



ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
SEDE LATACUNGA

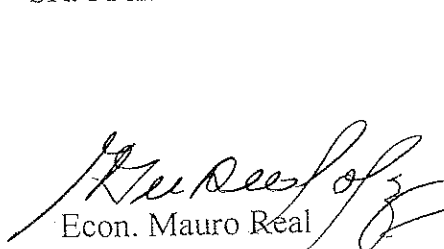
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Proyecto de Grado para la obtención del Título de Ingeniero Comercial

TEMA:

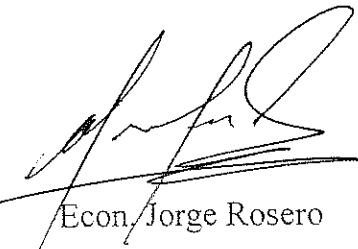
PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN DE "PAZSEGOV",
CASA DE MODAS QUE CONFECCIONE TERNOS PARA DAMA , EN LA
CIUDAD DE LATACUNGA.

SR. FREDDY FERNANDO PAZMIÑO SEGOVIA.



Econ. Mauro Real

DIRECTOR DE TESIS



Econ. Jorge Rosero

CODIRECTOR DE TESIS

Latacunga, Julio 2004

**ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
SEDE LATACUNGA**

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CERTIFICADO

En nuestra condición de Director y Codirector de Tesis, certificamos que el señor: Freddy Fernando Pazmiño Segovia, ha desarrollado el Proyecto de Grado titulado: PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN DE "PAZSEGOV", CASA DE MODAS QUE CONFECCIONE TERNOS PARA DAMA , EN LA CIUDAD DE LATACUNGA, aplicando las disposiciones institucionales, metodológicas y técnicas que regulan esta actividad académica, por lo que autorizamos para que el mencionado alumno, reproduzca el documento definitivo, presente a las autoridades de la Facultad de Ingeniería Comercial y proceda a la exposición de su contenido.

Atentamente,



Econ. Mauro Real

DIRECTOR



Econ. Jorge Rosero

CODIRECTOR

DEDICATORIA

A Fernando Pazmiño (+) mi padre y Ledy Segovia mi madre personas que desde mis primeros pasos, mis primeras letras me enseñaron el valor del querer ser cada día mejor, a romper las barreras de la ignorancia, dedicaron gran parte de sus esfuerzos y su vida a brindarme una educación integral, llena de esfuerzo, amor y perseverancia, con todo mi cariño para ellos.

A mis hermanas, abuelos y amigos quienes han estado junto a mi dándome ánimos y compartiendo esta linda etapa de mi vida, con todo respeto y agradecimiento.

**PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN DE “PAZSEGOV”,
CASA DE MODAS QUE CONFECCIONE TERNOS PARA DAMA, EN
LA CIUDAD DE LATACUNGA.**

Índice General

Contenido	Página
CAPITULO I: GENERALIDADES	
1.1. Introducción	2
1.2. Objetivos	5
1.3. Justificación	7
1.4. La Industria de la Confección de Ternos en Ecuador.	8
CAPITULO II: ESTUDIO DE MERCADO	
2.1. Objetivos del Estudio de Mercado	15
2.1. Diseño de la Encuesta	15
2.2. Determinación de la Población	20
2.3. Determinación de la Muestra	21
2.5. Tratamiento y Resultados de la Investigación de Mercado	22
2.6. Análisis de Precios	32
2.7. Determinación de la Oferta	35
2.8. Determinación de la Demanda Actual	36
2.9. Estimación de la Demanda Insatisfecha	38
CAPITULO III: PROPUESTA ADMINISTRATIVA	
3.1. Objetivos de la Propuesta Administrativa	41
3.2. Marco Filosófico	42
3.3. Objetivos	42
3.4. Estrategias	44
3.5. Valores Empresariales	47
3.6. Aspectos Legales	49
3.7. Estructura Orgánica	55
3.7.1. Organigrama Estructural y de Posición	56
CAPITULO IV: ESTUDIO TÉCNICO	
4.1. Localización	69
4.2. Ingeniería del Producto	77
4.3. Capacidad Instalada	94
4.4. Determinación de Materia Prima	107
4.5. Determinación de Mano de Obra	109
4.6. Determinación de Maquinaria y Equipo	110

Contenido	Página
4.7 Estructura de Costos de Producción	111
4.8. Tecnología	112
4.9. Distribución de Planta	113
 CAPITULO V: ESTUDIO ECONÓMICO	
5.1. Inversión	115
5.2. Depreciación	118
5.3. Financiamiento	121
5.4. Presupuesto de Operación	122
5.4.1. Presupuesto de Ventas	122
5.4.2. Presupuesto de Compras	123
5.4.3. Presupuesto de Gastos de Operación	125
5.5. Estimación de Cuentas por Pagar y por Cobrar	128
5.5.1. Cuentas Por Cobrar	128
5.5.2. Cuentas Por Pagar	128
5.6. Estado de Costo de Producción y Ventas	129
5.6.1. Estado de Costo de Ventas	129
5.6.2 Costos Directos de Fabricación	131
5.6.3. Costos Indirectos de Fabricación	132
5.7. Estado de Resultados Pro forma	134
5.8. Flujo de Efectivo Método Indirecto	135
5.9. Balance General Pro forma	136
5.10. Razones Financieras	137
 CAPITULO VI: EVALUACION FINANCIERA	
6.1. Punto de Equilibrio	138
6.1.1. Costos Fijos	138
6.1.2. Costos Variables	138
6.1.3. Punto de Equilibrio	139
6.2. Estructura del Capital de Trabajo	139
6.3. Flujo Nominal	140
6.4. Valor Actual Neto	142
6.5. Tasa Interna de Retorno	143
6.6. Costo Beneficio	144
6.7. Período de Recuperación	144
 CAPITULO VII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	
7.1. Conclusiones	146
7.2. Recomendaciones	148
 ANEXOS	 150
BIBLIOGRAFIA	151

**PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN DE
“PAZSEGOV”, CASA DE MODAS QUE CONFECCIONE TERNOS
PARA DAMA , EN LA CIUDAD DE LATACUNGA.**

CAPITULO I :

1.1. Generalidades.

La creciente demanda de ropa de calidad y con características particulares de diseño, corte, textura y medida, hacen que el sector oferente de estos productos sea más competitivo en precio y calidad, para satisfacer las necesidades del mercado potencial consumidor.

Por otro lado, la mujer ha ganado espacio tanto en el campo laboral como educativo, debido a su cultura de desarrollo profesional y social, factor que afecta a todos los sectores habitados y civilizados del mundo, sin aislarse de ésta tendencia el Ecuador y la ciudad de Latacunga, ciudad en dónde se puede observar un crecimiento poblacional del sector femenino y un aumento de la población económicamente activa dentro del mismo. Así encontramos en instituciones públicas y privadas, en universidades y colegios una gran concentración del sexo femenino.

Por esta razón, el desarrollo de un Proyecto de creación de un negocio que se dedique a la producción y comercialización de ropa formal femenina en la ciudad de Latacunga se hace indispensable y necesaria.

1.2.Objetivos

- **Objetivo General.**

1. Diseñar y Evaluar la factibilidad del Proyecto de inversión para la creación de “PAZSEGOV”, Casa de Modas para confección de Ternos para Mujer, en la Ciudad de Latacunga.

- **Objetivos Específicos**

1. Realizar un estudio de mercado sobre las necesidades de ropa formal femenina a la población económicamente activa de la ciudad de Latacunga, para determinar la demanda insatisfecha en la Confección de Ternos para Mujer.
2. Determinar el tamaño de la planta y localización estratégica del proyecto, con la finalidad de diseñar la operatividad de sus procesos.
3. Elaborar una propuesta administrativa que permita la creación de la empresa “Casa de Moda”; cumpliendo con los requisitos que la ley exige, para establecer una estructura organizacional eficiente.

4. Realizar el estudio financiero para la estructuración de estados financieros presupuestados que determinen los flujos y la rentabilidad del proyecto.
5. Evaluar y determinar la factibilidad del proyecto mediante los diferentes métodos de valoración para verificar si el proyecto es factible de ejecución.

1.3. Justificación

El presente trabajo de investigación, se encamina a realizar un estudio detallado del sector textil de confección de Ternos para mujer y la demanda actual que evidencie la factibilidad para ejecutar el proyecto de inversión propuesto.

El impulso para desarrollar éste proyecto es crear un taller industrial que produzca ternos para mujer, dejando de lado una elaboración artesanal que solo incrementa costos a la producción, y así convertir en una oportunidad la mano de obra calificada, incluyendo una tecnología adecuada, con la generación de valor agregado en los productos y servicios, logrando diferenciación dentro del mercado de referencia.

Sugerir a las mujeres una alternativa de vestimenta, que por sus costos, calidad y ubicación permitan competir con productos de baja calidad y de reducida disponibilidad, así como también con productos del exterior que no se ajustan a necesidades, ni exigencias del biotipo de las mujeres del Ecuador, obligando al mercado nacional a no depender de tendencias de la moda del exterior, sino más bien a adoptar su propio estilo.

1.4. La Industria de la Confección de Ternos en Ecuador.

Siempre se ha considerado que la moda es un placer frívolo y egoísta que reafirma la vanidad del ser humano y divide las clases sociales de acuerdo a la vestimenta. Pero la moda es mucho más que eso. Al igual que miles de otras costumbres, la moda habla de la sociedad y su idiosincrasia, muestra qué elementos son de importancia en una cultura y de qué manera su gente vive y se desenvuelve en un contexto histórico determinado, a su vez que éste influye en el qué y cómo sea esta vestimenta.

Es cierto que sólo algunos tienen acceso a ella, pero la política, la economía, la religión e incluso las artes han pecado de elitistas a lo largo de nuestra historia, por lo tanto, no es extraño que el gusto por las telas y texturas haya sido y sea hasta la actualidad, privilegio de pocos, a pesar de que existen alternativas para cualquier presupuesto. Antiguamente, los patrones que regían la moda eran completamente estéticos, despreocupando factores considerados secundarios como la comodidad e incluso el bienestar físico.

“1890-1910 Época de ostentación y extravagancia, los vestidos almidonados y con enagua de crinolina (falda circular con seis aros de acero flexible que abultaban el vestido), marcaban la pauta. El dificultoso y pesado armatoste, obligó a los modistos a crear algo más confortable pero siempre dentro de mismo ideal de mujer pomposa, como muñeca de porcelana, atribuyendo a los diseños valores y costumbres que los hombres consideraban adecuadas para una dama.

En este período comienza a nacer un nuevo ideal de mujer, el que por primera vez fue creado por ellas mismas y no por hombres. La nueva imagen era la de una mujer trabajadora y eficiente, que luchaba por obtener el derecho a voto y que se inmiscuía en los asuntos que hasta entonces eran privilegio del poder masculino.

1900 Para representar esta nueva tendencia, los vestidos se alejaron paulatinamente del decorado simplificando su confección. El traje de dos piezas, denominado "**traje sastre**", era lo más adecuado para los nuevos tiempos.

1910 Las mujeres empiezan a desafiar los sólidos principios morales que las ataban y comenzaron a mostrar el cuerpo, lo que por supuesto no fue posible sin escándalo eclesiástico y machista de por medio. 1914 a 1918 La segunda guerra mundial acabo con las grandes casas de moda Inglesa y Francesa, que tuvieron una reaparición después de este conflicto. 1930 En plena época de post guerra y representando a esta nueva generación de mujeres independientes y modernas, apareció la mítica Coco Chanel, su estilo cómodo y práctico representaba la revolución femenina y la economía que debía surgir en época de recesión. Por esta razón, introdujo materiales más simples y baratos que el chiffon, el tul y la seda.

1933 La ascensión de Hitler al poder, inquietó el ambiente político y social de entonces, los modistos intentaron revivir la opulencia de años anteriores, en donde el lujo regía la moda. 1940 El aplastante poder nazi logró hacer sucumbir París, con lo que la capital de la moda se vistió de uniforme y colores

grises, como una muestra de lo representativo que es la vestimenta de las costumbres y coyunturas sociales de un pueblo.

1950-1960 Marca la rebeldía y la adopción de moda americana acompañado del espíritu revolucionario y protagonista de una juventud que comenzó a buscar sus propios gustos e intereses. 1970 Marcado por la guerra fría que ocasiono un mayor rechazo promoviendo la paz y amor por parte de jóvenes pero que también, se produjeron excesos de drogas lo que produjo estilos de moda extravagantes.

1980 La igualdad de género y los toques idealistas hacen que la moda pase por una etapa de igualdad y transforme a que los diseñadores opten por colores fuertes y estilos unisex. 1990 Los trajes de 2 piezas clásicos se mantienen, reimplantación de modas de décadas pasadas con nuevas texturas, así como se experimenta con materiales no tradicionales como el plástico, papel, látex, creando diseños por temporada motivados por la estabilidad económica, marcando opulencia, exclusividad y distinción en ciertos diseñadores.

En situaciones recientes algunos diseñadores han tratado de promocionar sus prendas. Convirtiéndose en una industria no formal y con una producción limitada que no ha permitido un repunte en esta industria, incluso ha motivado las importaciones de prendas para cubrir la demanda que sugieren las tendencias y los clientes actuales.”¹

¹ PAGINA WEB www.hispanomoda.com.es.

La situación geo - climática de nuestro país hace que sólo se distingan dos estaciones climáticas: verano e invierno, esta situación tiene una reacción en el mercado al no hacer producciones de temporada. Este factor se convierte en una oportunidad, debido a que la introducción de un producto en el mercado puede darse en cualquier época del año.

En nuestro medio por la realidad económica y la idiosincrasia, la población tiende a usar ropa tradicional y modelos clásicos.

Dentro del sector textil y especialmente en la industria de la confección, se inicia un proceso de concentración empresarial transformando talleres pequeños en sociedades de artesanos, para contrarrestar el ambiente de invasión de la industria asiática y colombiana, a pesar de estos esfuerzos los costos de producción y la escasa competitividad hacen que la industria extranjera gane mercado poco a poco.

La manufactura de este tipo de prendas en el Ecuador siempre en su mayoría ha sido elaborada por artesanos, basados en modelos y revistas provenientes de países de occidente.

La mano de obra en el país no ha tenido el desarrollo necesario ni la capacitación constante y actualizada, que son necesarias para ser competitivos dentro del libre mercado, induciendo a utilizar una estrategia de precios bajos, pero con un deterioro de calidad en las prendas.

En cuanto a organización administrativa, así como financiera, no han logrado sobresalir empresas artesanales y de pequeño tamaño, por el bajo nivel de instrucción de las personas que se hallan al frente, y por la falta de cultura organizacional, de técnicas de producción y mercadeo, seguridad industrial, control de desechos, manejando el negocio de manera informal.

El deterioro y desaparición de estas pequeñas empresas, se muestran absorbidos por la corrupción que existe en el país debido al alto índice de contrabando existente, limitando el desarrollo que se podría alcanzar en el sector de la confección.

“Estudios realizados en el año 2001 por el CENDES y el SECAP, deducen que el 90% de las empresas de la confección, están representadas por los propietarios, el 7% por un familiar del propietario y el 2% están dirigidas por un profesional de la administración. Las personas que se encuentran al frente de estas empresas son comerciantes, diseñadores, técnicos textiles, maestros de confección y estudiantes universitarios.

En el área administrativa, la experiencia de las personas que están al frente de entre 10 y 15 años es un 10%, y parte del 90% son aquellos que tienen experiencia menor a 10 años, siendo importante y de trascendencia tener continuidad, y mucho más una base de datos o resultados históricos que basada en la experiencia hagan que la gestión en el tiempo sea de mejoramiento continuo en técnicas, métodos y desarrollo de procesos.

En lo que concierne a registros contables financieros el 29% de las empresas, demuestran un grado de organización y provisión por este medio mostrando

una leve proyección a futuro, el 35% no llevan ningún tipo de registro, el 36% de las empresas llevan un registro de sus ingresos y egresos. En los sistemas de información el 17% del total de las empresas lo poseen.”²

La producción de la confección en el país, todavía muestra ciertas debilidades e inseguridades, ya que la mayor cantidad de talleres y pequeñas empresas no representan beneficios para el estado y tienen un deteriorado estándar de producción, así como también su única estrategia es la guerra de precios.

² SECAP. Estudio Industria Artesanal año 1999 – 2000.

CAPITULO II: ESTUDIO DE MERCADO

“La investigación de mercado es la ciencia que se encarga de analizar el entorno tanto del micro como del macro ambiente, determinando la función de compra que impulsa al consumidor, a través de la información. Esta información se utiliza para identificar y definir las oportunidades y los problemas del entorno; como también para generar, seleccionar y evaluar el desempeño del proceso y sus resultados”³

El estudio de mercado tiene gran relevancia e importancia al desarrollar proyectos, así como también para nosotros como empresarios tener un referente para evaluar y crear estrategias. Es importante tener claro el panorama del mercado e investigarlo minuciosamente, ya que del mismo dependerá si se invierte o no, si existe la carencia o una necesidad que podemos satisfacer, por lo tanto en este proyecto es de alta importancia evaluar la demanda y la oferta del producto que queremos fabricar, determinar el comportamiento de nuestros posibles clientes, las tendencias y la reacción a un producto que cumpla con las expectativas deseadas.

³ Metodología de la Investigación. Hernández Roberto

2.1. Objetivos del Estudio de Mercado

2.1.1. Objetivo General

Determinar la demanda insatisfecha de trajes formales para mujer, en la población femenina económicamente activa de la ciudad de Latacunga.

2.1.2. Objetivos Específicos

- Establecer el segmento de mercado al cual va dirigido del producto e Identificar la capacidad de compra del consumidor.
- Conocer los gustos y preferencias del segmento con respecto a calidad y precio de los trajes formales para mujer en la ciudad de Latacunga.
- Determinar la frecuencia de compra del producto.
- Identificar a la competencia y el nivel de oferta de trajes formales para mujer en la ciudad de Latacunga.

2.2. Diseño de la Encuesta

La preparación de la encuesta es de vital importancia para la realización de la investigación de mercado, ya que de la obtención de información primaria se determinará la factibilidad financiera y estratégica del nuevo negocio. Por esta

razón la encuesta debe contener preguntas que generen resultados positivos y no provoquen información basura que no sea indispensable y peor aún no tengan ningún uso.

Bajo estas consideraciones, se considera pertinente, estructurar los cuestionarios con preguntas específicas abiertas y cerradas, que van dirigidas a obtener información que cumplan con los objetivos propuestos, y que se hallen orientadas a los dos segmentos de influencia: Competencia y Consumidor Potencial, así:

2.2.1. Diseño del Cuestionario dirigido a consumidores potenciales:

- *Objetivo Uno: Establecer el segmento de mercado al cual va dirigido del producto e identificar la capacidad de compra del consumidor.*

Pregunta 1: Datos Generales

Pregunta 2: Poder adquisitivo

Pregunta 3: Cuanto dinero destinan

- *Objetivo Dos: Conocer los gustos y preferencias del segmento con respecto a calidad y precio de los trajes formales para mujer en la ciudad de Latacunga.*

Pregunta 4: Utilización

Pregunta 5: Cantidad de trajes

Pregunta 6: Características de preferencia

Pregunta 7: Conformación del traje

- *Objetivo Tres: Determinar la frecuencia de compra del producto.*

Pregunta 8: Frecuencia de uso

- *Objetivo Cuatro: Identificar a la competencia y el nivel de oferta de trajes formales para mujer en la ciudad de Latacunga.*

Pregunta 9: Como lo adquiere.

Pregunta 10: Lugar de Adquisición

De acuerdo a la identificación de preguntas que forman parte de la encuesta a consumidores potenciales (mujeres que laboran en instituciones públicas y privadas de la ciudad de Latacunga), se estructura por orden sistemático el cuestionario del ANEXO UNO.

Además se diseña una encuesta a los gerentes o encargados de autorizar la adquisición de trajes formales de oficina para mujeres en las instituciones de la ciudad de Latacunga, debido a que en algunas organizaciones públicas o privadas, los uniformes de trabajo son proporcionados por los empleadores. La encuesta contiene la siguiente composición:

Datos Generales:

Preguntas Filtro:

Pregunta 1: Adquisición o uso de este bien.

Preguntas de Demanda:

Pregunta 2: Frecuencia de compra.

Pregunta 3: Presupuesto de compra.

Pregunta 4: Conformación del conjunto.

Preguntas de Competencia:

Pregunta 5: Proveedores del bien.

Pregunta 6: Preferencias de adquisición.

Pregunta 7: Conformación del conjunto

De acuerdo al análisis se establece la encuesta para Empresas de acuerdo al ANEXO DOS.

2.2.2. Diseño del Cuestionario dirigido a los Proveedores de trajes formales para Mujer:

La finalidad de la encuesta dirigida a fabricantes locales de trajes de oficina para mujer, es determinar la cantidad de oferta que existe en el mercado y además establecer el margen de ganancia de los productos, para realizar previo un análisis la fijación de precios.

Pregunta 1: Datos Generales

Pregunta 2: Tipo de clientes que atiende

Pregunta 3: Capacidad Instalada

Pregunta 4: Conformación del conjunto.

Pregunta 5: Proveedores de materia prima.

Pregunta 6: Margen de rentabilidad.

Una vez determinadas las preguntas clave dirigidas a los competidores, se procede a estructurar el formulario de manera lógica y secuencial, lo que se concluye en la encuesta del **ANEXO TRES**.

2.3. Determinación de la Población

Para la realización del estudio de mercado la población tiene las siguientes características:

Sexo: Femenino
 Ubicación: Ciudad de Latacunga
 Sector: Población Económicamente Activa
 Empresas: Públicas y Privadas

De acuerdo a las características establecidas, se determina que según el último censo poblacional realizado en el país por el INEC la población económicamente activa en la ciudad de Latacunga esta conformada por:

CUADRO 1. Población Económicamente Activa Latacunga

Ocupación	2001 (PEA) Cotopaxi	% Latacunga	2001 (PEA) Latacunga	% Hombres Y Mujeres en Latacunga		Estimado PEA Latacunga	
				Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Empleado	43.265	41.2%	17.825	48,34%	51,66%	8.616	9.209

Fuente: INEC VI Censo Poblacional 2001 Cotopaxi

Realizado por: Autor del Proyecto

Por lo tanto, la población de análisis esta constituido por 9.209 mujeres que pertenecen a la Población Económicamente Activa de la ciudad de Latacunga.

2.4. Determinación de la Muestra

La investigación de mercado se realiza de manera aleatoria y para esto se define como unidad muestral a las mujeres que pertenecen a la PEA y que laboran en empresas públicas y privadas de la ciudad de Latacunga. Con esta muestra se determinará la demanda utilizando la encuesta del **ANEXO UNO**.

La aplicación de la fórmula de tamaño de la muestra $n = Npq / ((N-1)(B^2)/4 + pq)$, permite definir el tamaño, así:

N: Total número de hogares en el área de estudio: 9.209 empresas

B: Error de estimación: 10 %

P: 50% de mujeres adquieren trajes de oficina.

Q: 50% de mujeres no adquieren trajes de oficina.

Entonces, se determina que el tamaño de la muestra para recabar información de los consumidores es de 77 encuestas dirigidas a la población femenina económicamente activa.

Para el caso de la recopilación de información de empresas, nos enfocamos a empresas medianas y grandes de la ciudad y zonas aledañas de Lasso y Salcedo (que tienen concentración empresarial), tenemos un mercado objetivo de 73 empresas según la Cámara de Comercio de Cotopaxi. Aplicando la ecuación: $\text{Tamaño de muestra} = Npq / ((N-1)(B^2)/4 + pq)$, con un margen de

error del 10%, se determina que el tamaño de la muestra para recabar información de los consumidores es de 42 encuestas dirigidas.

2.5. Tratamiento y Resultados de la Investigación de Mercado

Los datos obtenidos se trataron en el paquete estadístico SPSS versión 8.0, cuyos resultados y análisis se señalan en los siguientes puntos. **ANEXO CUATRO**

2.5.1. Resultados de Investigación de Mercado realizada a las Empresas de Latacunga ANEXO 4 “A”

1. Adquiere la empresa los trajes de oficina para las mujeres de su organización?

Un 66.7 % de las empresas encuestadas que laboran en la ciudad de Latacunga adquieren directamente sus trajes formales para su personal femenino. El 33.3 % lo hacen a través de sus oficinas matrices en otras ciudades.

2. Cuantos trajes para mujer adquiere anualmente?

En promedio las empresas adquieren 43 trajes formales para mujer anualmente.

3. Cuanto destina anualmente su empresa en la adquisición de trajes de oficina?

Las empresas encuestadas destinan en promedio anual 3.170 dólares para la adquisición de trajes formales para mujer.

3. El traje formal esta conformado por?

De acuerdo a los resultados de las encuestas se determina que los componentes principales del traje para mujer son pantalón, chaqueta y blusa, ya que presentan los porcentajes mayores de adquisición.

5.Cuál es el (los) proveedor (es) de trajes formales de oficina para mujer?

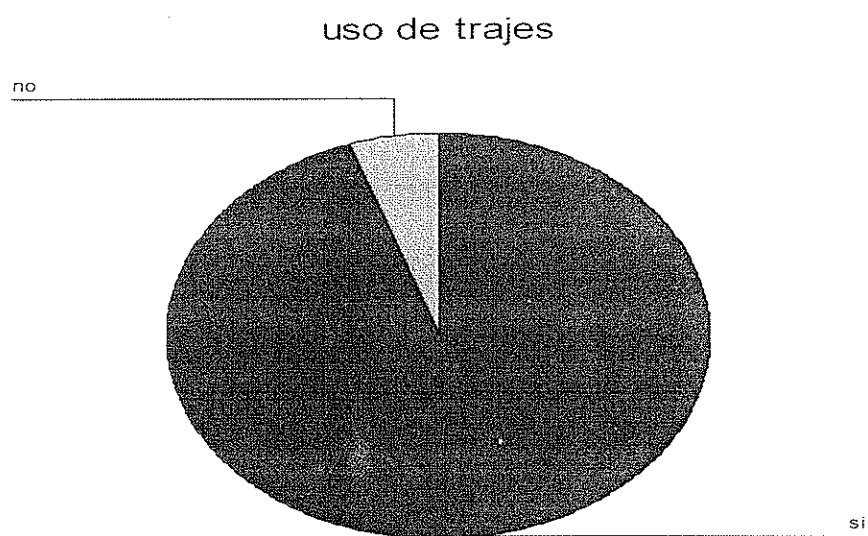
Los resultados arrojan que los principales lugares de adquisición de trajes formales para mujeres son sastres y modistas particulares o artesanales, en un 66.7%.

6. Para adquirir un traje formal ¿a cuál de las siguientes razones le da mayor importancia?

Un 45.2% de las empresas adquieren los trajes formales para mujer debido al factor Precio, mientras que un 31% considera importante el Tiempo de entrega.

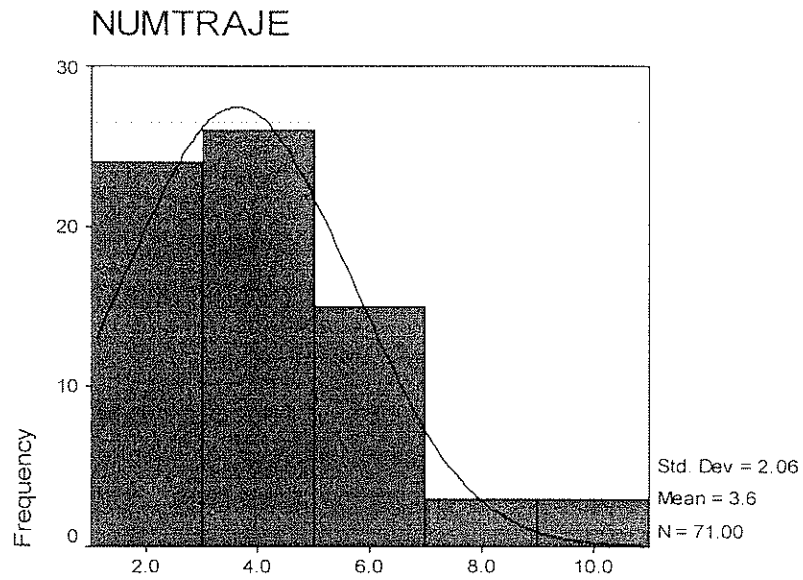
2.5.2. Resultados de Investigación de Mercado realizada a Mujeres de la Población Económicamente Activa de la Ciudad de Latacunga ANEXO 4 “B”

1. Utiliza Ud. Trajes formales para el desarrollo de su trabajo o de uso frecuente?



Un 94.8% de las mujeres encuestadas utilizan trajes formales con frecuencia para su desarrollo de labores.

2. Cuántos trajes formales para trabajo tiene

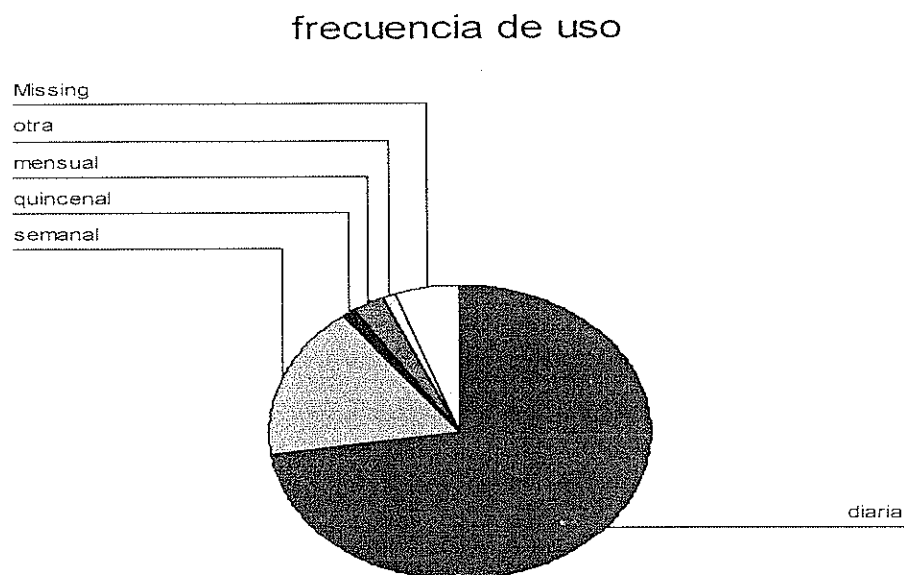


Ud.?

NUMTRAJE

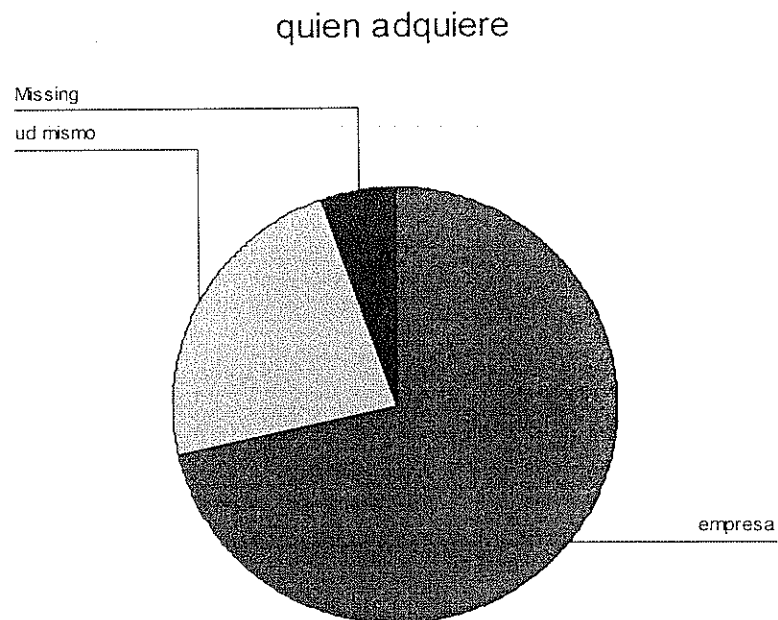
En promedio cada una de las mujeres encuestadas posee 4 trajes formales para oficina.

3. Con que frecuencia utiliza el (los) traje (s) formales para trabajo o uso frecuente?



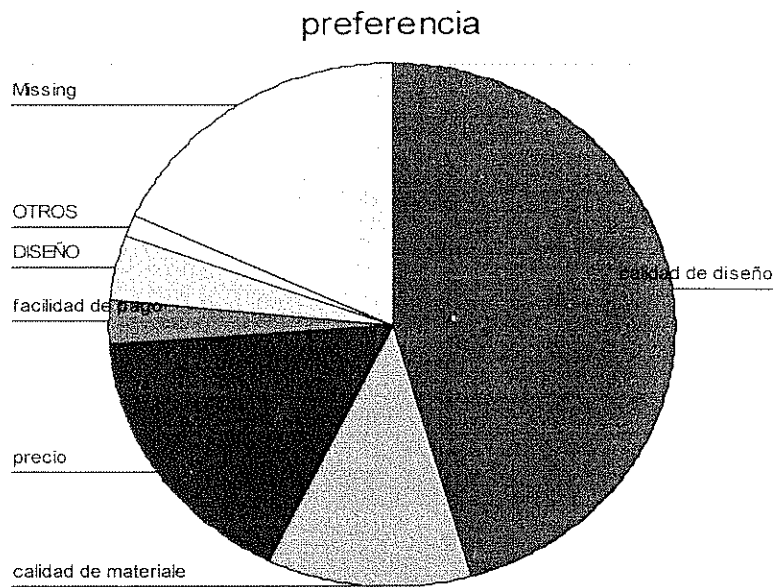
El 76.7% de las mujeres encuestadas utilizan diariamente los trajes formales para oficina.

4. Quién le Proporciona el (los) traje (s) para trabajo o de uso frecuente?



Un 75.3% de la muestra señala que los trajes formales de oficina para mujer son adquiridos por las empresas en dónde laboran.

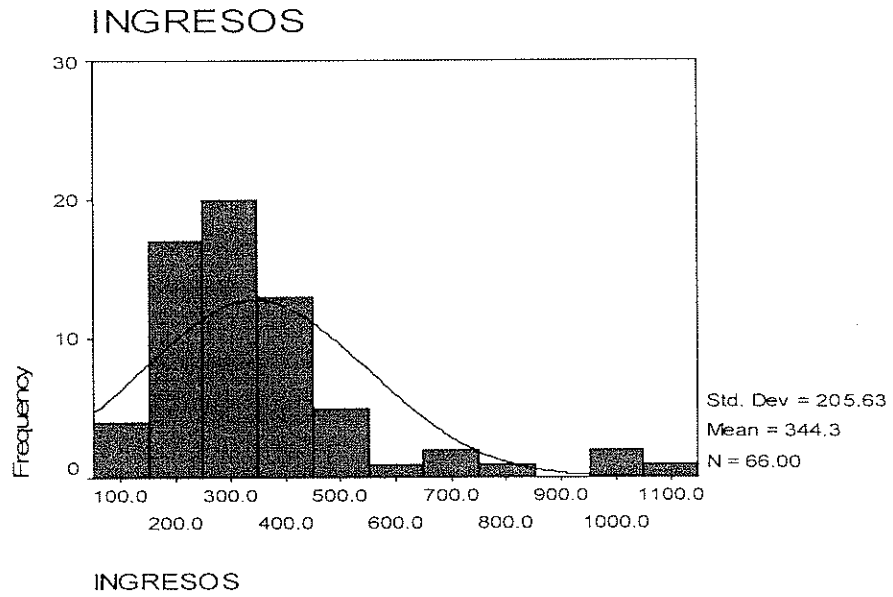
4. Para adquirir un traje formal ¿a cuál de las siguientes razones le da mayor importancia? (seleccione una)



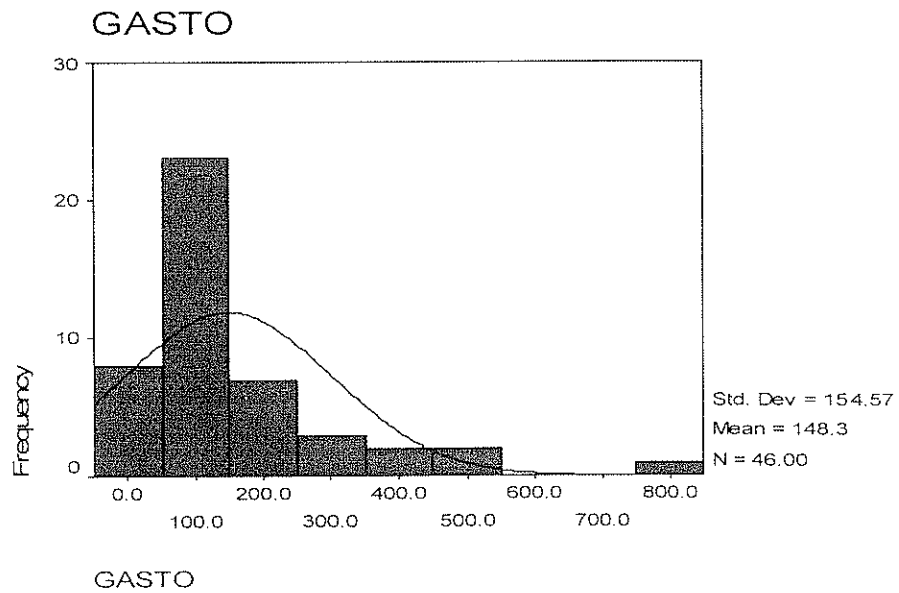
Un 55.6% de las mujeres encuestadas prefieren comprar trajes por la calidad del diseño, es decir su forma, mientras que el 20.6% lo hacen por influencia del factor precio.

6. Cuál es su nivel de ingresos mensual?

El nivel promedio de ingresos mensual de la muestra es de 344.26 dólares.



7. Cuanto dinero destina para la adquisición de trajes de oficina en el año?



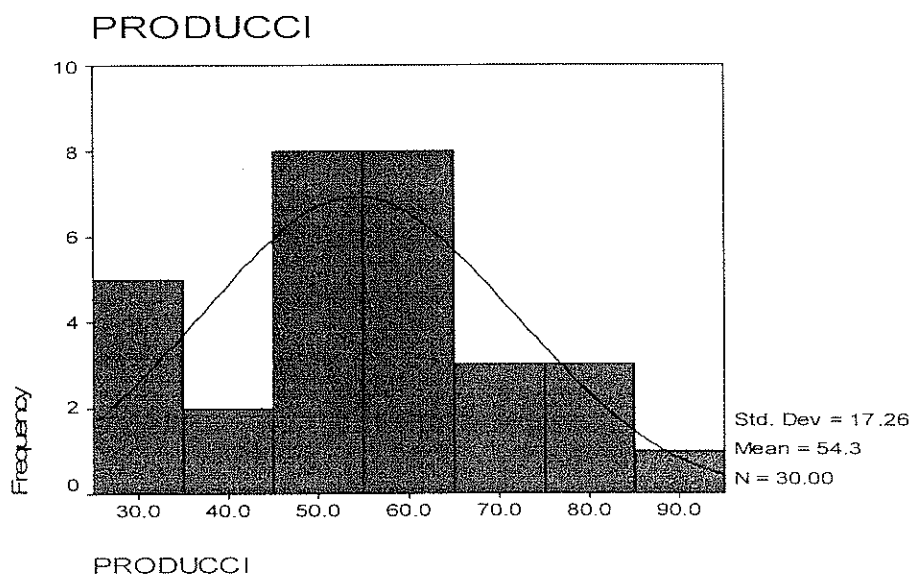
En promedio la muestra seleccionada destina 148 dólares anuales para adquirir trajes formales para mujer.

2.5.3. Resultados de Investigación de Mercado realizada a la Competencia en la Ciudad de Latacunga ANEXO 4 “C”

1. Cual es el tipo de clientes a los que atiende?

Un 80.6% de los productores se dedican a la fabricación de trajes formales de mujer para personas particulares, mientras que el 29.4% lo hacen para empresas.

2. Cuantos trajes de oficina para mujer esta en capacidad de producir mensualmente su negocio?



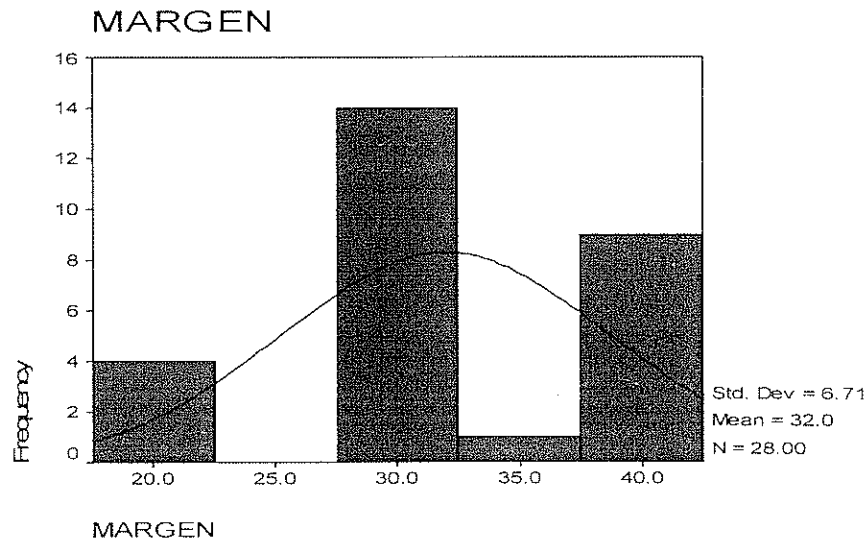
En promedio los productores de trajes formales para mujeres fabrican 54 unidades por mes.

3. Por que prendas se halla conformado el traje de oficina para mujer?

De acuerdo a los resultados obtenidos de los productores de trajes formales para mujer en la ciudad de Latacunga, se deduce que la fabricación se concentra en Pantalón, Chaqueta y Blusa.

4. Cuanto es el margen de utilidad en promedio que Ud. Establece en el precio de los trajes de oficina para mujer?

El margen promedio de utilidad cargado sobre los costos de producción de trajes para mujer 31.9%



2.6 Análisis de Precios

El Precio es una de las variables principales de la mercadotecnia que depende de factores importantes como el costo y de los agentes externos del mercado como la plaza, promoción y publicidad. El precio se puede fijar así:

- Aumentando un porcentaje fijo de utilidad bruta a sus costos, para obtener el precio de venta aún en períodos en que por diversos motivos internos o externos, la demanda disminuye.
- Otro procedimiento utilizado para fijar los precios de las prendas de vestir es igualando el precio acostumbrado que fijan las empresas en este sector de la confección.
- Fijando el precio que a largo plazo le produzca un porcentaje de rendimiento a su inversión.

Lamentablemente el nivel educativo y de formación empresarial de los artesanos de la provincia se ha convertido en una limitante para fijar precios competitivos y que se ajusten a la realidad del mercado.

En registros estadísticos realizados por el INEC explica que no existen políticas de precios basadas en un equilibrio entre la oferta y la demanda o de acuerdo a la competitividad del mercado.

Sin embargo, con relación al precio existe una política conocida y utilizada, que es la de los descuentos, dependiendo del volumen de compra, de las características del consumidor, estos descuentos en la mayoría de los casos son en efectivo.

Una competencia basada en precios para la industria de la confección no es beneficiosa, más bien, para enfrentar a la competencia se deberá mejorar la calidad del producto; tomar en consideración las preferencias del consumidor, un buen sistema de promoción en la comercialización de los trajes. Este tipo de competencia le dará a la industria una estabilidad en el mercado y en algunos casos podrá liderar en el mismo.

De los resultados obtenidos en la investigación de mercado a Productores de prendas formales para mujer en la ciudad de Latacunga, se tiene que el **Margen de Utilidad** cargado al costo de producción promedio es de **31.9%**, y los precios promedios en el mercado de trajes de excelente calidad de materiales se hallan en:

.Cuadro 2: Precios de Mercado Trajes de Mujer Calidad A

Producto	Precio USD
Chaqueta	75.84 USD
Blusa	16.57 USD
Pantalón	41.55 USD

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Autor del Proyecto

Para el presente proyecto se utilizarán los precios de mercado, reducidos en un 10%, como un estimativo de escenario pesimista. Así:

**PRECIOS PROMEDIO DE PRODUCTORES TRAJES DE
MUJER CALIDAD A**

PRODUCTORES	CHAQUETA	BLUSA	PANTALON
Creaciones Zorim	80,00	19,00	45,00
Creaciones Rosi	77,00	18,00	35,00
Creaciones Loli	75,00	17,00	37,00
Centro Moda	78,00	15,00	36,00
Modas Nacional	80,00	19,00	39,00
Modas Central	75,00	14,00	36,00
Modas Padilla	78,00	16,00	37,00
Modas Kattia	78,00	15,00	35,00
Modas Mujer	75,00	14,00	35,00

Fuente: Encuestas Productores

Elaborado por: Autor del Proyecto

Cuadro 3: Precios del Traje para Estimación

Producto	Precio USD
Chaqueta	68.95 USD
Blusa	15.07 USD
Pantalón	37.77 USD

Fuente: Cuadro 2 con reducción del 10%

Elaborado por: Autor del Proyecto

2.7. Determinación de la Oferta

Oferta es la cantidad de bien o servicio que un cierto número de oferentes están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado.⁴

En la ciudad de Latacunga se presentan una serie de oferentes de trajes formales para mujeres, que en su mayoría representan sastres y modistas pertenecientes al sector artesanal, son limitados quienes se dedican a la producción en serie de este tipo de vestido. La gran parte de consumidores de Latacunga, en especial las empresas e instituciones, adquieren los vestidos en fábricas de las ciudades de Quito y Ambato.

Los principales oferentes son:

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	FADEM SA	3	7.1	8.1	8.1
	DORMEL	1	2.4	2.7	10.8
	ETATEX	1	2.4	2.7	13.5
	SASTRES	28	66.7	75.7	89.2
	REGATEX	2	4.8	5.4	94.6
	ALAZAN	1	2.4	2.7	97.3
	ZORIM	1	2.4	2.7	100.0
	Total	37	88.1	100.0	
Missing	System	5	11.9		
Total		42	100.0		

Elaborado por: Autor del Proyecto

Fuente: Estudio de Mercado

⁴ BACA URBINA GABRIEL. Evaluación de Proyectos. Pág. 43. Copia.

A nivel local encontramos entre los principales los siguientes:

- Creaciones Zorim
- Creaciones Rosi
- Creaciones Loli
- Centro Moda
- Modistería La Moderna
- Modas Actuales
- Modas Carmita
- Modas Central
- Modas Padilla
- Modas Kattia
- Modas Mujer
- Modas Lourdes
- Modas Nacional
- La Moda Europea
- Sastrería La Perfecta
- Sastrería Cárdenas
- Sastrería Sur

2.8. Determinación de la Demanda Actual

Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado. Para determinar la demanda se emplea herramientas de

investigación de mercado como investigación estadística e investigación de campo⁵.

Basado en los resultados del estudio de mercado se puede estimar la demanda total de trajes para mujer así:

2.8.1. En Empresas

Total empresas:	73
Promedio de compra de Trajes por Empresa:	43
Empresas que adquieren trajes:	66.7%

Demanda anual Empresas Latacunga:	2.094 Trajes
--	---------------------

2.8.2. Mujeres PEA

Total Mujeres:	9.209
Mujeres que adquieren trajes:	94.8%

Demanda anual Mujeres Latacunga:	8.730 Trajes
---	---------------------

Es decir se tiene una demanda anual de trajes de mujer de 2.094 unidades para empresas grandes y medianas, y 8.730 unidades para mujeres que pertenecen a la población económicamente activa de Latacunga.

⁵ BACA URBINA GABRIEL. Evaluación de Proyectos. Pág. 17. Copia.

2.9. Estimación de la Demanda Insatisfecha

Para establecer la demanda insatisfecha se considerarán los resultados cualitativos obtenidos en el estudio de mercado, es así que el estudio se enfocará a la utilización de dos factores considerados como “Preferencia del Consumidor” a nivel empresa y a nivel independientes, así:

Factor	Preferencia
Tiempo de Entrega	31%
Calidad de Material	14.3%

2.9.1. Empresas

$$\text{Demanda Insatisfecha Actual} = \text{Demanda Actual} \times 31\%$$

$$\text{Demanda Insatisfecha Actual} = 2.094 \text{ trajes} \times 31\%$$

Demanda Insatisfecha Actual	=	649 trajes anuales
Demanda Insatisfecha Mensual	=	50 trajes

La demanda insatisfecha anual para empresas grandes y medianas en el mercado de referencia es de 649 trajes formales para mujer, que representa un requerimiento mensual de 50 trajes.

2.9.2. Mujeres PEA

Demanda Insatisfecha Actual = Demanda Actual X 14.3%

Demanda Insatisfecha Actual = 8.730 trajes X 14.3%

Demanda Insatisfecha Actual	=	1.248 trajes anuales
------------------------------------	----------	-----------------------------

Demanda Insatisfecha Mensual	=	104 trajes
-------------------------------------	----------	-------------------

La demanda insatisfecha anual para mujeres del PEA dentro del mercado de referencia es de 1.248 trajes formales para mujer, que representa un requerimiento mensual de 104 trajes.

2.9.3. Demanda Total Insatisfecha

Empresas = 649 trajes / año

Mujeres PEA = 1.248 trajes / año

Demanda Insatisfecha Actual	=	1.897 trajes anuales
------------------------------------	----------	-----------------------------

Demanda Insatisfecha Mensual	=	158 trajes
-------------------------------------	----------	-------------------

El presente proyecto se evaluará para un periodo de 5 años, razón por la cual se considerará dentro de un escenario pesimista que no se presentará un crecimiento en el volumen demandado anualmente, es decir, para cada año se esperan producir y vender 1.897 trajes formales para mujer, cada traje conformado por pantalón, blusa y chaqueta de acuerdo a los requerimientos del consumidor provenientes del estudio de mercado.

Cuadro 4: Estimación de la Demanda Insatisfecha en Unidades

Demanda en Unidades	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Pantalón	1.897	1.897	1.897	1.897	1.897
Chaqueta	1.897	1.897	1.897	1.897	1.897
Blusa	1.897	1.897	1.897	1.897	1.897

Elaborado por: Autor del Proyecto

Fuente: Estudio de Mercado

CAPITULO III: PROPUESTA ADMINISTRATIVA

El propósito de formar una empresa fuerte que exponiéndose a los cambios del no tenga un desequilibrio, como hasta hoy esta sucediendo en nuestro país, es necesario tener una estructura administrativa sólida con una adecuada planificación, conformada por objetivos, políticas y estrategias que permitan definir una cultura organizacional competitiva dentro del sector de la confección en la ciudad de Latacunga y en el país.

3.1. Objetivos de la Propuesta Administrativa

3.1.1. Objetivo General

Determinar un sistema administrativo que abarque todas las características y elementos técnicos necesarios que permitan el correcto direccionamiento de la empresa.

3.1.2. Objetivos Específicos.

- Identificar los aspectos que legalmente normen a la empresa
- Diseñar la meta de largo plazo hacia donde se quiere llegar.
- Establecer las estrategias de gestión.
- Concebir el concepto de una cultura organizacional, que nos lleve a la excelencia administrativa.

3.2. Marco Filosófico

3.2.1. Misión

Fabricar y comercializar trajes formales para mujer, desarrollando el valor de servicio, puntualidad y calidad en confección en nuestra compañía. Comprometiéndonos a ser una empresa:

- Que Satisfaga las necesidades de las consumidoras con indumentaria de alta calidad, entrega a tiempo y con diseños exclusivos, adaptándolos a las distintas épocas y modas del mercado.
- Altamente productiva y plenamente humana.
- Innovadora, competitiva y fuertemente orientada a la satisfacción de nuestros clientes.

3.2.2. Visión

Convertirse en una empresa líder en la industria de la confección en la zona central del país, con alto posicionamiento nacional, promotora e innovadora en procesos de producción, comercialización y servicio.

3.3. Objetivos

3.3.1. General

Formar una empresa líder en el mercado de confección de trajes para mujer del Centro del país, con un compromiso de satisfacer las necesidades inmediatas del cliente, en cuanto a trajes formales o trajes para oficina y partes de mayor demanda. Empresa con costos reducidos, recurso humano calificado

(compromiso de sacrificio dedicación), valor agregado logrando una productividad aceptable para un crecimiento permanente en producción y comercialización.

3.3.2. Específicos

3.3.2.1. De Corto Plazo (1 año)

- Desarrollar una cultura de trabajo, esfuerzo, constancia y sacrificio.
- Establecer políticas, sistemas operativos y de control tendiendo a sistematización.
- Mantener Costos de operación reducidos.

3.3.2.2. De Mediano Plazo (2 – 3 años)

- Mantener Costos operativos reducidos
- Mantener la participación del mercado local
- Optimizar el capital de Trabajo y promover la inversión.

3.3.2.3. Largo Plazo (3- 5 años)

- Incorporar área de servicio técnico.
- Mantener alternativas de productos para distintos segmentos de mercado.
- Promover e impulsar beneficios y virtudes de los productos, empresa mediante campañas publicitarias.
- Investigar la posibilidad de creación de puntos de venta asociados en zonas con mayor proyección de crecimiento.

3.4. Estrategias

3.4.1. De Corto Plazo

- Difundir una campaña interna para el recurso humano, explicando en donde nos encontramos, a donde queremos llegar y que fortalezas y ventajas tenemos sobre la competencia.
- Por medio de un recurso humano calificado en el área de producción proponer la ejecución de círculos de calidad en beneficio de cada área de trabajo.

- Promover la importancia de la buena utilización de los recursos y la optimización del tiempo.
- Empezar una campaña publicitaria agresiva con la técnica de penetración rápida en el mercado a fin de lograr un posicionamiento de la marca y de nuestros principales productos.
- Planificar un cronograma de visitas a clientes potenciales de nuestra ciudad con el portafolio de productos, y ventajas competitivas que ofrecemos.
- Implementar la Boutique de exhibición de nuestros productos para su difusión
- Realizar un levantamiento de información de nuevas empresas en la ciudad y provincia a las cuales podemos servir.

3.4.2. De Mediano Plazo

- Planificar un programa de capacitación del personal en producción, relaciones personales, ventas orientadas al cliente encaminado a optimización de recursos, y promover ventas
- Participación en eventos nacionales de moda y desfiles, presentando una colección especial de nuestra mejor línea de trajes.

- Demostrar en cifras a los accionistas el beneficio de la empresa y posibles proyectos de crecimiento.
- Crear un plan de producción conjunto con comercialización programando de acuerdo al cronograma de compras y necesidades de nuestros clientes.
- Proyectar nuestra empresa a complementar nuevas línea de productos con empresas representativas a nivel nacional que impulse nuestro crecimiento.

3.4.3. De Largo Plazo

- Desarrollar un proyecto bajo un concepto de PAZSEGOV PARTS SERVICE, complementando composturas de segundo orden enfocado a clientes existentes y clientes que utilizan otras marcas.
- Conseguir canales de distribución para evacuar inventario inmóvil.
- Participar en desfiles y crear un Show Room para promover cada nueva colección de trajes.
- Desarrollar el concepto de puntos de venta asociados en zonas con mayor proyección de crecimiento.

3.5. Valores Empresariales

La Cultura Organizacional que se pretenderá implantar basado en los principios y valores señalados a continuación; se promoverá dentro y fuera de PAZSEGOV, empresa que actuara de acuerdo a las leyes, y para el beneficio desarrollo de la comunidad en general. Los valores son:

- **Ética Empresarial**

Comprometidos con los valores éticos, se apoyara y promoveremos la implementación de prácticas empresarias con un fuerte compromiso social y moral. Se consideraran los intereses de todos los involucrados en la actividad procurando que los impactos que puedan generar, no sean contrarios al bienestar general.

- **Puntualidad**

La entrega a tiempo será el principal valor corporativo por el que se diferenciará nuestra empresa de la competencia.

- **Calidad de Diseño**

La distinción e innovación en el diseño de trajes será compromiso de todos quienes integrarán la compañía de confección.

- **Pluralidad**

El hecho de orientar un profundo respeto por las diversas posturas y convicciones políticas, sociales, económicas o religiosas. Potenciando la

capacidad de relacionarnos e intercambiar opiniones en un marco absoluto de tolerancia y comprensión, sin lugar a la discriminación o los cuestionamientos ideológicos de ningún tipo.

- **Bienestar General de la Empresa.**

Nuestra actividad deberá trascender los intereses individuales para estar orientado a promover, defender y mejorar el bienestar general de la empresa y las personas como un todo.

- **Justicia**

Nos guiaremos bajo el principio de equidad entre individuos y áreas involucrados en la actividad de la confección de trajes.

- **Educación y Formación**

Consideramos el desarrollo educativo y la formación profesional como un derecho, una necesidad y una oportunidad para todos los que conformen la empresa a fin de conseguir un desarrollo integral como corresponde.

- **Competitividad y Productividad**

La formación de nuestro personal se basa en un factor de motivación que hace de una persona capaz de competir en el medio en el que se desenvuelve.

- **Preservación del Medio Ambiente**

Se trabajara en miras a difundir y promover la responsabilidad de cuidar el medio ambiente.

3.6. Aspectos Legales

La figura legal de la empresa se evalúa en la siguiente matriz:

CUADRO 5: Matriz de evaluación de Compañías

Criterio	Persona Natural(Artesano Calificado)	Cía. Limitada	Cía. Anónima	Ponderación		
Marco Jurídico	Ley de defensa del Artesano	Ley de Compañías	Ley de Compañías	2	3	3
Ente Regulador	Junta Nacional de Defensa del Artesano.	Superintendencia de Compañías	Superintendencia de Compañías	2	3	3
Número de Socios	Mínimo 1 puede establecer su taller Artesanal, ilimitado	Mínimo 3, máximo 15	Mínimo 5 accionistas ilimitado	3	3	3
Capital de inversión	Maquinaria y Materias primas máximo el 25% del fijado para pequeña Industria	Capital mínimo \$ 1000	Capital mínimo \$ 1200	1	3	2
Importación y Exportación de insumos	Exonerado	Paga Impuestos	Paga Impuestos	3	2	2
Impuesto IVA, Renta, CAPIT. En Giro	Exonerado	Paga Impuestos	Paga Impuestos	3	2	2
TIPO DE ADMINISTRACION	Persona Natural(Artesano Calificado)	J. General de Socios	Directorio	1	3	2
Responsabilidad de los socios	Por el monto es ilimitado	Por el valor de sus aportes	Por el porcentaje de sus acciones	2	3	3
Cantidad de Empleados	No mayor a 15 operarios y 3 aprendices	No tiene limite	No tiene limite	1	3	3
Finalidad	Con fin de lucro	Con fin de lucro	Con fin de lucro	3	3	3
Repartición de las utilidades	A Percibir el Artesano y sus socios	A repartirse entre los socios	A repartirse entre los accionistas	2	3	3
Asociación	Puede pertenecerá otra persona jurídica	Puede pertenecerá otra persona jurídica	Puede pertenecerá otra persona jurídica	3	3	3
TOTAL				26	34	32

Fuente: Ley de Compañías

Elaborado por: Autor del Proyecto

De acuerdo a la matriz se establece que la mejor opción es la estructuración legal de la empresa como Compañía Limitada, la cual tiene las siguientes consideraciones reglamentarias:

- Regulado por la Superintendencia de Compañías Institución que ya tiene sus normas y reglamentos bien determinados en comparación con la junta de Defensa del Artesano que es una ley creada el 23 de mayo de 1997.
- La figura jurídica al momento aspirar a un financiamiento u otro tipo de ayuda es de mayor credibilidad por el ente regulador, y al momentos de vender el porcentaje accionario esta supeditado al consentimiento de los socios.
- Capital de Inversión puede ser mayor y aumentado según lo necesite de acuerdo al crecimiento sin un monto tope, que limitaría la expansión en un futuro.
- Capital de Constitución Menor
- La junta general de accionistas controla la participación accionaria de mejo forma.
- La compañía Limitada es la que se contrae entre tres o con un máximo de quince personas que solamente responden por las obligaciones

sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen del comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirán, en todo caso, las palabras Compañía Limitada o su correspondiente abreviatura.

- Este tipo de compañía es siempre mercantil, pero sus integrantes, por el hecho de constituirla, no requiere de calidad de comerciantes. Podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitidas por la ley, excepción hecha de operaciones de banco seguros, capitalización y ahorro.
- La compañía de responsabilidad limitada no podrá funcionar como tal si sus socios exceden el número de 15: Si excediere de este máximo deberá transformarse en otra clase de compañía o liquidarse. Para efectos fiscales y tributarios este tipo de compañía es considerado como sociedad de capital.
- El capital de esta compañía estará formado por las aportaciones de los socios y no será inferior a \$1000 dólares americanos. Estará dividido en participaciones de \$1 dólar americano o en múltiplos de mil.
- Al constituirse la compañía, el capital estará íntegramente suscrito, y pagado por lo menos en el cincuenta por ciento de cada participación. Las aportaciones pueden ser en numerario o en especie. El saldo del Capital deberá integrarse en un plazo no mayor de 12 meses, a contarse de la fecha de constitución de la Compañía. Los aportes en numerario se

depositaran en una cuenta especial de integración de capital, que será abierta en un banco a nombre de la compañía en formación.

- La escritura pública de formación de una compañía de responsabilidad limitada será aprobada por la Superintendencia de Compañías, el que ordenara la publicación, por una sola vez, de un extracto de la escritura, conferido por la superintendencia, en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio de la compañía y dispondrá la inscripción de ella en el registro mercantil.
- La escritura de constitución será otorgada por todos los socios, por sí o por medio de apoderado. En la escritura se expresara:
 - El lugar y fecha en que se celebre el contrato.
 - El nombre, apellidos, estado civil, nacionalidad y domicilio de las personas naturales o jurídicas que constituyan la compañía.
 - El objeto social, debidamente concretado.
 - Su denominación y duración.
 - El domicilio de la compañía.
 - El importe del capital social, con la expresión del número de las participaciones en que estuviere dividido, el valor nominal de las mismas.

- La indicación de las participaciones que cada socio suscriba y pague en numerario o en especie, el valor atribuido a estas y la parte del capital no pagado; la forma y el plazo para integrarlo.
- La forma en que se organizara la administración y la fiscalización de la Compañía (Si se hubiese acordado el establecimiento de un órgano de fiscalización) y la indicación de los funcionarios que tengan representación legal.
- La forma de deliberar y tomar resoluciones en la junta general de socios y modo de convocarla y constituir la.
- La forma de ceder acciones de esta compañía se realizara una convocatoria a la Junta General de accionistas por parte del Gerente (secretario de la Junta) a todos los socios para poner en conocimiento la venta de las acciones, si fuera el caso que ninguno de los accionistas no optaran por la compra del paquete accionario el accionista que cede tendrá la facultad para vender su paquete accionario a quien creyere conveniente.

Los Requisitos para afiliarse a la Cámara de la pequeña Industria son:

- Solicitud de aceptación al presidente de la cámara.
- Copia de la escritura de constitución de la compañía.

- Copia del nombramiento del representante legal de la compañía.
- Copia de la cedula de identidad, certificado de votación del representante legal.
- 2 fotos tamaño carné
- Pago de la inscripción \$ 45.

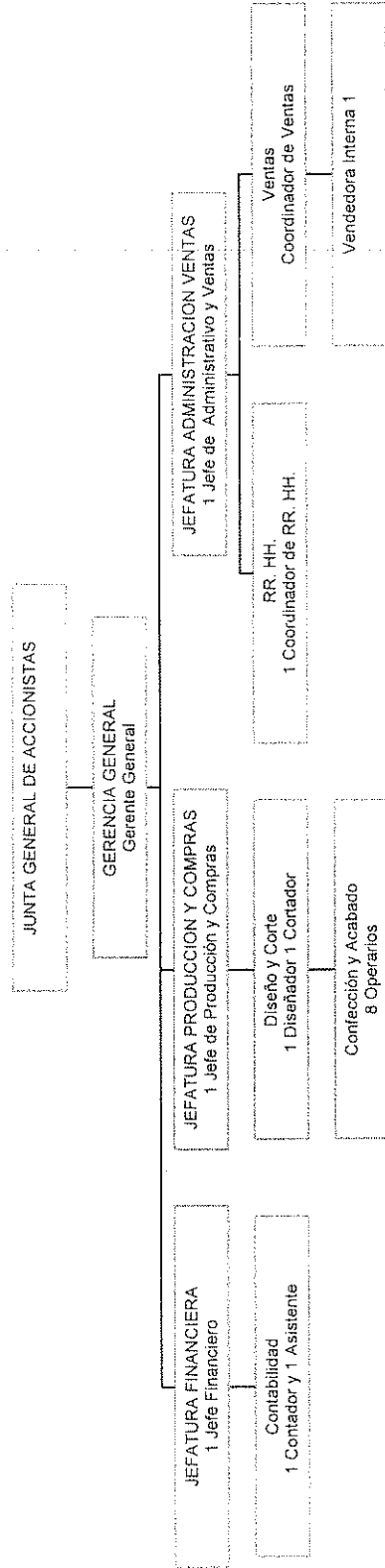
3.7. Estructura Orgánica

Mediante este instrumento administrativo se podrá identificar claramente como una radiografía de la empresa la estructura y los involucrados en la misma.

3.7.1. Organigrama Estructural y de Posición

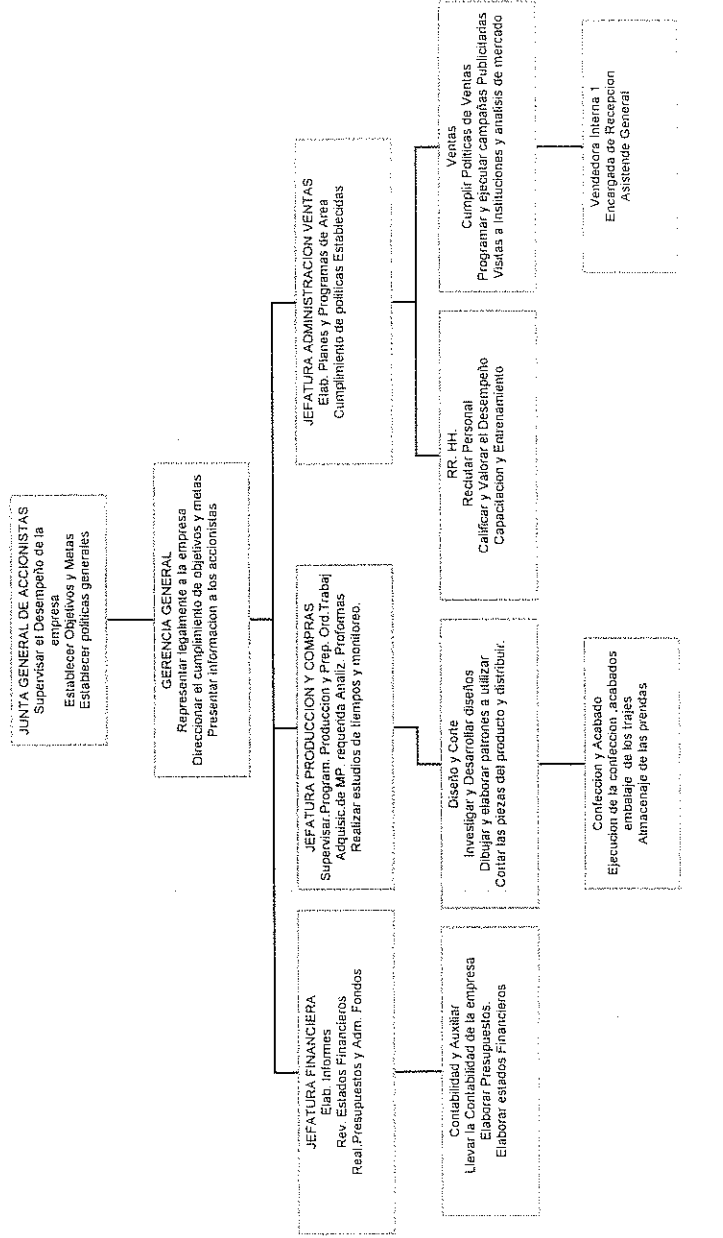
En este organigrama se identifica cada área que existe en la empresa.

Organigrama Estructural y de Posición



Elaborado por: Autor del Proyecto

3.7.2. Organigrama Funcional



Elaborado por: Autor del Proyecto

3.7.3. Especificación de Funciones

a. Junta General de Accionistas

- Definir la política de funcionamiento y gobierno de la empresa.
- Nombrar y remover al presidente, gerente, comisario y demás administradores de la empresa, como serían miembros del Directorio en caso de haberlo.
- Conocer sobre los balances, estados financieros y de situación que presenten los administradores.
- Resolver sobre el destino de las utilidades y beneficios sociales.
- Cualquier otra atribución que prevea los estatutos y aquellas contempladas en la ley.

b. Gerente General

- Ejercer la representación legal, judicial y extrajudicial de la compañía.
- Suscribir en nombre de la compañía los actos y contratos.

- Responsable de la marcha administrativa y financiera de la compañía con la obligación de llevar adecuadamente la contabilidad y documentos de la empresa.
- Planificar, organizar y dirigir las actividades de operaciones y mercadeo.
- Nombrar al personal técnico y administrativo para la buena marcha de la empresa.
- Presentar informes y balances a consideración de la junta directiva, así como la propuesta de distribución de las utilidades.
- Suscribir como secretario las actas de las juntas y firmar los títulos de las acciones.

c. Supervisión

- Le corresponde supervisar los trabajos ejecutados por profesionales, operarios, asistentes, auxiliares, vendedores, personal administrativo y de servicios de la empresa.
- El titular del puesto o cargo, es responsable por la correcta y eficiente administración de la empresa.
- Es responsable directo por la conservación y custodia de los bienes asignados para su uso, e indirectamente con el resto de custodios de activos fijos, y por el correcto manejo de los recursos económicos.

- Esta denominación laboral, demanda gran conocimiento administrativo, manejo de personal, trato con autoridades, y trabajo continuo bajo presión.

d. Jefe Financiero

- Planificar, organizar, dirigir su departamento a cargo.
- Encargado de la planificación de gastos, presupuestos de la empresa.
- Supervisión del buen manejo de efectivo de la empresa.
- Encargado de la auditoria interna de la empresa.
- Revisión de Balances, Estados financieros de la empresa
- Encargado del manejo de créditos a clientes de la empresa.
- Delegado de pagos a proveedores.

e. Jefe de Producción y Compras

- Planificar, organizar y dirigir la producción y elaborar la Orden de trabajo
- Planificar y organizar las actividades de control de calidad.
- Realizar estudios de tiempos y movimientos.
- Realizar requerimientos de materia prima.

- Seguridad Industrial.
- Planificar programas de investigación y desarrollo de materias primas.
- Organizar una estructura bien definida de tiempos y movimientos.
- Introducir y cuidar de una adecuada normalización y puesta en marcha de seguridad industrial.
- Supervisar el control de abastecimiento de materia prima por parte de los proveedores, y su transportación.
- Analizar proformas de proveedores.
- Reportar novedades e informes al gerente
- Otras que se requieran propias de su área.

f. Jefe Administrativo y Ventas.

- Apoyar al desarrollo de proyectos administrativos y elaboración de estrategias.
- Cumplir con las políticas de ventas de la empresa.
- Programar y ejecutar campañas publicitarias
- Verificar el stock de mercadería. en los almacenes.

g. Contador

- Llevar la contabilidad de la empresa.
- Elaborar presupuestos para adquisiciones.
- Elaborar Estados Financieros.
- Otras que se requieran propias de su gestión
- Le corresponde supervisar las labores de su auxiliar.
- Es responsable por el cumplimiento de las funciones señaladas para la presente descripción, de acuerdo con la programación y planificación de esta unidad.
- Es responsable de los bienes asignados para su uso.
- Este cargo requiere del conocimiento de leyes y principios relacionados con la contabilidad, y confidencialidad en el manejo de la información.
- Debe tener la matricula de CPA, experiencia de dos años en funciones similares.

h. Asistente Contable

- Encargado de llevar el registro de Ventas diarias
- Registrara cada una de las transacciones realizadas por la empresa
- Encargado del archivo de todos los documentos y su respectivo registro
- Funciones encomendadas por el contador
- Receptara documentos inherentes a su área para su aplicación correspondiente.
- Deberá tener un título de bachiller en contabilidad, con experiencia de por lo menos 2 años en funciones similares.

i. Diseñador

- Realizar el escalado de los patrones.
- Dibujar los patrones de las piezas de las prendas.
- Creatividad para mejoramiento o nuevos modelos.
- Es responsable de Codos los suministros a su cargo.

- El trabajo demanda, capacidad de diseño y exactitud en los trazos, conocimientos de dibujo técnico.
- Título de nivel medio en diseño, experiencia de dos años en funciones similares.

j. Cortador-a

- Realizar el tendido de la tela.
- Cortar en piezas la tela según patrones entregados y de acuerdo al programa de producción.
- Es responsable directo de la maquinaria e insumos designados para su uso.
- Se necesita tener buen pulso y capacidad de exactitud, buen estado físico.
- Bachiller en corte y confección, experiencia de dos años.

k. Operario

- Funciones programadas para el efecto a cada uno de las operarias, de acuerdo a sus habilidades, actividades a realizar de acuerdo a la programación del jefe de producción.

- Son responsables de los bienes y accesorios entregados a cada una de las empleadas, para la realización de su función.
- El trabajo demanda motivación, alto grado de cooperación, buen estado físico.
- Bachiller en corte y confección, artesanas especializados en sastrería o cursos realizados en el SECAP, experiencia de por lo menos dos años en funciones similares.

I. Coordinador de Recursos Humanos

- Reclutar personal.
- Clasificar y valorar los puestos.
- Capacitación y entrenamiento.
- Otras que se requieran propias de su gestión.
- Supervisar que las funciones asignadas al personal de su cargo sean cumplidas fielmente.
- Será responsable de proporcionar recurso humano eficiente y capacitado para el desarrollo de las diferentes actividades que realiza la empresa.

- Es responsable de los materiales y bienes bajo su cargo e indirectamente de los bienes de su departamento.
- El trabajo demanda conocimiento de pruebas y entrevistas a realizar a cada uno de los aspirantes.
- Deberá tener un título en administración de recursos humanos, experiencia por lo menos de dos años en funciones similares.

m. Coordinador de Ventas

- Planear Reuniones de Ventas. Aspectos sobre promociones puntuales y acciones para encaminar a estas, análisis del inventario para impulsar su salida
- Labor de mercadeo y publicidad en general de la empresa
- Responsable por el desarrollo y cumplimiento de las ventas.
- Coordinar la realización de Eventos promocionales, publicidad de la empresa, y todas las acciones encaminadas a la comunicación externa de la imagen corporativa.
- Realizara ventas corporativas hacia las diferentes instituciones, que le permitan establecer convenios comerciales.
- Encargado de los pedidos para boutique.

- Este trabajo demanda don de mando, buenas relaciones interpersonales, capacidad de observación y organización.
- Deberá tener un título de instrucción superior preferencia en marketing y con una experiencia mínima de 2 años en cargos similares.

n. Vendedora interna

- Atender al cliente.
- Verificar stocks en los almacenes.
- Preocuparse por el mantenimiento de la mercadería y del almacén.
- Es responsable de llevar las facturas en forma organizada y clara, en cada venta que se realiza en los almacenes, para que la parte contable tenga todos los elementos necesarios
- Es responsable de los suministros designados para su uso.
- El trabajo demanda iniciativa, para vender el producto, buena presencia, cordialidad, paciencia y honradez.
- Cobrar los valores establecidos que indique cada factura.
- Realizar cierres de caja.

- Atención de secretaria.
- Cuadre caja
- Revisión de documentos
- Limpieza del Local y el área de exhibición.

CAPITULO IV: ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Localización

Definición .-

La localización es el análisis de las variables consideradas como factores de localización. Estas determinan el lugar donde el proyecto logra la máxima utilidad o el mínimo costo unitario. El problema de localización se relaciona con el desarrollo regional, debido a que las decisiones acerca de la localización de industrias influye en el crecimiento de las diferentes regiones del país. Con frecuencia la decisión de donde situar una planta, puede ser el determinante para optar continuar con el proyecto.

4.1.1. Método Por Puntos

Método que se utiliza para determinar el punto estratégico y óptimo del proyecto, y que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor rentabilidad en relación al capital invertido. El proceso se encarga de reunir una serie de factores relevantes que se consideren de peso para la localización, los factores a tomar en cuenta son:

- Demográficos.
- Político legal.
- Socio culturales.
- Económicos.

En la evaluación de localización para el presente proyecto se considera la siguiente matriz de evaluación:

CUADRO 6: "Matriz de Localización por Puntos"⁶

Factores Relevantes	Peso	Centro de la Ciudad		Fuera de la Ciudad	
		Calif.	Calif. Ponderada	Calif.	Calif. Ponderada
Densidad Poblacional	1%	8	8	8	8
Carreteras	4%	9	36	7	28
Niveles de Contaminación	4%	7	28	5	20
De ampliación y desarrollo	5%	3	15	9	45
Político Legal	4%	6	24	5	20
Centros de asistencia Social	5%	9	45	4	20
Centros de Capacitación	3%	8	24	3	9
Mano de Obra	15%	8	120	5	75
Materias primas	15%	8	120	5	75
Costo de la Vida	7%	6	42	7	49
Servicios básicos	10%	8	80	4	40
Infraestructura disponible	10%	9	90	2	20
Cercanía a mercados	15%	8	120	4	60
Subsidios	2%	2	4	5	10
	100%		756		479

Elaborado por: Autor del Proyecto

Peso Asignado: se asigno un peso a cada factor para indicar su importancia relativa (los pesos suman el 100%), el peso asignado depende exclusivamente del criterio del investigador.

Calificación: se asigna una escala común a cada factor (tomamos de un rango de 0 a 10), se considero de acuerdo a cada una de las características y de su influencia en cada sector.

Calificación Ponderada: se califico cada sitio de acuerdo a la escala designada y multiplicada por el peso asignado a cada característica.

⁶ BACA URBINA GABRIEL. Evaluación de Proyectos Pág.72

Relacionando las características y calificaciones especificadas en el cuadro anterior se concluye que la localización de la planta se ha escogido en el Centro de la Ciudad, relacionando los factores evaluados:

- **Demográficos**

Debido al crecimiento poblacional de la ciudad de Latacunga de acuerdo al último censo realizado en noviembre del 2001 es de 1.2% en relación al anterior censo y junto con ello el crecimiento de las industrias en nuestra ciudad que es de un 0.83% de acuerdo a la cámara de industriales de Cotopaxi.

De acuerdo a los datos mencionados, se establece un crecimiento poblacional y empresarial que representa una oportunidad para proyectarnos a la ejecución del presente proyecto.

Carreteras.- Las vías de acceso se deberán encontrar en excelentes condiciones, en la ciudad de Latacunga en el perímetro urbano tenemos caminos de primer orden.

Niveles de Contaminación.- En el sector céntrico no debe tener un alto grado de contaminación debido a que es catalogado como centro histórico y es aceptable el nivel de ruido y con el ingreso de la nuestro taller el grado de contaminación que podríamos alcanzar debido a que la maquinaria moderna cuida mucho de este detalle es poco ruidosa y por ende no causa un problema social.

- **Político legal**

Dentro de este ambiente, para el proyecto en estudio este se convertiría en una fortaleza, ya que por ser un propósito que se enmarca dentro de las políticas y normas gubernamentales vigentes para el fomento de las pequeñas y medianas empresas que darían impulso al desarrollo productivo y que tienen un respaldo de ley para su funcionamiento.

Además, dentro de nuestro país, éste tiene que cumplir con todas las leyes y reglamentos que este propone.

- **Socio Cultural**

En el ambiente socio cultural, el presente proyecto, se desarrollará dentro de una sociedad que tiene estilos predeterminados de vestido, como es el de utilizar un traje para trabajo y compromisos sociales enmarcados en los mismos parámetros, es por ello que este ambiente se convertiría en una oportunidad, por que la sociedad actual, juntamente con el crecimiento poblacional, exige calidad y distinción en las prendas.

Se convierte en una oportunidad el soporte técnico y crecimiento integral del recurso humano es parte principal del desarrollo institucional, en la ciudad de Latacunga existen 2 academias de corte y algunos talleres de soporte técnico (arreglo de maquinas).

- **Económicos**

Determina la prosperidad o bienestar general de la economía. Este, a su vez, afecta la capacidad de la empresa para obtener una adecuada tasa de rendimiento, por lo que haremos un breve análisis de los distintos indicadores macroeconómicos que influirán en la determinación de factibilidad del proyecto, así:

- PIB del Sector de Servicios
- Inflación del Ecuador y de la Provincia de Cotopaxi

Producto Interno Bruto PIB

El PIB es un indicador macroeconómico que comprende la producción interna y mide la capacidad de generar recursos en un país; es decir determina el tamaño de la economía del país en términos de producción; además es el principal indicador que mide la actividad económica. Para el periodo del 2003 al 2005 se prevé un crecimiento del 3% al 5%. Estos estudios han sido realizados por el FMI según revista EKOS de enero del 2004.

El PIB es una oportunidad ya que existirá mayor circulación de dinero en el mercado nacional, por lo mismo para la creación de una fábrica que produzca trajes para damas constituye una oportunidad con un nivel de impacto medio.

Inflación

La principal variable macroeconómica que influye en el desarrollo de los presupuestos del presente proyecto es la INFLACIÓN, especialmente en la determinación de:

Precios, para el presupuesto de ventas, costos para el presupuesto de compras y gastos

La inflación histórica del Ecuador y proyectada es:

AÑO	INFLACIÓN
98	35.3
99	39.6
2000	39
2001	21.38
2002	15.24
2003	9.48
2004	7.80

Pero debido a la incertidumbre del sistema de Dolarización podemos utilizar además en escenario optimista el supuesto de que la disminución en los próximos años será inferior al 10% anual⁷

Tasas de Interés

Como el Ecuador entro en el esquema de la dolarización, con ello, las tasas de interés han descendido, encontrándose del 11.29% al 15.99%,

⁷ SUPUESTOS DEL BCE PARA EL PRESUPUESTO A TRAVES DEL MINISTERIO DE ECONOMÍA DEL ECUADOR

pero esto todavía son altas que comparadas con las tasas internacionales y por el mismo hecho de estar dolarizados. Estos datos son según revista EKOS del mes de noviembre del 2003, esto hace que para el proyecto en estudio, se acceda a un crédito de financiamiento.

La tasa activa actual es del 16% anual, sin embargo se utilizarán las posibles tasas futuras con cada tipo de escenario, así como el Riesgo País para calcular el Costo real del accionista.

Esto se constituye en una oportunidad para el proyecto en mención, ya que se prevé que en lo futuro bajarían las tasa de interés, y con ello sería más fácil acceder a un crédito y, en los plazos establecidos seguir cancelando.

4.1.2. Macro Localización

Relacionado con los aspectos sociales y nacionales de la planeación, basándose en las condicionantes regionales de la oferta, de la demanda y en la infraestructura, mano de obra disponible, alto grado técnico y desarrollo intelectual, la mayoría de gente que emigra del campo a la ciudad con el objetivo de estudiar en las academias de corte busca fuentes de trabajo y se establecen.

Materias primas.- Disponibilidad inmediata, permanente renovación, facilidad de acceso y permanente abastecimiento con los almacenes de materia prima y proveedores locales de la ciudad de Latacunga.

Costo de la Vida.- Costo de vida normal, moderado comparado con grandes polos de desarrollo.

Servicios Básicos.- Acceso a todos los servicios básicos, con mínimas posibilidades de escasez.

Infraestructura disponible.- Edificación céntrica ubicada en el corazón comercial de la ciudad de Latacunga con múltiples accesos y excelente ubicación facilidades para logística de ingreso de mercadería, comercialización y despacho de producto.

Cercanía a mercados.- Zona con permanente afluencia de gente con características singulares para la exhibición, y adquisición del producto.

Subsidios.- No existen subsidios en esta área céntrica de la ciudad.

De acuerdo al análisis previo realizado en la Matriz de Localización por puntos, se determina una ubicación estratégica del negocio, la infraestructura del Proyecto se ubicará en el Centro de la ciudad.

Provincia: Cotopaxi.

Cantón: Latacunga

Parroquia: La Matriz.

Dirección: Calle 2 de Mayo y Félix Valencia. **ANEXO CINCO**

4.1.3. Micro Localización

Trata sobre los detalles relacionados con la investigación y comparación de los componentes del costo y otros factores de la localización, incluyen estudio de costos para cada alternativa de localización, con el fin de llegar a una selección casi definitiva del lugar donde se localizará el proyecto.

La empresa, para el desarrollo de sus actividades productivas tendrá una edificación propia de 2 pisos.

- La Primera Planta: Show Room exhibición de producto y oficina.
- La Segunda Planta: Taller de Producción y bodega de materia prima.

Este tiene un área de 270 m², ubicada en el centro de la ciudad de Latacunga, en el sector de la Plaza Rafael Cajiao (El Salto), en la intersección de las calles Dos de mayo y Felix Valencia. Este domicilio, en donde funcionará el Taller se caracteriza por ser un sector de naturaleza comercial, existe disponibilidad de mano de obra barata, además, cuenta con buenas vías de acceso al taller para la transportación de la materia prima.

El producto terminado será trasladado fácilmente a su lugar de exhibición en la misma edificación, además dispone de los servicios básicos necesarios.

La distribución de Planta propuesta se la puede observar en el **ANEXO SEIS**.

4.2. Ingeniería del Producto

4.2.1. Producto

Los resultados del Estudio de Mercado realizado a Empresas, fabricantes y Mujeres de la ciudad de Latacunga, reflejaron que los principales componentes del traje para mujer constituyen:

- Pantalón
- Blusa
- Chaqueta

Por lo tanto, la fabrica de producción en serie y por volumen de trajes para mujer, se dedicará exclusivamente a la fabricación de esas tres prendas de vestir.

- **Pantalón**

Se utilizara tela de varias texturas como Algodón, Lino, Casimir o Paño hilo del color de la prenda, pelón, botón, cierre o corchetes, etiquetas. **ANEXO SIETE.**

- **Blusa**

Se utilizara tela de algodón nacional, el color acorde a la prenda con un toque delicado y sobrio, se empleara hilo del color de la blusa, un sesgo de tela del traje para el filo del cuello, además llevara pelón, botones y etiquetas. **ANEXO OCHO.**

- **Chaqueta o Blazer**

Se compone de la misma tela del pantalón formando así un conjunto con características y acabados similares y detalles uniformes que den la categoría a la prenda. Se empleara hilo del color de la prenda, pelón,

botones, hombreras, forro y etiquetas con especificaciones. **ANEXO NUEVE.**

Es importante utilizar materia prima de excelente condición en vista que la calidad, el estilo y la elegancia de la prenda se dejara notar a simple vista, características singulares de un buen corte diseño y confección de la prenda.

Su fabricación será con materiales minuciosamente seleccionados sea nacional o extranjeros, las tallas oscilan entre extra small , small, médium, large, extra large, en cuanto a los trajes y en lo que se refiere a blusas en tallas 32, 34, 36, 38, 40, 42, 44, claro esta ajustada al estereotipo de la mujer serrana. Así podemos observar en el siguiente cuadro:

CUADRO 7: Tallas Normales de Mujeres en el Ecuador.

TALLAS CM	TALLAS PULG	ESTATURA	BUSTO CADERA CM	CINTURA	LARGO PANTALON
36	26	144 -148	92 / 92	62 – 65	92 - 95
38	28	148 - 152	96 / 96	66 – 69	94 - 97
40	30	152 - 156	100 / 100	70 – 73	96 - 98
42	32	156 - 160	104 / 104	75 – 77	98 - 100
44	34	160 - 164	108 / 108	78 - 81	100 -

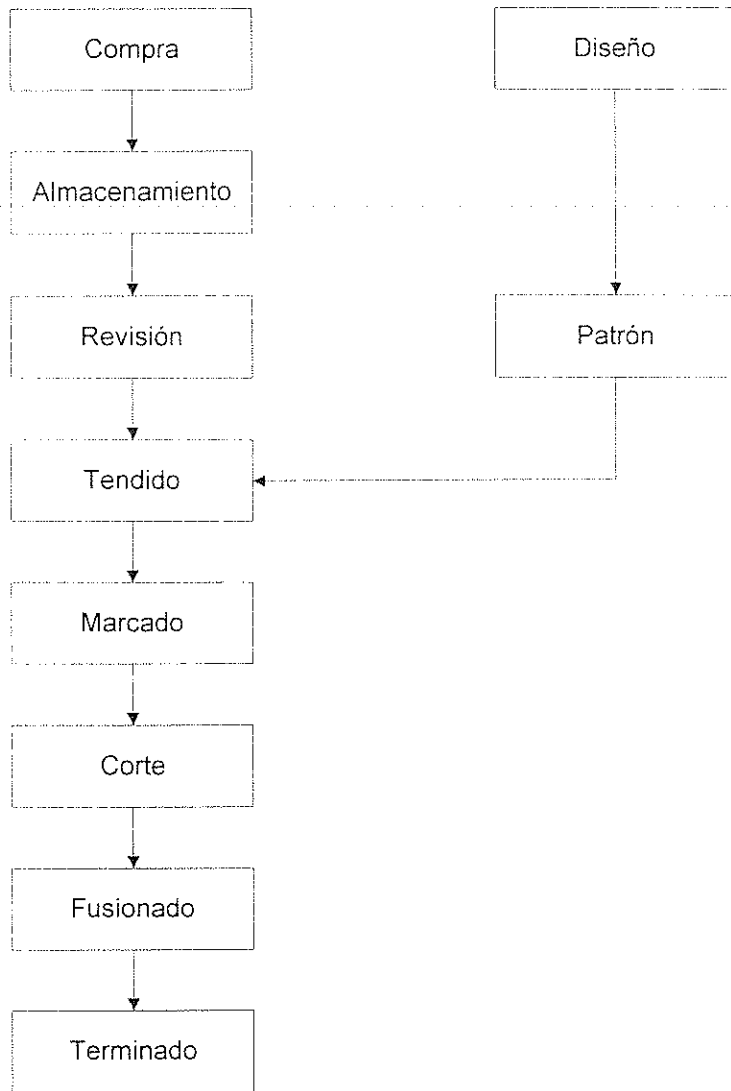
Fuente: Ledy Segovia.

Elaboración: Autor del Proyecto

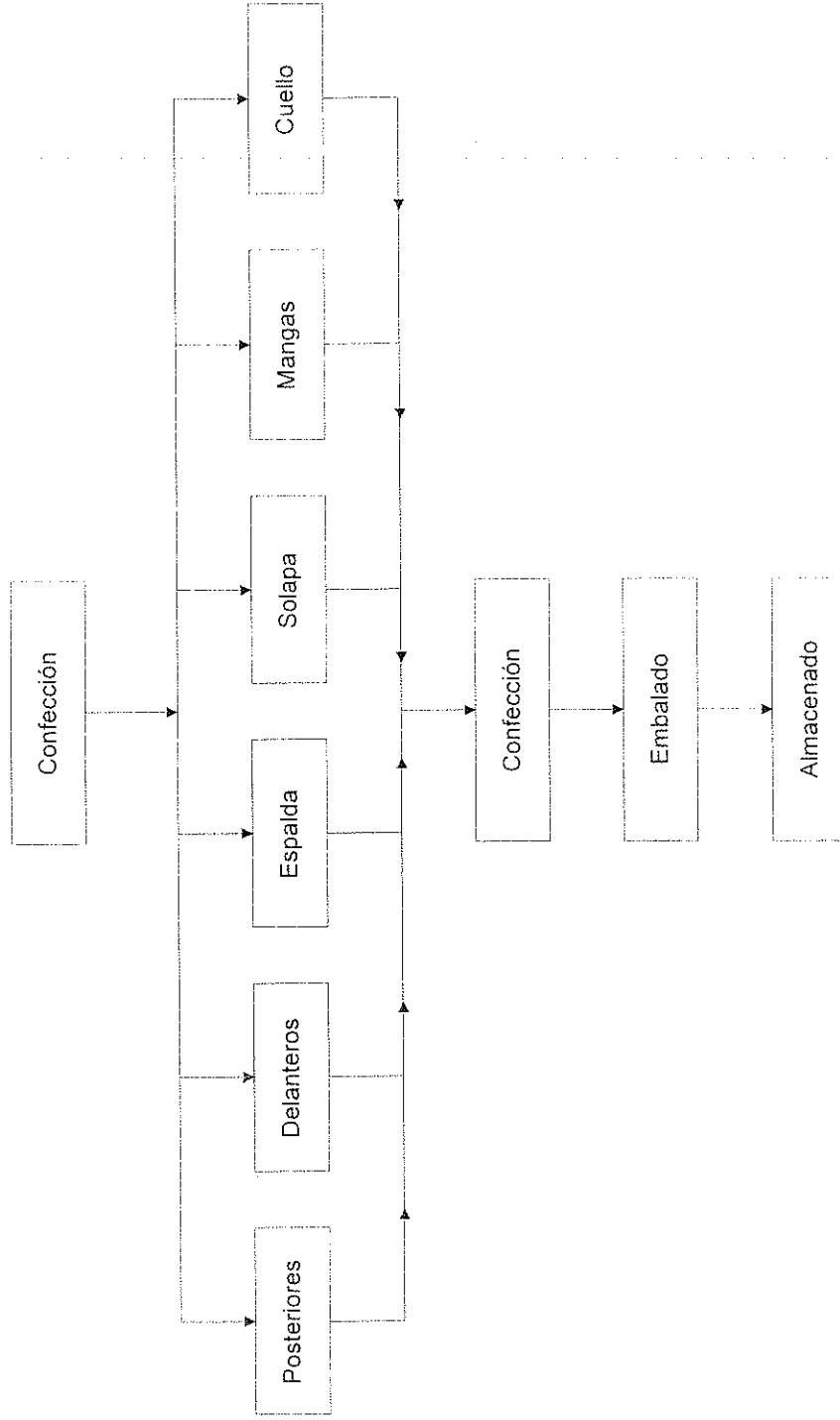
4.2.2. Proceso de Producción

4.2.2.1. Flujo grama de las Etapas de la Producción del Traje ⁸

⁸ J. Greene "Producción y Programación"

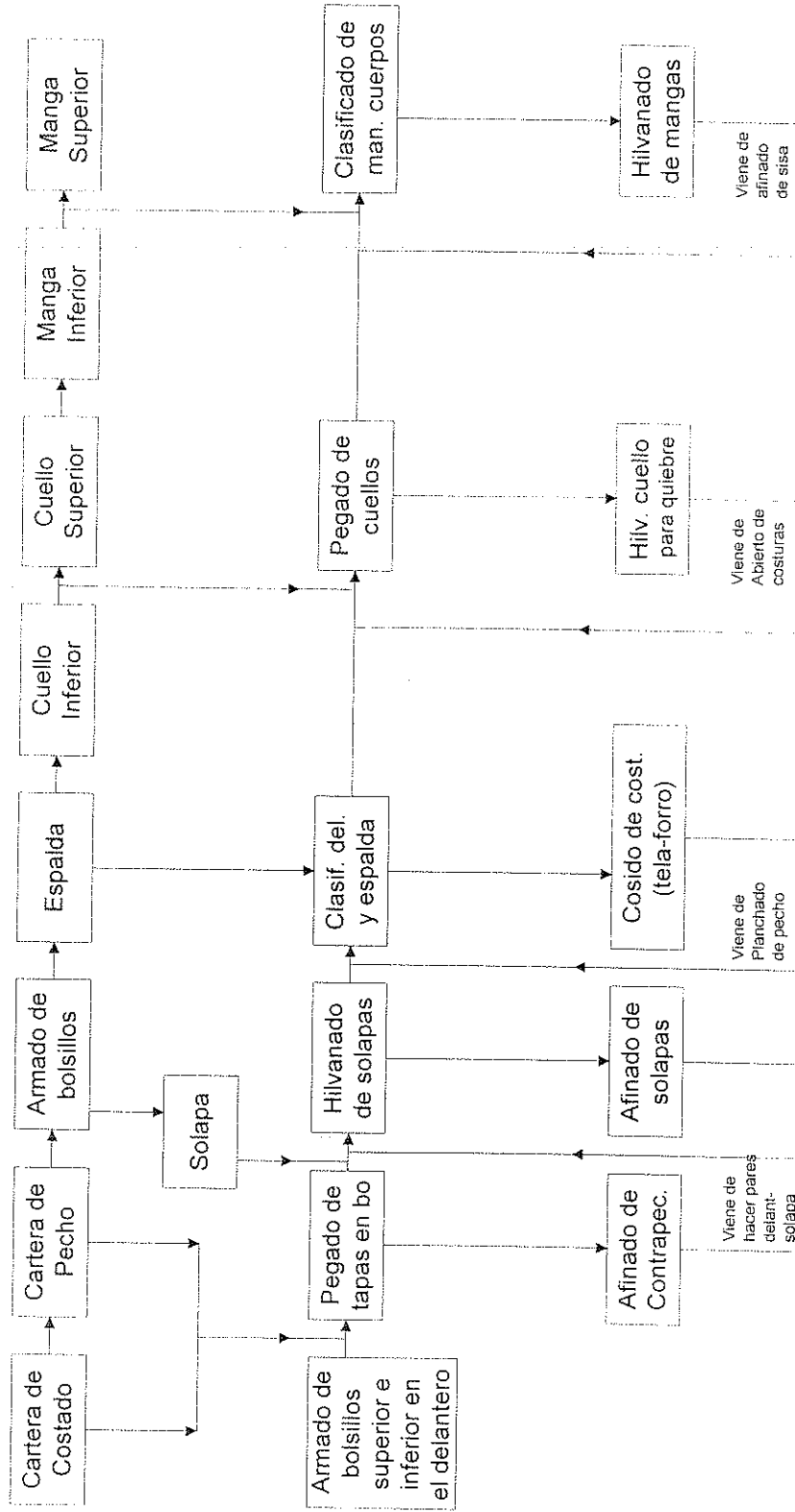


4.2.2.2. Flujo grama de Procesos de Producción Secundarios⁹

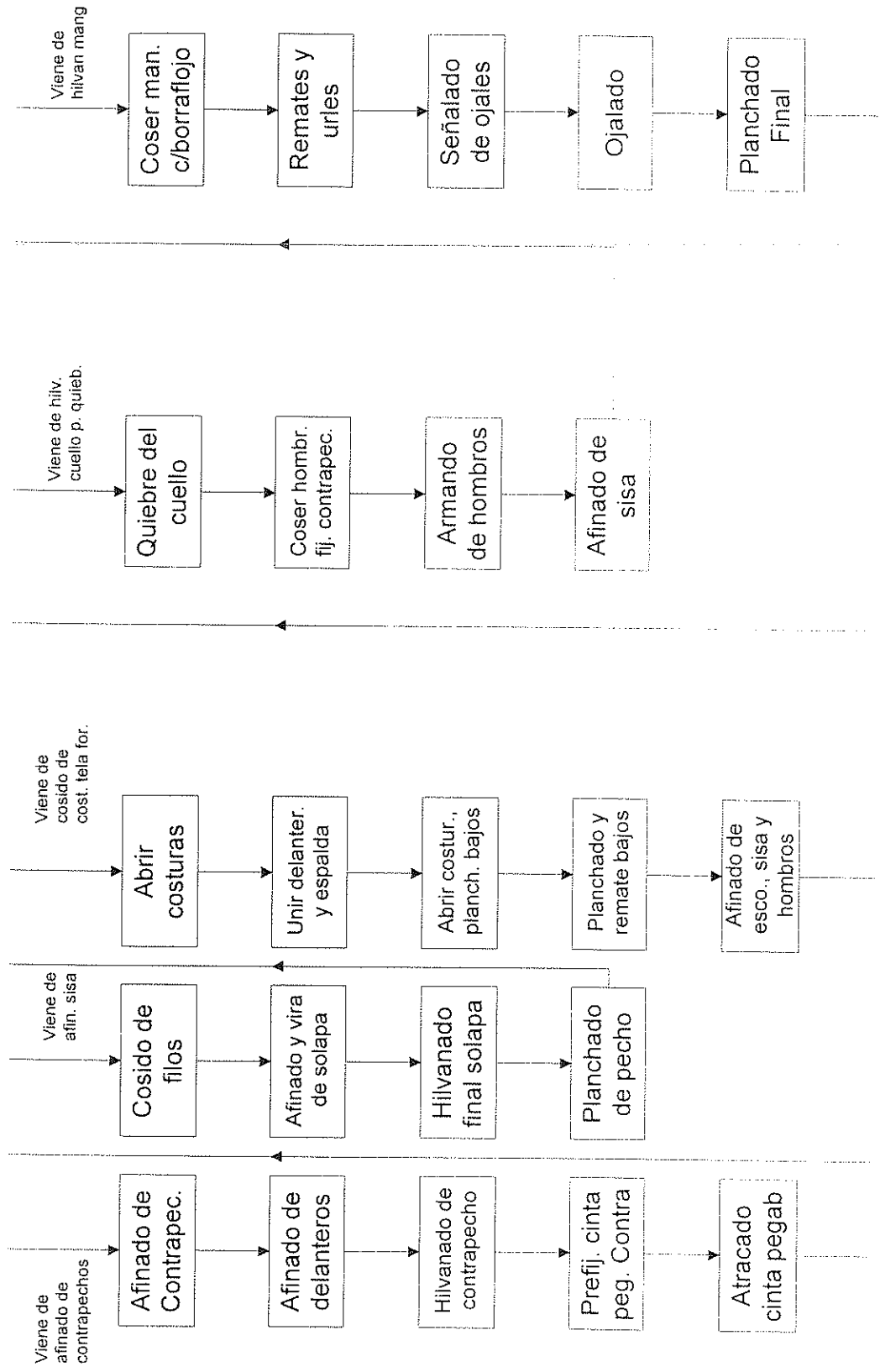


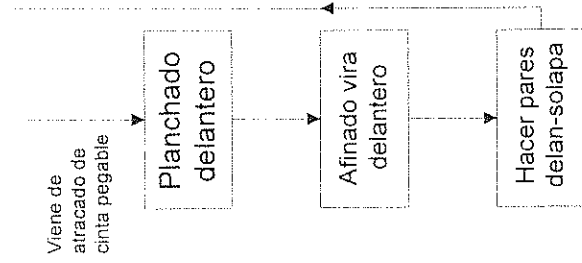
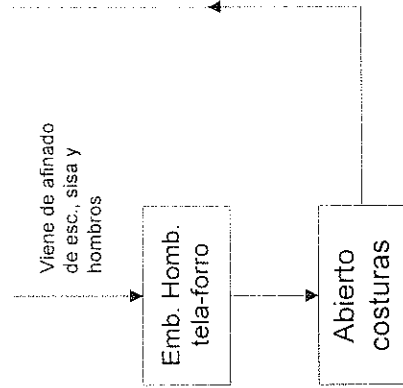
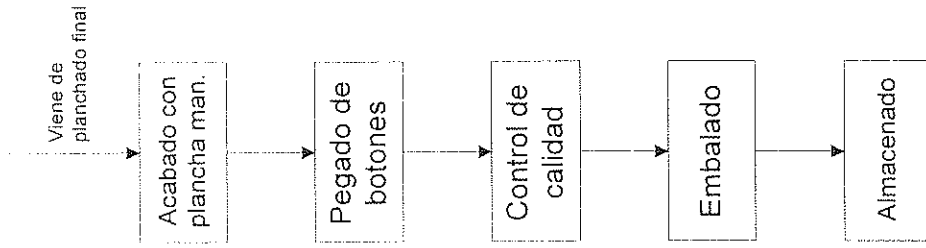
⁹ J. Greene "Producción y Programación"

4.2.2.3. Procesos de Producción de la Chaqueta y Blusa¹⁰



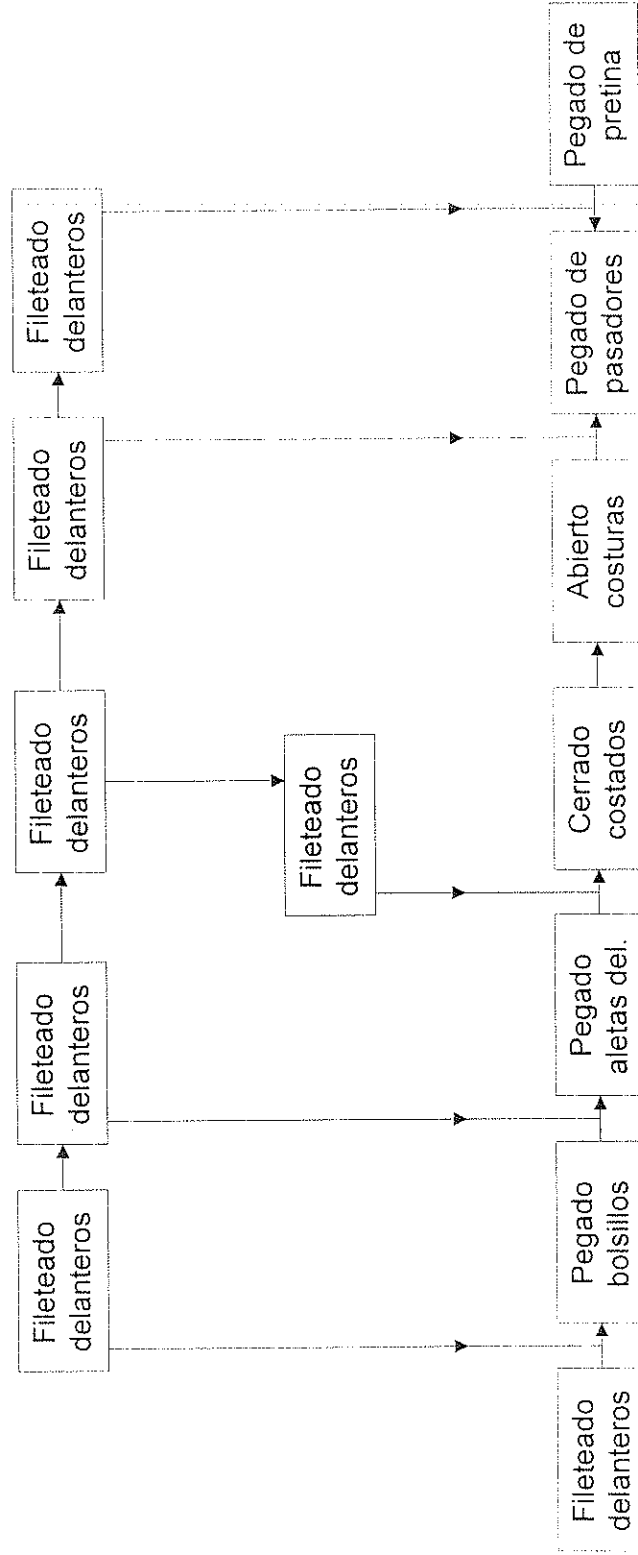
¹⁰ J. Greene "Producción y Programación"

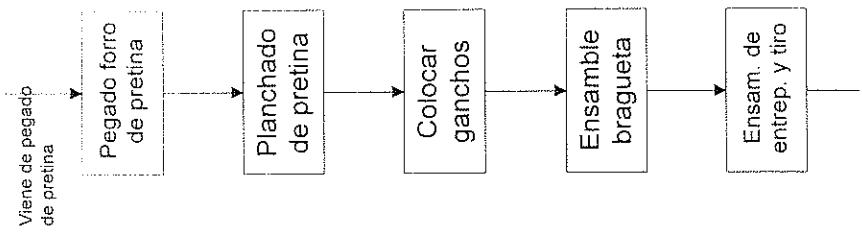


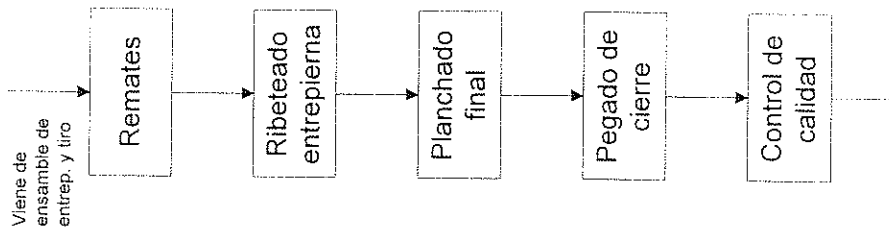


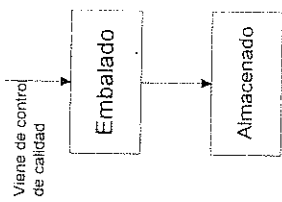
4.2.2.4. Procesos de Producción del Pantalón¹¹

¹¹ J. Greene "Producción y Programación"

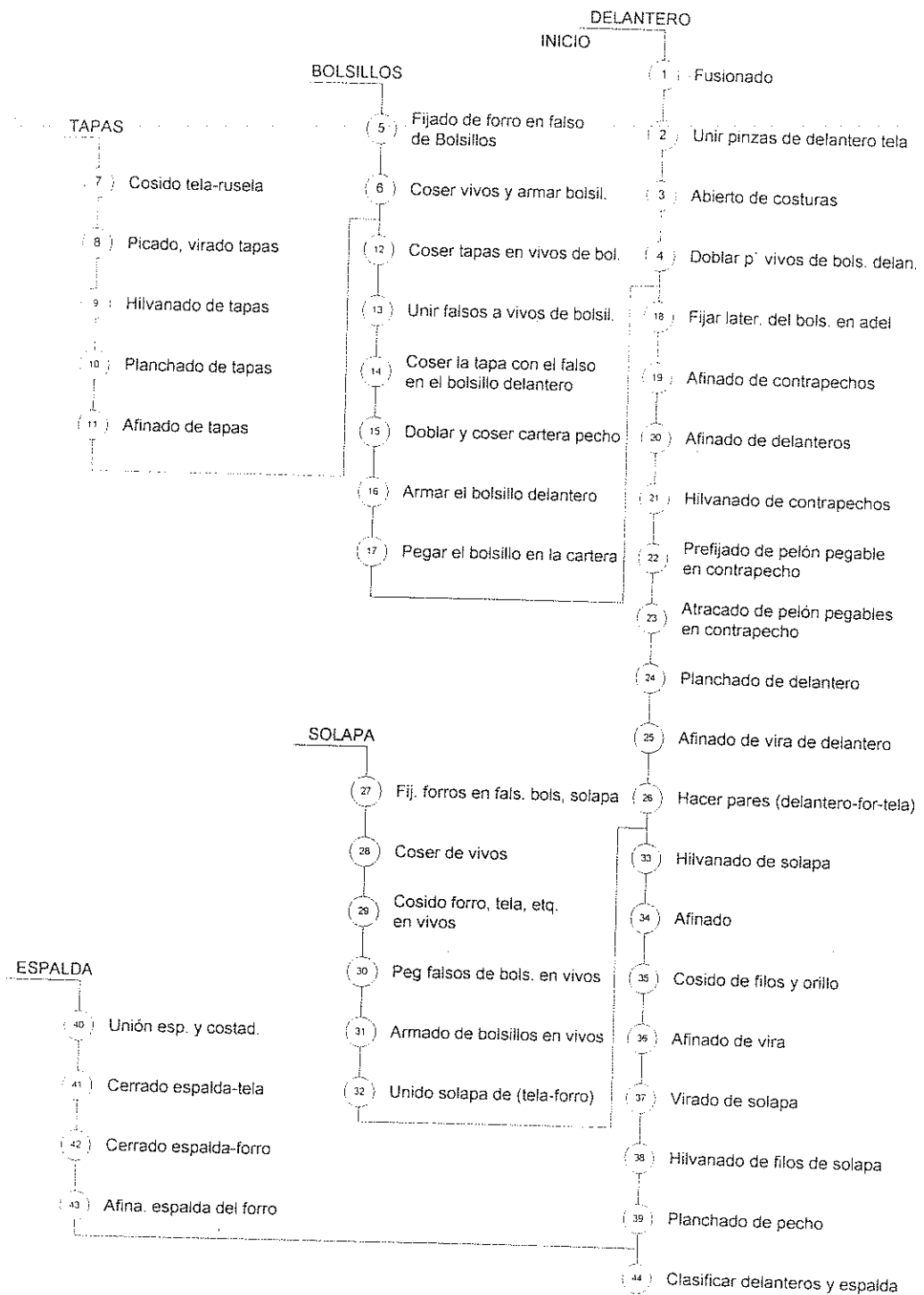




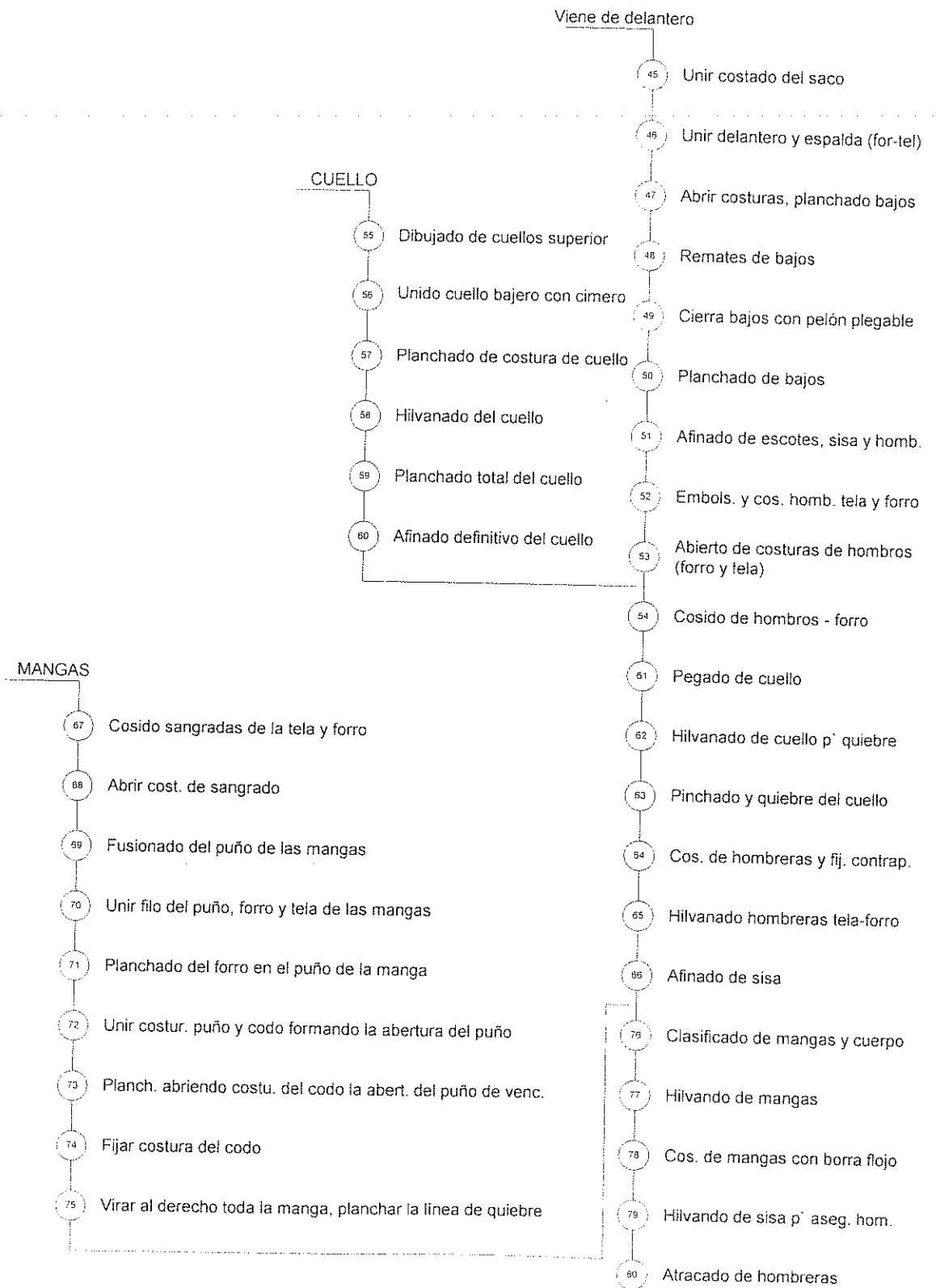




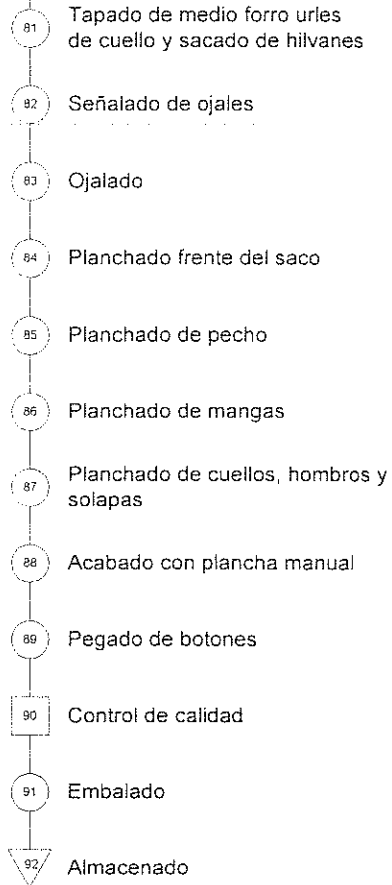
4.2.2.5. Flujo grama de Actividades de Producción del Saco y Blusa¹²



¹² J. Greene "Producción y Programación"



Viene de delantero

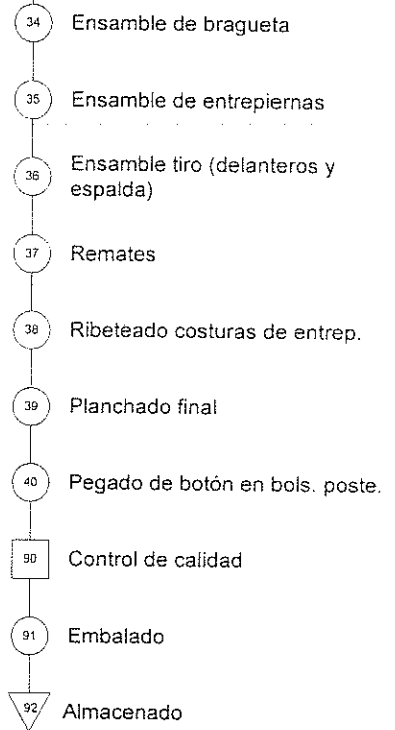


4.2.2.6. Flujo grama de Actividades de Producción del Pantalón¹³



¹³ J. Greene "Producción y Programación"

Viene de delantero



4.3. Capacidad Instalada

Para la determinación de la capacidad instalada se realizó un estudio de tiempos y movimientos, cuyos resultados se presentan en los siguientes cuadros y bajo las siguientes consideraciones conceptuales:

Tiempo Predeterminado

Son los tiempos tomados por un Ingeniero de Producción, cronometrando a un operario experimentado haciendo una operación "X", por 3 veces en cada actividad y en una de ellas, cuando éste ignore que se le está tomando el tiempo, y de estas 3 tomas sacamos una media aritmética.

Tolerancia

Coefficiente de fatiga de un operario durante su jornada laboral, se relaciona con el tiempo ocioso.

Tiempo Estándar

Relación entre el tiempo predeterminado y el coeficiente de fatiga.

Coefficiente de Fatiga

Es considerado de un 15% a un 20% en los países latinoamericanos.

4.3.1. Determinación de Tiempos para la confección del Saco y la Blusa¹⁴

Cuadro 8: Tiempos saco y blusa

ACTIVIDADES PARA LA CONFECCION DEL SACO Y LA BLUSA										
No.	OPERACIONES	TIPO DE MAQUINA	TIPO DE ACCES.	TIEMPOS (seg.)			BALANCE			
				T. Pre	Coe. F.	T Stan	U. Pro	T. real	# Máq.	# Hom
MANGAS										
1	Cosido sangraderas de la tela	Cost. Recta	Guía Cost.	56	20%	67	33	25.800	0.085	0.085
2	Cosido sangraderas del forro	Cost. Recta	Guía Cost.	52	20%	62	33	25.800	0.079	0.079
3	Abierto costuras sangraderas	Plancha Ind.	Zapato Te.	32	20%	38	33	25.800	0.048	0.048
4	Fusionar el puño de las mangas y dar el doblado de 3.5 cm.	Plancha Industrial Manual	Zapato de Teflón	200	20%	240	33	25.800	0.312	0.312
5	Unir el filo del puño, forro y tela de las mangas	Costura Recta	Guía de Costura	300	20%	360	33	25.800	0.460	0.460
6	Planchar el forro en el puño de la manga doblando 1 cm. menos	Plancha Industrial Manual	Zapato de Teflón	80	20%	96	33	25.800	0.123	0.123
7	Unir costuras, puño y codo. formando la abertura del puño.	Costura Recta	Guía de Costura	600	20%	720	33	25.800	0.921	0.921
8	Planchar abriendo costuras del codo, la abertura del puño de vencimiento hacia la manga cimera	Plancha Industrial Manual	Zapato de Teflón	70	20%	84	33	25.800	0.107	0.107

¹⁴ Ing. E. Chávez "tallas, tiempos y medidas" Editorial Grijalva

ACTIVIDADES PARA LA CONFECCION DEL SACO Y LA BLUSA

No.	OPERACIONES	TIPO DE MAQUINA	TIPO DE ACCES.	TIEMPOS (seg.)			BALANCE			
				T. Pre	Coe. F.	T Stan	U. Pro	T. real	# Máq.	# Hom
9	Fijar la costura del codo	Cost. Recta	Guía Cost.	360	20%	432	33	25.800	0.553	0.553
10	Virar al derecho la manga, planchar la línea de quiebre hasta 45 cm. menos de la sisa, para dar un buen aplomo a la manga	Plancha Industrial Manual	Zapato de Teflón	120	20%	144	33	25.800	0.184	0.184
	SUBTOTAL:			1.870		2.243				
	ESPALDA									
11	Unión de espalda y costadillo	Cost. Recta	Guía Cost.	54	20%	64	33	25.800	0.081	0.081
12	Cerrado de espalda de tela	Cost. Recta	Guía Cost.	37	20%	44	33	25.800	0.056	0.056
13	Cerrado de espalda del forro	Cost. Recta	Guía Cost.	36	20%	43	33	25.800	0.055	0.055
14	Afinado de espalda del forro	Opr. Man.	Tiza, molde, tijeras	88	20%	105	33	25.800	0.134	0.134
	SUBTOTAL:			215		256				
	CUELLO									
15	Dibujado del cuello superior	Opr. Man.	Tiza, molde, tijeras	58	20%	70	33	25.800	0.089	0.089
16	Unido de cuello bajero con cimero	Cost. Recta	Guía Cos	27	20%	32	33	25.800	0.040	0.040
17	Planchado de costura del cuello	Plancha Ind.	Zapato T.	17	20%	20	33	25.800	0.023	0.023
18	Hilvanado del cuello.	Hilvanadota		48	20%	58	33	25.800	0.074	0.074

ACTIVIDADES PARA LA CONFECCION DEL SACO Y LA BLUSA

No.	OPERACIONES	TIPO DE MAQUINA	TIPO DE ACCES.	TIEMPOS (seg.)			BALANCE			
				T. Pre	Coe. F.	T Stan	U. Pro	T. real	# Máq.	# Hom
19	Planchado Total del cuello	Plancha Ind.	Zapato T.	20	20%	24	33	25.800	0.031	0.031
20	Afinado definitivo del cuello	Opr. Manu.	Tiza, tijera	61	20%	73	33	25.800	0.093	0.093
	SUBTOTAL:			230		277				
	TAPAS									
21	Cosido de tela con forro	Cost. Recta	Molde	40	20%	48	33	25.800	0.061	0.061
22	Picado y virado de tapas	Oper. Manu.	Tijeras	35	20%	42	33	25.800	0.053	0.053
23	Hilvanado de tapas	Hilvanadota	Molde	106	20%	127	33	25.800	0.162	0.162
24	Planchado de tapas	Plancha Ind.	Zapato T.	40	20%	48	33	25.800	0.061	0.061
25	Afinada de tapas	Oper. Manu.	Tijeras	88	20%	106	33	25.800	0.135	0.135
	SUBTOTAL:			309		371				
	SOLAPAS									
26	Fijado de forros en los falsos del bolsillo de la solapa	Costura Recta	Guía de Costura	33	20%	40	33	25.800	0.051	0.051
27	Cosido de vivos	Cost. Recta	Guía Cos.	48	20%	58	33	25.800	0.074	0.074
28	Cosido de forro, talla y etiqueta en vivos	Cost. Recta	Guía Cos.	83	20%	100	33	25.800	0.127	0.127
29	Pegado de falsos de bolsillo en vivos	Cost. Recta	Guía Cos.	26	20%	31	33	25.800	0.039	0.039
30	Armado de bolsillo en forro de solapa	Cost. Recta	Guía Cos.	85	20%	102	33	25.800	0.130	0.130
31	Unidos de solapa de tela a solapa de	Costura Recta	Guía de Costura	103	20%	124	33	25.800	0.158	0.158

ACTIVIDADES PARA LA CONFECCION DEL SACO Y LA BLUSA

No.	OPERACIONES	TIPO DE MAQUINA	TIPO DE ACCES.	TIEMPOS (seg.)			BALANCE			
				T. Pre	Coe. F.	T Stan	U. Pro	T. real	# Máq.	# Hom
	forro									
	SUBTOTAL:			378		455				
	DELANTERO									
32	Unir pinzas de delantero de la tela	Cost. Recta	Guía Cos.	69	20%	83	33	25.800	0.106	0.106
33	Doblar para vivos de bolsillos delanteros	Plancha Ind. de Vapor	Zapato de Teflón	295	20%	354	33	25.800	0.453	0.453
34	Fijado de forros en falsos de bolsillo 2	Cost. Recta	Guía Cost.	31	20%	37	33	25.800	0.047	0.047
35	Coser los vivos y armar los bolsillo 2	Cost. Recta	Guía Cost.	356	20%	427	33	25.800	0.546	0.546
36	Coser las tapas en los vivos de los bolsillos (2)	Costura Recta	Guía de Costura	304	20%	365	33	25.800	0.467	0.467
37	Unir falsos a los vivos de bolsillos (2)	Cost. Recta	Guía Cost.	239	20%	287	33	25.800	0.367	0.367
38	Coser la tapa con el falso en el bolsillo delantero (superior)	Costura Recta	Guía de Costura	178	20%	214	33	25.800	0.273	0.273
39	Doblar y coser la cartera de pecho	Cost. Recta	Guía Cost.	106	20%	127	33	25.800	0.162	0.162
40	Armar el bolsillo delantero (superior)	Cost. Recta	Guía Cost.	293	20%	352	33	25.800	0.450	0.450
41	Pegar el bolsillo en la cartera	Cost. Recta	Guía Cost.	174	20%	209	33	25.800	0.267	0.267
42	Fijar los laterales del bolsillo en el delantero	Operación Manual	Aguja	30	20%	36	33	25.800	0.046	0.046
43	Afinado de	Oper.	Tijeras	26	20%	31	33	25.800	0.039	0.039

ACTIVIDADES PARA LA CONFECCION DEL SACO Y LA BLUSA

No.	OPERACIONES	TIPO DE MAQUINA	TIPO DE ACCES.	TIEMPOS (seg.)			BALANCE			
				T. Pre	Coe. F.	T Stan	U. Pro	T. real	# Máq.	# Hom
	contrahechos	Manu.								
44	Afinado de delanteros	Oper. Manu.	Tiza, regla, tijeras	95	20%	114	33	25.800	0.145	0.145
45	Hilvanado de contrahechos	Hilvanadora		64	20%	77	33	25.800	0.098	0.098
46	Preñado de pelón pegable en contrahecho	Plancha Ind. de Vapor	Zapato de Teflón	11	20%	13	33	25.800	0.016	0.016
47	Atracado de pelón pegable en contrahecho	Máquina Urladora		21	20%	25	33	25.800	0.031	0.031
48	Planchado de delantero	Plancha Ind.	Zapato T.	29	20%	35	33	25.800	0.044	0.044
49	Afinado de la vira	Ope. Manu.	Tijeras reg.	30	20%	36	33	25.800	0.046	0.046
50	Hacer pares de delanteros (forro-tela)	Ope. Manu.		22	20%	26	33	25.800	0.033	0.033
51	Hilvanado de solapas	Hilvanadota		55	20%	66	33	25.800	0.084	0.084
52	Afinado de forros de delantero	Ope. Manu.	Tijeras	131	20%	157	33	25.800	0.201	0.201
53	Cosido de fillos y cosido de orillo con pelón pegable	Costura Recta	Guía de Costura	152	20%	182	33	25.800	0.232	0.232
54	Afina y vira de solapas	Ope. Manu.	Tijeras	174	20%	209	33	25.800	0.267	0.267
55	Hilvanado de fillos de solapa	Ope. Manu.	Aguja	118	20%	142	33	25.800	0.181	0.181
56	Hilvanado final de	Hilvanadota		25	20%	30	33	25.800	0.038	0.038

ACTIVIDADES PARA LA CONFECCION DEL SACO Y LA BLUSA

No.	OPERACIONES	TIPO DE MAQUINA	TIPO DE ACCES.	TIEMPOS (seg.)			BALANCE			
				T. Pre	Coe. F.	T Stan	U. Pro	T. real	# Máq.	# Hom
	solapa									
57	Planchado de delantero para formar pecho	Plancha Ind.	Zapato T.	253	20%	304	33	25.800	0.388	0.388
	SUBTOTAL:			3.284		3.938				
	ENSAMBLE Y COMPLEMENTO DEL SACO									
58	Unido de costado del saco en la tela y forro	Costura recta	Guía de Costura	69	20%	83	33	25.800	0.100	0.100
59	Planchado de costura de costado, abriendo costuras, espalda forro – tela	Plancha Ind. de Vapor	Zapato de teflón	95	20%	114	33	25.800	0.145	0.145
60	Cosido delanteros, espalda forro-tela	Cost. recta	Guía Cost.	76	20%	91	33	25.800	0.116	0.116
61	Planchado de costuras forro virado y planchado de bajos	Plancha Ind. de Vapor	Zapato de teflón	91	20%	109	33	25.800	0.390	0.390
62	Remate de bajos	Cost. recta	Guía Cost.	45	20%	54	33	25.800	0.069	0.069
63	Cerrar bajos con pelón pegable	Cost. Recta	Guía Cost.	99	20%	119	33	25.800	0.152	0.152
64	Planchado de bajos	Plancha Ind.	Zapato Te.	131	20%	157	33	25.800	0.200	0.200
65	Afinado de escotes, sisa y hombros	Oper. Manu.	Tiza. tijera	52	20%	62	33	25.800	0.079	0.079
66	Embolsado y cosido de hombros tela y	Costura Recta	Guía de Costura	48	20%	58	33	25.800	0.074	0.074

ACTIVIDADES PARA LA CONFECCION DEL SACO Y LA BLUSA

No.	OPERACIONES	TIPO DE MAQUINA	TIPO DE ACCES.	TIEMPOS (seg.)			BALANCE			
				T. Pre	Coe. F.	T Stan	U. Pro	T. real	# Máq.	# Hom
	forro									
67	Abierto de costura de hombros tela y forro	Plancha Ind. de Vapor	Zapato de Teflón	51	20%	61	33	25.800	0.078	0.078
68	Cosido de hombros forro	Cost. Recta	Guía Cost.	44	20%	57	33	25.800	0.072	0.072
69	Pegado de cuellos	Zig – Zag		370	20%	444	33	25.800	0.567	0.567
70	Hilvanado de cuellos para el quiebre	Oper. Manu.	Aguja Cost.	183	20%	220	33	25.800	0.281	0.281
71	Planchado y quiebre del cuello	Plancha Ind.	Zapato T.	201	20%	241	33	25.800	0.308	0.308
72	Cosido de hombreras y fijado de contrapecho	Operación Manual	Aguja	70	20%	84	33	25.800	0.107	0.107
73	Hilvanado de hombreras, tela y forro	Oper. Manu.	Tiza, aguja	115	20%	138	33	25.800	0.176	0.176
74	Afinado de sisa	Oper. Manu.	Tiza, aguja	107	20%	128	33	25.800	0.163	0.163
75	Clasificado de mangas y cuerpos	Oper. Manu.		55	20%	66	33	25.800	0.084	0.084
76	Hilvanado de mangas	Oper. Manu.	Tiza, Aguja	711	20%	853	33	25.800	1.091	1.091
77	Cosido de mangas con borra flojo	Cost. recta	Guía Cost.	175	20%	210	33	25.800	0.268	0.268
78	Hilvanado de sisa para asegurar hombreras	Operación Manual	Aguja	235	20%	282	33	25.800	0.360	0.360
79	Atracado de hombreras	Oper. Manu.	Tijera, ag. Hi	231	20%	277	33	25.800	0.354	0.354

ACTIVIDADES PARA LA CONFECCION DEL SACO Y LA BLUSA										
No.	OPERACIONES	TIPO DE MAQUINA	TIPO DE ACCES.	TIEMPOS (seg.)			BALANCE			
				T. Pre	Coe. F.	T Stan	U. Pro	T. real	# Máq.	# Hom
80	Tapado de medio forro, urles de cuello y sacado de hilvanes	Costura Recta	Guía de cost., aguja	993	20%	1192	33	25.800	1.524	1.524
81	Señalado de ojales	Oper. Manu.	Cinta. tiza	73	20%	88	33	25.800	0.112	0.112
82	Ojalado	Ojaladora		145	20%	174	33	25.800	0.222	0.222
83	Planchado frente del saco	Plancha Ind.		204	20%	245	33	25.800	0.313	0.313
84	Planchado del pecho	Plancha Ind.		79	20%	94	33	25.800	0.121	0.121
85	Planchado de mangas	Plancha Ind.		33	20%	40	33	25.800	0.051	0.051
86	Planchado de cuello, hombros y solapa	Plancha Ind.		61	20%	73	33	25.800	0.093	0.093
87	Acabado con plancha manual	Plancha		141	20%	169	33	25.800	0.216	0.216
88	Pegado de botones	Botonadora		231	20%	277	33	25.800	0.254	0.254
	SUBTOTAL:			5.214		6.261				
	TOTAL DEL SACO:			11.500		13.801				

Elaborado por: Autor del Proyecto

Fuente: Ing. E. Chávez "tallas, tiempos y medidas" Editorial Grijalva

4.3.2. Determinación de Tiempos para la confección del pantalón

Elaborado por: Autor del Proyecto

Fuente: Ing. E. Chávez "tallas, tiempos y medidas" Editorial Grijalva

Cuadro 9: Tiempos Pantalón

ACTIVIDADES PARA LA CONFECCION DEL PANTALON										
No.	OPERACIONES	TIPO DE MAQUINA	TIPO DE ACCES.	TIEMPOS (seg.)			BALANCE			
				T. Pre	Coe. F.	T Stan	U. Pro	T. real	# Máq.	# Hom
	DELANTEROS									
1	Cosido de falso al bolsillo inferior	Cost. Recta	Guía Cost.	44	20%	53	33	25.800	0.067	0.067
2	Cosido de falso al bolsillo superior delantero	Costura Recta	Guía de Costura	55	20%	66	33	25.800	0.084	0.084
3	Unido de bolsillo superior e inferior	Cost. Recta	Guía Cost.	55	20%	66	33	25.800	0.084	0.084
4	Pespunte de bolsillo	Cost. Recta	Guía Cost.	72	20%	86	33	25.800	0.110	0.110
5	Cerrar esquina superior de bolsillo	Cost. Recta	Guía Cost.	33	20%	40	33	25.800	0.051	0.051
6	Fileteado del forro	Overlock	Guía Cost.	7	20%	8	33	25.800	0.010	0.010
7	Unido delantero con el forro	Cost. Recta	Guía Cost.	103	20%	124	33	25.800	0.158	0.158
8	Fileteado de Aleta	Overlock	Guía Cost.	22	20%	24	33	25.800	0.030	0.030
9	Armado de aleta con cierre	Cost. Recta	Guía Cost.	60	20%	72	33	25.800	0.092	0.092
10	Pegado de aletas en el delantero	Cost. Recta	Guía Cost.	156	20%	187	33	25.800	0.239	0.239
	SUBTOTAL:			607		726				
	PASADORES									
11	Armado de Pasadores	Cost. Recta	Guía Cost.	99	20%	118	33	25.800	0.150	0.150
12	Afinado de	Oper. Manu	Tijeras	9	20%	11	33	25.800	0.014	0.014

ACTIVIDADES PARA LA CONFECCION DEL PANTALON										
No.	OPERACIONES	TIPO DE MAQUINA	TIPO DE ACCES.	TIEMPOS (seg.)			BALANCE			
				T. Pre	Coe. F.	T Stan	U. Pro	T. real	# Máq.	# Hom
	Pasadores									
13	Virado de Pasadores	Oper. Manu		100	20%	120	33	25.800	0.153	0.153
	SUBTOTAL:			208		249				
	POSTERIORES									
14	Fileteado de Posteriores	Overlock.		66	20%	79	33	25.800	0.100	0.100
15	Armado de Pinzas	Cost. Recta	Guía Cost.	35	20%	42	33	25.800	0.053	0.053
16	Planchado de pinzas	Plancha Ind	Zapato T.	26	20%	31	33	25.800	0.039	0.039
17	Señalado de bolsillos	Oper. Manu	Tiza molde	127	20%	152	33	25.800	0.194	0.194
18	Realizar viviado de bolsillos	Cost. Recta	Guía Cost.	150	20%	180	33	25.800	0.230	0.230
19	Picado de bolsillos	Oper. Manu	Tijeras	143	20%	172	33	25.800	0.220	0.220
20	Armado de Bolsillos	Cost. Recta	Guía Cost.	508	20%	609	33	25.800	0.770	0.770
21	Hacer ojal posterior	Cost. Recta	Guía Cost.	16	20%	19	33	25.800	0.025	0.025
	SUBTOTAL:			1.071		1.284				
	ENSAMBLE DEL PANTALON									
22	Ensamble De Costados	Cost. Recta	Guía Cost.	180	20%	216	33	25.800	0.276	0.276
23	Abierto de Costuras de costados y Aletas	Plancha Ind. de Vapor	Zapato de teflón	50	20%	60	33	25.800	0.063	0.063
24	Pegado de pretina y pasadores	Cost. Recta	Guía Cost.	307	20%	368	33	25.800	0.471	0.471

ACTIVIDADES PARA LA CONFECCION DEL PANTALON

No.	OPERACIONES	TIPO DE MAQUINA	TIPO DE ACCES.	TIEMPOS (seg.)			BALANCE			
				T. Pre	Coe. F.	T Stan	U. Pro	T. real	# Máq.	# Hom
25	Pegado de talla en pretina	Cost. Recta	Guía Cost.	10	20%	12	33	25.800	0.015	0.015
26	Pegado de forros de pretina	Cost. Recta	Guía Cost.	217	20%	261	33	25.800	0.330	0.330
27	Pespunte de forros de pretina	Cost. Recta	Guía Cost.	107	20%	129	33	25.800	0.165	0.165
28	Planchado de Pretina	Plancha Ind		167	20%	200	33	25.800	0.225	0.225
29	Colocar los ganchos	Oper. Manu	Desarmad	90	20%	108	33	25.800	0.138	0.138
30	Ensamble de bragueta	Cost. Recta	Guía Cost.	109	20%	130	33	25.800	0.167	0.167
31	Ensamble de entrepiernas	Cost. Recta	Guía Cost.	100	20%	120	33	25.800	0.153	0.153
32	Ensamble de tiros delanteros y espalda	Cost. Recta	Guía Cost.	248	20%	297	33	25.800	0.381	0.381
33	Remate de Pretina	Zig - Zag		100	20%	120	33	25.800	0.153	0.153
34	Remate de finales	Zig - Zag		231	20%	277	33	25.800	0.354	0.354
35	Remate superior del pasador	Zig - Zag		91	20%	109	33	25.800	0.139	0.139
36	Ribeteado de costuras de entrepierna	Cost. Recta	Ribeteador	200	20%	240	33	25.800	0.306	0.306
37	Planchado final	Plnc. Prens.		100	20%	120	33	25.800	0.153	0.153
38	Pegado de botón en bolsillo posterior	Oper. Manu	Aguja	5	20%	6	33	25.800	0.0076	0.0076
	SUBTOTAL:			2.312		2.773				
	TOTAL DEL PANTALON:			4.198		5.032				

4.3.3. Determinación de Tiempos para la confección del traje

Cuadro 10: Tiempo Total de un Traje

SACO Y BLUSA	T (seg.)	PANTALON	T (seg.)
Total Piezas	7.540	Total Piezas	2.259
Ensamble y Complemento del Saco	6.261	Ensamble y Complemento del Pantalón	2.773
Total Saco	13.801	Total Saco	5.032
Tiempo en minutos	230	Tiempo en minutos	83.8
Tiempo en horas	3:50	Tiempo en horas	1:24

Elaborado por: Autor del Proyecto

Fuente: Ing. E. Chávez “tallas, tiempos y medidas” Editorial Grijalva

Cómo se observa el tiempo total de producción de un terno completo es de 5 horas con 14 minutos, con el uso de 1 operario. El presente proyecto cuenta con un tiempo de labor diaria de 8 horas, durante 20 días al mes y con la participación de 8 operarios, lo que representa una **producción día de 12.5 trajes**, equivalente a **249 trajes al mes** que es su **capacidad instalada**.

4.3.4. Capacidad Utilizada

Para determinar la capacidad utilizada se realiza una comparación de la producción real diaria para la capacidad instalada, así:

Capacidad Instalada: 12.5 trajes / día

Producción Esperada: 8 trajes / día = 158 trajes mes / 20 días

Capacidad Utilizada = $8.0 / 12.5$

Capacidad Utilizada = 64%

Es decir, la empresa trabajará a un 64% de su capacidad instalada, por lo tanto se minimizará el uso de activos improductivos, aumentando la productividad del recurso humano con la que contará, factor que permitirá ampliar la producción y ventas ante escenarios optimistas de requerimientos de trajes formales para mujer en el mercado de referencia.

4.4 Determinación de Materia Prima

Los requerimientos de materiales del traje formal son:

Cuadro 11: Materia Prima Chaqueta

CHAQUETA		
Material	Cantidad	Costo
Casimir	1.80 m	\$15.00
Rusela	1.80 m	\$4.50
Tela pegable	0.75 m	\$2.40
Pelón saco	0.25 m	\$0.35
Pelón pegable	0.25 m	\$0.25
Hilo	400 m	\$0.48
Etiquetas	1 par	\$0.08
Hombreras	1 par	\$0.10
Botones	3 Grand - 6 Peq	\$0.50
Costo Unitario		\$23.66

Elaborado por: Autor del Proyecto

Fuente: Observación Directa

Cuadro 12: Materia Prima Blusa

BLUSA		
Material	Cantidad	Costo
Ceda	1.25 m	\$4.00
Pelón	0.50 m	\$0.40
Pelón pegable	0.25 m	\$0.25
Hilo	200 m	\$0.24
Etiquetas	1 unid	\$0.04
Hombreras	1 par	\$0.08
Botones	8 unid	\$0.16
Costo Unitario		\$5.17

Elaborado por: Autor del Proyecto

Fuente: Observación Directa

Cuadro 13: Materia Prima Pantalón

PANTALON		
Material	Cantidad	Costo
Casimir	1.20 m	\$15.00
Pompelina	0.50 m	\$4.50
Pelón	0.50 m	\$2.40
Cierre	1 unid.	\$0.35
Ganchos	1 par	\$0.25
Hilo	250 m	\$0.48
Botones	1 unid.	\$0.08
Costo Unitario		\$23.06

Elaborado por: Autor del Proyecto

Fuente: Observación Directa

4.5 Determinación de Mano de Obra

Los requerimientos de mano de obra para la fábrica son:

Cuadro 14: Personal Operativo

CORTE	
DENOMINACION	No. DE PERSONAS
Dibujante	1
Cortador	1
Ayudantes de Corte	1
Operadores de máquina de Costuras Rectas	1
Operador de Overlock	1
Operador de Máquina Fusionadota	1
Operador de Máquina Zig - Zag	1
Operador de Máquina Urladora	1
Operador de Máquina Hilvanadota	1
Operador de Máquina Botonera	1
Operador de Máquina Ojaladora	1
Operador de Plancha Industrial con Zapato de Teflón	1
Costurera	1

Elaborado por: Autor del Proyecto

4.6 Determinación de Maquinaria y Equipo

Cuadro 15: Maquinaria y Equipo

EQUIPO Y MAQUINARIA	Marca	Procedencia	Ubicación	Cantidad
Cortadora de cuchuillo vertical	Brother	Japon	Corte	1
Tijeras	Oswarna	Malasia	Corte - Confecc	10
Zapato de Teflon	X	Colombia	Varios	3
Maquina de Puntada Recta	Brother	Japon	Confección	4
Maquina Hilvanadora	Auki	Malasia	Confección	1
Maquina Uriadora	Singer	China	Confección	1
Maquina Overlock	Auki	Malasia	Confección	1
Maquina Zig - Zag	Singer	China	Confección	1
Planchas Industriales con Zapato de Teflon	Bacaty	China	Confección	2
Maquina Ojaladora de lagrima	Bacaty	China	Acabado	1
Maquina botonera	Bacaty	China	Acabado	1
Plancha Prensadora	Bacaty	China	Acabado	1
Plancha a Vapor	Lorenzety	India	Acabado	1

Elaborado por: Autor del Proyecto

Cuadro 16: Muebles y Enseres Administración

MUEBLES Y ENSERES ADMINISTRATIVOS	Detalle	Especificacion	Cantidad
Modulares	Madera - Metal	4 areas de trabajo / 9 Personas	1
Sillas	Metal - corosil	Area administrativa - ventas	12
Equipo de Computo	Computadora y accesorios	Una para cada Jefatura	3
Vitrinas	Aluminio - vidrio	Exhibicion y Ventas	2
Maniquis	Plastico	Exhibicion y Ventas	6
Biombo	Madera - Metal	Exhibicion y Ventas	1
Juego de Alfombras		Exhibicion y Ventas	1
Juego de muebles	Madera	Exhibicion y Ventas	1
Botellon de agua		Exhibicion, Ventas y Producción	2
Cafetera y Ultensillos		Exhibicion y Ventas	1

Elaborado por: Autor del Proyecto

Cuadro 17: Muebles y Enseres Producción

MUEBLES Y ENSERES PRODUCCION	Detalle	Ubicación	Cantidad
Estanteria	metalicas – madera	Bodega materia prima	3
Mesa de Trabajo	Madera	Diseño	1
Mesa de Trabajo	madera – metal	Corte	1
Mesa de inspección	Madera	Diseño / Corte	1
Mesa de planchado	Madera	Confección / Acabado	2
Mesa de inspección	Madera	Acabado	1
Ropero	Metal	Bodega Prod. Terminado	5
Sillas	Metal – Corosil	Bodega Prod. Terminado	15

Elaborado por: Autor del Proyecto

4.7 Estructura de Costos de Producción

Los componentes del costo de confección de prendas de vestir son:

- Materias primas: telas
- Materiales directos: cierres, botones, hilos.
- Mano de obra directa: obreros.
- Gastos de fabricación
- Mano de obra indirecta.
- Suministros y materiales indirectos.
- Depreciación

- Seguros
- Mantenimiento y reparación
- Gastos de administración y generales
- Sueldos y salarios del personal administrativo
- Gastos de insumos
- Gastos básicos
- Otros
- Gastos Financieros
- Intereses que se pagan por financiamiento

4.8. Tecnología

La tecnología en el Sector Textil es convencional de precisión limitada, sin embargo no se descarta la utilización de ciertas empresas de tecnología avanzada, con el uso de maquinaria denominada moderna e incluso maquinaria semi - automática, con lo cual la calidad de sus productos mejorará indudablemente, y habrá una reducción en los costos de mano de obra.

Destacaremos que en el Sector Textil la línea que muestra un mayor nivel tecnológico es: hilados, tejidos y acabados textiles. Otro punto de relevancia en cuanto a la tecnología es que en el Sub sector de Confección de Prendas de Vestir encontramos representación de todos los niveles tecnológicos. Este elemento puede darnos una idea de las enormes diferencias que tanto en calidad como en precio podemos encontrar dentro del mercado ecuatoriano. En el siguiente cuadro detallaremos el tipo de tecnología que utilizan las diferentes líneas de producción del sub sector de confección y que en porcentaje lo hacen:

Cuadro 18: Uso de Tecnología Confeccionistas

LÍNEAS DE PRODUCCIÓN	MANUAL	MAQ. ACCION MANUAL	MAQ. MODERNA	MAQ. SEMI AUTOMATICA	MAQ COMPUT
FABQ. TEJIDOS DE PUNTO	X	57,10%	14,30%	14,30%	X
FABQ. ALFOM Y TAPICES	9,10%	81,80%	9,10%	X	X
FABQ. PREND. VESTIR	6,30%	57,80%	20,30%	10,90%	3,10%
FABQ. ROPA TRABAJ	X	75,00%	25,00%	X	X
FABQ. ROPA NIÑO	X	77,80%	11,10%	11,10%	X
FABQ. ROPA SPORT	X	80,00%	20,00%	X	X

Fuente: CAPEIPE

Elaborado por: Autor del Proyecto

4.9. Distribución de Planta

La distribución de la planta, implica la ordenación física de los elementos industriales como: maquinaria, materia prima, materiales, hombres y servicios con el objeto de: integrar todos los factores que afectan a la distribución de la planta, controlar y reducir al mínimo los movimientos del material, equilibrar el proceso productivo, utilizar en forma efectiva todo el espacio disponible, brindar satisfacción y seguridad a los trabajadores, utilizar eficientemente la mano de obra, proporcionar flexibilidad en la ordenación para facilitar cualquier ajuste posterior.

Dentro de la clasificación de las distribuciones de planta, la que más se asemeja a nuestros requerimientos y cumplirá nuestras expectativas, considerando también, las características y volumen de producción de nuestra empresa, es la que está orientada al proceso. **NUEVE.**

CAPITULO V: ESTUDIO ECONÓMICO

El estudio Financiero se realiza con la finalidad de identificar los recursos económicos necesarios para la ejecución del proyecto, así como también el establecer los indicadores financieros que sustenten la factibilidad de ejecución del proyecto garantizando el retorno rentable para el inversionista.

5.1. Inversión

Inversión es la aplicación de recursos financieros destinados a incrementar los activos fijos o financieros de una entidad¹⁵.

5.1.1. Costo de Edificio

La implementación de la empresa fabricante de trajes formales para mujeres, implica la adquisición de un local de 270 metros cuadrados, cuyo costo en el mercado es de 30.000 dólares.

Cuadro 19: Costo Edificio

EDIFICIOS	Detalle	CANTIDAD	PRECIO	
			Unitario	Total
Edificio	270 m2 - 2 plantas	1	30,000.00	30.000.00
Total	30,000.00			

Elaborado por: Autor del Proyecto

Fuente: Avalúos y Catastros Municipio Latacunga

¹⁵ GALLARDO CERVANTES JUAN. Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión. 1998. Pág. 37-38-39. Resumen.

5.1.2. Costo de Equipo y Maquinaria

La identificación del equipo y maquinaria permitirá la operación del proyecto utilizando la capacidad esperada. Los costos de mercado de la maquinaria ascienden a 18.765 dólares.

Cuadro 20: Costos de Equipo y Maquinaria

EQUIPO Y MAQUINARIA	Cantidad	Precio Unit	TOTAL
Cortadora de cuchillo vertical	1	\$2.300.00	2.300.00
Tijeras	10	\$ 20.00	200.00
Zapato de Teflón	3	\$ 5.00	15.00
Maquina de Puntada Recta	4	\$ 800.00	3.200.00
Maquina Hilvanadota	1	\$2.700.00	2.700.00
Maquina Urladora	1	\$1.550.00	1.550.00
Maquina Overlock	1	\$1.600.00	1.600.00
Maquina Zig – Zag	1	\$ 850.00	850.00
Planchas Industriales	2	\$ 350.00	700.00
Maquina Ojaladora de lagrima	1	\$2.100.00	2.100.00
Maquina botonera	1	\$1.800.00	1.800.00
Plancha Prensadora	1	\$1.300.00	1.300.00
Plancha a Vapor	1	\$ 450.00	450.00
Total			18,765.00

Elaborado Por: Autor del Proyecto

Fuente: Cotizaciones de Mercado

5.1.3. Costo de Muebles y Enseres

Los costos de muebles y enseres para el área administrativa y de ventas comprenden un monto de 6.964 dólares, y los correspondientes al área de producción son de 1.335 dólares.

Cuadro 21: Costo de Muebles y Enseres Administración y Ventas

MUEBLES Y ENSERES ADMINISTRATIVOS	Cantidad	Precio c / u	TOTAL
Modulares	1	\$ 2,000.00	2,000.00
Sillas	12	\$ 17.00	204.00
Equipo de Computo	3	\$ 850.00	2,550.00
Vitrinas	2	\$ 450.00	900.00
Maniquís	6	\$ 65.00	390.00
Biombo	1	\$ 150.00	150.00
Juego de Alfombras	1	\$ 320.00	320.00
Juego de muebles	1	\$ 300.00	300.00
Botellón de agua	2	\$ 15.00	30.00
Cafetera y Utensillos	1	\$ 120.00	120.00
Total			6,964.00

Elaborado Por: Autor del Proyecto

Fuente: Cotizaciones de Mercado

Cuadro 22: Costo de Muebles y Enseres Administración y Ventas

MUEBLES Y ENSERES PRODUCCION	Cantidad	Precio	TOTAL
Estantería	3	\$ 80.00	240.00
Mesa de Trabajo	1	\$ 70.00	70.00
Mesa de Trabajo	1	\$ 120.00	120.00
Mesa de inspección	1	\$ 50.00	50.00
Mesa de planchado	2	\$ 100.00	200.00
Mesa de inspección	1	\$ 50.00	50.00
Ropero	5	\$ 70.00	350.00
Sillas	15	\$ 17.00	255.00
Total			1,335.00

Elaborado Por: Autor del Proyecto

Fuente: Cotizaciones de Mercado

5.1.4. Inversión Total

El Proyecto tendrá una inversión inicial de 57.064 dólares.

Cuadro 23: Costo de Activos Fijos

Activos	Costo USD
Edificio	30,000.00
Equipo y Maquinaria	18.765.00
Muebles y Enseres	8.299.00
TOTAL	57,064.00

Elaborado Por: Autor del Proyecto

Fuente: Cotizaciones de Mercado

5.2. Depreciación

Los activos Fijos se deprecian en línea recta y los valores anuales de rescate que se consideran nulos para realizar un análisis pesimista de las estimaciones.

Cuadro 24: Depreciación Total

Activos	Depreciación Anual
Edificio	1,500.00
Equipo y Maquinaria	3,753.00
Muebles y Enseres	922.61
TOTAL	6,175.61

Elaborado Por: Autor del Proyecto

Fuente: Cotizaciones de Mercado

Con respecto al desgaste que sufrirán los activos fijos anualmente se presentan los siguientes cuadros de tabulación:

Cuadro 25: Depreciación Anual Edificios

EDIFICIOS	Valor	Vida Util	Depreciación
Edificio	30.000.00	20.00	1.500.00
Total			1,500.00

Elaborado Por: Autor del Proyecto

Fuente: Inversión – Estudio Financiero

Cuadro 26: Depreciación Anual Equipo y Maquinaria

EQUIPO Y MAQUINARIA	Valor	Vida Util	Depreciación
Cortadora de cuchuillo vertical	2,300.00	5	460.00
Tijeras	200.00	5	40.00
Zapato de Teflón	15.00	5	3.00
Maquina de Puntada Recta	3,200.00	5	640.00
Maquina Hilvanadota	2,700.00	5	540.00
Maquina Urladora	1,550.00	5	310.00
Maquina Overlock	1,600.00	5	320.00
Maquina Zig – Zag	850.00	5	170.00
Planchas Industriales	700.00	5	140.00
Maquina Ojaladora de lagrima	2,100.00	5	420.00
Maquina botonera	1,800.00	5	360.00
Plancha Prensadora	1,300.00	5	260.00
Plancha a Vapor	450.00	5	90.00
Total			3,753.00

Elaborado Por: Autor del Proyecto

Fuente: Inversión – Estudio Financiero

Cuadro 27: Depreciación Anual Muebles y Enseres Administración

MUEBLES Y ENSERES ADMINISTRATIVOS	Valor	Vida Util	Depreciación
Modulares	2.000.00	10	200.00
Sillas	204.00	10	20.40
Equipo de Computo	2.550.00	10	255.00
Vitrinas	900.00	10	90.00
Maniquís	390.00	10	39.00
Biombo	150.00	10	15.00
Juego de Alfombras	320.00	10	32.00
Juego de muebles	300.00	10	30.00
Botellon de agua	30.00	10	3.00
Cafetera y Utensillos	120.00	10	12.00
Total			696.40

Elaborado Por: Autor del Proyecto

Fuente: Inversión – Estudio Financiero

Cuadro 28: Depreciación Anual Muebles y Enseres Producción

MUEBLES Y ENSERES PRODUCCION	Valor	Vida Util	Depreciación
Estantería	240.00	5	48.00
Mesa de Trabajo	70.00	5	14.00
Mesa de Trabajo	120.00	5	24.00
Mesa de inspección	50.00	5	10.00
Mesa de planchado	200.00	5	40.00
Mesa de inspección	50.00	6	8.33
Ropero	350.00	7	50.00
Sillas	255.00	8	31.88
Total			226.21

Elaborado Por: Autor del Proyecto

Fuente: Inversión – Estudio Financiero

5.3. Financiamiento

Se dice que un documento que causa interés está amortizado cuando todas las obligaciones contraídas (tanto capital como interés) son liquidadas mediante una serie de pagos (generalmente iguales), realizados en intervalos de tiempos iguales.¹⁶

El financiamiento del proyecto se lo puede obtener a través de un préstamo bancario, la tasa activa promedio en el mercado financiero oscila en un 18%¹⁷ anual. Por lo tanto se presenta la siguiente tabla de amortización con pagos iguales y con financiamiento al 50% del monto de la inversión, así:

Cuadro 29: Tabla de Amortización

Inversión	57,064.00	
Aporte Socios	28,532.00	
Saldo		Comisión
Amortizar	28,532.00	Bank: 570.64
Tasa anual	18.00%	
(días año)	360	

No. Pago	Capital Insoluto	Interés al final	Pago	Capital Pagado
1	28,532.00	5,135.76	9,123.90	3,988.14
2	24,543.86	4,417.89	9,123.90	4,706.01
3	19,837.85	3,570.81	9,123.90	5,553.09
4	14,284.76	2,571.26	9,123.90	6,552.64
5	7,732.12	1,391.78	9,123.90	7,732.12
		17,087.51	45,619.51	28,532.00

Elaborado por: Autor del Proyecto

Fuente: Inversión – Estudio Financiero

¹⁶ MATEMÁTICAS FINANCIERAS. SHAWM. PÁG. 95

¹⁷ www.supercompañías.gov.ec

5.4. Presupuesto de Operación

Para el establecimiento de los Presupuestos de Operación se considerara el análisis de un Escenario Pesimista, con una tasa de crecimiento anual de la inflación esperada en un índice de 8% durante la vida del proyecto (5 años).

Cuadro 30: Estimación de la Inflación

Años					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inflación	8%	8%	8%	8%	8%

Elaborado Por: Autor del Proyecto

Fuente: Referencia M.B.A. Alvaro Carrillo P.

5.4.1. Presupuesto de Ventas

De acuerdo a la proyección de la demanda insatisfecha señalada en el capítulo del Estudio de Mercado y a la fijación de precios estipulada en ese mismo capítulo, se presenta el Pronóstico de Ventas con crecimiento anual afectado por la inflación del cuadro anterior. Entonces el Presupuesto de Ventas esta dado por:

Cuadro 31: Presupuesto de Ventas

	Año				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas USD	231,022.16	249,503.93	269,464.25	291,021.39	314,303.10

Elaborado Por: Autor del Proyecto

Fuente: Estudio de Mercado

Manteniendo el volumen de producción establecido en la demanda insatisfecha, se observa un crecimiento de las ventas de 231.022 dólares ha 314.303 dólares, pero por efectos inflacionarios.

Cuadro 32: Presupuestos de Ventas por Pieza

Ventas por línea USD	Año				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Pantalón	71,654.02	77,386.34	83,577.24	90,263.42	97,484.50
Chaqueta	130,789.12	141,252.25	152,552.43	164,756.62	177,937.15
Blusa	28,579.03	30,865.35	33,334.58	36,001.34	38,881.45
Total	231,022.16	249,503.93	269,464.25	291,021.39	314,303.10

Elaborado Por: Autor del Proyecto

Fuente: Estudio de Mercado

5.4.2. Presupuesto de Compras

Debido a que las ventas se realizarán con pagos anticipados, como lo hacen actualmente los fabricantes de ropa formal, los pagos se realizarán bajo la política de contado, excepto el pago de materia prima requerida para stock del inventario que será del 1% de la materia prima consumida anualmente. Las compras a efectuarse son:

Cuadro 33: Compras de Materia Prima

Compras de Materia Prima	Cantidad	Costo USD	Demanda	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Chaqueta									
Casimir	1.80 m	15.00	1897	28,455.00	30,731.40	33,189.91	35,845.10	38,712.71	41,809.73
Rusela	1.80 m	4.50	1897	8,536.50	9,219.42	9,956.97	10,753.53	11,613.81	12,542.92
Tela pegable	0.75 m	2.40	1897	4,552.80	4,917.02	5,310.39	5,735.22	6,194.03	6,689.56
Pelón saco	0.25 m	0.35	1897	663.95	717.066	774.43128	836.385782	903.296645	975.560377
Pelón pegable	0.25 m	0.25	1897	474.25	512.19	553.17	597.42	645.21	696.83
Blusa									
Ceda	1.25 m	4.00	1897	7,588.00	8,195.04	8,850.64	9,558.69	10,323.39	11,149.26
Pelón	0.50 m	0.40	1897	758.80	819.504	885.06432	955.869466	1032.33902	1114.92614
Pelón pegable	0.25 m	0.25	1897	474.25	512.19	553.17	597.42	645.21	696.83
Pantalón									
Casimir	1.20 m	15.00	1897	28,455.00	30,731.40	33,189.91	35,845.10	38,712.71	41,809.73
Popelina	0.50 m	4.50	1897	8,536.50	9,219.42	9,956.97	10,753.53	11,613.81	12,542.92
Pelón	0.50 m	2.40	1897	4,552.80	4,917.024	5,310.38592	5,735.21679	6,194.03414	6,689.55687
Materia Prima Consumida		49.05		93,047.85	100,491.68	108,531.01	117,213.49	126,590.57	136,717.82
Inventario Inicial de Materia Prima						1,004.92	1,085.31	1,172.13	1,265.91
Inventario Final de Materia Prima				1,004.92	1,085.31	1,172.13	1,265.91	1,367.18	1,468.36
Total Compras				101,496.59	108,611.41	117,300.32	126,684.34	136,819.09	

Elaborado Por: Autor del Proyecto

Fuente: Estudio Técnico

5.4.3. Presupuesto de Gastos de Operación

Los gastos de operación se hallan conformados por los gastos administrativos y los gastos de ventas.

5.4.3.1. Gastos Administrativos

Cuadro 34: Presupuesto de Gastos Administrativos

Gastos Administrativos	Año				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Desembolso					
Remuneración	25.745,28	27.804,90	30.029,29	32.431,64	35.026,17
Mantenimiento 5% Ventas	11.551,11	12.475,20	13.473,21	14.551,07	15.715,15
Suministros y Servicios	2.093,26	2.260,72	2.441,58	2.636,90	2.847,86
Subtotal	39.389,65	42.540,82	45.944,08	49.619,61	53.589,18
No desembolso					
Depreciaciones	2.196,40	2.196,40	2.196,40	2.196,40	2.196,40
Subtotal	2.196,40	2.196,40	2.196,40	2.196,40	2.196,40
Total	41.586,05	44.737,22	48.140,48	51.816,01	55.785,58

Elaborado Por: Autor del Proyecto

Cuadro 35: Determinación de Remuneraciones

Remuneración	Sueldo Básico	Componente Salarial	Aporte Personal IESS	Aporte Patronal IESS	Remuneración Mensual	Décimo Tercero	Décimo Cuarto
Gerente General	420.00	8,00	39,27	46,83	514,10	420,00	122,00
Jefe Financiero	260,00	8,00	24,31	28,99	321,30	260,00	122,00
Jefe de Producción y Compras	260,00	8,00	24,31	28,99	321,30	260,00	122,00
Jefe Administrativo y Ventas	260,00	8,00	24,31	28,99	321,30	260,00	122,00
Contador	200,00	8,00	18,7	22,3	249,00	200,00	122,00
Auxiliar Contable	132,35	8,00	13,10	15,62	169,07	132,35	122,00
Diseñador	160,00	8,00	14,96	17,84	200,80	160,00	122,00
Cortador	132,35	8,00	13,10	15,62	169,07	132,35	122,00
Coordinador de RRHH	160,00	8,00	14,96	17,84	200,80	160,00	122,00
Coordinador de Ventas	160,00	8,00	14,96	17,84	200,80	160,00	122,00
Operario	132,35	8,00	13,10	15,62	169,07	132,35	122,00
Vendedora Interna	132,35	8,00	13,10	15,62	169,07	132,35	122,00

Elaborado Por: Autor del Proyecto

Fuente: Tabla Salarial

Cuadro 35a: Determinación de Remuneraciones

Remuneración	#Personal	Remuneración Mensual	Año				
			Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gerente General	1	514,10	6.169,20	6.662,74	7.195,75	7.771,42	8.393,13
Jefe Financiero	1	321,30	3.855,60	4.164,05	4.497,17	4.856,95	5.245,50
Jefe Administrativo y Ventas	1	321,30	3.855,60	4.164,05	4.497,17	4.856,95	5.245,50
Contador	1	249,00	2.988,00	3.227,04	3.485,20	3.764,02	4.065,14
Auxiliar Contable	1	169,07	2.028,84	2.191,15	2.366,44	2.555,75	2.760,21
Coordinador de RRHH	1	200,80	2.409,60	2.602,37	2.810,56	3.035,40	3.278,23
Coordinador de Ventas	1	200,80	2.409,60	2.602,37	2.810,56	3.035,40	3.278,23
Vendedora Interna	1	169,07	2.028,84	2.191,15	2.366,44	2.555,75	2.760,21
Total	8		25.745,28	27.804,90	30.029,29	32.431,64	35.026,17

Elaborado Por: Autor del Proyecto

Política: La remuneración tendrá un incremento del 8% anual durante cada uno de los cinco años, además se ha establecido un plan de un a remuneración de comisiones al personal que dependen del monto de ventas y corresponde al 5%, como se observa en el cuadro de Gasto de Ventas.

Cuadro 36: Suministros y Servicios

Suministros y Servicios	Año				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Suministros	1,200.00	1,296.00	1,399.68	1,511.65	1,632.59
Servicios Básicos 20% MP	893.26	964.72	1,041.90	1,125.25	1,215.27
Total	2,093.26	2,260.72	2,441.58	2,636.90	2,847.86

Elaborado Por: Autor del Proyecto

Política: Los suministros sufren un incremento del factor inflación, mientras que se estima el pago de servicios básicos alrededor del 20% del monto de materia prima.

5.4.3.2. Gastos de Ventas

Para la estimación de este rubro en el presente proyecto, se establecen factores variables dependientes del monto de ventas captado anualmente, su estructura pronosticada es la siguiente:

Cuadro 37: Gastos de Ventas

Gastos de Ventas	Año				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Transporte 1%	2,310.22	2,495.04	2,694.64	2,910.21	3,143.03
Capacitación 2%	4,620.44	4,990.08	5,389.28	5,820.43	6,286.06
Promoción /Publicidad 2%	4,620.44	4,990.08	5,389.28	5,820.43	6,286.06
Comisiones Personal 5%	11,551.11	12,475.20	13,473.21	14,551.07	15,715.15
Total	23,102.22	24,950.39	26,946.42	29,102.14	31,430.31

Elaborado Por: Autor del Proyecto

Política: Las cuentas componentes del Gasto de Ventas están en función del monto de ventas anual

5.5. Estimación de Cuentas por Pagar y por Cobrar

5.5.1. Cuentas Por Cobrar

El negocio trabaja bajo la política de fabricación de prendas por órdenes de producción, con pagos anticipados y de contado, como lo hace la competencia en el centro del país.

5.5.2. Cuentas Por Pagar

Para la compra de materia prima que conformará en inventario final se requiere crédito de 15 días, pero cuyo saldo permanece por pagar para el

año subsiguiente, por lo tanto se presenta el siguiente cuadro de Proveedores:

Cuadro 38: Cuentas por Pagar Proveedores

Proveedores	Año				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Proveedores	1,004.92	1,085.31	1,172.13	1,265.91	1,367.18

Elaborado Por: Autor del Proyecto

Fuente: Cuadro de Compras de Materia Prima.

El rubro que si se presenta son los préstamos pagar a la entidad financiera, así:

Cuadro 39: Préstamos Por Pagar

Préstamos Por Pagar	Año				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Total	36,495.61	27,371.70	18,247.80	9,123.90	-

Elaborado Por: Autor del Proyecto

Fuente: Tabla de Amortización – Financiamiento

5.6. Estado de Costo de Producción y Ventas

5.6.1. Estado de Costo de Ventas

Este estado financiero nos permite determinar cuanto cuesta producir y vender las unidades que han sido realmente vendidas en cada período contable anual, así tenemos:

Cuadro 40: Estado de Costo de Ventas

Estado de Costo de Ventas	Año				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Compras	101.496,59	108.611,41	117.300,32	126.684,34	136.819,09
Más Inventario Inicial de MP		1.004,92	1.085,31	1.172,13	1.265,91
Menos Inventario Final de MP	1.004,92	1.085,31	1.172,13	1.265,91	1.367,18
Materia Prima Disponible	100.491,68	108.531,01	117.213,49	126.590,57	136.717,82
Más Mano de Obra Directa	16.230,72	21.635,23	23.366,05	25.235,33	27.254,16
Más Gastos Indirectos de Fabricación	15.603,96	16.533,94	17.538,32	18.623,05	19.794,56
Costo Directo	132.326,36	146.700,18	158.117,86	170.448,95	183.766,53
Más Inventario Inicial de PP					
Menos Inventario Final de PP					
Costo de Producción en Proceso					
Más Inventario Inicial de Producto Terminado					
Menos Inventario Final de Producto Terminado					
Costo de Producción y Ventas	132.326,36	146.700,18	158.117,86	170.448,95	183.766,53
Costo de Producción Unitario	69,76	77,33	83,35	89,85	96,87
Trajes Producidos	1.897	1.897	1.897	1.897	1.897

Elaborado Por: Autor del Proyecto

Fuente: Costos Directos y Gastos Indirectos de Fabricación

Política: Inventario de Productos en Proceso y de Productos Terminados Inicial y Final son CERO, debido a que se producirá por pedido.

5.6.2 Costos Directos de Fabricación

Cuadro 41: Costo de Materia Prima

Costo de Materia Prima	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Chaqueta						
Casimir	28,455.00	30,731.40	33,189.91	35,845.10	38,712.71	41,809.73
Rusela	8,536.50	9,219.42	9,956.97	10,753.53	11,613.81	12,542.92
Tela pegable	4,552.80	4,917.02	5,310.39	5,735.22	6,194.03	6,689.56
Pelón saco	663.95	717.066	774.43128	836.385782	903.296645	975.560377
Pelón pegable	474.25	512.19	553.17	597.42	645.21	696.83
Blusa						
Ceda	7,588.00	8,195.04	8,850.64	9,558.69	10,323.39	11,149.26
Pelón	758.80	819.504	885.06432	955.869466	1032.33902	1114.92614
Pelón pegable	474.25	512.19	553.17	597.42	645.21	696.83
Pantalón						
Casimir	28,455.00	30,731.40	33,189.91	35,845.10	38,712.71	41,809.73
Popelina	8,536.50	9,219.42	9,956.97	10,753.53	11,613.81	12,542.92
Pelón	4,552.80	4,917.024	5,310.38592	5,735.21679	6,194.03414	6,689.55687
Materia Prima Consumida	93,047.85	100,491.68	108,531.01	117,213.49	126,590.57	136,717.82

Elaborado Por: Autor del Proyecto

Fuente: Compras de Materia Prima – Estudio Financiero

Cuadro 42: Costos de Mano de Obra Directa

Mano de Obra Directa	Personal	Año				
	#	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Operario	8	16,230.72	18,931.51	20,446.03	22,081.72	23,848.25
Cortador	1	2,028.84	2,703.72	2,920.01	3,153.61	3,405.90
Total	9	18,259.56	21,635.23	23,366.05	25,235.33	27,254.16

Elaborado Por: Autor del Proyecto

Fuente: Estudio Técnico – Mano de Obra

5.6.3. Costos Indirectos de Fabricación

Cuadro 43: Costo de Materia Prima Indirecta

Materia Prima Indirecta	Cantidad	Costo USD	Demanda	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Chaqueta									
Hilo	400 m	0.48	1897	910.56	983.40	1,062.08	1,147.04	1,238.81	1,337.91
Etiquetas	1 par	0.08	1897	151.76	163.90	177.01	191.17	206.47	222.99
Hombreras	1 par	0.1	1897	189.70	204.88	221.27	238.97	258.08	278.73
Blusa									
Hilo	200 m	0.24	1897	455.28	491.70	531.04	573.52	619.40	668.96
Etiquetas	1 unid	0.04	1897	75.88	81.95	88.51	95.59	103.23	111.49
Hombreras	1 par	0.08	1897	151.76	163.90	177.01	191.17	206.47	222.99
Pantalón									
Cierre	1 unid.	0.35	1897	663.95	717.07	774.43	836.39	903.30	975.56
Ganchos	1 par	0.25	1897	474.25	512.19	553.17	597.42	645.21	696.83
Hilo	250 m	0.48	1897	910.56	983.40	1,062.08	1,147.04	1,238.81	1,337.91
Botones	1 unid.	0.08	1897	151.76	163.90	177.01	191.17	206.47	222.99
Total		2.18		4,135.46	4,466.30	4,823.60	5,209.49	5,626.25	6,076.35

Elaborado Por: Autor del Proyecto

Fuente: Estudio Técnico – Materia Prima

Cuadro 44: Costo de Mano de Obra Indirecta y Otros Gastos Indirectos

Mano de Obra Indirecta	Personal	Año				
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	#					
Jefe de Producción y Compras	1	3.855,60	4.164,05	4.497,17	4.856,95	5.245,50
Diseñador	1	2.409,60	2.602,37	2.810,56	3.035,40	3.278,23
Total	2	6.265,20	6.766,42	7.307,73	7.892,35	8.523,74

Elaborado Por: Autor del Proyecto

Fuente: Estudio Técnico – Mano de Obra

Estudio financiero - Depreciaciones

Cuadro 45: Costo Total Gastos Indirectos de Fabricación

Gastos Indirectos de Fabricación	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia Prima Indirecta	4.466,30	4.823,60	5.209,49	5.620,25	6.076,35
Mano de Obra Indirecta	6.265,20	6.766,42	7.307,73	7.892,35	8.523,74
Gastos Indirectos	4.872,47	4.943,93	5.021,11	5.104,46	5.194,48
Total	15.603,96	16.533,94	17.538,32	18.623,05	19.794,56

Elaborado Por: Autor del Proyecto

5.7. Estado de Resultados Pro forma

El estado de resultados sirve para calcular la utilidad o pérdida netas que genera un proyecto durante su periodo operativo.¹⁸

Los estados de resultados son proyectados de acuerdo a los ingresos estipulados en el estudio de mercado a través de la demanda insatisfecha, y los egresos provenientes del Costo de Producción y Ventas, de los Gastos de Administración y Ventas presupuestados en los estimativos de gastos de operación, así:

Cuadro 46: Estado de Resultados

Estado de Resultados	Año				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	231.022,16	249.503,93	269.464,25	291.021,39	314.303,10
Menos Costo de Ventas	132.326,36	146.700,18	158.117,86	170.448,95	183.766,53
Utilidad Bruta en Ventas	98.695,80	102.803,75	111.346,39	120.572,43	130.536,57
Menos					
Gastos Administrativos	41.586,05	44.737,22	48.140,48	51.816,01	55.785,58
Gastos de Ventas	23.102,22	24.950,39	26.946,42	29.102,14	31.430,31
UTILIDAD OPERACIONAL	34.007,54	33.116,14	36.259,48	39.654,28	43.320,68
Gastos Financieros	5.706,40	4.417,89	3.570,81	2.571,26	1.391,78
Comisión Bancaria	570,64	-	-	-	-
Interés Bancario	5.135,76	4.417,89	3.570,81	2.571,26	1.391,78
Utilidad antes de Impuestos	28.301,14	28.698,24	32.688,66	37.083,03	41.928,89
Participación trabajadores	4.245,17	4.304,74	4.903,30	5.562,45	6.289,33
UTILIDAD DESPUES PARTICIPACION	24.055,96	24.393,51	27.785,36	31.520,57	35.639,56
Impuesto a la Renta	6.013,99	6.098,38	6.946,34	7.880,14	8.909,89
UTILIDAD NETA	18.041,97	18.295,13	20.839,02	23.640,43	26.729,67

Elaborado Por: Autor del Proyecto

¹⁸ GALLARDO JUAN. Formulación y Evaluación de Proyectos. 1988. pág. 49.

5.8. Flujo de Efectivo Método Indirecto

Cuadro 47: Flujo de Efectivo Método Indirecto

FLUJO DE EFECTIVO INDIRECTO	AÑO					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
OPERACIÓN						
Utilidad Neta	-	18.041,97	18.295,13	20.839,02	23.640,43	26.729,67
Más Depreciaciones	-	6.175,61	6.175,61	6.175,61	6.175,61	6.175,61
Subtotal	-	24.217,58	24.470,74	27.014,63	29.816,04	32.905,28
Más Cuentas por pagar Préstamos		36.495,61	9.123,90	9.123,90	9.123,90	9.123,90
Más Aumento en Ctas por Pagar	-	10.259,16	143,95	1.446,53	1.592,96	1.756,63
EFECTIVO GENERADO POR OPERACIÓN	-	70.972,35	15.490,79	19.337,26	22.285,09	25.538,00
FINANCIAMIENTO						
Más Adquisición de Capital	57.064,00	-	-	-	-	-
EFECTIVO GENERADO POR FINANCIAMIENTO	57.064,00	-	-	-	-	-
INVERSIÓN						
Menos adquisición de Activos Fijos	-	57.064,00	-	-	-	-
EFECTIVO GENERADO POR INVERSIÓN	- 57.064,00	-	-	-	-	-
CAMBIO EN EFECTIVO						
Más Saldo Inicial de Efectivo	-	-	70.972,35	86.463,14	105.800,39	128.085,49
SALDO FINAL DE EFECTIVO	-	70.972,35	86.463,14	105.800,39	128.085,49	153.623,49

Elaborado Por: Autor del Proyecto

5.9. Balance General Pro forma

Balance General es un estado contable que muestra cantidades tentativas, preparado con el fin de presentar una propuesta financiera futura probable, que contenga activos, pasivos y patrimonio que tendrá la entidad.¹⁹

Cuadro 48: Balance General

BALANCE DE SITUACIÓN GENERAL	AÑO				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVO					
ACTIVO CORRIENTE					
Caja Bancos	70.972,35	86.463,14	105.800,39	128.085,49	153.623,49
Inventario Materia Prima	1.004,92	1.085,31	1.172,13	1.265,91	1.367,18
Inventario Productos en Proceso					
Inventario Productos Terminados					
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	71.977,27	87.548,45	106.972,53	129.351,39	154.990,67
ACTIVO FIJO					
Edificio	30.000,00	30.000,00	30.000,00	30.000,00	30.000,00
(Depreciación Acumulada Edificio)	- 1.500,00	- 3.000,00	- 4.500,00	- 6.000,00	- 7.500,00
Equipo	18.765,00	18.765,00	18.765,00	18.765,00	18.765,00
(Depreciación Acumulada Equip)	- 3.753,00	- 7.506,00	- 11.259,00	- 15.012,00	- 18.765,00
Muebles y Enseres	8.299,00	8.299,00	8.299,00	8.299,00	8.299,00
(Depreciación Acumulada Muebles)	- 922,61	- 1.845,22	- 2.767,83	- 3.690,43	- 4.613,04
TOTAL ACTIVO FIJO	50.888,39	44.712,78	38.537,18	32.361,57	26.185,96
TOTAL ACTIVO	122.865,66	132.261,23	145.509,70	161.712,96	181.176,63
PASIVO					
PASIVO CORTO PLAZO					
Proveedores	1.004,92	1.085,31	1.172,13	1.265,91	1.367,18
Préstamos por Pagar	36.495,61	27.371,70	18.247,80	9.123,90	-
Participación por Pagar	4.245,17	4.304,74	4.903,30	5.562,45	6.289,33
Impuestos Por Pagar	6.013,99	6.098,38	6.946,34	7.880,14	8.909,89
TOTAL PASIVO CORTO PLAZO	47.759,68	38.860,13	31.269,58	23.832,40	16.566,40
TOTAL PASIVO	47.759,68	38.860,13	31.269,58	23.832,40	16.566,40
PATRIMONIO					
Capital Social	57.064,00	57.064,00	57.064,00	57.064,00	57.064,00
Utilidades retenidas		18.041,97	36.337,10	57.176,13	80.816,56
Utilidad del Ejercicio	18.041,97	18.295,13	20.839,02	23.640,43	26.729,67
TOTAL PATRIMONIO	75.105,97	93.401,10	114.240,13	137.880,56	164.610,23
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	122.865,66	132.261,23	145.509,70	161.712,96	181.176,63

Elaborado Por: Autor del Proyecto

¹⁹ BACA GABRIEL. Evaluación de Proyectos. Pág. 181

5.10. Razones Financieras

Son instrumentos que se utilizan para evaluar resultados de las operaciones de la institución y analizarlos para llegar a conclusiones válidas de toma de decisiones.²⁰

Cuadro 49: Razones Financieras

RAZONES FINANCIERAS	AÑO				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
RENTABILIDAD					
Margen de Utilidad Sobre Ventas	7,81%	7,33%	7,73%	8,12%	8,50%
Rendimiento Sobre Activos	14,68%	13,83%	14,32%	14,62%	14,75%
Ventas/ Activo (Rotación)	1,88	1,89	1,85	1,80	1,73
UO / Ventas (Margen)	14,72%	13,27%	13,46%	13,63%	13,78%
Activo/ Capital (Apalancamiento)	2,15	2,32	2,55	2,83	3,17
Rendimiento Sobre Capital Contable	31,62%	32,06%	36,52%	41,43%	46,84%
LIQUIDEZ					
Razón Circulante	1,51	2,25	3,42	5,43	9,36
Prueba Ácida	1,51	2,25	3,42	5,43	9,36
NIVEL USO DE ACTIVOS					
Rotación de Activo Fijo (Ventas AF)	453,98%	558,01%	699,23%	899,28%	1200,27%

Elaborado Por: Autor del Proyecto

Fuente: Estado de Resultados – Balance General

El negocio refleja una rentabilidad sobre los ingresos por ventas de servicios de mercadeo, que oscila entre un margen del 13% durante los cinco años de estimación del proyecto de inversión.

De igual forma la Rotación del uso de activos fijos es elevada en índices porcentuales, ya que la empresa no necesita invertir en adquisición de estos rubros por tratarse de generación intelectual y no de producción de bienes.

²⁰ BACA GABRIEL. Evaluación de Proyectos.

CAPITULO VI: EVALUACION FINANCIERA

6.1. Punto de Equilibrio

6.1.1. Costos Fijos

Cuadro 50: Costos Fijos

COSTOS FIJOS	AÑO				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Remuneración	25.745,28	27.804,90	30.029,29	32.431,64	35.026,17
Suministros	1.200,00	1.296,00	1.399,68	1.511,65	1.632,59
Depreciaciones	2.196,40	2.196,40	2.196,40	2.196,40	2.196,40
Gastos Financieros	5.706,40	4.417,89	3.570,81	2.571,26	1.391,78
TOTAL	34.848,08	35.715,20	37.196,19	38.710,95	40.246,94

Elaborado Por: Autor del Proyecto

Fuente: Estado de Resultados – Balance General

6.1.2. Costos Variables

Cuadro 51: Costos Variables

COSTOS VARIABLES	AÑO				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo de Ventas	132.326,36	146.700,18	158.117,86	170.448,95	183.766,53
Mantenimiento 5% Ventas	11.551,11	12.475,20	13.473,21	14.551,07	15.715,15
Servicios Básicos 20% MP	893,26	964,72	1.041,90	1.125,25	1.215,27
Transporte 1%	2.310,22	2.495,04	2.694,64	2.910,21	3.143,03
Capacitación 2%	4.620,44	4.990,08	5.389,28	5.820,43	6.286,06
Promoción /Publicidad 2%	4.620,44	4.990,08	5.389,28	5.820,43	6.286,06
Comisiones Personal 5%	11.551,11	12.475,20	13.473,21	14.551,07	15.715,15
TOTAL	167.872,95	185.090,49	199.579,40	215.227,41	232.127,27

Elaborado Por: Autor del Proyecto

Fuente: Estado de Resultados – Balance General

6.1.3. Punto de Equilibrio

Cuadro 52: Punto de Equilibrio

Punto de Equilibrio en Dólares	AÑO				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad Operacional	-	-	-	-	-
Más Costos Fijos	34.848,08	35.715,20	37.196,19	38.710,95	40.246,94
Margen de Contribución	34.848,08	35.715,20	37.196,19	38.710,95	40.246,94
Más Costos Variables	167.872,95	185.090,49	199.579,40	215.227,41	232.127,27
Ventas de Equilibrio USD	202.721,03	220.805,69	236.775,59	253.938,36	272.374,21
Precio por unidad	121,79	131,59	142,12	153,50	165,70
Número de Trajes en Equilibrio	1.664	1.678	1.666	1.654	1.643

Elaborado Por: Autor del Proyecto

Fuente: Estado de Resultados – Balance General

6.2. Estructura del Capital de Trabajo

Cuadro 53: Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	AÑO				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Rotación Cada Semana					
Capital de trabajo	4.812,96	5.198,00	5.613,84	6.062,95	6.547,98
Variación Capital de Trabajo	4.812,96	385,04	415,84	449,11	485,04

Elaborado Por: Autor del Proyecto

Fuente: Presupuesto de Ventas – Estudio Financiero

El capital de trabajo requerido para la operación del negocio se establece mediante el volumen de ventas anual dividido para 48 semanas que tiene la año, para cubrir adquisición de materia prima.

6.3. Flujo Nominal

Es considerado como un estado contable de carácter dinámico explicativo de las variaciones del efectivo en un periodo de tiempo determinado tiene como objetivo principal explicar los movimientos de los fondos del proyecto.²¹

²¹ BONSON ENRIQUE. Estados Financieros. Pág. 109

Cuadro 54: Flujo Nominal

FLUJOS NOMINALES	AÑO					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión	57.064,00					
Ventas Nominales		231.022,16	249.503,93	269.464,25	291.021,39	314.303,10
Menos Gastos Nominales		202.721,03	220.805,69	236.775,59	253.938,36	272.374,21
VARIABLES		167.872,95	185.090,49	199.579,40	215.227,41	232.127,27
Fijos		34.848,08	35.715,20	37.196,19	38.710,95	40.246,94
Utilidad Operacional		28.301,14	28.698,24	32.688,66	37.083,03	41.928,89
Menos Participación e Impuestos		10.259,16	10.403,11	11.849,64	13.442,60	15.199,22
Utilidad Neta		18.041,97	18.295,13	20.839,02	23.640,43	26.729,67
Más Depreciación		6.175,61	6.175,61	6.175,61	6.175,61	6.175,61
Flujo Real de Operación		24.217,58	24.470,74	27.014,63	29.816,04	32.905,28
Más Requerimientos/Recuperación CT		4.812,96	385,04	415,84	449,11	485,04
Flujo Neto antes de Venta Activos		19.404,62	24.085,70	26.598,79	35.542,54	32.420,24
Más Recuperación Final CT						6.547,98
Total Flujos	(57.064,00)	19.404,62	24.085,70	26.598,79	35.542,54	38.968,22
Total Flujos Descontados		14.307,85	17.759,41	19.612,42	26.207,02	23.904,82

Elaborado Por: Autor del Proyecto

Fuente: Estado de Resultados

6.4. Valor Actual Neto

El valor actual neto es favorable cuando es superior a cero, y se calcula con la siguiente ecuación:

$$\text{VAN} = - \text{Inversión} + (\text{Flujo año 1}) / ((1+i)^1) + (\text{Flujo año 2}) / ((1+i)^2) + (\text{Flujo año 3}) / ((1+i)^3) + (\text{Flujo año 4}) / ((1+i)^4) + (\text{Flujo año 5}) / ((1+i)^5)$$

En donde i representa la tasa de interés calculada para el Costo de Oportunidad, como se indica en el siguiente numeral.

Cuadro 55: Valor Actual Neto

$$\begin{aligned} \text{VAN} &= - 57.064 + (19.404.62) / ((1+18\%)^1) + (24.085.70) / ((1+18\%)^2) + \\ &(26.598.79) / ((1+18\%)^3) + (35.542.54) / ((1+18\%)^4) + (38.568.92) / \\ &((1+18\%)^5) \\ \text{VAN} &= 28.233.33 \end{aligned}$$

Elaborado Por: Autor del Proyecto

Fuente: Flujo Nominal

Por lo que el VAN para el proyecto es de 28.233.33 dólares, favorable para el inversionista.

6.4.1. Costo de Oportunidad

En el presente proyecto se considero un escenario pesimista, bajo el supuesto de tendencias crecientes del costo de oportunidad y riesgo, así se analiza la factibilidad con un costo de oportunidad del 18% anual (equivalente tasa activa), bajo los siguientes supuestos:

Cuadro 56: Costo de Oportunidad

TASA REAL DEL ACCIONISTA SUPUESTA	AÑO				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Tasa libre de riesgo ²²	16%	16%	16%	16%	16%
Menos Inflación ²³	8.00%	8.00%	8.00%	8.00%	8.00%
Más Prima de RIESGO ²⁴	10%	10%	10%	10%	10%
Costo real del accionista	18%	18%	18%	18%	18%

Elaborado Por: Autor del Proyecto

Fuente: MANUAL DE ADMINISTRACIÓN FINANCIERA – MBA INTERNACIONAL
ESPE – 2003

6.5. Tasa Interna de Retorno

La tasa interna del proyecto es de 35.62% superior al costo de oportunidad del 18% (Cuadro 56), por lo tanto la ejecución del proyecto es factible.

TIR	35.62 %
-----	---------

Cuando el Valor actual neto es igual a cero, entonces la tasa de interés del cálculo representa la tasa de retorno de la inversión, así:

$$VAN = 0$$

$$0 = - \text{Inversión} + (\text{Flujo año 1}) / ((1+\text{TIR})^1) + (\text{Flujo año 2}) / ((1+\text{TIR})^2) + (\text{Flujo año 3}) / ((1+\text{TIR})^3) + (\text{Flujo año 4}) / ((1+\text{TIR})^4) + (\text{Flujo año 5}) / ((1+\text{TIR})^5)$$

$$VAN = 0$$

$$0 = - 57.064 + ((19.404.62) / ((1+\text{tir})^1) + (24.085.70) / ((1+\text{tir})^2) + (26.598.79) / ((1+\text{tir})^3) + (35.542.54) / ((1+\text{tir})^4) + (38.568.92) / ((1+\text{tir})^5)$$

$$\text{TIR} = 35.62 \%$$

²² TASA NETA MÍNIMA DESEADA POR EL INVERSIONISTA

²³ ESTIMACIÓN UTILIZADA DURANTE TODO EL PROYECTO

²⁴ CONSULTORES ASOCIADOS ITURRALDE ITURRALDE – GUAYAQUIL ENERO 2004

6.6. Costo Beneficio

El costo beneficio del proyecto es del 1.49, atractivo para el inversionista, ya que por cada dólar invertido se espera un beneficio de cuarenta y nueve centavos.

Cuadro 57: Costo / Beneficio

Costo / Beneficio	1.49
Costo	57.064.00
Beneficio	85.297.23

Elaborado Por: Autor del Proyecto

Fuente: Flujo Nominal

6.7. Período de Recuperación

Se estima una recuperación efectiva de la inversión, en un lapso de tiempo de 2 años con 6 meses. También favorable para un proyecto de esta magnitud.

PAY BACK (meses)	2 año 6 meses
-------------------	---------------

Al evaluar los parámetros presentados en éste capítulo, se afirma la factibilidad del proyecto de creación de esta empresa fabricante de trajes formales para mujer en la ciudad de Latacunga.

El costo de oportunidad de evaluación del proyecto fue considerado bajo un escenario pesimista del 18%. Los resultados de evaluación como la tasa interna de retorno que se presenta del 35.62% es superior al costo de oportunidad, razón por la que el proyecto se presenta atractivo bajo los diversos factores evaluados. Del mismo modo el valor actual neto es positivo de 28.233,23 dólares y la recuperación es aproximada a los 2 años 6 meses, por lo tanto es atractiva la ejecución del proyecto.

Cuadro 58: Evaluación Económica

INDICADORES DE EVALUACIÓN	EVALUACIÓN	DECISIÓN
PERIODO DE RECUPERACION	2 años 6 mes	Favorable
TASA INTERNA DE RETORNO	35.62%	Favorable
VALOR PRESENTE NETO	28.233,23	Favorable
COSTO / BENEFICIO	149%	Favorable

Elaborado Por: Autor del Proyecto

Fuente: Flujo Nominal

CAPITULO VII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. Conclusiones

- La creciente demanda de ropa de calidad y con características particulares de diseño, corte, textura y medida, hacen que el sector oferente de éstos productos sea más competitivo en precio y calidad, para satisfacer las necesidades del mercado potencial consumidor
- De acuerdo a los resultados de las encuestas se determina que los componentes principales del traje para mujer son pantalón, chaqueta y blusa, ya que presentan los porcentajes mayores de adquisición, por lo que se debe considerar un conjunto para el proceso de fabricación.
- Un 66.7 % de las empresas encuestadas que laboran en la ciudad de Latacunga adquieren directamente sus trajes formales para su personal femenino, e incluyen en su presupuesto este rubro. Un 94.8% de las mujeres encuestadas utilizan trajes formales con frecuencia para su desarrollo de labores.
- El presente proyecto se considero para un periodo de 5 años, dentro de un escenario pesimista conservador de crecimiento en el volumen demandado anualmente, es decir, para cada año se esperan producir y vender 1.897 trajes formales para mujer, cada traje conformado por pantalón, blusa y chaqueta de acuerdo a los requerimientos del consumidor provenientes del estudio de mercado.
- La empresa trabajará a un 64% de su capacidad instalada, por lo tanto se minimizará el uso de activos improductivos, aumentando la productividad del recurso humano con la que contará, factor que permitirá ampliar la

producción y ventas ante escenarios optimistas de requerimientos de trajes formales para mujer en el mercado de referencia.

- El costo de oportunidad de evaluación del proyecto fue considerado bajo un escenario pesimista del 18%. Los resultados de evaluación como la tasa interna de retorno que se presenta del 35.62% es superior al costo de oportunidad, razón por la que el proyecto se presenta atractivo bajo los diversos factores evaluados. Del mismo modo el valor actual neto es positivo de 28.233,23 dólares y la recuperación es aproximada a los 2 años 6 meses, por lo tanto es atractiva la ejecución del proyecto.
- Manteniendo el volumen de producción establecido en la demanda insatisfecha, ventas, costos, gastos, etc. se considera que el presente proyecto es factible.

7.2. Recomendaciones

- Según las encuestas realizadas la preferencia de las consumidoras es de un conjunto (chaqueta, blusa, pantalón) por lo que se recomienda que el traje debe ser producido y vendido en conjunto.
- Es necesario considerar para el introducción en el mercado establecer estrategias de mercadeo a fin de captar y superar el porcentaje de ventas presupuestado.
- Es Importante implementar una estrategia de ventas Corporativas enfocando el mercado de empresas e instituciones ya que es de gran importancia en la proyección de ventas.
- Para este tipo de proyecto que se relaciona directamente con cambios periódicos de tendencias de moda, es necesario aplicar técnicas como el Street Vision para estar preparados a las tendencias de moda que exige el mercado.
- Es necesario que la empresa este enmarcada en un esquema de Compañía Limitada, ya que es un esquema que brinda seguridad y beneficios a los inversionistas.
- La estructura organizacional de la empresa esta enfocada del punto de vista pesimista, por lo que si en el primer periodo de funcionamiento, no se toma en cuenta las tres jefaturas (Financiero, Producción, Administración y Ventas) permitirá generar una mayor rentabilidad en el proyecto.

- Es necesario revisar continuamente con todos los colaboradores de la empresa, los objetivos y estrategias planteadas de principio para cumplir con la misión y visión establecida en los periodos correspondientes.
- Por la ubicación estratégica propuesta del local es indispensable establecer la empresa en este lugar ya que facilitara el buen funcionamiento y facilitara la logística de producción y ventas.
- Se debería mantener una remuneración de sueldos fijos en los 2 primeros años, y una política de remuneración variable por rendimiento a fin de que la empresa se proyecte a un continuo crecimiento.
- Se deben actualizar los presupuestos continuamente de acuerdo a las tendencias que tenga la inflación en el país. También es necesario considerar las metas y estrategias que se pueden presentar para disminuir la incertidumbre del proyecto.

ANEXOS

Anexo Uno:	Encuesta a Mujeres del PEA
Anexo Dos:	Encuesta Empresas
Anexo Tres:	Encuesta Productores de Trajes
Anexo Cuatro:	Tratamiento SPSS
	A Empresas
	B Mujeres PEA
	C Productores
Anexo Cinco:	Plano de la Ubicación del Local
Anexo Seis:	Distribución de Planta
Anexo Siete:	Diseño del Pantalón
Anexo Ocho:	Diseño de la Blusa
Anexo Nueve:	Diseño de la chaqueta

ANEXO UNO
ENCUESTA A MUJERES DE LA PEA

Encuesta a Mujeres de la PEA de Latacunga

Objetivo: Esta encuesta pretende conocer sus requerimientos trajes de oficina que necesitan las mujeres que forman parte del sector ocupacional de las empresas públicas y privadas de la ciudad de Latacunga, con la finalidad de analizar la creación un negocio productor y comercializador de este tipo de productos.

Datos Generales:

Nombre:.....Edad:.....

Estado Civil:.....Domicilio:.....

Lugar de trabajo:.....Ciudad:.....

Cargo:.....Profesión:.....

1. Utiliza Ud. Trajes formales para el desarrollo de su trabajo o de uso frecuente?

Si No

Si la respuesta es afirmativa pase a 2., caso contrario GRACIAS.

2. Cuántos trajes formales para trabajo tiene Ud.?.....

3. Cuántos trajes formales de uso frecuente tiene Ud.?

5. Su traje de oficina para trabajo esta conformado por:

Falda

Pantalón

Chaqueta

Blusa

Chaleco

Otros Especifique.....

6. Con que frecuencia utiliza el (los) traje (s) formales para trabajo o uso frecuente?

Diaria

- Semanal
- Quincenal
- Mensual
- Otras Especifique.....

7. Quién le Proporciona el (los) traje (s) para trabajo o de uso frecuente?

- La empresa
- Ud. Lo adquiere
- Otros Especifique.....

Si la respuesta es que Ud. Lo adquiere pase a 7., sino Gracias.

7. Para adquirir un traje formal ¿a cuál de las siguientes razones le da mayor importancia? (seleccione una)

- Calidad del diseño
- Calidad de los materiales
- Precio
- Facilidades de Pago
- Tiempo de Entrega
- Diseño Especial
- Otros Especifique

8. En que lugar confecciona o adquiere su (s) traje (s) de oficina?

.....

9. Cuál es su nivel de ingresos mensual?dólares

9. Cuanto dinero destina para la adquisición de trajes de oficina en el año?.....dólares.

Gracias por Su colaboración

ANEXO DOS
ENCUESTA EMPRESAS

Encuesta a Empresas de Latacunga

Datos Generales:

Empresa:.....Representante:.....
Actividad Económica:
Número de Empleados:.....Matriz:.....
Dirección:Teléfono.....

1. Adquiere la empresa los trajes de oficina para las mujeres de su organización:

SI NO

2. Cuantos trajes para mujer adquiere anualmente?

3. Cuanto destina anualmente su empresa en la adquisición de trajes de oficina?

..... Dólares.

4. El traje formal esta conformado por:

- Falda
- Pantalón
- Chaqueta
- Blusa
- chaleco
- Otros

Especifique

5.Cuál es el (los) proveedor (es) de trajes formales de oficina para mujer?

.....
.....

6. Para adquirir un traje formal ¿a cuál de las siguientes razones le da mayor importancia? (seleccione una)

- Calidad del diseño
- Calidad de los materiales
- Precio
- Facilidades de Pago
- Tiempo de Entrega
- Diseño Especial
- Otros Especifique

6. El traje de oficina para trabajo esta conformado por:

- Falda
- Pantalón
- Chaqueta
- Blusa
- chaleco
- Otros Especifique.....

Gracias por Su colaboración

ANEXO TRES
ENCUESTA PRODUCTORES DE TRAJES

Encuesta a Productores de Ropa de Oficina para Mujer

Objetivo: Esta encuesta pretende conocer la oferta de mercado.

Datos Generales

Negocio:.....Lugar:.....

Tipo: Artesanal Industrial Otro

Propietario:.....

1. Cual es el tipo de clientes a los que atiende:

- Empresas
- Personas Particulares

2. Cuantos trajes de oficina para mujer esta en capacidad de producir mensualmente su negocio?.....

3. Por que prendas se halla conformado el traje de oficina para mujer?

- Falda
- Pantalón
- Chaqueta
- Blusa
- Chaleco
- Otros Especifique.....

4. Cuales son los Proveedores de Materia Prima?

.....

.....

.....

.....
5. Cuanto es el margen de utilidad en promedio que Ud. Establece en el precio de los
trajes de oficina para mujer?

5%

10%

20%

30%

Otro Valor

Especifique.....

Gracias por Su colaboración

ANEXO 4 "A"

TRATAMIENTO SPSS EMPRESAS

Porcentaje de Adquisición

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	28	66.7	66.7	66.7
	NO	14	33.3	33.3	100.0
	Total	42	100.0	100.0	

Elaborado Por. Autor del Proyecto

Fuente: Tratamiento Encuestas en SPSS

Promedios de Demanda

		# de Trajes	Compras en \$
N	Valid	39	33
	Missing	3	9
Mean		43.2308	3170.3030
Std. Deviation		43.5264	3662.2240
Kurtosis		9.089	6.681
Std. Error of Kurtosis		0.741	0.798

Elaborado Por. Autor del Proyecto

Fuente: Tratamiento Encuestas en SPSS

El traje esta conformado por?

Falda

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	16	38.1	38.1	38.1
	NO	26	61.9	61.9	100.0
	Total	42	100.0	100.0	

Elaborado Por. Autor del Proyecto

Fuente: Tratamiento Encuestas en SPSS

Pantalón

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	41	97.6	97.6	97.6
	NO	1	2.4	2.4	100.0
	Total	42	100.0	100.0	

Elaborado Por. Autor del Proyecto

Fuente: Tratamiento Encuestas en SPSS

Chaqueta

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	40	95.2	95.2	95.2
	NO	2	4.8	4.8	100.0
	Total	42	100.0	100.0	

Elaborado Por. Autor del Proyecto

Fuente: Tratamiento Encuestas en SPSS

Blusa

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid		1	2.4	2.4	2.4
	SI	26	61.9	61.9	64.3
	NO	15	35.7	35.7	100.0
	Total	42	100.0	100.0	

Elaborado Por. Autor del Proyecto

Fuente: Tratamiento Encuestas en SPSS

Chaleco

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid		1	2.4	2.4	2.4
	SI	8	19.0	19.0	21.4
	NO	33	78.6	78.6	100.0
	Total	42	100.0	100.0	

Elaborado Por. Autor del Proyecto

Fuente: Tratamiento Encuestas en SPSS

Otros

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid		2	4.8	4.8	4.8
	NO	40	95.2	95.2	100.0
	Total	42	100.0	100.0	

Elaborado Por. Autor del Proyecto

Fuente: Tratamiento Encuestas en SPSS

Cual es el Proveedor?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	FADEM SA	3	7.1	8.1	8.1
	DORMEL	1	2.4	2.7	10.8
	ETATEX	1	2.4	2.7	13.5
	SASTRE	28	66.7	75.7	89.2
	REGATEX	2	4.8	5.4	94.6
	ALAZAN	1	2.4	2.7	97.3
	ZORIM	1	2.4	2.7	100.0
	Total	37	88.1	100.0	
Missing	System	5	11.9		
Total		42	100.0		

Elaborado Por. Autor del Proyecto

Fuente: Tratamiento Encuestas en SPSS

Para adquirir un traje que es lo mas importante?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CALIDAD DE DISEÑO	1	2.4	2.4	2.4
	CALIDAD DE MATERIAL	9	21.4	21.4	23.8
	PRECIO	19	45.2	45.2	69.0
	TIEMPO DE ENTREGA	13	31.0	31.0	100.0
	Total	42	100.0	100.0	

Elaborado Por. Autor del Proyecto

Fuente: Tratamiento Encuestas en SPSS

ANEXO 4 “B”
TRATAMIENTO SPSS MUJERES PEA

Utiliza Trajes Formales para su trabajo?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	si	73	94.8	94.8	94.8
	no	4	5.2	5.2	100.0
	Total	77	100.0	100.0	

Elaborado Por. Autor del Proyecto

Fuente: Tratamiento Encuestas en SPSS

Cuantos trajes utiliza para su trabajo?

		# TRAJES
N	Valid	71
	Missing	6
Mean		3.6197
Std. Deviation		2.0589
Kurtosis		2.325

Elaborado Por. Autor del Proyecto

Fuente: Tratamiento Encuestas en SPSS

Con que frecuencia utiliza trajes para su trabajo?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Diaria	56	72.7	76.7	76.7
	Semanal	13	16.9	17.8	94.5
	Quincenal	1	1.3	1.4	95.9
	Mensual	2	2.6	2.7	98.6
	Otra	1	1.3	1.4	100.0
	Total	73	94.8	100.0	
Missing	System	4	5.2		
Total		77	100.0		

Elaborado Por. Autor del Proyecto

Fuente: Tratamiento Encuestas en SPSS

Quien proporciona le traje para trabajo?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Empresa	55	71.4	75.3	75.3
	Ud mismo	18	23.4	24.7	100.0
	Total	73	94.8	100.0	
Missing	System	4	5.2		
Total		77	100.0		

Elaborado Por. Autor del Proyecto

Fuente: Tratamiento Encuestas en SPSS

Que es lo mas importante para adquirir un traje?

		Freq	Perc	Valid Perc	Cumulative Perc
Valid	Calidad de diseño	35	45.5	55.6	55.6
	Calidad de materiales	9	11.7	14.3	69.8
	Precio	13	16.9	20.6	90.5
	Facilidad de pago	2	2.6	3.2	93.7
	Diseño	3	3.9	4.8	98.4
	Otros	1	1.3	1.6	100.0
	Total	63	81.8	100.0	
Mis	System	14	18.2		
Total		77	100.0		

Elaborado Por. Autor del Proyecto

Fuente: Tratamiento Encuestas en SPSS

Cual es el nivel de ingresos mensual?

		INGRESOS
N	Valid	66
	Missing	11
Mean		344.2576
Std. Deviation		205.6281

Elaborado Por. Autor del Proyecto

Fuente: Tratamiento Encuestas en SPSS

Cuanto destina anualmente para la adquisición de trajes?

		GASTO
N	Valid	46
	Missing	31
Mean		148.3261
Std. Deviation		154.5704

Elaborado Por. Autor del Proyecto

Fuente: Tratamiento Encuestas en SPSS

ANEXO CUATRO "C"
TRATAMIENTO SPSS PRODUCTORES

Cual es el tipo de clientes que atienden?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Empresas	6	19.4	19.4	19.4
	Particulares	25	80.6	80.6	100.0
	Total	31	100.0	100.0	

Elaborado Por. Autor del Proyecto

Fuente: Tratamiento Encuestas en SPSS

Cuantos trajes para mujer esta en capacidad de producir?

		PRODUCCI
N	Valid	30
	Missing	1
Mean		54.3333
Std. Deviation		17.2573
Kurtosis		-.504
Std. Error of Kurtosis		.833

Elaborado Por. Autor del Proyecto

Fuente: Tratamiento Encuestas en SPSS

Por que prendas se halla conformado el traje?

FALDA

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	17	54.8	54.8	54.8
	NO	14	45.2	45.2	100.0
	Total	31	100.0	100.0	

Elaborado Por. Autor del Proyecto

Fuente: Tratamiento Encuestas en SPSS

PANTALON

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	27	87.1	87.1	87.1
	NO	4	12.9	12.9	100.0
	Total	31	100.0	100.0	

Elaborado Por. Autor del Proyecto

Fuente: Tratamiento Encuestas en SPSS

CHAQUETA

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	31	100.0	100.0	100.0

Elaborado Por. Autor del Proyecto

Fuente: Tratamiento Encuestas en SPSS

BLUSA

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NO	31	100.0	100.0	100.0

Elaborado Por. Autor del Proyecto

Fuente: Tratamiento Encuestas en SPSS

CHALECO

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	1	3.2	3.2	3.2
	NO	30	96.8	96.8	100.0
	Total	31	100.0	100.0	

Elaborado Por. Autor del Proyecto

Fuente: Tratamiento Encuestas en SPSS

Cuanto es el margen de utilidad en promedio?

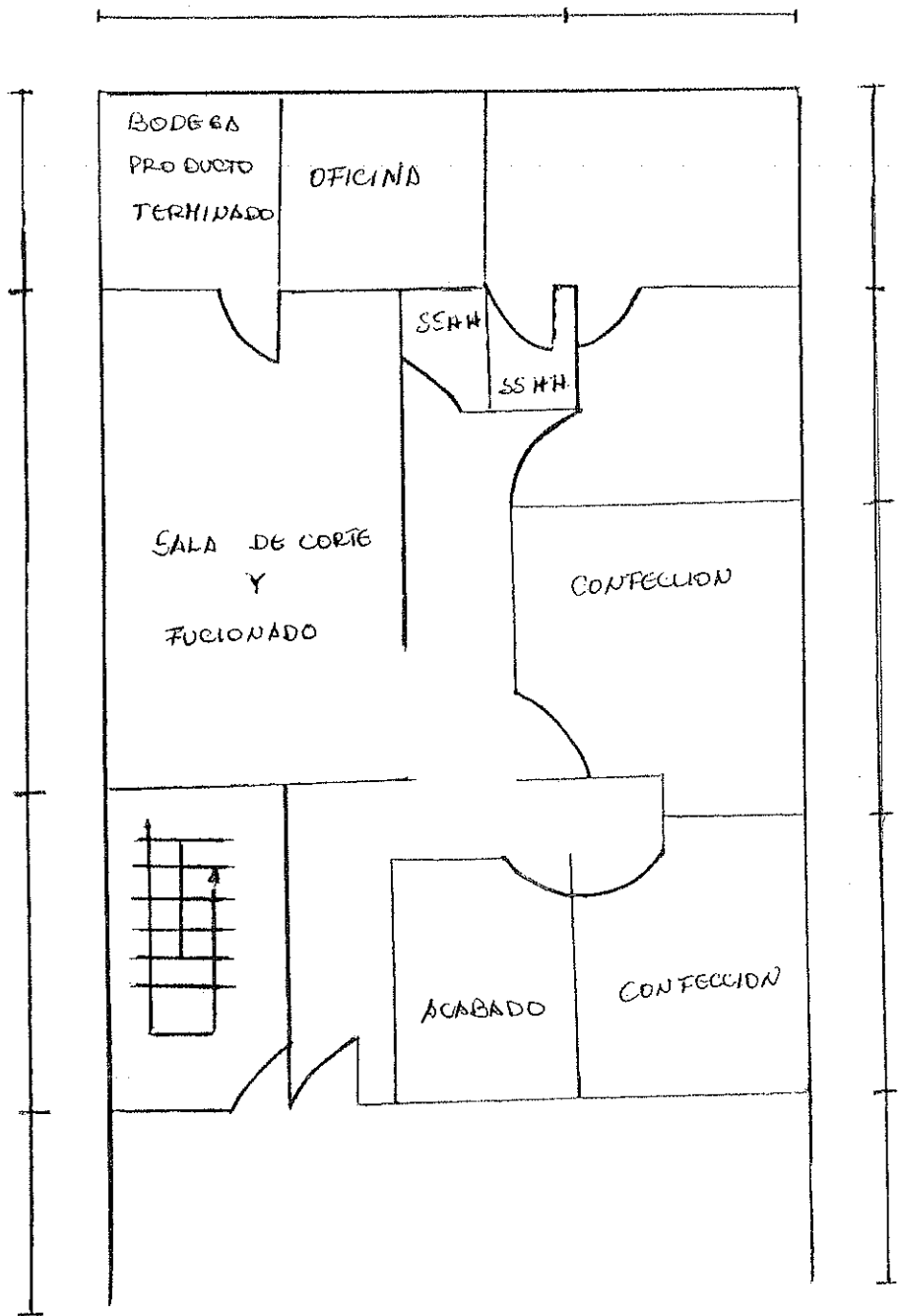
		MARGEN
N	Valid	28
	Missing	3
Mean		31.9643
Std. Deviation		6.7136
Kurtosis		-.637
Std. Error of Kurtosis		.858

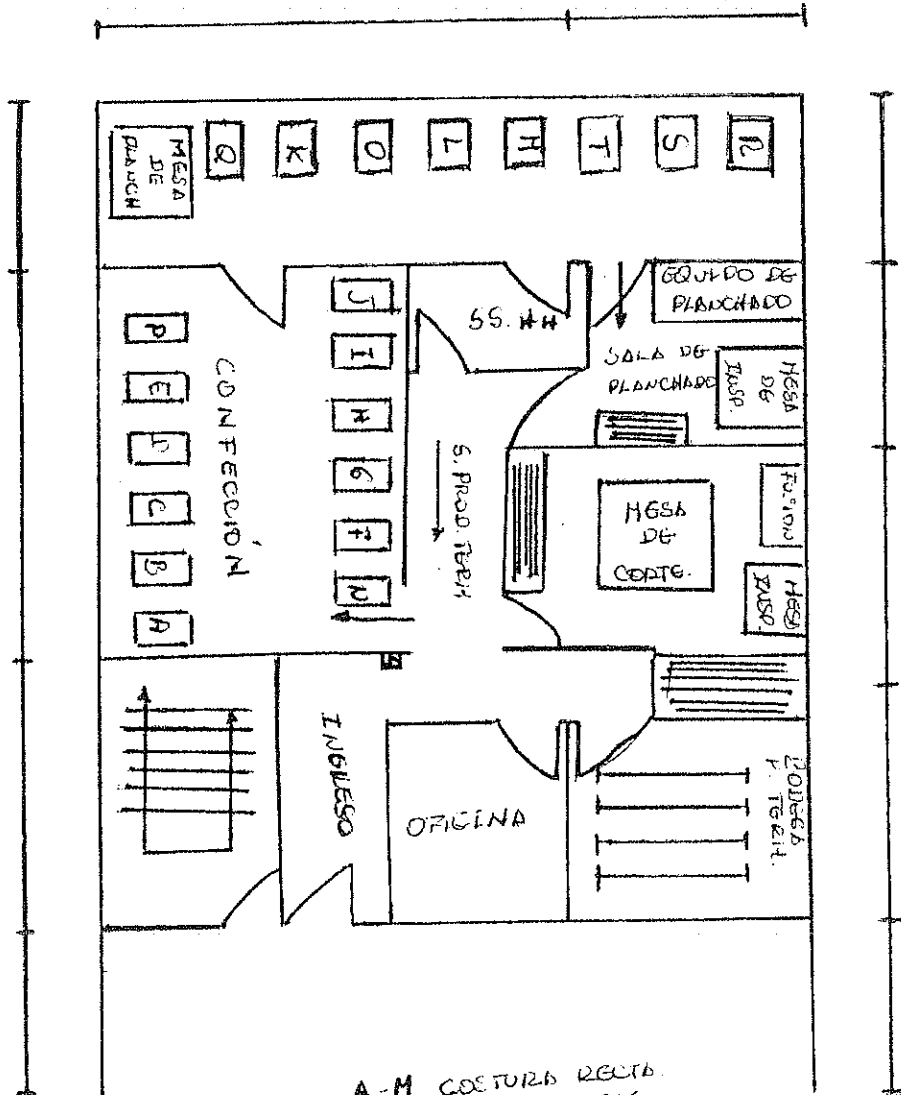
Elaborado Por. Autor del Proyecto

Fuente: Tratamiento Encuestas en SPSS

ANEXO CINCO
PLANO UBICACIÓN DEL LOCAL

ANEXO SEIS
DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA





A-M COETURB RECTB.
 N-O HAO EIG ZAG
 P OVERLOCK.
 R BOTONADORES
 S URLADORS
 T HOCALADORS

ANEXO NUEVE
DISEÑO CHAQUETA

ANEXO SIETE
DISEÑO PANTALÓN



ANEXO OCHO
DISEÑO BLUSA



BIBLIOGRAFÍA

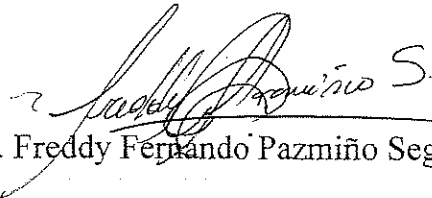
- ALVAREZ DE ALBA, Alfonso Aguilar. “Elementos de Mercadotecnia”. Compañía Editorial Continental S.A. Sexta impresión. México D.F. 1973.
- ANSOFF, H.I. - DECLERCK, R.L. - HAYES R.L. “El planeamiento estratégico. Nueva tendencia en la Administración”. Editorial Trillas S.A. de C.V. 1983.
- CRAVENS RAVENS, David W. “Planeación en Mercadotecnia para el Gerente de Ventas”. Compañía Editorial Continental S.A. de C.V. Segunda impresión. México D.F. 1986.
- DICCIONARIO ENCICLOPEDICO. Prefacio de José Luis Borges.
- KOONTZ - O'DONNELL. “Administración”. Editorial McGraw-Hill. 1988.
- LAMBIN, Jean - Jackes. “Marketing Estratégico”. Editorial McGraw-Hill Interamericana de España S.A. España. 1998.
- NOGUEIRA COBRA, Marcos Henrique. “Marketing de Servicios. Conceptos y Estrategias”. Editorial McGraw-Hill. Colombia. 1992.
- PORTER, Michael E. “Estrategia Competitiva Técnicas para el análisis de los sectores industriales de la competencia”. Editorial Continental. 1985.
- STEINER, George A. “Planeación estratégica. Lo que todo director debe saber”. Editorial Continental S.A. de C.V. 1991.

Latacunga, Julio 2004

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO SEDE LATACUNGA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

El presente trabajo fue realizado por:



Sr. Freddy Fernando Pazmiño Segovia.



Ing. Cecil Aguirre

Mayor de C. S. M.

DECANO DE LA FACULTAD



Dr. Mario Bozada

Secretario Académico

FACULTAD DE CC. AA. Latacunga