977.32	

Elaborado por: Isadora Carrera

Fuente: Investigación de Campo

- **Costo de los Vehículos**

Para el desarrollo de las actividades de la empresa se necesitará de un vehículo, que debe ser una camioneta que permita transportar los uniformes y materiales necesarios.

Cuadro No. 66

<i>COSTO DE VEHÍCULO</i> <i>DÓLARES</i>
--

DESCRIPCIÓN VEHÍCULO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Camioneta Chevrolet, cabina simple	1	8000.00	8000.00
TOTAL			8,000.00

Elaborado por: Isadora Carrera

Fuente: Investigación de Campo

Una vez determinado la inversión fija que se requiere para la implantación de la fábrica implantación, se ha realizado el presupuesto de dichos rubros, con el propósito de conocer a cuanto ascenderá la inversión fija total.

Cuadro No. 67

<i>PRESUPUESTO DE INVERSIÓN FIJA</i> <i>DÓLARES</i>
--

ACTIVO FIJO	VALOR TOTAL \$
MUEBLES Y ENSERES	977.32
EQUIPOS DE OFICINA	80.00
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	3620.00
MAQUINARIA	11,932.00
VEHÍCULO	8,000.00
CONSTRUCCIÓN E INSTALACIONES	1,160.00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	25,769.32

Elaborado por: Isadora Carrera

Fuente: Investigación de Campo

Inversiones en Activos Diferidos:

Las inversiones en activos diferidos son todas aquellas que se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha del proyecto.

- **Gastos de Constitución:** Estos gastos abarcan todo los rubros que se incurren al formalizar jurídicamente el proyecto, que incluyen escrituras, impuestos, derechos, honorarios, entre otros.
- **Patente Municipal:** este rubro es el pago trimestral de 20 dólares al ilustre municipio de la ciudad de Quito, para obtener la respectiva patente. Siendo así el pago anual de 80 dólares
- **Estudio de Factibilidad:** Este rubro comprende la inversión que se realiza para la creación de una empresa, y representa el costo de la realización del proyecto.

Cuadro No. 68

PRESUPUESTO DE INVERSIÓN EN ACTIVOS DIFERIDOS (DÓLARES)

ACTIVOS INTANGIBLES	VALOR TOTAL \$
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	1.200,00
PATENTE	80,00
DISEÑO DEL LOGOTIPO	40,00
PUBLICIDAD INICIAL	850,00
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	800,00
TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES	2.970,00

Elaborado por: Isadora Carrera

Fuente: Investigación de Campo

¹⁸“El término capital de trabajo se originó como tal en una época en que la mayor parte de las industrias estaba estrechamente ligadas con la agricultura; los procesadores compraban las cosechas en otoño, las procesaban, vendían el producto terminado y finalizaban antes de la siguiente cosecha con inventarios relativamente bajos. Se usaban préstamos bancarios con vencimientos máximos de un año para financiar tanto el costo de la compra de materia prima como los del procesamiento, y estos préstamos se retiraban con los fondos provenientes de la venta de los nuevos productos terminados.

El capital de trabajo es la inversión de una empresa en activos a corto plazo (efectivo, valores negociables, cuentas por cobrar e inventarios). El capital de trabajo neto se define como los activos circulantes menos los pasivos circulantes; estos últimos incluyen préstamos bancarios, papel comercial y salarios e impuestos acumulados. Siempre que los activos superen a los pasivos, la empresa tendrá capital neto de trabajo, casi todas las compañías actúan con un monto de capital neto de trabajo, el cual depende en gran medida del tipo de industria a la que pertenezca; las empresas con flujo de efectivo predecibles, como los servicios eléctricos, pueden operar con un capital neto de trabajo negativo, si bien la mayoría de las empresas deben mantener niveles positivos de este tipo de capital.

La administración del capital de trabajo, es importante por varias razones ya que los activos circulantes de una empresa típica industrial representan más de la mitad de sus activos totales. En el caso de una empresa distribuidora representan aún más. Para que una empresa opere con eficiencia es necesario supervisar y controlar con cuidado las cuentas por cobrar y los inventarios. Para una empresa de rápido crecimiento, esto es muy importante debido a la que la inversión en estos activos puede fácilmente quedar fuera de control. Niveles excesivos de activos circulantes pueden propiciar que la empresa obtenga un rendimiento por debajo del estándar sobre la inversión. Sin embargo las empresas con niveles bajos de activos circulantes pueden incurrir en déficit y dificultades para mantener operaciones estables.”

¹⁸ <http://riie.com.ar/?a=32009>

Cuadro No. 69

CAPITAL DE TRABAJO

PRESUPUESTO DEL CAPITAL DE TRABAJO	
CONCEPTO	30 DÍAS
Sueldos y salarios	4,529.04
Materia prima y materiales	16,090.37
Arriendo	300.00
Servicios básicos	420.00
Uniformes	400.00
suministros de limpieza	20.00
Utiles de oficina	25.00
Combustibles	50.00
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	21,834.41

Elaborado por: Isadora Carrera

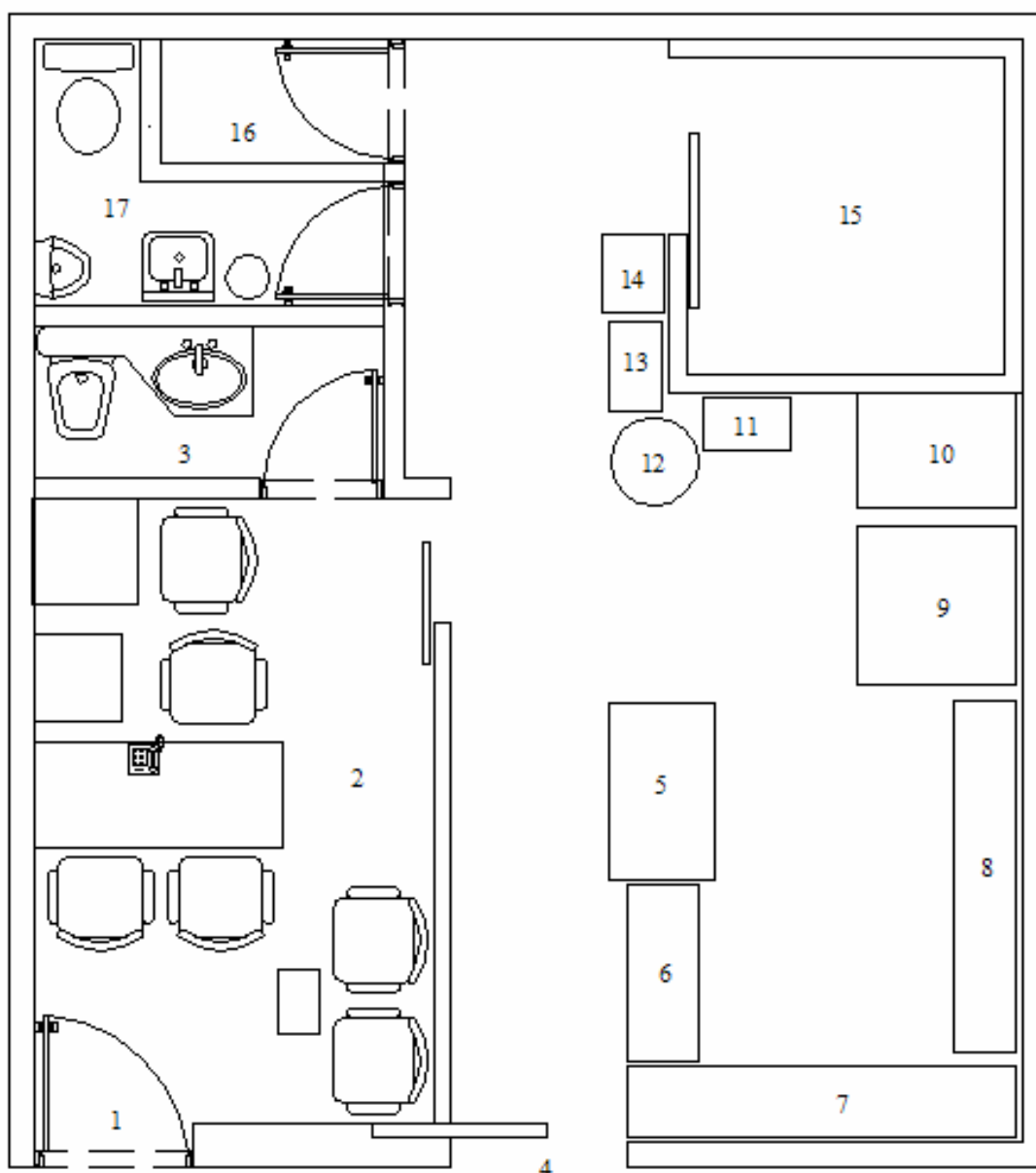
Fuente: Investigación de Campo

Por lo tanto el capital necesario para que la empresa pueda realizar sus actividades mensualmente es de \$ 21,834.41.

2.3.2- Distribución de la Planta de la Maquinaria y Equipo

Para que la planta pueda funcionar adecuadamente y su tamaño se encuentre des acuerdo al espacio requerido para la maquinaria, oficina y bodega es de 300 metros, por lo que se puede decir que la distribución de la planta es de la siguiente manera:

Grafico No. 13



Distribución:

1. Oficina administrativa
2. Área de ventas
3. Baño del almacén

4. Acceso a la sala de procesos.
5. Mesa de corte
6. Atracadora industrial
7. máquina recta
8. Máquina overlock
9. Máquina de dos agujas
10. Cerradora de codo
11. Plancha automática
12. Lugar de almacenamiento y control de calidad
13. Baño y vestidor de operarios

2.3.3. Calendario de Ejecución del Proyecto

Las actividades del proyecto se encuentran distribuidas de acuerdo al siguiente calendario de ejecución

No.	ACTIVIDADES	SEIS MESES	Meses																
			7				8				9				10				
			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1	Elaboración del proyecto																		
2	Trámites legales																		
3	Trámites bancarios																		
4	Contacto con proveedores																		
5	Préstamo bancario																		
6	Compra de maquinaria y equipo																		
7	Instalación de la planta de confección																		
8	Selección del personal																		
9	Capacitación																		
10	Pruebas																		
11	Inicio actividades																		

2.4 Aspectos Ambientales

Todo proyecto debe tomar en cuenta los aspectos ambientales y el impacto que la actividad de producción pueda ocasionar en el mismo, con el fin de no perjudicar en ningún sentido al medio ambiente, por lo tanto se deben tomar en cuenta ciertas precauciones, que a la final nos favorecen a todas las personas, sin embargo cabe recalcar que la empresa no se dedica a la producción de la materia prima que se utilizará, por lo tanto no se realizarán procesos, químicos que puedan contaminar de alguna manera.

2.4.1.- legislación Vigente:

Con el fin de asegurar un adecuado control de la contaminación en la ciudad de Quito, y así garantizar la calidad de vida de los habitantes con base en el cumplimiento de las normas vigentes, el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito promulgó la Ordenanza Sustitutiva del Título V, “Del Medio Ambiente”, Libro II del Código Municipal, publicada en el Registro Oficial No. 78 del 9 de agosto de 2005.

Esta Ordenanza está dirigida a toda persona domiciliada o de tránsito en el Distrito Metropolitano de Quito, quienes tienen la responsabilidad y obligación de conservar limpios los espacios públicos y vías públicas.

¹⁹“ORDENANZA 146 SUSTITUTIVA DEL TÍTULO V “DEL MEDIO AMBIENTE”, LIBRO SEGUNDO, DEL CÓDIGO MUNICIPAL DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Se adjunta como ANEXO No. 6

2.4.2 Identificación y Descripción de los Impactos Potenciales.

La actividad de la empresa al no producir las telas e insumos que se utilizan, no posee un grado alto de impacto ambiental. Sin embargo existen posibles impactos ambientales para el proyecto:

- Propagación de un incendio.
- Inundaciones que puedan dañar la materia prima, insumos y prendas almacenados.
- Sismos o terremotos.
- Acumulación de basura por falta de servicio de recolección del Municipio.

¹⁹ Municipio de Quito del Distrito Metropolitano de Quito

- Apagones eléctricos.

2.4.1 Medidas de Mitigación

Las medidas de mitigación ayudarán a reducir la vulnerabilidad de la empresa en frente de dichos daños potenciales a los cuales la empresa se encuentra expuesta.

- Para evitar los incendios, se contará con alarma detector de fuego en toda la planta de confección ya que al trabajar con tela como materia prima, esta puede provocar que el fuego se propague de una manera rápida ocasionando muchos daños, de igual manera se realizarán simulacros con todos los trabajadores con el fin de que se encuentren preparados para cualquier situación o caso de emergencia de incendios que pueda existir.
- Para contrarrestar que la planta y la bodega se inunden ocasionando daños materiales, se realizará un mantenimiento anual del techo con el fin de evitar las goteras. De igual manera la materia prima y las prendas confeccionadas se almacenarán en perchas altas con el fin, de que no tengan contacto directo con el suelo y se mojen en caso de inundación.
- En caso de que ocurra un sismo o un terremoto se contará con vías de acceso y salidas de emergencia de la planta, de igual manera se realizarán los simulacros correspondientes.
- En caso de existir daños en el servicio de alcantarillado, o agua potable, se contará con tanques de almacenamiento para evitar que esto pueda afectar.
- Con el fin de que los apagones eléctricos no paren la producción, se elaborarán planes en los cuales se elaboren de una manera manual los uniformes, a pesar de que no se realizará en el mismo volumen.

CAPÍTULO III

LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN

3.1 LA EMPRESA

²⁰“La **empresa** es una organización social que utiliza una gran variedad de recursos para alcanzar determinados objetivos”.

Explicando este concepto, el autor menciona que la empresa ²¹“es una organización social por ser una asociación de personas para la explotación de un negocio y que tiene por fin un determinado objetivo, que puede ser el lucro o la atención de una necesidad social. “

La empresa buscará el cumplimiento de los objetivos y la satisfacción de las necesidades de las personas que trabajan en la Administración Zona Norte del Distrito Metropolitano de Quito, en cuanto a su vestimenta de trabajo.

3.1.1 Nombre o Razón Social

El nombre con el que se espera que las personas lleguen a conocer a la empresa será **“ISATEX C.A ”**, de modo que se identifique en el mercado como una empresa que se dedica a la confección de uniformes y ropa de trabajo de clase, con diseños novedosos.

El eslogan con que la empresa trabajará será:

“SIENTE EL PLACER DE VESTIR AL TRABAJAR”

²⁰ Idalberto Chiavenato, autor del libro *"Iniciación a la Organización y Técnica Comercial"*

²¹ Idalberto Chiavenato

Mientras que el logo es el siguiente:



3.1.2.- Titularidad de la Propiedad de la Empresa:

La Empresa se formará con personería jurídica. El Código Civil Ecuatoriano señala que una persona jurídica es una persona ficticia, capaz de ejercer derechos y contraer obligaciones civiles, y de ser representada judicial y extrajudicialmente.

²²“Una sociedad o compañía es un contrato en que dos o más personas estipulan poner algo en común, con el fin de dividir entre sí los beneficios que de ellos provengan. Esta sociedad forma una persona jurídica, distinta de los socios individualmente considerados.

Cuando dos o más personas deciden emprender en operaciones mercantiles, podrán celebrar un contrato y constituir una de las clases de compañías previstas en la Ley de Compañías. Para lo cual deben realizar la escritura de constitución, aprobada por parte de la Superintendencia de Compañías, inscripción en el Registro Mercantil y publicación por la prensa de un extracto de la escritura.”

Se distinguen cinco clases de compañías de comercio:

²² Superintendencia de Compañías

1. Compañía en nombre colectivo
2. Compañía en comandita simple y dividida por acciones
3. Compañía de responsabilidad limitada
4. Compañía anónima
5. Compañía de economía mixta

La Empresa productora y comercializadora de uniformes y ropa de trabajo, ha de constituirse como una Compañía anónima ya que es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones. La denominación de esta compañía debe contener la indicación de “compañía anónima” o las correspondientes siglas.

“ISATEX C.A.” se constituirá mediante escritura pública previo mandato de la Superintendencia de Compañías será inscrita en el Registro Mercantil.

Ninguna sociedad anónima podrá constituirse de manera definitiva sin que se halle suscrito totalmente su capital y pagado en una cuarta parte por lo menos. Para que pueda celebrarse la escritura pública de constitución definitiva, será requisito haberse depositado la parte pagada del capital social en una institución bancaria.

La escritura de fundación de la compañía contendrá:

- ✓ El lugar y fecha en que se celebre el contrato;
- ✓ El nombre, nacionalidad y domicilio de las personas naturales o jurídicas que constituyan la compañía y su voluntad de fundarla;
- ✓ El objeto social, debidamente concretado;
- ✓ Su denominación y duración;
- ✓ El importe del capital social, con la expresión del número de acciones en que estuviere dividido, el valor nominal de las mismas, su clase, así como el nombre y nacionalidad de los suscriptores del capital;

- ✓ La indicación de lo que cada socio suscribe y paga en dinero o en otros bienes; el valor atribuido a éstos y la parte de capital no pagado;
- ✓ El domicilio de la compañía;
- ✓ La forma de administración y las facultades de los administradores;
- ✓ La forma y las épocas de convocar a las juntas generales;
- ✓ La forma de designación de los administradores y la clara enunciación de los funcionarios que tengan la representación legal de la compañía;
- ✓ Las normas del reparto de utilidades;
- ✓ La determinación de los casos en que la compañía haya de disolverse anticipadamente; y;
- ✓ La forma de proceder a la designación de liquidaciones.

La empresa se encontrará formada por 4 socios los cuales aportarán con el 60% de la inversión inicial.

Se adjunta como ANEXO No. 7, Ley de la Superintendencia de Compañías

3.1.3.- Tipo de Empresa (sector, actividad)

Para que ISATEX C.A pueda funcionar en el mercado es necesario que se registre en la superintendencia de compañías.

Se constituirá como una compañía anónima, ya que se ajusta a lo dispuesto por la ley.

A continuación se presenta los puntos que dispone la ley para la constitución de una compañía anónima:

- La compañía deberá constituirse con dos o más accionistas, no podrá subsistir con un solo accionista.
- La compañía no tiene en el nombre o razón social o por objeto la actividad de consultoría.
- El capital suscrito mínimo de la compañía deberá ser de \$800.00. El capital deberá subscribirse íntegramente y pagarse en al menos un 25%

del valor nominal de cada acción. Dicho capital puede integrarse en numerario o en especies e intangibles, siempre que en cualquier caso correspondan al género de la actividad de la compañía

- Ya que por el momento existen tres accionistas para la empresa.
- El capital destinado para la implantación de la empresa es superior a los \$800.00.

La actividad de la empresa se encuentra en el sector manufacturero de confección de prendas de vestir.

3.2.- Base Filosófica de la Empresa

3.2.1. Visión

La visión de una empresa, representa la forma en la cual se pretende ver en el futuro, por lo tanto la visión de ISATEX C.A para el 2013, es:

VISIÓN 2013

Ser reconocidos como la mejor empresa en confección y comercialización de uniformes y ropa de trabajo, en el mercado nacional I que nos exige la mejor calidad total y servicio, con un mejoramiento continuo en los procesos de la empresa y la vida de sus colaboradores.

3.2.2 Misión

La misión es un importante elemento de la planificación estratégica porque es a partir de ésta que se formulan objetivos detallados que son los que guiarán a la empresa u organización

²³ "La **misión** o propósito es el conjunto de razones fundamentales de la existencia de la compañía. Contesta a la pregunta de porqué existe la compañía"

Por lo que la misión de ISATEX C.A es la siguiente:

MISIÓN

Confeccionar uniformes y ropa de trabajo diseñados de acuerdo a las actividades y necesidades de cada persona, que brinden seguridad, protección, comodidad y buena imagen, elaborados exclusivamente con materia prima nacional de calidad para los trabajadores de Administración Zona Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

3.2.3 Estrategia Empresarial

La estrategia corporativa es de gran importancia para cualquier empresa, pequeña o grande. En las grandes empresas, suelen ser los altos niveles gerenciales quienes se ocupan del tema estratégico; sin embargo, a medida que un individuo asciende en la escala, tiene que ir pensando cada día más en forma estratégica.

Se puede mencionar una definición de estrategia empresarial: ²⁴“Es la búsqueda deliberada por un plan de acción que desarrolle la ventaja competitiva de un negocio, y la multiplique”.

Muchas de las definiciones modernas hacen énfasis en la necesidad de una empresa de tener una ventaja competitiva, que la distinga de las demás. Según Michael Porter, la estrategia competitiva trata sobre “Ser diferente. Es decir, seleccionar una serie de actividades distinta a las que otros han seleccionado, para ofrecer una mezcla única de valor”.

²³ Emilio Díez de Castro, Julio García, Francisca Martín y Rafael Periañez, autores del libro «Administración y Dirección

²⁴ Bruce Henderson

Para la confección de uniformes y ropa de trabajo se contará con diseñadores que se preocupen de todas y cada una de las necesidades de los trabajadores de todo tipo de empresa, ofreciendo un producto personalizado, mediante la utilización de materia prima nacional de calidad que existe en el mercado, enfocándonos a los trabajadores de la Administración zona Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

3.2.4.- Objetivos Estratégicos

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	DEFINICIÓN
SATISFACCIÓN DEL USUARIO:	Lograr un usuario satisfecho y conforme con el uniforme y ropa de trabajo que se le confecciona.
SATISFACCIÓN DEL PERSONAL:	Contar con un personal motivado, implicado, reconocido y que se sienta parte de ISATEX C.A
EQUILIBRIO ECONÓMICO	Lograr los objetivos marcados maximizando la obtención de recursos económicos y minimizando el gasto.
MATERIA PRIMA E INSUMOS	Utilizar exclusivamente materia prima e insumos nacionales de calidad, elaborados por las mejores empresas textileras del país.

3.2.5 Principios y Valores

Los principios y valores de las personas son aspecto fundamental que la empresa debe tomar en cuenta, ya que de ello dependerá su comportamiento humano en el diario convivir, por lo tanto se puede decir que los principios y valores que deben sobresalir son:

Profesionalismo y amplia experiencia.- los ejecutivos de la empresa tienen una larga trayectoria y son especialistas en la rama textil.

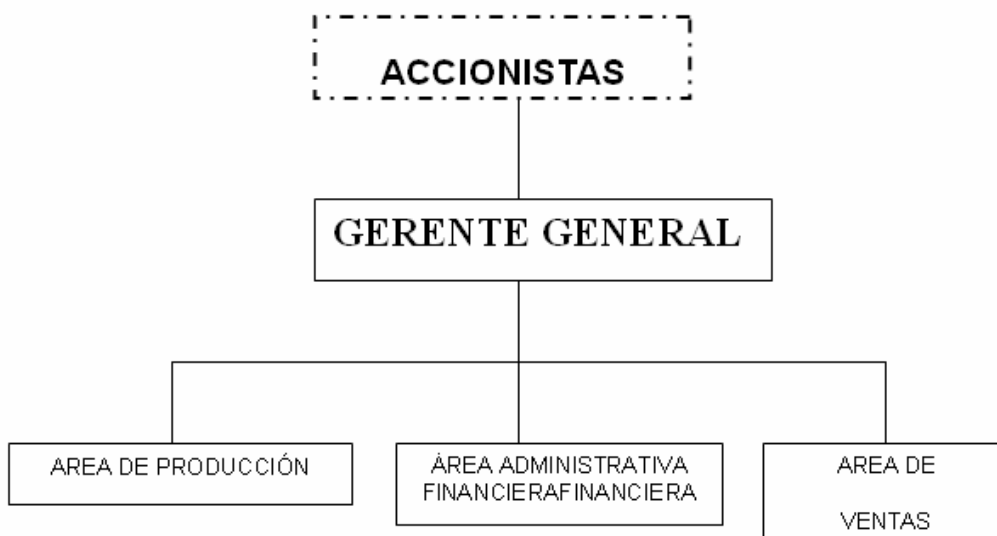
La capacitación permanente.- les garantiza la constante actualización y conocimiento de las últimas tendencias.

Integridad y Honestidad.- son características fundamentales de la empresa frente a sus clientes lo que les asegura su fidelidad.

3.3.- Organización Administrativa

3.3.1.- Organigrama Estructural

Se puede definir de una manera resumida el concepto de organigrama de la siguiente forma: Es un cuadro sintético que indica los aspectos importantes de una estructura de organización, incluyendo las principales funciones y sus relaciones, los canales de supervisión y la autoridad relativa de cada empleado encargado de su función respectiva.



3.3.2.- Descripción de Funciones

Las funciones del personal de la empresa, son muy importantes ya que de su desarrollo y participación dependerá el cumplimiento de los objetivos de la misma.

◆ **Accionistas:**

Funciones

- _ Evaluar el desempeño de la empresa de acuerdo a sus estados financieros trimestralmente.
 - Tomar decisiones

ÁREA ADMINISTRATIVA FINANCIERA

● **Gerente:**

Funciones

- supervisar y dirigir a todo el personal de la planta
- actuará como Representante legal de ISATEX C.A.
- Presentar informes mensuales del desenvolvimiento de la empresa a la junta de accionistas.
- Autorización de compra de materia prima y ejecución de pedidos.

● **Asistente:**

Funciones:

- Recepción y envío por cualquier medio de mensajería de documentos de la planta.
- Contestación de llamadas.
- Elaboración de informes mensuales de las cuentas de los clientes.
- Actualización de datos de clientes.
- Archivo

- **Contador:**

Funciones:

- Registro de ingresos y egresos diarios de la empresa.
- Pago puntuales de impuestos de la empresa.
- Presentación de informes y balances contables del a empresa a la gerencia.

ÁREA DE PRODUCCIÓN

- **Diseñador:**

Funciones

- Creará los modelos correspondientes de los uniformes.
- Innovación de modelos.
- Diseños computarizados.
- Estudio de nuevas tendencias en el mercado.

- **Supervisor de planta:**

Funciones:

- Supervisar la producción
- control de calidad de la materia prima y de productos terminados
- Evaluación mensual de operarios.

- **Operarios:**

- Corte de la tela.
- Coser de acuerdo a diseños.
- Implantar acabados como son botones, etiquetas, cierres, etc. De los uniformes.
- Empaque.

ÁREA DE VENTAS

- **Vendedores:**

Funciones:

- Contacto con los clientes.
- Presentación de catálogos de modelos a los clientes.

CAPÍTULO IV

ESTUDIO FINANCIERO

4.1 PRESUPUESTOS

²⁵“Es un plan de acción dirigido a cumplir una meta prevista, expresada en valores y términos financieros que, debe cumplirse en determinado tiempo y bajo ciertas condiciones previstas, este concepto se aplica a cada centro de responsabilidad de la organización.”

Comprende todo el cuadro de renovación de maquina y equipo que se han depreciado por su uso constante y los medios intangibles orientados a proteger las inversiones realizadas, ya sea por altos costos o por razones que permitan asegurar el proceso productivo y ampliar la cobertura de otros mercados.

4.1.1.- Presupuestos de inversión

Se puede decir que el presupuesto de inversión comprende todo el cuadro de renovación de máquina y equipo que se han depreciado por su uso constante y los medios intangibles orientados a proteger las inversiones realizadas, ya sea por altos costos o por razones que permitan asegurar el proceso productivo.

El poder contar con un presupuesto en el proyecto ayudará a controlar los gastos incurridos en el mismo, también se puede decir que el presupuesto garantizará de alguna forma que se adopten las medidas necesarias para que ISATEX C.A. pueda cumplir sus objetivos.

²⁵ Enfoque Moderno de Planeación y Control de Recursos. Mc Graw Hill

CUADRO No. 70

PRESUPUESTO DE INVERSIÓN			
DETALLE	VALOR	SUBTOTAL	TOTAL
MUEBLES Y ENSERES	977		
EQUIPOS DE OFICINA	80		
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	3,620		
MAQUINARIA	11,932		
VEHÍCULO	8,000		
CONSTRUCCIÓN E INSTALACIONES	1,160		
TOTAL ACTIVOS FIJOS		25,769	
GASTO DE CONSTITUCIÓN	1,200		
PATENTE	80		
DISEÑO LOGOTIPO	40		
PUBLICIDAD INICIAL	850		
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	800		
TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES		2,970	
TOTAL ACTIVOS			28,739
CAPITAL DE TRABAJO		21,834	
TOTAL INVERSIONES			50,574

Elaborado por: Isadora Carrera V.

4.1.1.1.- Activos Fijos

Los activos fijos son todos aquellos bienes de propiedad de la empresa cuya actividad se encuentra vinculada a la producción y distribución de los uniformes y ropa de trabajo que ofrecerá la empresa.

Por lo tanto para que la empresa pueda realizar sus actividades diarias es necesario contar con el siguiente presupuesto de inversiones en activos fijos.

CUADRO No. 71

PRESUPUESTO DE ACTIVOS FIJOS				
DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL	AÑOS DE VIDA ÚTIL
1) MAQUINARIA Y EQUIPO				
Atracadora Industrial (marca SIRUBA)	1	2,410.00	2,410.00	10 años
Máquina botonera industrial	1	1,600.00	1,600.00	10 años
máquina recta industrial (BROTHER)	1	640.00	640.00	10 años
Máquina cerradora de codo (marca SIRUBA)	1	3,320.00	5,000.00	10 años
Máquina overlock (marca SIRUBA)	1	1,322.00	1,322.00	10 años
Mesa de corte	1	200.00	200.00	10 años
planchas (HASHIMA)	2	380.00	760.00	10 años
Total maquinaria y equipo			11,932	
2) MUEBLES Y ENSERES				
Silla	10	8	80	10 años
Sillón gerente	1	65	65.32	10 años
Escritorio	4	60.00	240	10 años
Archivador vertical de tres gavetas	2	130	261	10 años
Juego de reglas	8	9	72	10 años
Tijeras industriales	10	17	170	10 años
total muebles y enseres			977	
3) EQUIPO DE OFICINA				
Fax	1	60.00	60.00	5 años
Teléfono	2	20.00	20.00	5 años
Total equipo de oficina			80.00	
4) EQUIPO DE COMPUTACIÓN				
Computadores	5	700.00	3500.00	3 años
Impresoras y scanner	2	60.00	120.00	3 años
Total Equipo de computo			3620.00	
5) VEHÍCULO				
Camioneta Chevrolet, cabina simple	1	8000.00	8000.00	5 años
Total vehículo			8,000.00	
6) CONSTRUCCIÓN E INSTALACIONES				
Construcción e instalaciones		1,160	1,160	20 años
TOTAL ACTIVOS FIJOS			25,769	

Elaborado por: Isadora Carrera V.

Sin embargo los activos fijos de la empresa se encuentran sujetos a depreciarse a través del tiempo, por lo tanto podemos mencionar que la depreciación es un reconocimiento racional y sistemático del costo de los bienes, distribuido durante su vida útil estimada, con el fin de obtener los recursos necesarios para la reposición de los bienes, de manera que se conserve la capacidad operativa o productiva de la empresa.

El método de depreciación que se va a utilizar es el método de línea recta, en el cual; ²⁶En el método de depreciación en línea recta se supone que el activo se desgasta por igual durante cada periodo contable. Este método se usa con frecuencia por ser sencillo y fácil de calcular. “EL método de la línea recta se basa en el número de años de vida útil del activo, de acuerdo con la fórmula:

Costo – valor de desecho	=	monto de la depreciación para cada año de vida del activo o gasto de depreciación anual
Años de vida útil		

Hay que tomar en cuenta que para el cálculo del valor de desecho se lo realiza en base a los porcentajes de a la siguiente tabla, dependiendo el activo fijo del cual se trate:

CUADRO No. 72

CONCEPTO	Anual	Años
inmuebles (excepto terreno),	5%	20
Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles	10%	10
vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil	20%	5
equipos de computación y software	33%	3

²⁶ Richard T. Arlen.

De tal manera que el cálculo de la depreciación de los activos fijos de ISATEX C.A. se ve reflejado de la siguiente manera:

CUADRO No. 73

CÁLCULO DE LA DEPRECIACIÓN DEL ACTIVO FIJO							
DETALLE	VIDA ÚTIL	VALOR COMPRA	AÑOS				
			1	2	3	4	5
1) MAQUINARIA Y EQUIPO							
Atracadora Industrial (marca SIRUBA)	10 años	2,410.00	217	217	217	217	217
Máquina botonera industrial	10 años	1,600.00	144	144	144	144	144
máquina recta industrial (BROTHER)	10 años	640.00	58	58	58	58	58
Máquina cerradora de codo (marca SIRUBA)	10 años	5,000.00	450	450	450	450	450
Máquina overlock (marca SIRUBA)	10 años	1,322.00	119	119	119	119	119
Mesa de corte	10 años	200.00	18	18	18	18	18
planchas (HASHIMA)	10 años	760.00	68	68	68	68	68
2) MUEBLES Y ENSERES							
Silla	10 años	80	7	7	7	7	7
Sillón gerente	10 años	65.32	6	6	6	6	6
Escritorio	10 años	240	22	22	22	22	22
Archivador vertical de tres gavetas	10 años	261	23	23	23	23	23
Juego de reglas	10 años	72	6	6	6	6	6
Tijeras industriales	10 años	170	153	153	153	153	153
3) EQUIPO DE OFICINA							
Fax	5 años	60.00	5	5	5	5	5
Teléfono	5 años	20.00	2	2	2	2	2
4) EQUIPO DE COMPUTACIÓN							
Computadores	3 años	3500.00	782	782	782	0	0
Impresoras y scanner	3 años	120.00	27	27	27	0	0
5) VEHÍCULO							
Camioneta Chevrolet, cabina simple	5 años	8000.00	1,280	1,280	1,280	1,280	1,280
6) CONSTRUCCIÓN E INSTALACIONES							
Construcción e instalaciones	20 años	1,160	52	52	52	52	52
TOTAL DEPRECIACIONES			3,439	3,439	3,439	2,631	2,631

Elaborado por: Isadora Carrera V.

Los activos fijos de la empresa se encuentran sujetos a cualquier daño imprevisto que pueda ocurrir, razón por la cual se debe aprovisionar el 10% para maquinaria, mientras que el 1% para muebles y otras inversiones, así

como también el 2% para equipo de oficina y computación, para realizar su mantenimiento y no tener este tipo de problemas, por lo tanto:

CUADRO No. 74

CÁLCULO DE MANTENIMIENTO DE ACTIVOS							
DETALLE	PORCENTAJE	VALOR COMPRA	AÑOS				
			1	2	3	4	5
DETALLE							
1) MAQUINARIA Y EQUIPO							
Atracadora Industrial (marca SIRUBA)	10%	2,410.00	241	241	241	241	241
Máquina botonera industrial	10%	1,600.00	160	160	160	160	160
máquina recta industrial (BROTHER)	10%	640.00	64	64	64	64	64
Máquina cerradora de codo (marca SIRUBA)	10%	5,000.00	500	500	500	500	500
Máquina overlock (marca SIRUBA)	10%	1,322.00	132	132	132	132	132
Mesa de corte	10%	200.00	20	20	20	20	20
planchas (HASHIMA)	10%	760.00	76	76	76	76	76
2) MUEBLES Y ENSERES							
Silla	1%	80	2	2	2	2	2
Sillón gerente	1%	65.32	1	1	1	1	1
Escritorio	1%	240	2	2	2	2	2
Archivador vertical de tres gavetas	1%	261	3	3	3	3	3
Juego de reglas	1%	72	1	1	1	1	1
Tijeras industriales	1%	170	2	2	2	2	2
3) EQUIPO DE OFICINA							
Fax	2%	60.00	1	1	1	1	1
Teléfono	2%	20.00	0	0	0	0	0
4) EQUIPO DE COMPUTACIÓN							
Computadores	2%	3,500	35	35	35	0	0
Impresoras y scanner	2%	120.00	1	1	1	0	0
5) VEHÍCULO							
Camioneta Chevrolet, cabina simple	10%	8,000	800	800	800	800	800
6) CONSTRUCCIÓN E INSTALACIONES							
Construcción e instalaciones	1%	1,160	12	12	12	12	12
TOTAL			2,051	2,051	2,051	2,015	2,015

Elaborado por: Isadora Carrera V.

4.1.1.2.- Activos Intangibles

²⁷“En la jerga contable, *intangibles* se emplea con un sentido restringido que sólo abarca los activos que –además de no poder tocarse- tienen características similares a las de los habitualmente denominados *bienes de uso o para la renta*. Ellas son:

- a. Se emplean continua o repetidamente en las actividades principales del ente (productivas, comerciales o administrativas) o son alquilados o licenciados a terceros;
- b. Tienen una capacidad de servicio que no se agota ni se consume con su primer empleo sino a lo largo del tiempo;
- c. Mientras están en uso o se licencian no se transforman en otros bienes ni están destinados a la venta.”

CUADRO No. 75

PRESUPUESTO DE ACTIVOS INTANGIBLES	
DIFERIDOS Y OTROS AMORTIZABLES	VALOR
Gastos de constitución	1,200
Patente	80.00
Diseño del logotipo	40
Publicidad inicial	850
Estudio de factibilidad	800
TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES	2,970

Elaborado por: Isadora Carrera V.

Para el presente proyecto los gastos fueron amortizados para la vida útil del proyecto es decir los 5 años.

²⁷ **RAIMONDI, CARLOS A.**

CUADRO No. 76

CÁLCULO DE AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS							
ACTIVO DIFERIDO	PORCENTAJE	VALOR ANUAL	AÑOS				
			1	2	3	4	5
Gastos de constitución	20%	1,200	240	240	240	240	240
Patente	20%	80	16	16	16	16	16
Diseño del logotipo	20%	40	8	8	8	8	8
Publicidad inicial	20%	850	170	170	170	170	170
Estudio de factibilidad	20%	800	160	160	160	160	160
TOTAL AMORTIZACIÓN			594	594	594	594	594

Elaborado por: Isadora Carrera V.

4.1.1.3.- Capital de Trabajo

²⁸“El **Capital de Trabajo** es el recurso económico destinado al funcionamiento inicial y permanente del negocio, que cubre el desfase natural entre el flujo de ingresos y egresos. Entre los activos circulantes y los pasivos circulantes.

El capital de trabajo sólo se usa para financiar la operación de un negocio y dar margen a recuperar la cartera de ventas. Es la inversión en activos a corto plazo y sus componentes son el efectivo, valores negociables, cuentas por cobrar e inventario. El capital de trabajo también es conocido como fondo de maniobra, que implica manejar de la mejor manera sus componentes de manera que se puedan convertir en liquidez lo más pronto posible.

El capital de trabajo es la porción del activo corriente que es financiado por fondos de largo plazo.

El capital neto de trabajo es la diferencia obtenida al comparar el total de activos circulantes con el total de pasivos circulantes o de corto plazo, en un momento determinado.”

²⁸ http://es.wikipedia.org/wiki/Capital_de_trabajo

El capital de trabajo en si son los fondos que tiene la empresa para operar menos los financiamientos para estas operaciones.

La empresa deberá disponer del un nivel apropiado de capital de trabajo neto, en el inicio y transcurso de sus operaciones de tal manera que pueda disponer con holgura las obligaciones que se presentan a corto plazo, por lo que el capital en este caso se encontrará en función del ciclo operativo que posee la empresa, es decir un mes.

Por lo tanto para que la empresa pueda realizar sus actividades de operación mensualmente se requiere de \$ 21,834.41 en total, a continuación se encuentra detallado el capital de trabajo:

CUADRO No. 77

PRESUPUESTO DEL CAPITAL DE TRABAJO	
CONCEPTO	30 DÍAS
Sueldos y salarios	4,529.04
Materia prima y materiales	16,090.37
Arriendo	300.00
Servicios básicos	420.00
Uniformes	400.00
suministros de limpieza	20.00
Útiles de oficina	25.00
Combustibles	50.00
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	21,834.41

Elaborado por: Isadora Carrera V.

4.1.2.- Cronograma de Inversiones

ISATEX C.A contará con un cronograma de inversiones por lo que en el momento en que tenga que invertir en algún activo y no tenga efecto alguno en el normal desarrollo de la actividad empresarial:

Por lo tanto el cronograma de inversiones es el siguiente:

CUADRO No. 78

CRONOGRAMA DE INVERSIONES						
Concepto	Años					
	0	1	2	3	4	5
ACTIVOS FIJOS						
Maquinaria y Equipos	11,932.00					
Equipo de computación	3,620.00					
Muebles y Enseres	977.32					
equipo de oficina	80.00					
Vehículo	8,000.00					
Construcción e instalaciones	1,160.00					
ACTIVOS INTANGIBLES						
Gastos de constitución	1,200.00					
Patente	80.00					
Diseño del logotipo	40.00					
Publicidad inicial	850.00					
Estudio de factibilidad	800.00					
CAPITAL DE TRABAJO						
Capital de trabajo	21,834.41					
TOTAL DE LA INVERSIÓN	50,573.73					

Elaborado por: Isadora Carrera V.

4.1.3.- Presupuesto de Operación

Son estimados que en forma directa en el proceso tiene que ver con la parte Neurológica de la Empresa, desde la producción misma hasta los gastos que conlleve ofertar el producto o servicio.

4.1.3.1.- Presupuestos de Ingresos

El presupuesto de ingresos se encuentra basado a través del establecimiento del volumen de las ventas de la empresa por producto, por año y sus respectivos precios unitarios para la vida útil del proyecto.

De tal manera que para poder realizar los respectivos cálculos es necesario tomar en cuenta, la cobertura del proyecto en el mercado por lo tanto:

CUADRO No. 79

	demanda insatisfecha	% de personas usan uniformes	cantidad
HOMBRES	2,070	89.23%	1,847
MUJERES	1,410	90.48%	1,275
TOTAL DE PERSONAS			3,122

Elaborado por: Isadora Carrera V.

ANEXOS No. 7

De los cuales algunos trabajadores utilizan 2, 3 hasta 5 uniformes a la semana y tomando en cuenta que las cantidades iniciales del 2008 como ya se señaló anteriormente y la tasa de crecimiento del 0.9% hasta el 2010 y el 0.8% en adelante, se han realizado los siguientes cálculos:

CUADRO No. 80

TOTAL DE TRABAJADORES QUE UTILIZAN UNIFORMES						
	Cantidad 2008	2,009	2,010	2,011	2,012	
HOMBRES	1,380	1,392	1,405	1,416	1,427	
MUJERES	940	948	1,801	1,816	1,830	
TOTAL	2,320	2,341	3,206	3,232	3,258	

Elaborado por: Isadora Carrera V.

Al tomar en cuenta los precios de los distintos uniformes y considerando un 80% de margen de utilidad, se puede obtener los siguientes ingresos durante los 5 años:

CUADRO No. 81

PRESUPUESTO DE INGRESOS					
PRODUCTO	2,008	2,009	2,010	2,011	2,012
TERNOS DE HOMBRE (CANT.)	1,795	1,811	1,828	1,842	1,857
PRECIO	56.18	56.18	56.18	56.18	56.18
TOTAL (USD)	100,863	101,771	102,687	103,508	104,336
TERNOS DE MUJER CON PANTALON (CANT.)	3,293	3,323	3,353	3,379	3,406
PRECIO	51.45	51.45	51.45	51.45	51.45
TOTAL (USD)	169,429	170,954	172,493	173,873	175,264
TERNOS DE MUJER CON FALDA (CANT.)	989	998	1,007	1,015	1,023
PRECIO	44.25	44.25	44.25	44.25	44.25
TOTAL (USD)	43,764	44,158	44,556	44,912	45,271
OVEROLES (CANT.)	817	824	831	837	844
PRECIO	22.68	22.68	22.68	22.68	22.68
TOTAL (USD)	18,525	18,692	18,841	18,992	19,144
MANDILES (CANT)	857	864	872	879	886
PRECIO	17.49	17.49	17.49	17.49	17.49
TOTAL (USD)	14,980	15,115	15,251	15,373	15,496
TOTAL INGRESOS \$	347,562	350,690	353,827	356,658	359,511

Elaborado por: Isadora Carrera V.

Por lo que al primer año los ingresos por ventas de uniformes y ropa de trabajo son de \$347,562.00.

4.1.3.2.- Presupuesto de Egresos

Es la representación ordenada y clasificada de los gastos que ISATEX C.A debe realizar en un año para cumplir con sus funciones. El Presupuesto de Egresos constituye el programa anual de gastos de la empresa.

CUADRO No. 82

PRESUPUESTO DE EGRESOS					
CONCEPTO	1	2	3	4	5
GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Sueldos y beneficios	21,863	21,863	21,863	21,863	21,863
Teléfono	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200
Internet	600	600	600	600	600
Útiles de oficina	300	300	300	300	300
Amortización Act. Diferidos	594	594	594	594	594
Uniformes	4,800	4,800	4,800	4,800	4,800
Depreciación	3,439	3,439	3,439	2,631	2,631
Mantenimiento	2,051	2,051	2,051	2,015	2,015
Servicios básicos	5,040	5,040	5,040	5,040	5,040
Arriendo	3,600	3,600	3,600	3,600	3,600
Suministros de limpieza	240	240	240	240	240
Combustibles	400	400	400	400	400
Otros egresos	150	150	150	150	150
GASTOS DE PRODUCCIÓN					
Sueldos y beneficios	25,331	25,331	25,331	25,331	25,331
Materiales e insumos	193,084	194,813	196,556	198,129	199,714
GASTOS DE VENTA					
Sueldos y beneficios	7,154	7,154	7,154	7,154	7,154
Gastos de publicidad	600	600	600	600	600
Comisiones	6,951	7,014	7,077	7,133	7,190
GASTOS FINANCIEROS					
Intereses pagados	1,881	1,505	1,129	753	376
Servicios de la deuda	4,046	4,046	4,046	4,046	4,046
TOTAL EGRESOS	283,326	284,741	286,170	286,579	287,844

Elaborado por: Isadora Carrera V.

Siendo de esta manera que los egresos de la empresa para el primer son de \$283,326, los mismos que ascienden al quinto año a \$287,844.

4.1.3.3.- Estructura de Financiamiento

El presente proyecto será financiado de la siguiente forma:

CUADRO No. 83

ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO	
	VALOR
60 % Recursos propios	30,344
40 % financiamiento	20,229
TOTAL INVERSIONES	50,574

Elaborado por: Isadora Carrera V.

MONTO	INTERÉS	AÑOS
20,229	9.30%	5

La tabla de amortización sobre saldos deudores es la siguiente:

AÑOS	PRÉSTAMO	INTERÉS	AMORTIZACIÓN	A + I	SALDO DEUDOR
1	20229	1881	4046	5927	16184
2	16184	1505	4046	5551	12138
3	12138	1129	4046	5175	8092
4	8092	753	4046	4798	4046
5	4046	376	4046	4422	0

Elaborado por: Isadora Carrera V.

4.1.4.- Punto de Equilibrio

²⁹“El punto de equilibrio de una empresa industrial, es aquel en el que a un determinado nivel de operación, ésta no obtiene utilidades, pero tampoco incurre en pérdidas.

Para el cálculo del punto de equilibrio se utilizó la siguiente formula:

²⁹ <http://www.hojasdevida.info.ec/paginas/documentos/el%20punto%20de%20equilibrio.doc>

$$\text{Punto de Equilibrio Global} = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{1 - \frac{\text{Costos Variables Totales}}{\text{Ventas Netas}}}$$

Por lo que para realizar el cálculo del punto de equilibrio por año se ha requerido realizar la siguiente clasificación de costos:

Cuadro No. 84

2008				
COSTOS	PARTE FIJA	PARTE VARIABLE	%fijo	% variable
COSTO DE PRODUCCIÓN	25,331	193,084	31.12%	95.63%
COSTO ADMINISTRATIVO	44,278		54.39%	
COSTO DE VENTAS	7,754	6,951	9.53%	3.44%
COSTO FINANCIERO	4,046	1,881	4.97%	0.93%
TOTAL	81,409	201,917	100.00%	100.00%

Elaborado por: Isadora Carrera V.

Cuadro No. 85

2009		
COSTOS	PARTE FIJA	PARTE VARIABLE
COSTO DE PRODUCCIÓN	25,330.85	194,813.17
COSTO ADMINISTRATIVO	44,277.87	
COSTO DE VENTAS	7,754.40	7,013.80
COSTO FINANCIERO	4,045.90	1,505.07
TOTAL	81409	203332

Elaborado por: Isadora Carrera V.

Cuadro No. 86

2010		
COSTOS	PARTE FIJA	PARTE VARIABLE
COSTO DE PRODUCCIÓN	25,330.85	196,556.11
COSTO ADMINISTRATIVO	44,277.87	
COSTO DE VENTAS	7,754.40	7,076.55
COSTO FINANCIERO	4,045.90	1,128.81
TOTAL	81409	204761

Elaborado por: Isadora Carrera V.

Cuadro No. 87

2011		
COSTOS	PARTE FIJA	PARTE VARIABLE
COSTO DE PRODUCCIÓN	25,330.85	198,128.56
COSTO ADMINISTRATIVO	44,277.87	
COSTO DE VENTAS	7,754.40	7,133.16
COSTO FINANCIERO	4,045.90	752.54
TOTAL	81,409	206,014

Elaborado por: Isadora Carrera V.

Cuadro No. 88

2012		
COSTOS	PARTE FIJA	PARTE VARIABLE
COSTO DE PRODUCCIÓN	25,330.85	199,713.59
COSTO ADMINISTRATIVO	44,277.87	
COSTO DE VENTAS	7,754.40	7,190.22
COSTO FINANCIERO	4,045.90	376.27
TOTAL	81,409	207,280

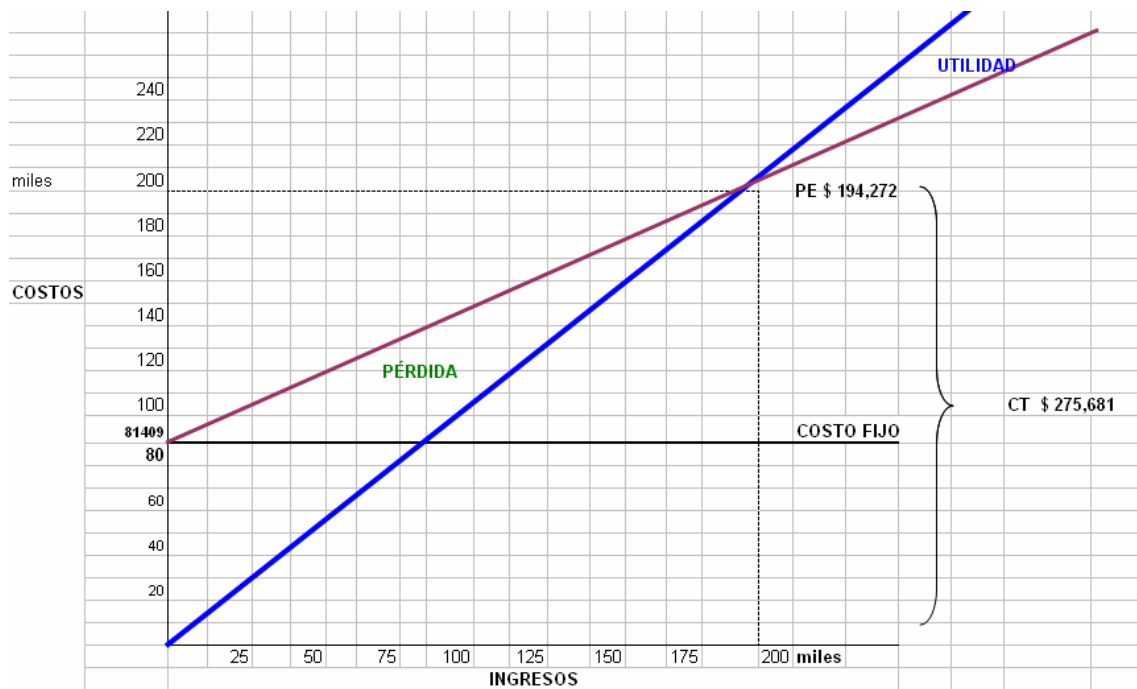
Elaborado por: Isadora Carrera V.

Por lo tanto aplicando la fórmula el Punto de Equilibrio para cada año es el siguiente:

	1	2	3	4	5
Pto Eqq USD	194,272	193,741	193,235	192,741	192,257

De lo cual se obtiene el siguiente gráfico en donde los ingresos y egresos se llegan a igualar:

Gráfico No. 14



Elaborado por: Isadora Carrera V.

Al tener diferentes precios para los productos se ha realizado un análisis del punto de equilibrio de ternos de hombre, logrando obtener los siguientes resultados:

Cuadro No. 89

TERNOS DE HOMBRE		56,035	
COSTOS	PARTE FIJA	PARTE VARIABLE	
COSTO DE PRODUCCIÓN	763	16,673	
COSTO ADMINISTRATIVO	30,477		
COSTO DE VENTAS	5,154	184	
COSTO FINANCIERO	2,759	26	
TOTAL	39,152	16,883	

Elaborado por: Isadora Carrera V.

CP	9.29
CA	30,477
CV	0.10
CF	0.01

$$CP = 763 + 9.29X$$

$$CA = 30477$$

$$CV = 5154 + 0.10X$$

$$CF = 2759 + 0.01X$$

$$\text{COSTO TOTAL} = 39,153 + 9.40 X \quad \text{Ecuación del costo total}$$

NIVEL DE EQUILBRIO

$$CT = Y \text{ o } Y = CT$$

$$56.18X = 39,153 + 9.40X$$

$$58.18X + 9.40X = 39,153$$

$$65.58X = 39,153$$

$$X = 597.02$$

NIVEL DE PRODUCCIÓN DE EQUILBRIO

$$CT = 39,153.00 + 9.40 X$$

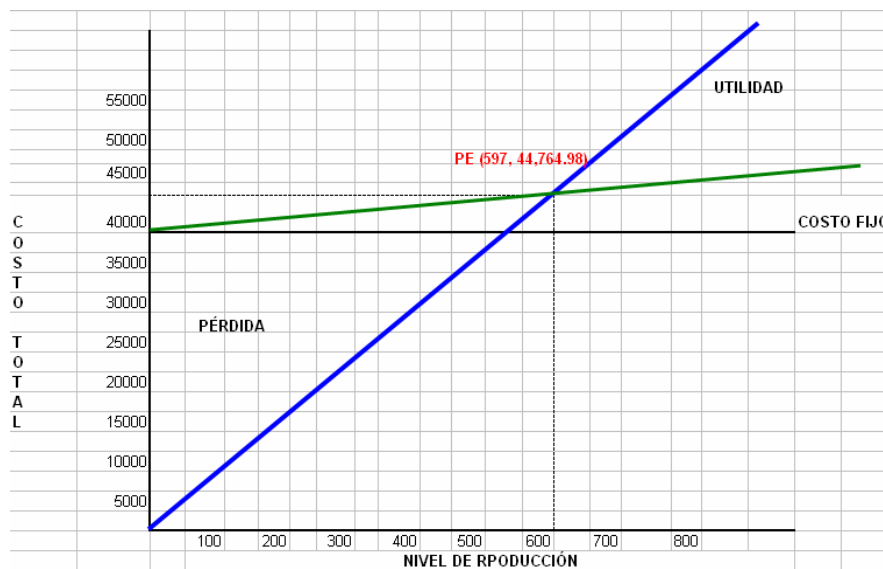
$$CT = 39,153.00 + 9.40 (597.02)$$

$$CT = 44,764.98$$

SI SE PRODUCE POR DEBAJO DE 597 TERNOS EXISTIRÁN PÉRDIDAS

Por lo que para el 2008, se puede decir que la producción mínima de ternos de hombre es de 597 anual, para no obtener pérdidas con un costo de \$ 44,765.00. Para un mejor entendimiento a continuación el siguiente gráfico:

Gráfico No. 15



Elaborado por: Isadora Carrera V.

4.2.- ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA

³⁰“Los Estados Financieros de una Empresa cualquiera sea su naturaleza proporcionan a esta una información útil que les permita operar con eficiencia ante cual consideración es necesario de tener un registro de los acontecimientos históricos, en otras palabras desarrollar la Contabilidad en moneda nacional con la finalidad de proporcionar información financiera de la empresa y a terceras personas. Son cuadros comparativos en un periodo determinado en el cual están reflejados el movimiento económico de una empresa.”

4.2.1.- Estado de Resultados (Pérdidas y Ganancias)

El estado de resultado o estado de pérdidas y ganancias es un documento contable que muestra detalladamente y ordenadamente la utilidad o pérdida del ejercicio, por lo que para ISATEX C.A. se ha elaborado el siguiente estado de resultados:

³⁰ <http://www.mailxmail.com/curso/empresa/estadosfinancieros/capitulo1.htm>

CUADRO No. 90

ESTADO DE RESULTADOS					
DETALLE	Años				
	1	2	3	4	5
INGRESOS OPERACIONALES					
Ventas uniformes	347,562	350,690	353,827	356,658	359,511
TOTAL INGRESOS	347,562	350,690	353,827	356,658	359,511
(-) COSTO DE VENTAS					
MATERIA PRIMA E INSUMOS	193,084	194,813	196,556	198,129	199,714
TOTAL COSTOS DE VENTA	193,084	194,813	196,556	198,129	199,714
=UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	154,477	155,877	157,271	158,529	159,798
GASTOS DE PRODUCCIÓN					
Sueldos y beneficios	25,331	25,331	25,331	25,331	25,331
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Sueldos y beneficios	21,863	21,863	21,863	21,863	21,863
Teléfono	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200
Internet	600	600	600	600	600
Útiles de oficina	300	300	300	300	300
Amortización Act. Diferidos	594	594	594	594	594
Uniformes	4,800	4,800	4,800	4,800	4,800
Depreciación	3,439	3,439	3,439	2,631	2,631
Mantenimiento	2,051	2,051	2,051	2,051	2,051
Servicios básicos	5,040	5,040	5,040	5,040	5,040
Arriendo	3,600	3,600	3,600	3,600	3,600
Suministros de limpieza	240	240	240	240	240
Combustibles	400	400	400	400	400
Otros egresos (capacitación, etc)	150	150	150	150	150
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	44,278	44,278	44,278	43,469	43,469
(-) GASTOS DE VENTA					
Sueldos y beneficios	7,154	7,154	7,154	7,154	7,154
Comisiones	6,951	7,014	7,077	7,133	7,190
Gastos de publicidad	600	600	600	600	600
TOTAL GASTOS DE VENTA	14,706	14,768	14,831	14,888	14,945
= UTILIDAD OPERACIONAL	70,163	96,831	98,162	100,172	101,384
GASTOS FINANCIEROS					
Intereses pagados	1,881	1,505	1,129	753	376
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	1,881	1,505	1,129	753	376
= UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN	68,282	95,326	97,034	99,420	101,007
15 % Util. Trabajadores	10,242	14,299	14,555	14,913	15,151
= UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	58,039	81,027	82,479	84,507	85,856
25 % Impto. A la renta	14,510	20,257	20,620	21,127	21,464
= UTILIDAD NETA	43,530	60,770	61,859	63,380	64,392

Elaborado por: Isadora Carrera V.

Por lo que al primer año se obtiene una utilidad del ejercicio de \$43,530.

4.2.2.- Flujos Netos de Fondos

³¹“La proyección del flujo de fondos constituye uno de los elementos más importantes del estudio de un proyecto, ya que la evaluación del mismo se efectuará sobre los resultados que en ella se determinen. La información básica para realizar esta proyección está contenida en los estudios de mercado, técnico y organizacional”

4.2.2.1 DEL PROYECTO (SIN FINANCIAMIENTO)

El flujo neto del proyecto es decir sin financiamiento es el siguiente:

³¹ SAPAG, Nassir. Preparación y evaluación de proyectos,

CUADRO No. 91

FLUJO NETO DE FONDOS SIN FINANCIAMIENTO						
AÑOS						
A. INGRESOS OPERACIONALES	0	1	2	3	4	5
TOTAL		347,562	350,690	353,827	356,658	359,511
B. EGRESOS OPERACIONALES						
Materiales e insumos		193,084	194,813	196,556	198,129	199,714
Sueldos y beneficios		54,348	54,348	54,348	54,348	54,348
Teléfono		1,200	1,200	1,200	1,200	1,200
Internet		600	600	600	600	600
Útiles de oficina		300	300	300	300	300
Uniformes		4,800	4,800	4,800	4,800	4,800
Mantenimiento		377	377	377	377	377
Servicios básicos		5,040	5,040	5,040	5,040	5,040
Arriendo		3,600	3,600	3,600	3,600	3,600
Suministros de limpieza		240	240	240	240	240
Combustibles		400	400	400	400	400
Otros egresos		150	150	150	150	150
Gastos de publicidad		600	600	600	600	600
Comisión		6,951	7,014	7,077	7,133	7,190
TOTALES		271,691	273,482	275,288	276,917	278,559
C. FLUJO OPERACIONAL (A-B)		75,871	77,208	78,539	79,741	80,952
D. INGRESOS NO OPERACIONALES						
Crédito a largo plazo		0	0	0	0	0
TOTALES		0	0	0	0	0
E. EGRESOS NO OPERACIONALES						
Pago de intereses		0	0	0	0	0
Servicio de la deuda		0	0	0	0	0
15% utilidades		18,186	18,485	18,787	19,185	19,439
25% imppto Renta		25,764	26,187	26,615	27,178	27,539
Inversión en Activo Fijo	25,769					
Inversión en Activo Diferido	2,970					
Capital de trabajo	21,834					
TOTALES	50,574	43,950	44,672	45,402	46,363	46,978
FLUJO DE FONDOS	-50,574	31,921	32,536	33,138	33,378	33,974

Elaborado por: Isadora Carrera V.

4.2.2.1 DEL PROYECTO (con financiamiento)

CUADRO No. 92

FLUJO NETO DE FONDOS CON FINANCIAMIENTO						
AÑOS						
A. INGRESOS OPERACIONALES	0	1	2	3	4	5
TOTAL		347,562	350,690	353,827	356,658	359,511
B. EGRESOS OPERACIONALES						
Materia prima e insumos		193,084	194,813	196,556	198,129	199,714
Sueldos y beneficios		54,348	54,348	54,348	54,348	54,348
Teléfono		1,200	1,200	1,200	1,200	1,200
Internet		600	600	600	600	600
Útiles de oficina		300	300	300	300	300
Uniformes		4,800	4,800	4,800	4,800	4,800
Mantenimiento		2,051	2,051	2,051	2,015	2,015
Servicios básicos		5,040	5,040	5,040	5,040	5,040
Arriendo		3,600	3,600	3,600	3,600	3,600
Suministros de limpieza		240	240	240	240	240
Combustibles		400	400	400	400	400
Otros egresos		150	150	150	150	150
Gastos de publicidad		600	600	600	600	600
Comisión		6,951	7,014	7,077	7,133	7,190
TOTALES		273,366	275,157	276,963	278,555	280,198
C. FLUJO OPERACIONAL (A-B)		74,196	75,533	76,865	78,103	79,314
D. INGRESOS NO OPERACIONALES						
Crédito a largo plazo	20,229					
TOTALES	20,229	0	0	0	0	0
E. EGRESOS NO OPERACIONALES						
Pago de intereses		1,881	1,505	1,129	753	376
Servicio de la deuda		4,046	4,046	4,046	4,046	4,046
15% utilidades		18,186	18,485	18,787	19,185	19,439
25% impto Renta		25,764	26,187	26,615	27,178	27,539
Inversión en Activo Fijo	25,769					
Inversión en Activo Diferido	2,970					
Capital de trabajo	21,834					
TOTALES	50,574	49,877	50,223	50,576	51,161	51,400
FLUJO DE FONDOS	-30,344	24,319	25,310	26,288	26,941	27,914

Elaborado por: Isadora Carrera V.

4.3.- EVALUACIÓN FINANCIERA

³²“Define Desde el punto de vista de un inversionista, si los ingresos que recibe son superiores A LOS DINEROS QUE APORTA. Se basa en las sumas de dinero que el inversionista recibe, entrega o deja de recibir y emplea precios del mercado o precios financieros para estimar las inversiones, los ingresos que generan el proyecto”

4.3.1.- Determinación de la Tasa de Descuento

4.3.1.1 (Del proyecto con financiamiento)

Primeramente es necesario aclarar de qué se trata la tasa de descuento ya que es un aspecto muy importante para determinar la tasa mínima aceptable de rendimiento

³³“Su valor siempre estará basado en el riesgo que corra la empresa en forma cotidiana en sus actividades productivas y mercantiles. No hay que olvidar que la prima de riesgo es el valor en que el inversionista desea que crezca su inversión por encima de la inflación, es decir, la prima de riesgo indica el crecimiento real del patrimonio de la empresa.”

Por lo tanto tomando en cuenta los siguientes factores se determina que la tasa de descuento es:

Inflación	4.19%
Tasa pasiva referencial	5.97%
Premio al riesgo	12.84%
TASA DE DESCUENTO	23.00%

³² Arboleda

³³ IVAN ESCALONA MORENO, E

$$\text{CPC} = (0.60 * 0.23) + ((0.4 * 0.093) * (1 - 0.3625))$$

$$\text{CPC} = (0.60 * 0.23) + ((0.4 * 0.093) * (1 - 0.3625))$$

$$\text{CPC} = 0.138 + 0.0237$$

$$\text{CPC} = 0.1617 * 100 = 16.17\%$$

CUADRO No. 93

CÁLCULO DE TMAR

DETALLE	% APORTACIÓN	TASA	PONDERACIÓN
RECURSOS PROPIOS	60%	23.00%	13.80%
FINANCIAMIENTO	40%	9.30%	2.37%
TMAR GLOBAL			16.17%

Elaborado por: Isadora Carrera V.

La Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento de la Inversión, es de 16.17%, lo que significa que ese es el rendimiento mínimo que deberá ganar la empresa para cubrir lo que desean los inversionistas sobre el valor de recursos propios y el 9.30% de interés del financiamiento.

4.3.2.- Criterios de Evaluación

4.3.2.1.- Valor Actual Neto

³⁴“Por Valor Actual Neto de una inversión se entiende la suma de los valores actualizados de todos los flujos netos de caja esperados del proyecto, deducido el valor de la inversión inicial.

Si un proyecto de inversión tiene un VAN positivo, el proyecto es rentable. Entre dos o más proyectos, el más rentable es el que tenga un VAN más alto. Un VAN nulo significa que la rentabilidad del proyecto es la misma que colocar

³⁴ Luis Garrido Martos

los fondos en él invertidos en el mercado con un interés equivalente a la tasa de descuento utilizada. La única dificultad para hallar el VAN consiste en fijar el valor para la tasa de interés, existiendo diferentes alternativas.”

Para el cálculo del Valor Actual Neto del proyecto se utilizó una tasa de descuento del 16.17% y la fórmula de cálculo es la siguiente:

CUADRO No. 94

VAN DEL PROYECTO

AÑOS	FLUJO DE EFECTIVO
0	-50,574
1	31,921
2	32,536
3	33,138
4	33,378
5	33,974
VAN	41,342

Elaborado por: Isadora Carrera V.

CUADRO No. 95

VAN DEL INVERSIONISTA

AÑOS	FLUJO DE EFECTIVO
0	-30,344
1	24,319
2	25,310
3	26,288
4	26,941
5	27,914
VAN	54,098

Elaborado por: Isadora Carrera V.

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede observar que la inversión es aceptable.

El VAN del inversionista es de \$ 54,098.00, que demuestra la viabilidad del proyecto con una tasa de descuento del 16.17%. Lo que quiere decir que el proyecto proporciona más de lo exigido, llegando por tanto a ser rentable.

4.3.2.2.- Tasa Interna de Retorno

³⁵“Se denomina Tasa Interna de Rentabilidad (T.I.R.) a la tasa de descuento que hace que el Valor Actual Neto (VAN.) de una inversión sea igual a cero. (VAN. =0).

Este método considera que una inversión es aconsejable si la T.I.R. resultante es igual o superior a la tasa exigida por el inversor, y entre varias alternativas, la más conveniente será aquella que ofrezca una T.I.R. mayor.

La T.I.R. es un indicador de *rentabilidad relativa del proyecto*, por lo cual cuando se hace una comparación de tasas de rentabilidad interna de dos proyectos no tiene en cuenta la posible diferencia en las dimensiones de los mismos. Una gran inversión con una T.I.R. baja puede tener un VAN. superior a un proyecto con una inversión pequeña con una T.I.R. elevada. “

CUADRO No. 96

TIR DEL PROYECTO

AÑOS	FLUJO DE EFECTIVO
0	-50,573.73
1	31,920.54
2	32,535.59
3	33,137.73
4	33,378.14
5	33,974.24
TIR	58%

³⁵ <http://www.zonaeconomica.com/inversion/metodos>

CUADRO No. 97**TIR DEL INVERSIONISTA**

AÑOS	FLUJO DE EFECTIVO
0	-30,344.24
1	24,318.73
2	25,310.05
3	26,288.46
4	26,941.34
5	27,913.71
TIR	79%

Elaborado por; Isadora Carrera

El TIR es del 79% lo que indica que la rentabilidad del proyecto es buena.

Tanto la TIR del proyecto (58%), como la del inversionista (79%) son positivas y mayores que las tasas de descuento respectivas, por lo que el proyecto es viable y sobre todo rentable, a pesar de la fuerte inversión que se debe realizar. La TIR representa la tasa máxima de rentabilidad que puede ser generada por el proyecto bajo los supuestos previamente establecidos.

4.3.2.3.- Período de Recuperación

³⁶“Es el número de años que la empresa tarda en recuperar la inversión. Este método selecciona aquellos proyectos cuyos beneficios permiten recuperar más rápidamente la inversión, es decir, cuanto más corto sea el periodo de recuperación de la inversión mejor será el proyecto.

Los inconvenientes que se le atribuyen, son los siguientes:

- a) El defecto de los métodos estáticos (no tienen en cuenta el valor del dinero en las distintas fechas o momentos)

³⁶ <http://www.zonaeconomica.com/inversion/metodos>

b) Ignora el hecho de que cualquier proyecto de inversión puede tener corrientes de beneficios o pérdidas después de superado el periodo de recuperación o reembolso.

Puesto que el plazo de recuperación no mide ni refleja todas las dimensiones que son significativas para la toma de decisiones sobre inversiones, tampoco se considera un método completo para poder ser empleado con carácter general para medir el valor de las mismas.”

CUADRO No. 99

PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL PROYECTO			
AÑOS	FNC	Tasa de Descto 23%	∑ (FNC)
0	-50,574		
1	31,921	25,952	25,952
2	32,536	21,505	47,457
3	33,138	17,808	65,265
4	33,378	14,583	79,848
5	33,974	12,068	91,915

Elaborado por Isadora Carrera

Por lo tanto, al primer año se ha recuperado \$25,952.00, es decir faltan \$ 32,670,00 para recuperar el 100% de la inversión. En consecuencia, la recuperación total del capital invertido en el proyecto sin financiamiento se la realizará aproximadamente en dos años un mes.

Mientras que el capital del inversionista será recuperado aproximadamente en un años 3 meses, tal como se muestra a continuación:

CUADRO No. 100

RECUPERACIÓN DEL INVERSIONISTA			
AÑOS	FNC	Tasa de Descto 16.17%	∑ (FNC)
0	-30,344		
1	24,319	20,934	20,934
2	25,310	18,754	39,688
3	26,288	16,768	56,456
4	26,941	14,793	71,249
5	27,914	13,193	84,442

Elaborado por Isadora Carrera

4.3.2.4.- Relación Beneficio / Costo

³⁷“En ingles cost-benefit ratio. También llamado "índice de rendimiento". En un método de evaluación de proyectos, que se basa en el del "valor presente", y que consiste en dividir el valor presente de los ingresos entre el valor presente de los egresos. Si este índice es mayor que 1 se acepta el proyecto; si es inferior que 1 no se acepta, ya que significa que la rentabilidad del proyecto es inferior al costo del capital. Relación de escaso interés. Relación que se calcula una vez al mes. Se divide la cifra correspondiente a interés escaso (la cifra publicada entre los días 15 y 20 de cada mes) entre el volumen diario promedio en la bolsa de valores de Nueva York (volumen que se promedia una vez al mes). Cuando la relación es de aproximadamente 22 % o superior, es alcista, ya que significa que hay demasiadas ventas con interés escaso para el volumen actual, y por tanto muchas de ellas tendrán que verse obligadas a cubrirse, lo cual originará un movimiento ascendente en los precios. Por lo general, una cifra inferior al 1% tiende a ser bajista, pues indica que no hay mucho apoyo si los precios bajan.”

La fórmula para calcular es la siguiente:

$$\text{Razón B/C} = \frac{\text{Sumatoria (Flujos generados)}}{\text{Inversión inicial}}$$

A continuación se muestran los ingresos y egresos traídos a valor presente del proyecto y del inversionista, para posteriormente calcular el Beneficio/Costo de los mismos:

³⁷ http://www.eco-finanzas.com/diccionario/R/RELACION_BENEFICIO-COSTO.htm

CUADRO No. 101

VAN DE LOS INGRESOS DEL PROYECTO	
Años	Ingresos
0	
1	347,561.76
2	350,689.82
3	353,827.34
4	356,657.96
5	359,511.22
VAN	\$ 988,033.18

Elaborado por: Isadora Carrera

CUADRO No. 102

VAN DE EGRESOS DEL PROYECTO	
AÑOS	Egresos
0	50,573.73
1	315,641.23
2	318,154.23
3	320,689.61
4	323,279.82
5	325,536.98
VAN	\$ 946,691.62

Elaborado por: Isadora Carrera

Relación B/C = Ingresos / Egresos**Relación B/C = 988,033.18 / 946,691.62****Relación B/C = 1.05****RELACIÓN BENEFICIO COSTO DEL INVERSIONISTA****CUADRO No. 103****VAN DE LOS INGRESOS DEL
INVERSIONISTA**

AÑOS	Ingresos
0	20,229
1	347,562
2	350,690
3	353,827
4	356,658
5	359,511
VAN	1,170,707

Elaborado por: Isadora Carrera

CUADRO No. 104**VAN DE EGRESOS DEL
INVERSIONISTA**

AÑOS	Egresos
0	30,344
1	323,243
2	325,380
3	327,539
4	329,717
5	331,598
VAN	1,096,380

Elaborado por: Isadora Carrera

Relación B/C = Ingresos / Egresos**Relación B/C = \$1,170,706.94 / \$1,096,379.71****Relación B/C = 1.07**

Para que el proyecto sea rentable la relación beneficio/costo debe ser mayor a uno. En el caso del proyecto se obtuvo un B/C de 1.05, lo que indica que por cada dólar invertido se obtendrá 0.05 centavos de dólar de rentabilidad. En lo referente al inversionista se obtuvo un B/C de 1.07, es decir que se obtendrá 0.07 centavos de dólar de ganancia por cada dólar que se invierta.

3.3.2.5.- Análisis de Sensibilidad

³⁸“La importancia del análisis de sensibilidad se manifiesta en el hecho de que los valores de las variables que se han utilizado para llevar a cabo la evaluación del proyecto pueden tener desviaciones con efectos de consideración en la medición de sus resultados. La evaluación del proyecto será sensible a las variaciones de uno o más parámetros si, al incluir estas variaciones en el criterio de evaluación empleado, la decisión inicial cambia”

Para lo cual se han tomado tres variables importantes para el proyecto, a continuación se presenta un análisis de la sensibilidad del proyecto de acuerdo a las mismas:

³⁸ SAPAG, Nassir. Preparación y Evaluación de Proyectos.

CUADRO No. 106

VARIABLES	TIR	VAN	PRRI	R B/C	RESULTADO
Precio de venta (-5%)	44%	22,721	2 años 9 meses	1.04	NO SENSIBLE
Volumen de ventas (-5%)	53%	30,379	3 años dos meses	1.05	NO SENSIBLE
Costo de insumos (+10%)	9%	-5,266	6 años	1.02	SENSIBLE

Elaborado por: Isadora Carrera

Por lo tanto se puede observar que el proyecto muestra sensibilidad a la subida de los costos de los insumos, sin embargo más adelante se recomendará una estrategia para contrarrestar esta situación.

CAPÍTULO V

5.1.- Conclusiones

- De la investigación realizada para el proyecto se ha llegado a determinar la viabilidad del mismo.
- El proyecto cubrirá el 2% anual de la demanda insatisfecha lo cual es un porcentaje considerable en el mercado, en donde los trabajadores utilizan hasta 5 uniformes a la semana de acuerdo a la actividad laboral a la que se dedican.
- El proyecto se localizará en la Provincia de Pichincha Distrito Metropolitano de Quito, en Cotocollao por sus vías de acceso, comunicación, ubicación y todos los servicios necesarios para la ejecución de las actividades normales de la empresa.
- La Empresa productora y comercializadora de uniformes y ropa de trabajo, ha de constituirse como una Compañía anónima ya que es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones ,está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones.
- Las inversiones requeridas para la implementación del proyecto en activos fijos es de \$ 24,792.00, en activos intangibles es de \$ 2,970.00 y en capital de trabajo \$ 27,762.00.
- El VAN del inversionista es de \$ 54,039.98, que demuestra la viabilidad del proyecto con una tasa de descuento del 16.17%. Lo que quiere decir que el proyecto proporciona más de lo exigido, llegando por tanto a ser rentable.
- Tanto la TIR del proyecto (58%), como la del inversionista (79%) son positivas y mayores que las tasas de descuento respectivas, por lo que el proyecto es viable y sobre todo rentable, a pesar de la fuerte inversión

que se debe realizar. La TIR representa la tasa máxima de rentabilidad que puede ser generada por el proyecto bajo los supuestos previamente establecidos.

- En el caso del proyecto se obtuvo un B/C de 1.04, lo que indica que por cada dólar invertido se obtendrá 0.07 centavos de rentabilidad. En lo referente al inversionista se obtuvo un B/C de 1.10, es decir que se obtendrá 0.10 centavos de ganancia por cada dólar que se invierta.

5.2.- Recomendaciones:

:

- Si bien es cierto el estudio de mercado ha determinado la viabilidad del mismo así como el estudio financiero la rentabilidad, el presente estudio se ejecutará con la brevedad posible.
- Contar con proveedores de materia prima la cual se ajuste a los niveles de calidad y precios requeridos.
- Realizar una campaña de publicidad inicial la cual cumpla con los objetivos de mercadeo del proyecto.
- Descartar el uso de materia prima importada ya que el usar materia prima nacional es parte de la razón de ser de la empresa.
- Seleccionar al personal adecuado y capacitado que confeccione prendas de acuerdo a lo requerido.

- Adcock D, Bradfield R, Halborg A& Ross C, **Marketing** Principles & Practice. Pitman, 1995.
- Jobber D, Principals and Practices of Marketing, McGraw Hill, 1995.
- Dibb S & Simkin L, The Marketing Casebook, Routledge, 1994
- Ac Nielsen Global Site: Customized Research Services: Evaluating your **Marketing Mix**.
- www.howstuffworks.com , "How Marketing Plans Work"
- www.rlc.fao.org/prior/desrural/mercadeo/Cap2.PDF
- www.marketingmixanalytics.com, Marketing Mix Analysis.
- www.marketingteacher.com/lessons/lessons-pricing.htm
- www.marketingteacher.com/lessons/lessons-place.htm
- www.marketingteacher.com/lessons/lessons-product.htm
- www.marketingteacher.com/lessons/lessons-pricing.htm
- www.marketingteacher.com/lessons/lessons-plc.htm
- www.marketingteacher.com/lessons/lessons-promotion.htm