



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE LA INDUSTRIAL Y LA PRODUCCIÓN

“ APOYAR AL DESARROLLO DE LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CAMISETAS INFORMALES PARA HOMBRES, UBICADA PARROQUIA SAN ANTONIO DE PICHINCHA DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2016”

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Tecnólogo en Administración
de la Industrial y de la Producción

Autor: Edison Danilo Montaluisa Quishpe

Tutor: Ing. Fausto Soria

Quito, Mayo 2016

DECLARATORIA

El presente trabajo de investigación titulado: “APOYAR AL DESARROLLO DE LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CAMISETAS INFORMALES PARA HOMBRES, UBICADA PARROQUIA SAN ANTONIO DE PICHINCHA DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2016”. Realizado por: Edison Danilo Montaluisa Quishpe . Como Requisito para la Obtención del Título de: TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS. Ha sido dirigido por el profesor **Ing. Fausto Soria** quien considera que constituye un trabajo original de su autor.

DIRECTOR

CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Yo, Edison Danilo Montaluisa Quishpe portador de la cédula de ciudadanía signada con el No.1713464848 de conformidad con lo establecido en el artículo 46 de la Ley de Propiedad Intelectual, que dice: “La cesión exclusiva de los derechos de autor confiere al cesionario el derecho de explotación exclusiva de la obra, oponible frente a terceros y frente al propio autor. También confiere al cesionario el derecho a otorgar cesiones o licencias a terceros, y a celebrar cualquier otro acto o contrato para la explotación de la obra, sin perjuicio de los derechos morales correspondientes. En la cesión no exclusiva, el cesionario está autorizado a explotar la obra en la forma establecida en el contrato”; en concordancia con lo establecido en los artículos 4, 5 y 6 del cuerpo de leyes ya citado, manifiesto mi voluntad de realizar la cesión exclusiva de los derechos de autor al Instituto Superior Tecnológico Cordillera, en mi calidad de Autor del Trabajo de Titulación que he desarrollado para la obtención de mi título profesional denominado: “ APOYAR AL DESARROLLO DE LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CAMISETAS INFORMALES PARA HOMBRES, UBICADA PARROQUIA SAN ANTONIO DE PICHINCHA DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2016” facultando al Instituto para ejercer los derechos cedidos en esta certificación y referidos en el artículo transcrito.

FIRMA _____

NOMBRE Edison Danilo Montaluisa Quishpe

CEDULA 1713464848

Quito, mayo de 2016

“ APOYAR AL DESARROLLO DE LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CAMISETAS INFORMALES PARA HOMBRES, UBICADA PARROQUIA SAN ANTONIO DE PICHINCHA DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2016”

DEDICATORIA

La vida se encuentra plagada de retos, y uno de ellos es la vida académica. Tras verme dentro de ella, me he dado cuenta que más allá de ser un reto es una base no solo para mi entendimiento del campo en el que me he visto inmerso, sino para lo que concierne a la vida y mi futuro.

Le agradezco a mi familia, mi esposa, mis hijos por su apoyo incondicional en todo este tiempo que ha sido muy difícil al no poder estar con ellos mientras estudiaba.

AGRADECIMIENTO

A Dios fuente inspiradora y motor de mi vida que se ha hecho presente en momentos gratos y difíciles proporcionándome la fuerza necesaria para poder levantarme ante tropiezos y desaciertos. A mis padres Hilda y Alfredo que con su ejemplo han sabido infundir y transmitir una actitud positiva. A mi esposa que me inspira a ser una mejor persona y a luchar por mis objetivos no solo personales sino profesionales. Al Señor Ing. Fausto Soria, por su valioso aporte profesional, por su tiempo y paciencia quien ha sido una guía necesaria durante el planteamiento, desarrollo y culminación del presente trabajo. Al Instituto Tecnológico Superior Cordillera, por acogerme en sus instalaciones y contribuir con mi formación académica y profesional.

ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA	ii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
ÍNDICE GENERAL	vi
ÍNDICE DE TABLAS	xiv
ÍNDICE DE FIGURAS	xviii
ÍNDICE DE ilustraciones	xviii
Resumen	xx
abstract	xxi
CAPÍTULO I	1
INTRODUCCIÓN	1
1.1 Justificación.....	1
1.2 Antecedentes.....	3
1.2.1 La industria textil y la confección en el ecuador.....	3
1.2.2 Importancia de la industria textil en el ecuador.....	4

1.2.3 Diseño, producción y comercialización de camisetas informales masculinas.....	5
CAPÍTULO II.....	8
ANÁLISIS SITUACIONAL.....	8
2.1 Ambiente Externo.....	8
2.1.1 Factores Económicos.....	9
2.1.2 Factor Social.....	13
2.1.3 Factor Legal.....	15
2.1.4 Factor Tecnológico.....	18
2.2 Entorno Local.....	19
2.2.1 Clientes.....	19
2.2.2 Proveedores.....	20
2.2.3 Competidores.....	21
2.3 ANALISIS INTERNO.....	21
2.3.1 Misión.....	21
2.3.2 VISIÓN.....	21
2.3.3 Objetivos.....	21
Específicos.....	22
2.3.4 POLÍTICAS.....	22
2.3.5 Principios y valores.....	23
2.4 Estructura Orgánica administrativa.....	24

2.4.1 Organigrama Estructural.....	24
2.4.2 Organización Funcional.....	25
2.4.3 Manual de funciones.....	26
CAPÍTULO III.....	33
Estudio de mercado.....	33
3.1 Base conceptual	33
3.1.1 OBJETIVO GENERAL.....	34
3.1.2 OBJETIVO ESPECÍFICOS.....	34
3.2 ESTRUCTURA ECONOMICA	34
3.2.1 Elasticidad precio de la demanda	35
3.3 ANÁLISIS DE LA DEMANDA	35
3.3.1 Segmentación del mercado	36
3.3.2 Determinación de la población objetiva	37
3.3.3 Formulación y aplicación de encuesta Piloto	38
3.3.4 Determinación de la muestra	39
3.3.5 MODELO DE LA ENCUESTA A LOS HOMBRES COMPRENDIDOS ENTRE 14 A 27 AÑOS DE EDAD	40
3.3.6 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS.....	42
3.3.7 Cuantificación de la demanda actual	47
3.4 ANALISIS DE LA OFERTA	49
3.4.1 OFERTA FUTURA.....	50

3.5 MARKETING MIX.....	52
3.5.1 Producto	52
3.5.2 Logotipo.....	55
3.5.3 Slogan	55
3.5.4 Etiqueta	55
3.5.5 Empaque	56
3.5.6 Precio	56
3.5.7 Plaza.....	57
3.5.8 Promoción.....	59
CAPÍTULO IV	61
Estudio TÉCNICO.....	61
4.1 TAMAÑO DEL PROYECTO.....	61
4.2 Unidad de Medida.....	62
4.3 Capacidad Instalada	62
4.3.1 Capacidad utilizada.....	63
4.4 Localización del proyecto	64
4.4.1 Macro Localización	64
4.4.2 Micro Localización	65
4.5 INGENIERÍA DEL PROYECTO	66
4.5.1 Descripción del proceso productivo	67

4.5.2 Tecnología, herramientas y maquinarias	68
4.5.3 Máquinas, herramientas y Equipos en el área de producción	70
4.5.4 AREAS DE ADMINISTRACIÓN	74
4.5.5 áreas de ventas	75
4.6 Materiales.	75
4.7 Necesidades del personal	76
4.8 Distribución de las áreas de la empresa	77
CAPÍTULO V.....	79
Estudio FINANCIERO	79
5.1 Base Conceptual	79
5.2 Inversión Inicial	79
5.2.1 Inversión Fija	80
5.2.2 Inversión Diferida	81
5.2.3 Capital de Trabajo.....	81
5.2.4 Financiamiento del proyecto.....	83
5.3 Presupuesto de costo, gastos e ingresos.....	83
5.3.1 COSTO DE PRODUCCIÓN	83
5.3.2 Materia Prima Directa.....	84
5.3.3 Materiales INDIRECTOS	85
5.3.4 Mano de Obra directa	85

5.3.5 Gastos de Fabricación.....	86
5.3.6 Mano de obra Indirecta.....	86
5.3.7 Consumo de agua.....	87
5.3.9 Consumo de útiles de limpieza.....	91
5.3.10 Embalajes.....	92
5.3.11 Depreciación.....	92
5.3.12 Mantenimiento.....	93
5.3.13 Seguros.....	93
5.3.14 Suministros.....	96
5.4 Gastos administrativos.....	96
5.4.1 Remuneración.....	97
5.4.2 Servicios Básicos.....	98
5.4.3 Mantenimiento.....	100
5.4.4 Suministro de Oficinas.....	101
5.4.5 Consumo útiles de Limpieza.....	102
5.4.6 Seguros.....	104
5.4.7 Depreciación.....	105
5.5 Gastos del área de venta.....	106
5.5.1 Remuneración Personal.....	106
5.5.2 Servicios Básicos.....	107

5.5.3 Mantenimiento	110
5.5.4 Suministros de oficina	110
5.5.6 Consumo de útiles de limpieza.	112
5.5.7 Seguros	112
5.5.8 Depreciación	114
5.5.9 Publicidad	114
5.5.10 Embalaje	115
5.6 Gastos financieros.....	115
5.7 Ingreso	118
5.8 ESTADOS FINANCIEROS	120
5.8.1 BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL.....	120
5.8.2 ESTADO DE RESULTADOS	122
5.8.3 Flujo de caja.....	123
5.9 Evaluación del proyecto	123
5.9.1 Tasa de Descuento	123
5.9.2 Valor actual neto (VAN)	124
5.9.3 Calculo de TIR.....	125
5.9.4 El PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PIR)	126
5.9.5 Relación BENEFICIO /COSTO	127
5.9.5 Punto de equilibrio.....	128

CAPÍTULO VI	131
ANÁLISIS DE IMPACTOS.....	131
6.1 Impacto Ambiental.	131
6.2 Impacto económico.....	138
6.3 Impacto productivo.....	139
6.4 Impacto social.....	139
CAPÍTULO VII.....	140
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	140
7.1 Conclusiones.....	140
7.2 Recomendaciones	142
Bibliografía	144

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Comportamiento de la rama de actividad en la parroquia San Antonio de Pichincha,	6
Tabla 2 Población de la parroquia San Antonio.....	10
Tabla 3 Composición de géneros de la parroquia San Antonio	10
Tabla 4 Composición de la población según el nivel de pobreza, 2010	10
Tabla 5 El PIB	13
Tabla 6 Indicadores del Mercado Laboral de Quito (Septiembre 2015).....	14
Tabla 7 Organización de la Empresa.....	24
Tabla 8 Población Objetiva	37
Tabla 9 Resultado encuesta piloto.....	39
Tabla 10 Demanda Actual.....	48
Tabla 11 Proyección de la demanda.....	49
Tabla 12 Oferta de las camisetas informales enviadas a San Antonio de Pichincha.....	50
Tabla 13 Tasa de Variación del PIB en el sector de Industria Manufactureras.	50
Tabla 14 Oferta proyectada	51
Tabla 15 Demanda Insatisfecha	51
Tabla 16 Tiempo en el proceso de producción de las camisetas.....	62
Tabla 17 Producción de las camisetas informales.....	63
Tabla 18 Capacidad Utilizada	64
Tabla 19 Pasos en la elaboración de las camisetas.....	68
Tabla 20 Balance de materiales.....	76

Tabla 21 Clasificación del puesto de trabajo	77
Tabla 22 Área Administrativa	77
Tabla 23 Área de venta.....	77
Tabla 24 Distribución de las áreas	78
Tabla 25 Inversión Inicial	80
Tabla 26 Inversión Fija	81
Tabla 27 Inversión Diferida	81
Tabla 28 FINANCIAMIENTO	83
Tabla 29 Costo de Producción	84
Tabla 30 Promedio Salario Básico Unificado	85
Tabla 31 Gastos de Fabricación	86
Tabla 32 Mano de Obra Indirecta	87
Tabla 33 Consumo de agua	88
Tabla 34 Consumo de la energía eléctrica	89
Tabla 35 Consumo en útiles de limpieza	91
Tabla 36 Embalajes	92
Tabla 37 Depreciación	92
Tabla 38 Mantenimiento	93
Tabla 39 Mantenimiento Enseres	93
Tabla 40 Seguros por años a las maquinarias	94
Tabla 41 Seguros a los muebles y enseres	95
Tabla 42 Suministros.....	96
Tabla 43 Gastos Administrativos	96
Tabla 44 Remuneración	97

Tabla 45 Servicios básicos	99
Tabla 46 Gastos de telefonía	100
Tabla 47 Gastos de mantenimiento	101
Tabla 48 Suministros de oficinas	102
Tabla 49 Útiles de limpieza.....	103
Tabla 50 Seguros áreas de Administración	104
Tabla 51 Depreciación	106
Tabla 52 Gastos de ventas.....	106
Tabla 53 Remuneración del personal de ventas	107
Tabla 54 Gastos de Servicios Básicos.....	108
Tabla 55 Gasto de teléfono.....	109
Tabla 56 Gasto de Mantenimiento	110
Tabla 57 Gasto de Suministro	111
Tabla 58 Gasto de útiles de limpieza	112
Tabla 59 Gastos de seguros.....	112
Tabla 60 Depreciación	114
Tabla 61 Gasto de Publicidad	115
Tabla 62 Gasto de embalaje	115
Tabla 63 Amortización.....	116
Tabla 64 Ingresos proyectados.....	118
Tabla 65 Consolidados de los Costos y Gastos.....	119
Tabla 66 Balance de situación inicial.....	121
Tabla 67 ESTADO DE RESULTADO.....	122
Tabla 68 Flujo de Caja	123

Tabla 69 Tasa de Descuento.....	124
Tabla 70 TIR	126
Tabla 71 PIR	127
Tabla 72 COSTO BENEFICIO.....	128
Tabla 73 Punto de Equilibrio	130

ÍDICE DE FIGURAS

Figura 1 Ubicación geográfica de la parroquia San Antonio de Pichincha.	9
Figura 2 Clasificación de la Población Económicamente Activa (Septiembre 2015)	11
Figura 3 Caracterización de la parroquia San Antonio	14
Figura 3 Caracterización de la parroquia San Antonio	14

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Muestrario de camisetas informales.....	54
Ilustración 2 Slogan de la Empresa.....	55
Ilustración 3 Etiqueta	55
Ilustración 4 Canales de Distribución	57
Ilustración 5 Canal propuesto.....	58
Ilustración 6 Mapa de Pichincha, Quito Ecuador	65
Ilustración 7 Micro localización de la empresa.....	66
Ilustración 8 Mesa de Corte	70
Ilustración 9 Máquina Cortadora	71
Ilustración 10 Máquina OVERLOK	71
Ilustración 11 Máquina recubridora	72
Ilustración 12 Máquina recta.....	72

Ilustración 13 Máquina bordadora.	73
Ilustración 14 Plancha Industrial.....	74

RESUMEN

El presente trabajo de investigación consiste en el estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la Producción y Comercialización de camisetas informales de excelente calidad, dirigidas a los hombres entre 14 y 27 años . Para el sector poblacional perteneciente a la parroquia San Antonio de Pichincha.

Se plasma la investigación del Estudio Técnico en el que se refiere al Tamaño del proyecto definiendo la capacidad utilizada, llegando a su ubicación e ingeniería, con el respectivo proceso de elaboración de las camisetas de hombres. Se muestra el Estudio Administrativo, Organizacional y Legal en el cual se establece el organigrama para la empresa, con las respectivas funciones de cada área, además se realiza el manual de funciones de los cargos que deben cumplir los ocupantes de cada puesto de trabajo definidos; se presenta el Estudio Económico Financiero, el cuál abarca los Estados Financiero proyectado de la Empresa, los cuales permiten estimar los ingresos y egresos, así como el Flujo de Caja del Proyecto. Con posterioridad se realiza la Evaluación económica determinando la tasa de descuento (VAN) y los índices de rentabilidad (TIR), donde se determina la factibilidad económica del Proyecto el cual determina que es viable su implementación.

Palabras claves:

Matriz Productiva, Factibilidad, Implementación, Comercializadora, Productora

ABSTRACT

This research is the feasibility study for the creation of a company dedicated to the production and commercialization of high quality casual shirts, targeting men between 14 and 27 years. For the population sector belonging to the parish of San Antonio de Pichincha.

Technical research study in which refers to the size of the project defining capacity utilization, reaching its location and engineering, with the respective process of making T-shirts plasma men. Administrative Study, Organizational and Legal in which the organizational structure for the company is established, with the respective roles of each area shown in addition to the operating functions of the charges to be met by occupants of each position defined work is done; the Economic and Financial Study is presented, which includes the Financial States projected Company, which allow to estimate the income and expenses, as well as the cash flow of the project. Subsequent economic evaluation is performed by determining the discount rate (VAN) and rates of return (IRR), where the economic feasibility of the project which is viable determines that its implementation is determined.

KEYWORDS:

Productive matrix, feasibility, implementation, Comercializadora, Producer

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1 JUSTIFICACIÓN

La presente investigación con el tema **“Apoyar al desarrollo de la matriz productiva mediante un estudio de factibilidad para la implementación de una empresa de productora y comercializadora de camisetas informales para hombres, ubicada parroquia san antonio de pichincha del distrito metropolitano de quito año 2016”** consiste en el estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la Producción y Comercialización de camisetas informales de excelente calidad, proporcionando un servicio eficaz, oportuno y eficiente que permita satisfacer las necesidades de este sector poblacional perteneciente a la parroquia San Antonio de Pichincha.

Ecuador está entre los países con mayor propensión a iniciar nuevos negocios. Siendo su principal fortaleza la juventud emprendedora y capaz de visualizar las oportunidades en el mercado; entre sus debilidades, la insuficiencia de capital y la falta de capacitación. Para alcanzar resultados positivos es necesario conocer el negocio en el cual se pretende iniciar, determinar qué elementos se pueden incorporar para establecer de esta forma la diferencia con los otros negocios existente, teniendo siempre presente las necesidades del segmento al que va dirigida la oferta. Los emprendedores son un elemento principal de crecimiento empresarial y de desarrollo de los pueblos, países, regiones y del mundo entero.

Mientras la economía está estrechamente relacionada a la innovación, los emprendedores tienen mayor nivel de instrucción y su principal motivación es descubrir oportunidades de mercado, motivo por el cual el porcentaje de emprendimientos que salen del mercado es mucho más bajo a los iniciados por necesidad. Es muy sencilla la explicación, cuando existe una mayor protección al empleo, mayor es la estabilidad, seguridad política y jurídica, por lo cual menor es la tendencia a arriesgar. Es por ello, que en las economías de desarrollo mayor la intención de emprender tiende a ser menor.

En Ecuador, existe una tasa de desempleo que para el mes de diciembre de 2015 se ubicaba en 4,77%; y la del subempleo urbano en 46.5% de la población económicamente activa (PEA) Las cifras dadas por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC reflejan una tendencia a la disminución, no obstante, no se ha conseguido eliminar la pobreza y delincuencia, motivado, entre otras causas a la falta de empleo, existiendo la imperiosa necesidad y la obligación como profesionales de crear fuentes de empleos, generar empresas que contribuyan a disminuir estos problemas, además de que permitan al país salir del subdesarrollo. Estos antecedentes dan la oportunidad y a de crear empresas que puedan satisfacer las exigencias del mercado ofertando servicios diferenciados, de calidad y a la medida de las reivindicaciones de los clientes.

Para el autor (Canelos, 2010)

El estudio de un proyecto “(...) consiste en diseñar la función de Producción óptima, que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto deseado, sea éste un bien o un servicio, en la inversión del proyecto cobra relevancia dentro de la evaluación, ya que en él se establecen los costos en los que se incurrirán al implementarlo, por lo que dicho estudio es la base para el cálculo financiero y la estimación económica del mismo.”

El presente proyecto de producción y comercialización de camisetas informales para hombre está dirigida en aportar al crecimiento del sector manufacturero del país, generando mayores oportunidades de empleo a los quiteños,

creando nuevas riqueza para el Ecuador, dando a conocer a la población de la parroquia San Antonio de Pichincha un nuevo producto de fácil adquisición y de gran utilidad para el sexo masculino.

En el presente estudio técnico se analizarán los elementos que tienen que ver con la ingeniería básica, elemental para la creación de la Empresa de camisetas informales masculinas en la Parroquia San Antonio de Pichincha, en el cual se tuvo en cuenta la descripción en detalle del proceso de producción, como el objetivo de mostrar todos los requerimientos para su funcionamiento, analizando el tamaño óptimo del emprendimiento, que debe justificar la producción y el número de consumidores a atender, como la localización más conveniente, además de tener en cuenta que en el sector hay demanda del producto pues no existen empresas destinadas a la producción y comercialización de las camisetas informales para hombres.

1.2 ANTECEDENTES

1.2.1 LA INDUSTRIA TEXTIL Y LA CONFECCIÓN EN EL ECUADOR.

Son sintetizadas por la Asociación de la Industria Textil (AITE) (Proecuador, 2012) de la siguiente forma:

La elaboración de textiles y tejidos en el Ecuador es una de las actividades más antiguas, su elaboración tenía gran importancia en la cultura Inca, pues servía para denotar la situación social económica entre sus habitantes. Geográficamente se realizaba cerca de los pueblos indígenas y centros urbanos como Quito, Latacunga y Riobamba. A finales del siglo XVI después de la conquista española, las actividades económicas en la Real Audiencia de Quito se concentraron tanto en la producción textil como en el comercio, es así que en el siglo XVII esta actividad se desarrolló más que otras, convirtiéndose en el eje principal de la economía colonial quiteña. La producción textil en el Ecuador inició su desarrollo con la aparición de las primeras industrias que en un principio se dedicaron al procesamiento de lana, hasta que a inicios del siglo XX se introdujo el algodón; material que impulsó la producción hasta la década de los 50, momento en el que se consolidó la utilización de esta fibra. Actualmente la industria textil y de confecciones elabora productos provenientes de todo tipo de fibras como el algodón, poliéster, nylon, lana y seda. A pesar de que somos mundialmente conocidos como exportadores de productos naturales, en los últimos 60 años Ecuador ha ganado un espacio dentro de este mercado competitivo, convirtiéndose es una de las actividades más importantes,

generando empleo a más de 46,240 artesanos del país y ocupando el segundo lugar en el sector manufacturero seguido de los alimentos, bebidas y trabajo en generación de empleo directo.(pag. 2)

En los últimos años ha existido un estancamiento productivo por la falta de innovación en los diseños, de marcas propias y tecnología permitido el ingreso al país de muchos productos extranjeros, en este caso particular el sector textil ecuatoriano ha venido realizando un esfuerzo con el objetivo principal de aumentar los índices de producción actual, así como en la creación de nuevos productos que satisfagan la demanda y exigencia nacional e internacional.

1.2.2 IMPORTANCIA DE LA INDUSTRIA TEXTIL EN EL ECUADOR

La importancia de la industria textil se destaca de la siguiente forma: (Diccionario , 2013)

La industria textil es uno de los sectores de la economía más importantes a nivel mundial, no solamente porque lo que producen es consumido en grandísimas cantidades por el público y los comerciantes, sino también por la enorme cantidad de gente que tienen empleada de manera directa, y asimismo de modo indirecto, en las industrias que van a su par tales como la confección, la hilandería, la tintorería, la alta costura y la tejeduría, por mencionar algunos. (p.15)

Para el país la industria textil es una fuente importante generadora de empleo, la cual demanda mano de obra no calificada, es una industria que se vincula a otros sectores, pues requiere insumos por ejemplo de la agrícola, el ganadero, industria de plásticos, industria química, entre otros. La industria textil realiza una importante contribución al crecimiento del sector manufacturero, las exportaciones que realiza de artículos han presentado en los últimos años un crecimiento notable, no obstante se afronta el reto de la competencia dentro y fuera del país con artículos provenientes del exterior en específicos los que proviene de china. El principal reto la competitividad de la industria, lograrlo, permitirá ingresar y posicionarse en los mercados foráneos, se estimularía la producción y como consecuencia la generación de nuevos e importantes empleos.

1.2.3 DISEÑO, PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAMISETAS INFORMALES MASCULINAS

El diseño textil es la disciplina que se involucra en la elaboración de productos para la industria textil, dentro de los que se encuentran: las fibras, los hilos y el tejido textil con características y propiedades específicas, con el propósito de satisfacer necesidades humanas, como es la obtención de diferentes insumos para el desarrollo de otros tipos de productos en los campos de la confección y decoración. Además se relaciona con los textiles técnicos, que es el área donde se desarrollan las telas especializadas para actividades muy específicas como son: la medicina, la arquitectura, la ingeniería y los deportes, etc. (Quiroz, 2013)

El diseñador es un profesional capaz de comprender y solucionar los diferentes problemas de diseño que se presentan en la industria textil de forma creativa y técnica, además participa en los diferentes procesos como el tejido, estampado, corte y la confección de las telas.

Las actividades relacionadas con la producción de las confecciones se remontan desde hace muchos años atrás. Las actividades de marketing, en la actualidad, bajo una directa presión del mercado, han ocasionado el incremento en la variedad de productos y servicios con la finalidad de adaptarse a las necesidades de los clientes que cada vez son crecientes.

Las confecciones son las prendas de vestir que genera valor, no solamente de empleo sino además de utilidad, la industria textil-confección es considerada una de las producciones más importantes de la producción nacional.

Como se ha mencionado la producción textil es una actividad capaz de aportar con empleo, capital, innovación y competitividad a la economía del país. En el Ecuador esta actividad puede favorecer la balanza comercial no petrolera mediante el crecimiento de las exportaciones contrastadas en acuerdos comerciales con diferentes países de la región, derivado del incremento de la producción nacional que permita la disminución de las importaciones de productos considerados como no petroleros, dentro de los cuales se encuentran las prendas de vestir.

Tabla 1 Comportamiento de la rama de actividad en la parroquia San Antonio de Pichincha,

Según Censo 2010

RAMA DE ACTIVIDAD	CASOS	%
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	1.383	2,0
Explotación de minas y canteras	277	0,4
Industrias manufactureras	12.802	18,1
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	168	0,2
Distribución de agua, alcantarillado y gestión de desechos	503	0,7
Construcción	4.928	7,0
Comercio al por mayor y menor	14.516	20,6
Transporte y almacenamiento	5.037	7,1
Actividades de alojamiento y servicio de comidas	3.416	4,8
Información y comunicación	1.422	2,0
Actividades financieras y de seguros	1.075	1,5
Actividades inmobiliarias	329	0,5
Actividades profesionales, científicas y técnicas	2.560	3,6
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	3.581	5,1
Administración pública y defensa	2.896	4,1
Enseñanza	42	0,1
Actividades de la atención de la salud humana	2.053	2,9
Artes, entretenimiento y recreación	620	0,9
Otras actividades de servicios	1.778	2,5
Actividades de los hogares como empleadores	4.021	5,7
Actividades de organizaciones y órganos extraterritoriales	48	0,1
No declarado	4.274	6,1
Trabajador nuevo	2.807	4,0
Total	70.536	100,0

Fuente: (SENPLADES, 2012-2025)

Elaborado por: Edison Montaluisa

En la anterior tabla muestra como desde el 2010 en la parroquia el Comercio y la Industria ocupan el mayor porcentaje dentro de las diferentes ramas y sectores de la economía.

En la actualidad en la parroquia se observa un crecimiento de la industria: grande, pequeña y mediana, considerándose como una de las principales actividades económicas, seguida del comercio formal e informal y la artesanía.

CAPÍTULO II

ANÁLISIS SITUACIONAL

2.1 AMBIENTE EXTERNO

El ambiente externo es la parte más general del entorno, es decir todas aquellas áreas en la que Empresa de Confecciones camisetas informales masculinas se relaciona, son aquellos factores que la empresa debe tener en consideración pero que ocurren independientemente de la voluntad, no hay ninguna posibilidad de incidir en su comportamiento:

Posición geográfica de la parroquia de San Antonio de Pichincha: Está situada en el noroccidental de Quito cuenta con una Población de aproximadamente 32357.000 habitantes, cuenta con una superficie de 111.41km cuadrados y se encuentra a 2.439m sobre el nivel del mar.



Figura 1 Ubicación geográfica de la parroquia San Antonio de Pichincha.

Fuente: (Nuestras Parroquias, 2015)
Elaborado por: Edison Montaluisa

Actualmente, la parroquia es la sede permanente de la UNASUR la cual fue inaugurada el 6 de diciembre de 2014, a unos 100 metros al sur del monumento de la Mitad del Mundo.

2.1.1 FACTORES ECONÓMICOS

Los emprendimientos y creación de micro empresas en el país forma parte de las tendencias modernas, producto de su incremento en los últimos años, estos abarcan distintos tipos de mercados, de expendio de alimentos, de deporte, recreación, de confecciones textiles, de aprovechamiento de tiempo libre, entre otras, que ayudan a mejorar la calidad de vida de sus habitantes como eje fundamental en el desarrollo social, económico y cultural los cuales son los mercados atractivos, dinámicos y crecientes.

El Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia de San Antonio de Pichincha demanda de nuevas alternativas que transformen las actividades y ofertas, logrando la satisfacción de necesidades, motivando a la población a coparticipar en ellos, además constituyen fuentes de empleo desarrollando la localidad.

Según el censo del 2010, la población de San Antonio de Pichincha es de 32 357 habitantes, la misma que se asienta en mayor proporción en las áreas urbana

Tabla 2 Población de la parroquia San Antonio

	2001	2010
PICHINCHA	2.388.817	2.576.287
DMQ	1.839.853	2.239,191
SAN ANTONIO DE PICHINCHA.	1 974	32 357

Fuente: www.Inec.gob.ec
 Elaborado por: Edison Montaluisa

La población de la Parroquia representaba en el Censo del 2010 el 1.44% del total de la población del Distrito Metropolitano de Quito (DMQ) y el 1.25% de la Provincia Pichincha.

Tabla 3 Composición de géneros de la parroquia San Antonio

	POBLACIÓN TOTAL	HOMBRES	MUJERES
PICHINCHA	2.576.287	1.255.711	1.320.576
DMQ	2.239.191	1.088.811	1.150.380
SAN ANTONIO	32 357	16 566	15 791

Fuente: www.Inec.gob.ec
 Elaborado por: Edison Montaluisa

En la parroquia de San Antonio los hombres ocupan el 51,2% del total y las mujeres el 48.8%, lo existiendo una población mayoritaria masculina

Tabla 4 Composición de la población según el nivel de pobreza, 2010

POBLACIÓN NO POBRES	%	POBLACIÓN POBRES	%	POBLACIÓN TOTAL
21363	66.02	10 994	33.98	32357

Fuente: www.ecuadorencifras.com
 Elaborado por: Edison Montaluisa

Como se puede apreciar en la tabla la población pobre en San Antonio de Pichincha ocupa el 33.98% que representa 10 994 personas de los 32 357 del total

San Antonio de Pichincha posee un desarrollo turístico, industrial y comercial, así se recoge en el Plan de Desarrollo y Ordenamiento de la parroquia elaborado desde el 2012 hasta el 2025. Con el desarrollo urbanístico de la parroquia, la población económicamente activa (PEA) no ha sentido la necesidad de migrar a la ciudad de Quito, pues ha visto la oportunidad de asociación en la formación de micro empresas y emprendimientos productivos siendo en el futuro una de las potencialidades de la parroquia.

Población Económicamente Activa.

La población económicamente activa (PEA) se clasifica de la siguiente manera:

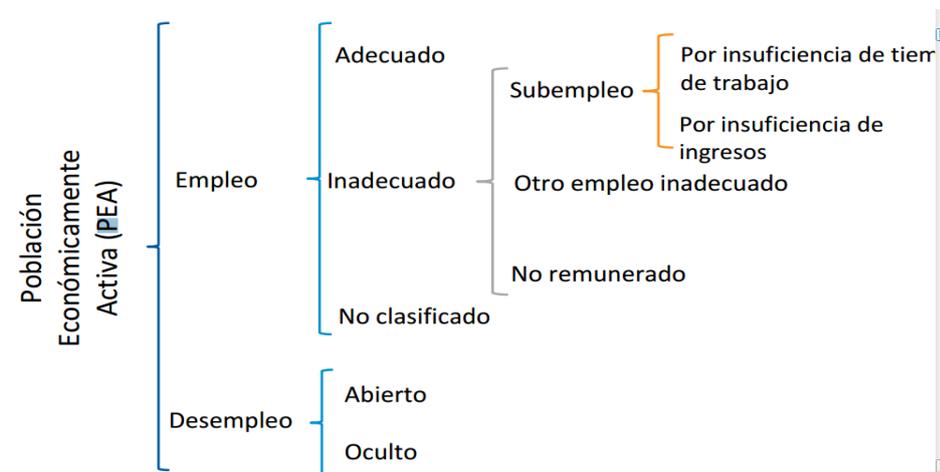


Figura 2 Clasificación de la Población Económicamente Activa (Septiembre 2015)

Fuente: (Ecuadorencifras.gob.ec, 2015)

Elaborado por: Edison Montaluisa

Según el informe ejecutivo de empleo, subempleo y desempleo laboral a Septiembre del 2015 plantea lo siguiente: (Inec, 2015)

Población en edad de trabajar (PET): Comprende a todas las personas de 15 años y más.

Población económicamente inactiva (PEI): Son todas aquellas personas de 15 años y más que no están empleadas, tampoco buscan trabajo y no estaban disponibles para trabajar. Típicamente las categorías de inactividad son: rentista, jubilados, estudiantes, amas de casa, entre otros.

El empleo adecuado es una situación laboral en la cual las personas satisfacen ciertas condiciones mínimas.

El empleo inadecuado lo conforman aquellas personas en empleo, que no satisfacen las condiciones mínimas de horas o ingresos y, que durante la semana de referencia, perciben ingresos laborales menores al salario mínimo.

El subempleo Son personas en empleo que, durante la semana de referencia, percibieron ingresos inferiores al salario mínimo y/o trabajaron menos de la jornada legal y tienen el deseo y disponibilidad de trabajar horas adicionales.

El empleo no clasificado son aquellas personas en empleo que no se pueden clasificar como empleados adecuados, inadecuados, ni empleados no remunerados por falta de información en los factores determinantes.

Personas de 15 años y más que, en el período de referencia, no estuvieron Empleados.

Desempleo abierto: Personas sin empleo, que no estuvieron empleados en la semana pasada y que buscaron trabajo e hicieron gestiones concretas para conseguir empleo o para establecer algún negocio en las cuatro semanas anteriores a la entrevista.

Desempleo oculto: Personas sin empleo, que no estuvieron empleados la semana pasada, que no buscaron trabajo y no hicieron gestiones concretas para conseguir empleo o para establecer algún negocio en las cuatro semanas

El comportamiento del PIB en los últimos años

Tabla 5 El PIB

Años	Tasa
2010	3.53
2011	7.87
2012	5.22
2013	4.64
2014	3.8
2015	3.5

Fuente: (BCE, 2016)

Elaborado por: Edison Montaluisa

Como se observa a partir del 2011 el PIB presenta una desaceleración lo que significa que han disminuido los bienes y servicios producidos cada año, y como es lógico esto tiene una repercusión a nivel de todos los sectores de la economía y de la población en general.

2.1.2 FACTOR SOCIAL

Mercado Laboral.

Para (Sanchez De la Cruz, 2013)

Se denomina mercado de trabajo o mercado laboral al mercado en donde confluyen la demanda y la oferta de trabajo. El mercado de trabajo tiene particularidades que lo diferencian de otro tipo de mercados (financiero, inmobiliario, etc.) ya que se relaciona con la libertad de los trabajadores y la necesidad de garantizar la misma. En ese sentido, el mercado de trabajo suele estar influido y regulado por el Estado a través del derecho laboral y por una modalidad especial de contratos, los convenios colectivos de trabajo. (p.35)

Tabla 6 Indicadores del Mercado Laboral de Quito (Septiembre 2015).

		DESEMPLEO			OCUPACIÓN							
		Desempleo	Desempleo o Abierto	Desempleo o Oculto	Empleo adecuado	No clasificado	Empleo inadecuado	Otro empleo inadecuado	No remunerado	Subempleo	Subempleo por insuficiencia de ingresos	Subempleo por insuficiencia de tiempo de
2012	Diciembre	4,33	4,18	0,14	63,60	1,52	30,55	21,39	4,49	4,67	0,44	4,23
	Marzo	3,68	3,39	0,29	63,35	3,50	29,47	20,24	4,13	5,10	0,59	4,51
	Junio	4,36	4,19	0,17	60,44	7,42	27,78	16,57	3,94	7,27	1,06	6,22
	Septiembre	3,40	2,95	0,45	66,25	6,06	24,29	15,11	4,71	4,46	0,62	3,84
2013	Diciembre	4,44	4,22	0,22	62,09	10,58	22,89	14,17	4,75	3,98	0,81	3,37
	Marzo	4,06	3,96	0,10	62,77	4,14	29,03	20,35	4,50	4,19	0,79	3,40
	Junio	4,44	4,19	0,25	63,55	4,03	27,97	17,55	3,94	6,48	1,53	4,95
	Septiembre	4,67	4,30	0,38	62,48	6,23	26,62	16,34	3,77	6,51	1,58	4,93
2014	Diciembre	4,04	3,38	0,66	70,58	0,74	24,64	15,28	3,00	6,36	1,19	5,17
	Marzo	4,34	3,86	0,49	70,83	1,07	23,76	16,22	3,26	4,28	0,59	3,69
	Junio	4,16	3,97	0,19	71,50	1,47	22,87	15,94	3,79	3,15	0,79	2,35
	Septiembre	4,91	4,34	0,56	69,63	1,77	23,69	16,46	3,91	3,33	0,54	2,79
2015	Diciembre	3,22	2,99	0,23	70,52	1,43	24,83	16,13	3,73	4,97	1,50	3,46
	Marzo	4,39	4,02	0,38	67,06	2,78	25,77	18,36	2,93	4,48	1,17	3,31
	Junio	4,77	4,38	0,39	65,30	2,98	26,95	18,71	3,38	4,87	0,79	4,07
	Septiembre	5,21	4,68	0,53	70,97	3,14	20,68	13,66	3,30	3,72	0,76	2,96

Fuente: (BCE, 2015).

Elaborado por: Edison Montaluiza

Según la tabla anterior del Mercado Laboral muestra que hasta Septiembre del 2015 ocupa el 5.21%, el desempleo abierto el 4.68%, el oculto ocupa el 0.53% de desempleo en la ciudad de Quito. La tasa de ocupación tiene el 70.67% de empleo adecuado que a diferencia del año 2014 ha incrementado (69.63%). El empleo inadecuado ha bajado de 23.69% del año 2014 a Septiembre del año 2015 en un 20.68% esto quiere decir que más personas tienen un empleo adecuado.

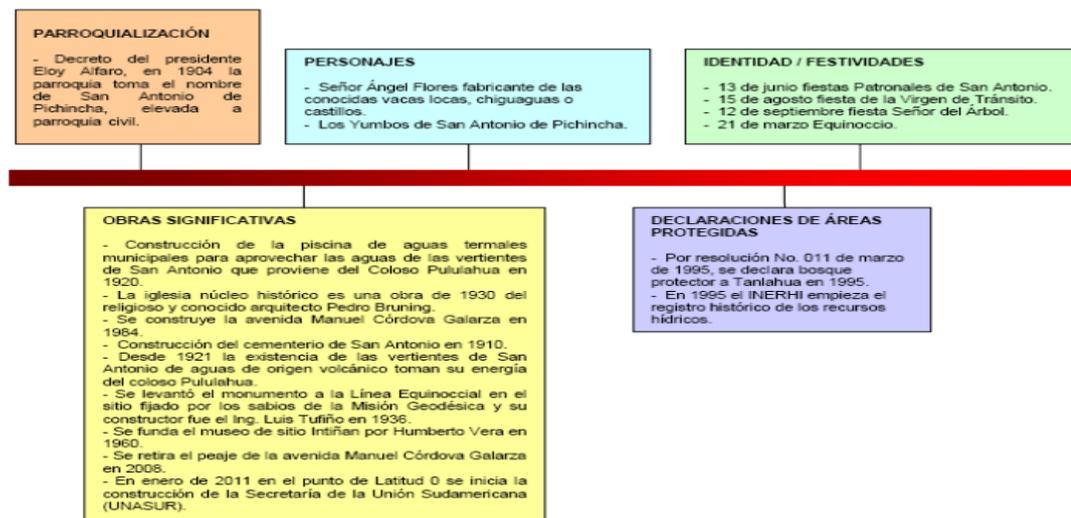


Figura 4 Caracterización de la parroquia San Antonio

Fuente: (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, 2015)

La figura ilustra los orígenes de la parroquia, sus valores culturales, elementos de identidad, así como las obras constructivas más significativas, reconocimientos recibidos, que hoy integran su legado histórico cultural.

La moda ocupa el primer lugar del mercado textil, desde épocas remotas las personas principalmente los jóvenes mostraba su personalidad y estilo con la elección de las prendas: sofisticada, sexy, moderna, formal, informal, alocada, entre otros; también es común la unión de éstos estilos.

Este proyecto tiene gran importancia para la sociedad pues es un medio de desarrollo comunitario, mediante la elaboración del estudio de factibilidad e investigación para la Creación de una Empresa de productora y comercializadora de camisetas informales masculinas en la Parroquia de San Antonio, se convierte en una alternativa positiva de inversión al enfocarse en la confección de prendas masculinas dirigida a los hombres de 14 a 27 años de edad, de esta forma se incide a la satisfacción de las necesidades de este segmento de clientes ,facilitando la adquisición de estas prendas confeccionadas con materia prima de alta calidad , modelos diferentes, productos cómodos, a bajos costos, diseñados a satisfacer a los amantes del buen vestir y de sentirse bien.

La confección de prendas de vestir masculina se ha convertido en un negocio lucrativo, que ha perdurado por los años, razón por la cual están surgiendo cada día más empresas de este sector.

En la investigación de la Creación de la Empresa de Confección de camisetas informales masculinas se empleará como base para su desarrollo: el Código de la Producción, la Constitución del Ecuador, la Cámara de Comercio de Quito, Ministerio de Industrias y Productividad, entre otros.

2.1.3 FACTOR LEGAL

“Contiene las disposiciones legales que rigen la apertura de nuevos negocios y que se deben cumplir de acuerdo a lo establecido en las mismas.

El Impuesto a los Consumos Especiales ICE, se aplica a los bienes y servicios de procedencia nacional o importada, detallado en el artículo 82 de la Ley de Régimen Tributario Interno que está compuesto por cigarrillos, bebidas alcohólicas y vehículos” (Servicio de Rentas Internas, 2013).

Es de suma importancia ICE, considerado como una amenaza de mediano impacto pues todos los emprendedores de bienes gravados con ICE, así como prestan servicios sujetos al impuesto deben presentar mensualmente la declaración correspondiente a las operaciones gravadas con el impuesto, siendo de estricto cumplimiento

Para el desarrollo de un nuevo emprendimientos en Quito es necesario que los mismos tengan en cuenta el Plan Quito desarrollo y ordenamiento territorial, el cual regula y establece hacia donde se dirige el desarrollo de la ciudad, pues su reto es impulsar el desarrollo simultáneo de la economía, la sociedad, el territorio y la institucionalidad pública y privada, con el fin de mejorar la calidad de vida de sus habitantes, sobre la base de los principios: de equidad, solidaridad, democracia y participación. Este Plan es un sistema institucional de gobierno promotor, facilitador, organizador y regulador del desarrollo social, económico, territorial, cultural, institucional y político donde se articulan todos los entes del gobierno.

Además del el Plan General de Desarrollo Territorial del Distrito Metropolitano de Quito (PGDT), como un instrumento operativo para orientar el desarrollo de la región metropolitana, la ciudad y sus centros poblados, como es el caso de San Antonio, se establecen las directrices para el uso de forma responsable del territorio con el objetivo de atender las necesidades y demandas de la sociedad del presente y del futuro. Para garantizar la estrategia del Plan Quito Siglo XXI-2 referente a las estrategias de desarrollo del DMQ al 2025 “AFECTACIÓN SOCIO-AMBIENTAL POR PROCESOS DE URBANIZACIÓN EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA” en la sustentabilidad humana y ambiental.

El objetivo del PGDT es resolver el desequilibrio y la desigualdad en la distribución de las condiciones de vida en el territorio que abarca el Distrito capital. La concepción el PGDT se realiza con una perspectiva que ubica sus propuestas hasta el año 2020,

En el país existen diferentes programas para el apoyo a los emprendedores, dentro de ellos se encuentran los siguientes:

❖ Programas MIESS

- **Emprende Ecuador:** es el mayor programa del Gobierno Nacional de apoyo al emprendedor. El programa tiene su nacimiento como parte del Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad, se centra en brindar apoyo a ciudadanos con expectativas por la creación de negocios que tienen potenciales de crecimiento, de innovar o de crear productos altamente diferenciados y con la capacidad de poder incursionar en el mercado internacional. Su finalidad es convertir este programa en el mejor y más grande relacionado al emprendimiento del Ecuador para brindar apoyo, guía y poder potenciar todas las iniciativas que surjan en el país. Para lograr estos propósitos se ha formado un gran equipo de trabajo que se esfuerza en mejorar constantemente el programa: resuelve dudas y recoge sugerencias para ayudar a perfeccionar el programa.
- **Innova Ecuador** este programa apoya los proyectos integrales que generan un impacto en la empresa o a nivel sectorial con la finalidad de promover las condiciones de innovación que puedan generar cambios en el aumento la productividad y que mejoren la competitividad del tejido productivo del Ecuador. Es fundamental la innovación como fuente de conocimiento para el crecimiento de la producción y la productividad, es por ello que Innova Ecuador cuenta con dos fuentes de cofinanciamiento para: Innova Empresa e Innova Conocimiento para apoyar la competitividad empresarial y sectorial.
- **CreEcuador:** busca generalizar las oportunidades de los pueblos, con el objetivo de que se fomente el desarrollo productivo y territorial en el país,

que facilite el acceso a la propiedad empresarial. Se materializa mediante programas y herramientas que apoyen la puesta en marcha de proyectos de transformación productiva, que provoquen desarrollo en las distintas regiones del país, y que promuevan mayor participación accionaria de ciudadanos en empresas privadas y de propiedad del Estado ecuatoriano.

Por su parte a través de la Cámara de Comercio de Quito se promueve el comercio, con una visión nacional, se defiende la economía libre, solidaria y competitiva, que representa los intereses de todos los entes, con servicios de calidad y mediante el desarrollo de propuestas y acciones que contribuyan al progreso de la ciudad de Quito y del país en general. Apoya a construir una organización gremial más eficiente, solidaria, representativa e influyente del sector productivo de la nación.

El Banco Nacional del Estado otorga créditos o micro créditos para empresas o diferentes negocios impulsados por programas del Gobierno Nacional, con una tasa de interés del 15% en el crédito otorgado para empresa. Los créditos se destinan en su mayoría, a negocios con diferentes tipos de proyectos y compra de materia prima.

2.1.4 FACTOR TECNOLÓGICO.

La tecnología es primordial para el desarrollo de las empresas, los avances tecnológicos se producen con mucha rapidez siendo esenciales para mantenerse competitivos en el mercado, pues a través de ellos mejora el proceso de fabricación y elaboración de los productos/servicios.

Las TICS, es el desarrollo de la industria de contenidos, software, productos y servicios esta tecnología abarca la utilización de partes tecnológicas y técnicas en el desarrollo de los productos, la innovación también se enfoca en los procesos que tienen lugar en la empresa que se apoyan mediante programas y actividades de

proyectos. La introducción en los productos y en la empresa de las últimas tecnologías proporciona una ventaja competitiva muy importante.

En la elaboración de las camisetas para hombres se empleará la maquinaria más actual en el mercado debido a su rapidez, mejorando y elevando la producción por las actualizaciones tecnológicas que cada día se ven en el mercado. Los equipos y materiales que se emplearán en la elaboración de la camiseta son necesarios e importantes se utilizará cortadora, patrones, cinta métrica, mesa, reglas de modistería, y como materia prima principal la tela que son imprescindibles para la producción; en cuanto a materiales indirectos tenemos adornos para el acabado de la camiseta, hilos, elásticos, etiquetas, y demás aplicaciones que se emplearán de acuerdo al gusto de los clientes.

Los equipos de computación, equipos y materiales de oficina, de aseo que se utilizará va hacer adquiridos en el mercado así como los muebles y perchas para el área de ventas, lugar donde se exhibirán los productos finales. Todos estos medios y equipos son para obtener un producto final de calidad, alcanzando satisfacer las necesidades de los clientes de la Parroquia de San Antonio de Pichincha que actualmente es necesario en la Parroquia.

2.2 ENTORNO LOCAL

El entorno local es la parte más cercana de la empresa, en la que se tiene mayor posibilidad de influir, estos factores se dividen: en clientes, competidores, proveedores, recursos y grupos de personas.

2.2.1 CLIENTES

Se entiende por cliente según la American Marketing Association (A.M.A.): (International Marketing, 2015)

Cliente es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra

persona o para una empresa u organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios.

En el Gobierno Descentralizado de San Antonio existe una composición de género mayor hacia el sexo masculino, siendo estos los clientes reales y potenciales de la empresa, a los cuales van diseñadas la oferta de camisetas informales masculinas. Los clientes fundamentales a los que irá dirigida la oferta son los hombres comprendidos entre los 14 y 27 años de edad la clasificación de los niveles socioeconómicos están divididos en Alto, Medio Alto, Medio, Medio bajo, Bajo.

2.2.2 PROVEEDORES

Se definen los proveedores según la A.M.A como:

“Los proveedores son fundamentales para las empresas cuantos más proveedores podamos contratar para satisfacer nuestras necesidades, mayor será nuestra capacidad de negociación”. (Promonegocios, 2015)

Para la confección de las camisetas informales masculinas se emplearán instrumentos de trabajo como: las maquinarias que permita dar soluciones rápidas, eficaces y profesionales, mediante alta tecnología, capaces de aumentar la productividad en la confección del producto, las telas seda de fibras naturales, algodón y de alta calidad, hilos confortables y duraderos, demás otros insumos necesarios para su elaboración.

Por lo tanto los proveedores fundamentales para la confección de las camisas informales masculinas son:

- ✓ VICUNHA Textil. S.A Fábrica de telas ubicado en la misma parroquia siendo el principal proveedor de materia prima directos.
- ✓ Tejidos PINTEX S.A. Distribuidor de distintas calidades de Tela

2.2.3 COMPETIDORES

Es considerado como competencia indirecta para un negocio, aquel que ofrece el mismo producto y servicio a un mercado diferente.

Para la empresa la competencia será indirecta pues en la parroquia no se cuenta con empresas, bodegas que produzcan y comercialicen este tipo de confecciones, solo existen las dedicadas a ropa deportiva y Ternos

2.3 ANALISIS INTERNO

2.3.1 MISIÓN

La Empresa CONFECCIONES N.A.A.V.E es una empresa que se dedicada a la producción y comercialización de camisetas informales masculinas de alta calidad, mediante un trabajo profesional en equipo, satisfaciendo las necesidades de los hombres entre 14 a 27 años de edad que habitan en la parroquia San Antonio de Pichincha

2.3.2 VISIÓN

CONFECCIONES N.A.A.V.E. CÍA. LTDA aspira ser líder en el entorno de la parroquia San Antonio de Pichincha para los próximos cinco años, con un posicionamiento sólido en el mercado, que se caracteriza por un trabajo productivo y rentable, gracias a los clientes.

2.3.3 OBJETIVOS

Generales

Alcanzar mayor rentabilidad en la producción y comercialización de las camisetas informales masculinas, tomando en consideración a personas de la parroquia San Antonio de Pichincha como operarios para la producción.

ESPECÍFICOS.

Obtener todos los permisos que sean necesarios para el funcionamiento de la empresa, de acuerdo a lo establecido por ley, los que serán obtenidos en diversos organismos competentes.

Seleccionar las maquinarias, equipos y herramientas que sean necesarios para la producción de las camisetas informales masculinas con materia prima de calidad y precios convenientes para nuestros clientes.

Lograr una correcta distribución y articulación del área física del departamento producción, ventas y administración respectivamente.

Realizar la publicidad de las camisetas informales masculinas que se ofrecerán por la empresa en la parroquia San Antonio de Pichincha.

2.3.4 POLÍTICAS

Se entiende por políticas: (Koontz H. , 2016)

“Política significa una meta y unos medios para lograr los objetivos de una empresa, es el despliegue del proceso por medio del cual toda la organización conoce, participa y trabaja en el cumplimiento de los diferentes planes; las políticas también forman parte de los planes en el sentido que consisten en enunciados o criterios generales que orientan o encausan el pensamiento en la toma de decisiones en los negocios” (p.75)

Política general de la Empresa: es brindar productos de alta calidad, con puntualidad y responsabilidad en los pedidos realizados de las camisetas informales para satisfacer de esta forma a los diferentes clientes.

Política establecida en el área de producción: utilizar con responsabilidad las maquinas en el proceso productivo por parte de los operarios.

Política en el área de Gerencia, Administrativa – Financiera: promover uso racional de los recursos, así como elevar el interés y motivación del personal de la Empresa por su trabajo.

Política en el Área de Ventas y Marketing: cumplir las metas mensuales de los productos que elabora la empresa, además el área de marketing realizará las promociones de la camiseta informales masculina mensualmente junto con volantes a los diferentes clientes

2.3.5 PRINCIPIOS Y VALORES

Principios

Calidad: Compromiso que permitirá ganar la confianza de todos los cliente que aprecian la camiseta informal, llegando a ser reconocidos como una empresa productora y comercializadora de este producto a precio accesible.

Servicio: El cliente será lo más importante y el objetivo es conseguir en todo momento la satisfacción del mismo, ser amable, cortes respetando sus gustos y exigencias.

Lealtad: Es el compromiso defender en lo que creemos y en quien creemos, teniendo en cuenta de que nos llevara a tener auténtico éxito, al igual que velar por la confiabilidad de la información y el buen nombre de la empresa.

Respeto ambiental: Una responsabilidad que en la actualidad se debe tener en cuenta, la sociedad tiene un minucioso interés por el cuidado ambiental, lo que implica que la empresa debe tomar conciencia y desarrollar un manejo adecuado de los desechos y/o residuos que se generen durante el proceso de fabricación, evitando la contaminación medioambiental.

Valores

Eficiencia: Buscar la optimización de todos los recursos para lograr una multiplicación de las utilidades, además de la reinversión para el crecimiento y diversificación de los productos.

Honestidad: Trabajar con honradez, dignidad, equidad, solidaridad y modestia. Ser responsables y nunca rendirnos, siempre teniendo presente que el capital humano es la parte fundamental de la empresa.

Eficacia: Concentrarse en el rendimiento y resultados de todo lo que hacemos, buscar las mejores soluciones, la interacción y un discurso para valor a todos los que participan en el proceso de producción.

Compromiso: Oportunidades; impulsar el talento, un equipo de personas con una buena formación, trayectoria profesional amplia y experiencias diversas, todos ellos trabajando juntos en un ambiente de respeto y que estimule altos niveles de compromiso, resulta esencial para nuestro éxito continuo.

2.4 ESTRUCTURA ORGÁNICA ADMINISTRATIVA

2.4.1 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

El organigrama es la estructura de los órganos que integran el negocio.

El Organigrama Estructural de una Organización en sentido general identificará cada uno de los departamentos que lo integrarán, las relaciones de autoridad y su orden jerárquico, responsabilidad y vínculo entre ellas. En la Empresa, se distinguirán los siguientes niveles jerárquicos:

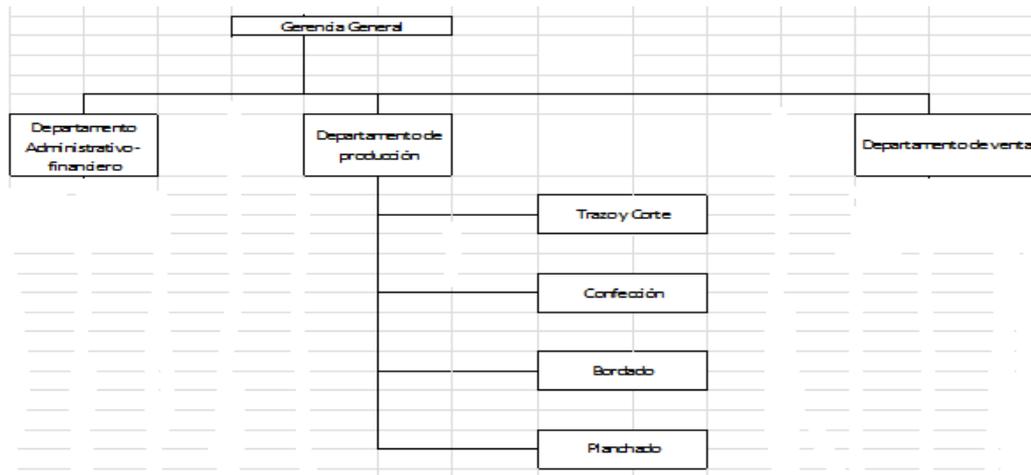


Tabla 8 Organización de la Empresa

Fuente: Investigación

Elaborado por: Edison Montaluisa

2.4.2 ORGANIZACIÓN FUNCIONAL

El organigrama funcional es asumido de forma particular en pequeñas, medianas y grandes empresas, cada departamento tiene una persona designada como jefe, el mismo tiene la función de supervisar a los que trabajan bajo su mando, existiendo un superior de todos los jefes que es el Gerente o Director el cual coordina las tareas de aquéllos que conforman la concepción y objetivos de la empresa.

Seguidamente las funciones:

Gerente General: Se encarga de coordinar las diferentes actividades, define y especifica los objetivos, informa sobre las actividades desarrolladas por cada uno de los departamentos, es el responsable legal del buen funcionamiento de la empresa

Departamento Administrativo Financiero: Realiza la planificación administrativa y financiera de la empresa Es responsable de buen manejo de los recursos, así como lleva el comportamiento de las cuentas

Departamento de Producción: Es el encargado de planificar y ejecutar la producción de las camisetas informales, es el encargado de buscar la materia prima e insumos necesarios para la producción.

Departamento de Venta: Es el que tiene contacto directo con el cliente a través de la venta, medirá el impacto que va teniendo el producto en el mercado, además de realizar la promoción y publicidad del producto.

2.4.3 MANUAL DE FUNCIONES

El manual de funciones es un instrumento normativo de gestión institucional en el que se describen las funciones básicas a nivel de los puestos de trabajo, recoge los requisitos esenciales, exigibles y establece las relaciones internas del cargo dentro de un negocio.

Deberá contener cada cargo que se necesita para la correcta marcha de la Empresa:

- ❖ Título de Cargo. - Identifica el nombre de la clase del puesto debiendo ser corto y descriptivo de la función que realiza.
- ❖ Características del puesto. - Describen los factores guías para identificar el puesto.
- ❖ Funciones y responsabilidades. - Especifica la importancia de las tareas esenciales del puesto.

Seguidamente el manual de funciones de los cargos:

Tabla 9 Manual de funciones de los cargos

MANUAL DE FUNCIONES	
Empresa	
I. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO	
NOMBRE DEL PUESTO: Gerente General	No.: 1 personas.
HORARIO: 8 horas	SUPERVISA A: Los departamentos, Jefe Administrativo Financiero, Jefe de Producción, Jefe de Ventas.
JEFE INMEDIATO: No aplica	RELACIONES INTERNAS: No
	RELACIONES EXTERNAS: Bancos, Clientes, Proveedores, Organismos de control.
II. NATURALEZA DEL PUESTO	
Es el encargado de planificar, organizar, dirigir, controlar a la empresa, tomando decisiones a diario que ayuden a su desarrollo.	
III. FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES	
Representar a la empresa ante el organismo externo, según lo que requiera	
Es la persona designada para encargarse del buen funcionamiento de la Empresa ya que está al pendiente de lo que sucede de la misma	
Desarrollar estrategias generales para alcanzar los objetivos y metas.	
Llevar el libro de los aportes de los socios a la fecha actual	
Implementar procesos, políticas y normas para la empresa	
Utilizar los recursos con eficiencia	
Se encarga de convocar a reuniones para la toma de decisiones	
Se encarga de ampliar el mercado a nivel nacional	
IV PERFIL DEL PUESTO	
EDAD	De 30 en adelante
SEXO	Indistinto
CONOCIMIENTOS BÁSICOS	Contabilidad, Finanzas, Elaboración de Balances, Liderazgo.
EDUCACIÓN	Profesional
EXPERIENCIA	Conocimientos en Contabilidad, Administración, organismos de control, Balances, Estados Financieros, etc.
HABILIDADES Y DESTREZAS	Persona preparada para realizar la función que le

“APOYAR AL DESARROLLO DE LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CAMISETAS INFORMALES PARA HOMBRES, UBICADA PARROQUIA SAN ANTONIO DE PICHINCHA DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2016”

	ha sido encomendada.
ACTITUDES	Responsabilidad, eficiencia, supervisión y control de toda la empresa
V. CONDICIONES DE TRABAJO	
AMBIENTE FÍSICO: Ambiente Interno y Externo	REQUISITOS FÍSICOS: Poseer el esfuerzo físico necesario para realizar la actividad que le corresponde.
RIESGOS DE TRABAJO: Riesgo bajo inherente a su cargo.	REQUISITOS MENTALES: Tener la debida concentración en su puesto de trabajo.
ESFUERZO FÍSICO: Resistencia a jornadas prolongadas de trabajo.	HERRAMIENTAS NECESARIAS PARA EL PUESTO: Computadora, materiales de oficina.

Fuente: Investigación
Elaborado por: Edison Montaluisa

Tabla 10 Manual de funciones de los cargos

MANUAL DE FUNCIONES	
Empresa	
I. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO	
NOMBRE DEL PUESTO: Gerente Administrativo-financiero	No.: 1 personas.
HORARIO: 8 horas	SUPERVISA A: No aplica
JEFE INMEDIATO: No aplica	RELACIONES INTERNAS: Gerente General, Jefe de Producción, Jefe de Ventas. RELACIONES EXTERNAS: Organismos de control.
II. NATURALEZA DEL PUESTO	
Es el encargado de tomar las decisiones Administrativas financieras y legales que permitan el mejor uso de los recursos y el desarrollo del negocio.	
III. FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES	
Atender asuntos señalados según convocatoria de socios.	
Establecer un control estricto de todos recursos	
Establecer responsabilidad sobre el actuar del resto las áreas	
Considerar pertinente los socios o las leyes que así lo dicten	
IV PERFIL DEL PUESTO	
EDAD	De 25 en adelante
SEXO	Indistinto
CONOCIMIENTOS BÁSICOS	Manipulación de la Caja, Conciliaciones Bancarias.
EDUCACIÓN	Profesional

EXPERIENCIA	Conocimientos en el sistema Operativo Windows (Word, Excel), Contabilidad, Facturación, Administración
HABILIDADES Y DESTREZAS	Persona preparada para realizar la función encomendada.
ACTITUDES	Responsabilidad, eficiencia, supervisión y control del trabajo del área administrativa–financiera.
V. CONDICIONES DE TRABAJO	
AMBIENTE FÍSICO: Ambiente Interno y Externo	REQUISITOS FÍSICOS: Poseer el esfuerzo físico necesario para realizar la actividad que le corresponde.
RIESGOS DE TRABAJO: Riesgos bajo inherente a su cargo.	REQUISITOS MENTALES: Tener la debida concentración en su puesto de trabajo.
ESFUERZO FÍSICO: Resistencia a jornadas prolongadas de trabajo.	HERRAMIENTAS NECESARIAS PARA EL PUESTO: Computadora, materiales de oficina.

Fuente: Investigación
Elaborado por: Edison Montaluisa

Tabla 11 Manual de funciones de los cargos

MANUAL DE FUNCIONES	
Empresa	
I. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO	
NOMBRE DEL PUESTO: Jefe de Producción	No.: 1 personas.
HORARIO: 8 horas	SUPERVISA A: No aplica
JEFE INMEDIATO: Gerente General	RELACIONES INTERNAS: Gerente General, Operarios
	RELACIONES EXTERNAS: Organismos de control y los procesos.
II. NATURALEZA DEL PUESTO	
Es el encargado de las tomar decisiones en los procesos de producción que permitan el mejor uso de los recursos disponibles en materia prima, materiales, maquinaria en la elaboración de las prendas femeninas.	
III. FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES	
Control en los procesos de producción de la empresa	
Inspección a los operarios en la elaboración de las prendas femeninas.	
Definir funciones, responsabilidades a los operarios de cada área de producción.	

Establecer responsabilidad sobre el actuar del resto de unidades del área de producción.	
Mejorar el tiempo en los procesos de la confección de prendas femeninas.	
IV PERFIL DEL PUESTO	
EDAD	De 25 en adelante
SEXO	Indistinto
CONOCIMIENTOS BÁSICOS	Manejo de control de procesos de producción de ropa masculina.
EDUCACIÓN	Profesional
EXPERIENCIA	Conocimientos sobre el proceso productivo.
HABILIDADES Y DESTREZAS	Persona preparada para realizar la función encomendada.
ACTITUDES	Responsabilidad, eficiencia, supervisión y control del trabajo del área productiva.
V. CONDICIONES DE TRABAJO	
AMBIENTE FÍSICO: Ambiente Interno y Externo	REQUISITOS FÍSICOS: Poseer el esfuerzo físico necesario para realizar la actividad que le corresponde.
RIESGOS DE TRABAJO: Riesgos bajo inherente a su cargo.	REQUISITOS MENTALES: Tener la debida concentración en su puesto de trabajo.
ESFUERZO FÍSICO: Resistencia a jornadas prolongadas de trabajo.	HERRAMIENTAS NECESARIAS PARA EL PUESTO: Computadora, materiales de oficina.

Fuente: Investigación
Elaborado por: Edison Montaluisa

Tabla 12 Manual de funciones de los cargos

MANUAL DE FUNCIONES	
CONFECCIONES TEXCARICIA, CIA LTDA	
I. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO	
NOMBRE DEL PUESTO: Jefe de Venta	No.: 1 personas.
HORARIO: 8 horas	SUPERVISA A: No aplica.
JEFE INMEDIATO: Gerente General.	RELACIONES INTERNAS: Jefe de Producción, Contador, Financiero.
	RELACIONES EXTERNAS: Clientes.
II. NATURALEZA DEL PUESTO	
Persona profesional preparada para realizar el servicio de preventa y postventa del producto, utilizando las herramientas necesarias que convengan de la compra al cliente.	
III. FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES	
Brindar atención al cliente de forma clara y oportuna	

Aportar con ideas para realizar una mejor gestión de ventas.	
Planear los objetivos concretos de venta y evaluar su cumplimiento	
Responsabilidad por el proceso que se ofrece a los clientes.	
Presentar informe de satisfacción de los clientes.	
IV PERFIL DEL PUESTO	
EDAD	De 22 en adelante
SEXO	Indistinto
CONOCIMIENTOS BÁSICOS	Conocimientos en ventas y atención al cliente.
EDUCACIÓN	Bachillerato.
EXPERIENCIA	En ventas.
HABILIDADES Y DESTREZAS	Persona preparada para atender en el almacén a los diferentes clientes.
ACTITUDES	Mantener una actitud de: Amabilidad, Responsabilidad, Respeto, Disciplina, Energía.
V. CONDICIONES DE TRABAJO	
AMBIENTE FÍSICO: Ambiente Interno y Externo	REQUISITOS FÍSICOS: Poseer el esfuerzo físico necesario para realizar la actividad que le corresponde.
RIESGOS DE TRABAJO: Riesgos bajo inherente a su cargo.	REQUISITOS MENTALES: Tener la debida concentración en su puesto de trabajo.
	HERRAMIENTAS NECESARIAS PARA EL PUESTO: Camisetas informales.

Fuente: Investigación
Elaborado por: Edison Montaluisa

Tabla 13 Manual de funciones de los cargos

MANUAL DE FUNCIONES CONFECCIONES TEXCARICIA, CIA LTDA	
I. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO	
NOMBRE DEL PUESTO: Operario	No.: 6 personas.
HORARIO: 8 horas	SUPERVISA A: Jefe de Producción
JEFE INMEDIATO: Jefe de Producción.	RELACIONES INTERNAS: Jefe de Producción, Operarios.
	RELACIONES EXTERNAS: No aplica
II. NATURALEZA DEL PUESTO	
Es una persona profesional preparada para garantizar un buen producto terminado, satisfaciendo las exigencias de los clientes en cada prenda masculina	
III. FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES	
Tener una buena planificación en la materia prima e insumos que se	

utilizan para la producción de la ropa deportiva	
Realizar la elaboración de los patrones de las prendas deportivas de acuerdo a los modelos y tallas requeridos.	
Proceso de trazo y corte de las diferentes prendas deportivas	
Estampado o bordado en las prendas masculinas.	
Inspección a los operarios en la elaboración de las prendas masculinas.	
Unión de las piezas seguido de un proceso de control de calidad.	
Planchado en la prenda deportiva Embalaje del producto terminado	
Control en los procesos de producción de la empresa.	
IV PERFIL DEL PUESTO	
EDAD	De 20 en adelante
SEXO	Indistinto
CONOCIMIENTOS BÁSICOS	Conocimientos del proceso corte y trazo de patrones, unión de las piezas, estampado o bordado, planchado y utilización de maquinarias para elaborar las camisetas informales.
EDUCACIÓN	Bachillerato en corte y confección
EXPERIENCIA	Conocimientos sobre el proceso productivo de corte y trazo de las prendas.
HABILIDADES Y DESTREZAS	Persona preparada para realizar las camisetas informales.
ACTITUDES	Elaboración de un producto que satisfaga las necesidades de los consumidores, control de recursos de los materiales.
V. CONDICIONES DE TRABAJO	
AMBIENTE FÍSICO: Ambiente Interno y Externo	REQUISITOS FÍSICOS: Poseer el esfuerzo físico necesario para realizar la actividad que le corresponde.
RIESGOS DE TRABAJO: Riesgos bajo inherente a su cargo.	REQUISITOS MENTALES: Tener la debida concentración en su puesto de trabajo.
ESFUERZO FÍSICO: Resistencia a jornadas prolongadas de trabajo.	HERRAMIENTAS NECESARIAS PARA EL PUESTO: Maquinarias, materia prima, herramientas.

Fuente: Investigación
Elaborado por: Edison Montaluisa

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

3.1 BASE CONCEPTUAL

El estudio de mercado permite se investiguen algunas variables tanto sociales y económicas que determinan la realización del proyecto, el mismo consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera permanente los datos significativos para la situación existe del mercado específico que afronta una determinada organización.

El mismo abarca información de las características y especificaciones del producto que desea comprar el cliente, lo cual brinda información sobre qué tipo de clientes son los que se interesan en nuestra oferta, siendo una guía para orientar adecuadamente la producción del negocio.

Además, el estudio de mercado dará la información acerca del precio adecuado para colocar el producto en el mercado. Cuando el estudio se hace paso previo de un propósito de inversión, permite conocer el tamaño indicado de la empresa por instalar. La presente investigación está encaminada a la producción y comercialización de camisetas informales para hombres de 14 a 27 años, ubicada en el Distrito Metropolitano de Quito, parroquia San Antonio de Pichincha.

3.1.1 OBJETIVO GENERAL

Comprobar que existe un número suficiente de compradores de camisetas informales masculinas que justifique la creación de la empresa a partir del conocimiento de las necesidades, preferencias y tendencias de los posibles clientes, así como corroborar factibilidad de la inversión del proyecto.

3.1.2 OBJETIVO ESPECÍFICOS

- Identificar la situación actual de la parroquia San Antonio de Pichincha que nos permita profundizar en las particularidades de esta localidad para poder realizar el proyecto.
- Identificar la estructura económica de mercado a que va dirigido el proyecto.
- Elaborar el tipo de elasticidad precio de la demanda.
- Identificar la demanda y la oferta actual
- Calcular demanda potencial insatisfecha.
- Diseñar el marketing mix.
- Evaluar la factibilidad del proyecto de Creación de la Empresa de Confección de camisetas informales masculinas, mediante la utilización de la metodología del flujo neto de fondos.

3.2 ESTRUCTURA ECONOMICA

El mismo tiene como la finalidad de descubrir las características generales del mercado, en la parroquia de San Antonio de Pichincha donde existen diferentes tipos de clientes, es decir la población objetivo: los hombres comprendidos entre 14 y 27 años de edad, obteniendo la información histórica y actual del comportamiento de este tipo de consumidor, además se estudiarán los posibles proveedores y canales de distribución, esto nos permitirá elegir las técnicas más adecuadas para la confección de este tipo de prenda.

La estructura económica del mercado que le corresponde a la empresa de producción y comercialización de camisetas informales masculinas se encuentra dentro de una competencia monopolística ya que se caracteriza por tener varios compradores y vendedores de estos tipos de productos en diferentes parroquia, que ofertan a distintos precios en el mercado; esta variedad de precios se debe a que los productores pueden establecer diferencias en sus ofertas a los consumidores, ofrecen variedad, estilo con el producto, o algunos servicios adicionales, los cuales son observados y aceptados por el consumidor.

3.2.1 ELASTICIDAD PRECIO DE LA DEMANDA

Es una medida del grado en que los clientes responden ante las variaciones del precio de los servicios o bienes, se aumentan o disminuyen las cantidades que se compran. Esta sensibilidad del precio de la demanda es valorada como factor crítico para las decisiones que deben tomar las empresas con relación a los precios y a la producción/servicios.

La elasticidad no sólo es importante con relación a los precios, sino además con respecto al ingreso y al precio de los bienes sustitutos y complementarios. Es decir, que el concepto de elasticidad es aquel comportamiento de la cantidad demandada frente a las variaciones en cualquiera de los factores de los que ella pende.

3.3 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Para el autor (ARango, 2015)

Cuando se habla de demanda, se refiere uno a la cantidad de bienes o servicios que se solicitan o se desean en un determinado mercado de una economía a un precio específico.

La demanda que una persona, una familia, una empresa o un consumidor en general tiene de un determinado producto o servicio puede estar influenciada por un gran número de factores que determinarán la cantidad de producto solicitado o demandado o, incluso, si éste tiene demanda o no.

En el análisis de la demanda del proyecto se consideró la información suministrada por las diferentes fuentes tanto las directas como las indirectas de los clientes, así como de informaciones reales de la parroquia de San Antonio de Pichincha, para obtener el conocimiento de todas aquellas personas que integrarán el mercado objetivo; para establecer la demanda se utilizaron fuentes de información tomadas a vendedores “encuestas” y a los potenciales clientes.

3.3.1 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

Para la clasificación de la población, en la investigación, se ha realizado dividiendo en grupos, y en subgrupos de edades, determinando las variables siguientes.

- Las variables geográficas: abarca la zona geográfica donde se aplicará el proyecto que es en El Ecuador, Provincia de Pichincha, Parroquia San Antonio de Pichincha, del Cantón Quito que comprende el sector urbano. La población urbana es aquella población que fue asentada en las parroquias urbanas en las cabeceras parroquiales.
- Las variables demográficas: se relacionan con la edad, sexo, tamaño de la familia, ciclo de vida, ingresos, ocupación, estudios, religión, raza, nacionalidad, entre otros.
- Las variables Psicográficas: es según Kotler es cuando se: “Divide a los compradores en diferentes grupos con base en las características de su clase social, estilo de vida y personalidad” (Kotler P. y., 2012)

El nivel de ingresos está dividido en: bajos, medios bajos, medios; medios altos y altos. Las cuales son identificadas según el grupo de valores registrados de la población, específicamente para este estudio contamos con la población de la parroquia San Antonio de Pichincha con un nivel de ingreso medio y los mismos están sobre la línea de no pobreza con un buen estilo de vida dedicados a realizar diferentes actividades.

3.3.2 DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN OBJETIVA

Luego de realizada la identificación de las variables de segmentación, se concluye con la determinación del mercado meta conformado por los hombres entre 14 y 27 años que se visten con camisetas informales

El nivel de ingreso de los habitantes es medio, la parroquia no cuenta con una empresa que se dedique a la producción y comercialización de camisetas informales, siendo importante que se cree una empresa de confecciones de este tipo de prendas.

A continuación, se determinan las variables de segmentación, el siguiente cuadro presenta información numérica y segmentación de la población, para determinar la población objetiva.

Tabla 14 Población Objetiva

Año	Población crecimiento 1.37%
2015	32357
2016	44329
2017	60731
2018	83201
2019	11386
2020	156160

Fuente: <http://www.indexmundi.com/es/ecuador>Elaborado /tasa_de_crecimiento.html

Elaborado Por: Edison Montaluisa

Par el año 2015

La población de la Parroquia San Antonio de Pichincha	32 357	100%
Población Masculina	16 566	

51.2%

Población entre 14 y 27 años

21.3%

Nivel socio económico

86.2%

La población objetivo corresponde a los hombres de nivel socio económico alto, medio alto, medio y medio bajo, entre 14 y 27 años de edad de la parroquia San Antonio de Pichincha

PO = Población Total * % Población masculina * % Población masculina entre 14 y 27 años * % Nivel socio Económico

PO = 32 357 * 0,512 * 0,213 * 0,862

PO = 3041

3.3.3 FORMULACIÓN Y APLICACIÓN DE ENCUESTA PILOTO

Encuesta Piloto

Seguidamente se presenta el formato de la encuesta piloto a los hombres entre 14 y 27 años de la parroquia San Antonio de Pichincha

INSTITUTO TECNOLOGICO SUPERIOR CORDILLERA CARRERA DE ADMINISTRACION INDUSTRIAL Y LA PRODUCCION

Como egresado deseo recibir información que me permita indagar en la necesidad que tienen las personas de adquirir camisetas informales en la parroquia de San Antonio de Pichincha, para lo cual a continuación presento las siguientes preguntas:

1. ¿Si en la parroquia de San Antonio de Pichincha se creara una Empresa de producción y comercialización de camisetas informales masculinas adquiriría las prendas?

Sí_____ No_____

Fueron realizadas 40 encuestas a hombres entre 14 y 27 años de edad pertenecientes a la parroquia San Antonio de Pichincha en la cual 35 personas contestaron si con un total del 87,5% y 5 personas contestaron que no, con un total del 12,5%.

Tabla 15 Resultado encuesta piloto

Total de personas encuestadas	40	100%
Sí Probabilidad de éxito	35	87,5 = 0,875 = p
No Probabilidad de fracaso	5	12,5 = 0,125 = q

Fuente: Investigación
Elaborado por: Edison Montaluisa

3.3.4 DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA

Los hombres de la parroquia San Antonio de Pichincha comprendidos entre los 14 y 27 años de edad representan el 21.3% del total de hombres de la localidad, su cifra asciende a 3528 hombres, para los cuales realizaremos el cálculo del tamaño de la muestra, que se determina:

Dónde:

N = Total de la Población Objetivo =3041

Z = 1.96 con un nivel de confianza del 95%

p = proporción esperada de éxito (en este caso 0,875%)

q = proporción esperada de fracaso (en este caso 0,125)

e = error muestral 5%

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{e^2 * N + Z^2 * p * q}$$

$$n = \frac{1,96^2 * 3041 * 0,875 * 0,125}{0,05^2 * 3041 + 1,96^2 * 0,875 * 0,125}$$

$$(0,05)^2(3041) + (1,96)^2(0,875) (0,125)$$

$$n = \frac{1\ 200,71}{8,022} = 149$$

La muestra calculada asciende a 149 hombres de 14 a 27 años

3.3.5 MODELO DE LA ENCUESTA A LOS HOMBRES COMPRENDIDOS ENTRE 14 A 27 AÑOS DE EDAD

ENCUESTA

OBJETIVO: La siguiente encuesta pretende evaluar el nivel satisfacción de los hombres comprendidos entre los 14 y 27 años de edad, así como conocer su necesidad en cuanto al uso de camisetas, para lo que le solicitamos que fueran tan amables de contestar las siguientes interrogantes:

I.- INFORMACIÓN GENERAL

Edad ___ Menores de 16 años.

___ 16 a 26 años.

___ Menores de 30 años.

II.- INFORMACIÓN ESPECÍFICA

1.- ¿Compra usted camisetas informales?

Sí ___ No ___

2.- ¿Con qué frecuencia usted compra camisetas informales?

___ Una vez al año

___ 2 veces al año

___ 3 veces al año

___ 1 vez al mes

3.- ¿Qué busca en una Camiseta informal antes de comprar?

___ Diseño

___ Precios

___ Calidad (Materia prima utilizada)

___ Color

4.- ¿A qué precios usted compra actualmente las camisetas informales?

___ \$5,00 a 7,00

___ \$7,00 a 10,00

___ Más de \$10,00

5.- ¿Considera oportuno que en la parroquia de San Antonio de Pichincha se cree una nueva empresa de producción y comercialización de camisetas informales?

Sí ___ No ___

Porque _____

6.- ¿Dónde realiza preferentemente las compras de camisetas informales?

___ Almacenes o talleres

___ Distribuidores

___ Ferias

___ Otros

¡GRACIAS POR SU ATENCIÓN !

3.3.6 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

Los resultados alcanzados en las encuestas realizadas a los hombres entre 14 y 27 años son los siguientes:

1.- ¿Compra usted camisetas informales?

Sí 149

No

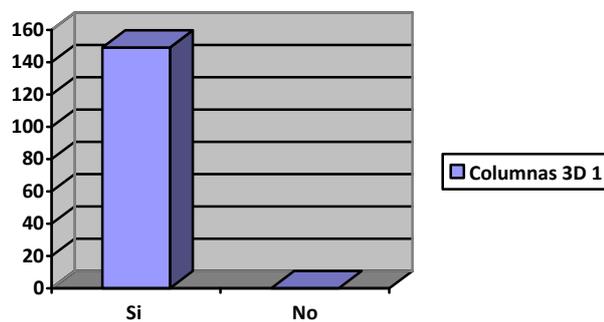


Figura 1 Compra Usted Camisetas Informales

Fuente: Investigación

Elaborado por: Edison Montaluisa

Interpretación Del total de encuetados sobre si compran camisetas informales de hombre el 100 % planteo que si

2.- ¿Con qué frecuencia usted compra camisetas informales?

16 Una vez al año

39 2 veces al año

88 3 veces al año

6 1 vez al mes

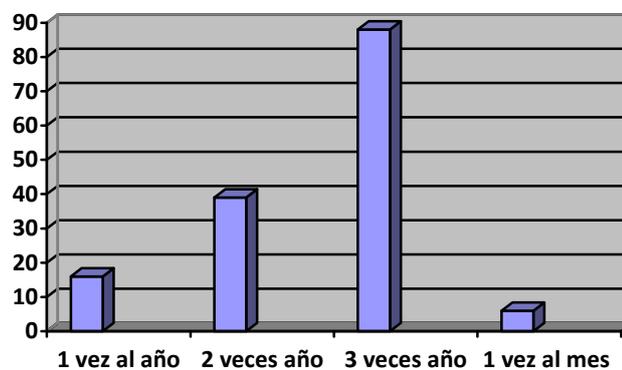


Figura 2 Con qué frecuencia usted compra camisetas informales

Fuente: Investigación

Elaborado por: Edison Montaluisa

Interpretación Del total de encuestados sobre la frecuencia de compra de las camisetas informales de hombre el 88 del total encuestado plantea que 3 veces al año lo que representa 59.06 %, el 26 % de los encuestado plantean que 2 veces al año que representa 39 encuestado, 16 de los encuestados plantean que una sola vez al año siendo el 10.73% y 4.02% plantearon que una vez en el mes

3.- ¿Qué busca en una Camiseta informal antes de comprar?

38 Diseño

92 Precios

19 Calidad (Materia prima utilizada)

 Color

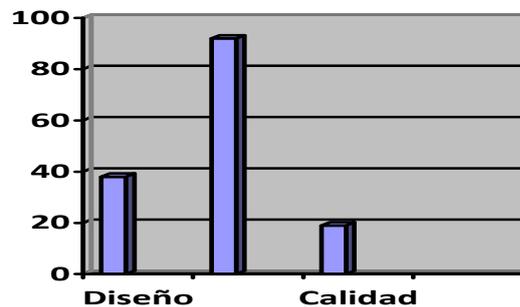


Figura 3 Qué busca en una Camiseta informal antes de comprar

Fuente: Investigación

Elaborado por: Edison Montaluisa

Interpretación Del total de encuetados sobre qué busca en una Camiseta informal antes de comprar de hombre el 92 del total encuestado plantea que el precio lo que representa 61.75 %, el 25.50% de los encuestado plantean que el diseño que representa 38 encuestado, 19 de los encuestados plantean que la calidad siendo el 12.75%.

4.- ¿A qué precios usted compra actualmente las camisetas informales?

43 \$5,00 a 7,00

93 \$7,00 a 10,00

13 Más de \$10,00

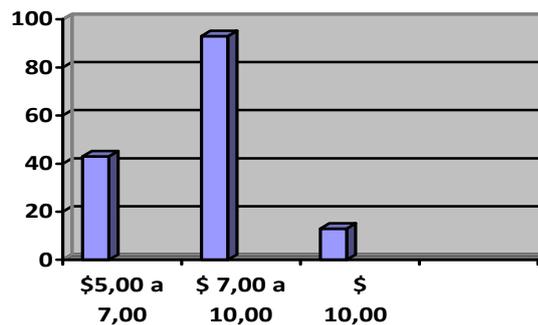


Figura 4 A qué precios usted compra actualmente las camisetas informales

Fuente: Investigación

Elaborado por: Edison Montaluisa

Interpretación Del total de encuestados sobre a qué precios usted compra actualmente las camisetas informales de hombre el 93 del total encuestado plantea que entre \$ 7.00 y \$10.00 lo que representa 62.41 %, el 28.85% de los encuestado plantean entre \$ 5.00 y \$ 7.00 siendo 43 encuestado, 13 de los encuestados plantean más de \$10.00 representado el 8.74%.

5.- ¿Considera oportuno que en la parroquia de San Antonio de Pichincha se cree una nueva empresa de producción y comercialización de camisetas informales?

Sí 149

No _____

Porque. No tienen que salir de la parroquia a comprar las camisetas.

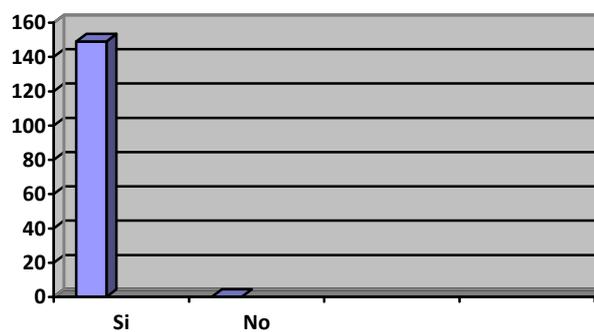


Figura 5 Considera oportuno que en la parroquia de San Antonio de Pichincha se cree una nueva empresa

Fuente: Investigación

Elaborado por: Edison Montaluisa

Interpretación Del total de encuestados sobre Considera oportuno que en la parroquia de San Antonio de Pichincha se cree una nueva empresa de producción y comercialización de camisetas informales de hombre el 149 del total encuestado plantea que si representado el 100% .

6.- ¿Dónde realiza preferentemente las compras de camisetas informales?

52 Almacenes o talleres

78 Distribuidores

19 Ferias

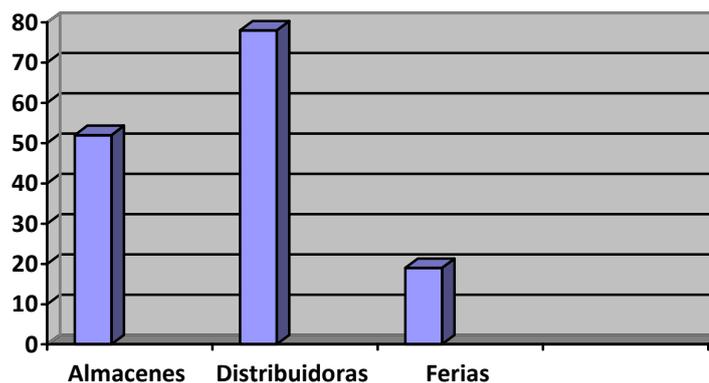


Figura 6 Dónde realiza preferentemente las compras de camisetas informales

Fuente: Investigación

Elaborado por: Edison Montaluisa

Interpretación Del total de encuestados sobre Dónde realiza preferentemente las compras de camisetas informales de hombre el 78 del total encuestado plantea que en las distribuidoras representando si representado el 52.35%, el 34.90 % que representan 52 encuestado lo realizan en los almacenes mientras que 19 encuestados las compran en las ferias representando 12.75%.

3.3.7 CUANTIFICACIÓN DE LA DEMANDA ACTUAL

Toda empresa tiene siempre de satisfacer las necesidades de los consumidores, en este estudio se determinará el consumo promedio de camisetas informales, así como también se identificarán los clientes potenciales.

Para obtener el número de los demandantes del mercado objetivo, al que se dirigirá la producción de las camisetas informales, se tendrá en cuenta los datos principales de los grupos de edades de los hombres comprendidos entre 14 y 27 años de la parroquia de San Antonio de Pichincha que fue aportado con la respuesta de la pregunta No. 2 de la anterior encuesta.

2.- ¿Con qué frecuencia usted compra camisetas informales?

16 Una vez al año, 39 2 veces al año, 88 3 veces al año, 6 1 vez al mes

Tabla 16 Demanda Actual

Demanda Actual	%	No de personas	No veces	Demanda actual
Una vez en el año	10.73	328	1	328
Dos Veces al año	26.17	795	2	1590
Tres veces al año	59.06	1796	3	5388
Una vez al mes	4.04	122	12	1464
Total, Demanda	100	3041		8770

Fuente: Investigación
Elaborado por: Edison Montaluisa

La demanda actual de camisetas informales masculinas en la parroquia San Antonio de Pichincha

Proyección de la demanda.

Para el cálculo de la proyección de la demanda de las camisetas informales masculinas se utilizará la demanda actual por el crecimiento poblacional de la parroquia San Antonio de Pichincha el cual es de 3.37% según datos del INEC.

Tabla 17 Proyección de la demanda

Demanda Actual	2016	2017	2018	2019	2020
8770	29555	99600	298800	1006956	3393442

Fuente: Investigación

Elaborado por: Edison Montaluisa

3.4 ANALISIS DE LA OFERTA

La oferta: No es más que la cantidad de bienes o servicios que cierto número de oferentes están colocando a disposición del mercado con un precio determinado. Para calcular la oferta actual se consideró las principales empresas que comercializan camisetas informales, en la población de San Antonio de Pichincha, pues no hay en el sector productores.

Se determinó a través de una entrevista y la observación de la misma, cuyo objetivo fue:

- Determinar la cantidad de camisetas informales que se comercializan en San Antonio de Pichincha.

Tabla 18 Oferta de las camisetas informales enviadas a San Antonio de Pichincha

EMPRESA	SEMANAL	MENSUAL	ANUAL
IMPORTADORA FASHION Y FAMILIA	92	391	4731
FASHION FAMA	127	540	6530
DISTRIBUIDORA RICH MARTIN	75	319	3857
CONFECCIONES BUEN VESTIR	50	213	2571
VISTE CON ELEGANCIA	61	259	3137
LO ÚLTIMO EN MODAS	55	234	2828
OTRAS EMPRESAS EN PROMEDIO	31	132	1594
TOTAL	491	2087	25247

Fuente: Investigación
Elaborado por: Edison Montaluisa

3.4.1 OFERTA FUTURA

Para la determinación de la proyección futura de la oferta, se partirá de la tasa de referencia, es decir la tasa de variación promedio el Producto Interno Bruto en el sector Manufacturero, cuya tasa es de 4,45%, teniendo en cuenta el PIB desde el 2010 hasta el 2015.

Tabla 19 Tasa de Variación del PIB en el sector de Industria Manufactureras.

2010	5,1%
2011	5,8%
2012	3,4%
2013	5,1%
2014	3,9%
2015	3,8%
TOTAL	27.1%
PROMEDIO	4,51%

Fuente: Investigación
Elaborado por: Edison Montaluisa

Tabla 20 Oferta proyectada

Año	25247
Base	
2016	26386
2017	27576
2018	28820
2019	30119
2020	31478

Fuente: Investigación
Elaborado por: Edison Montaluisa

Calculo de la demanda insatisfecha

Tabla 21 Demanda Insatisfecha

Años	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha
2016	29555	26386	3169
2017	99600	27576	72024
2018	298800	28820	269980
2019	1006956	30119	976837
2020	3393442	31478	3361964

Fuente: Investigación
Elaborado por: Edison Montaluisa

Participación del proyecto en el mercado de camisetas informales masculinas

La participación de todo proyecto en el mercado, incluyen los aspectos tomados en cuenta para cumplir con los objetivos. Con el mismo se pueden tomar decisiones claras y precisas sobre lo que la empresa desea obtener, de esta forma se puede conocer el mercado en el que se va a posicionar el producto, ayudando en la Parroquia con fuentes de empleo.

Mediante el Estudio técnico se ha obtenido la capacidad utilizada en relación a la demanda insatisfecha para el primer año. La participación del proyecto en el mercado es de 10.72 % en camisetas informales de hombres, a partir del segundo año su participación aumenta a más de un 50%

3.5 MARKETING MIX

El Marketing mix es definida de la siguiente forma por Kotler:

“La mezcla de la mercadotecnia consiste en todo lo que la empresa puede hacer para influir en la demanda de su producto. Las posibilidades se pueden reunir en cuatro grupos como producto, precio, plaza (distribución), promoción” (Kotler P. , 2011)

3.5.1 PRODUCTO

El producto se define como:

“Es un conjunto de atributos tangibles e intangibles, que incluyen entre otras cosas el empaque, color, precio, calidad, marca, puede ser un bien o un servicio.” (Kotler P. , 2011)

La empresa producirá camisetas informales de diferentes tallas, tejidos, diseños, colores, entre otras especificaciones según el gusto y exigencia de los clientes.

Características del producto

Las camisetas son prendas de vestir que están comprendidas dentro del grupo de bienes semi duraderos y heterogéneos.

El Objetivo es:

El objetivo primordial es producir y comercializar camisetas informales de calidad a los hombres comprendidos entre los 14 y 27 años de edad, de diferentes ocupaciones de la parroquia San Antonio de Pichincha y sus alrededores.

Las camisetas tendrán características generales como: elaboradas con telas de buena calidad, diseños de la moda actual, comodidad en cada prenda elaborada, para satisfacer diferentes necesidades de los moradores de la parroquia.

Las estrategias son:

Ofrecer productos de calidad elaborados con alta tecnología, para satisfacer a la población

Objetivo:

Las prendas a confeccionar tendrán una variedad de tallas, diseños, color, entre otras características, a continuación, se presentan algunas de las muestras que se van a confeccionar:

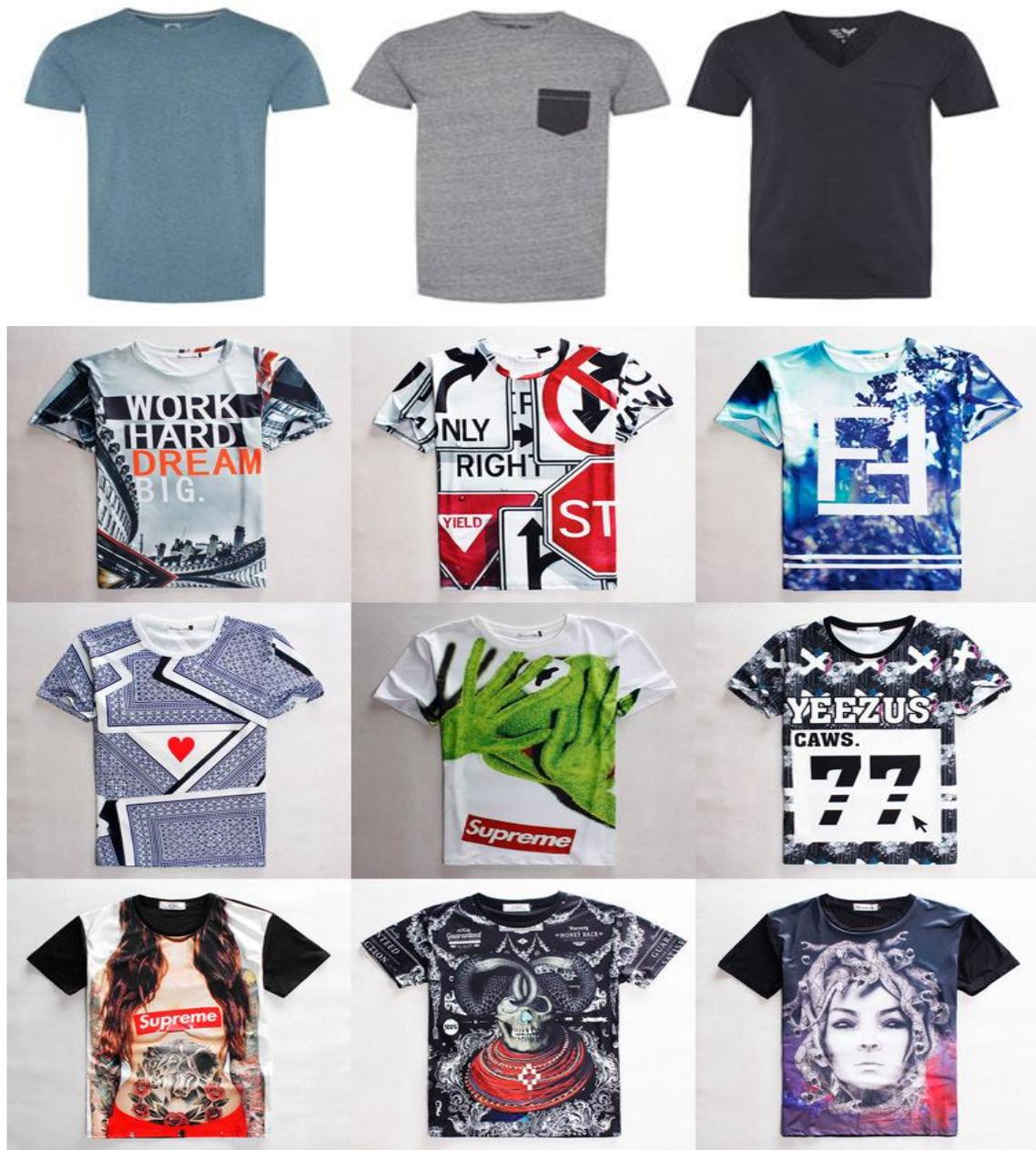


Ilustración 2 Muestrario de camisetas informales

Fuente: Investigación

Elaborado por: Edison Montaluisa

3.5.2 LOGOTIPO

El logotipo es un elemento gráfico que sirve para identificar a la persona, empresa, institución o productos. Los mismos generalmente suelen incluir símbolos en su normalidad lingüísticos claramente asociados a lo que quieren representar.

3.5.3 SLOGAN

Es la etapa identificativa en un elemento comercial, político, religioso, cultural, etc., como expresión repetitiva de una idea o de un propósito publicitario que se identificará a un producto.



Ilustración 4 Slogan de la Empresa

Fuente: Investigación

Elaborado por: Edison Montaluisa

3.5.4 ETIQUETA

La etiqueta del producto llevará el eslogan de la empresa, en el centro bajo de la etiqueta se especificará la talla que le corresponde a la prenda de vestir.



Ilustración 6 Etiqueta

Fuente: Investigación

Elaborado por: Edison Montaluisa

3.5.5 EMPAQUE

Las camisetas informales masculinas se entregarán en una funda transparente 10cm x 16 cm o de 12 x 18 cm, en dependencia del tamaño de las mismas.

3.5.6 PRECIO

“Es la cantidad de dinero y/o otros artículos con la cantidad necesaria para satisfacer una necesidad que se requiere para adquirir un producto. (Santesmases, 2010)

Objetivo del precio:

Lograr un beneficio esperado de la población objetiva, para que pueda adquirir sobre la base del costo que se incurre en la elaboración de las camisetas informales masculinas

Se utilizará el precio actual de mercado.

Las Estrategias

- ❖ Utilización de descuentos comerciales para estimular una demanda del producto.

- ❖ Divulgación de ofertas dirigidas a los clientes.
- ❖ Ofrecimiento de descuentos por compras al mayor de las camisetas informales.

De acuerdo a la fabricación del producto y a estudios realizados a la competencia se pudo establecer un precio promedio de las camisetas informales masculinas: de **\$ 8.50**

3.5.7 PLAZA

La variable Plaza es aquella que se encarga de lograr que los productos de la empresa estén disponibles a los consumidores, es decir asequibles, a su alcance.

La estrategia de distribución

“Normalmente el canal de distribución de este tipo de producto lo constituye un conjunto de organizaciones independientes involucrados en el proceso de poner los productos a disposición de los consumidores para su uso o consumo” (Kotler P. , 2011)

Significa que son las etapas que atraviesa el producto desde el momento que sale desde el lugar donde se confecciona hasta llegar al lugar de destino, el cliente.

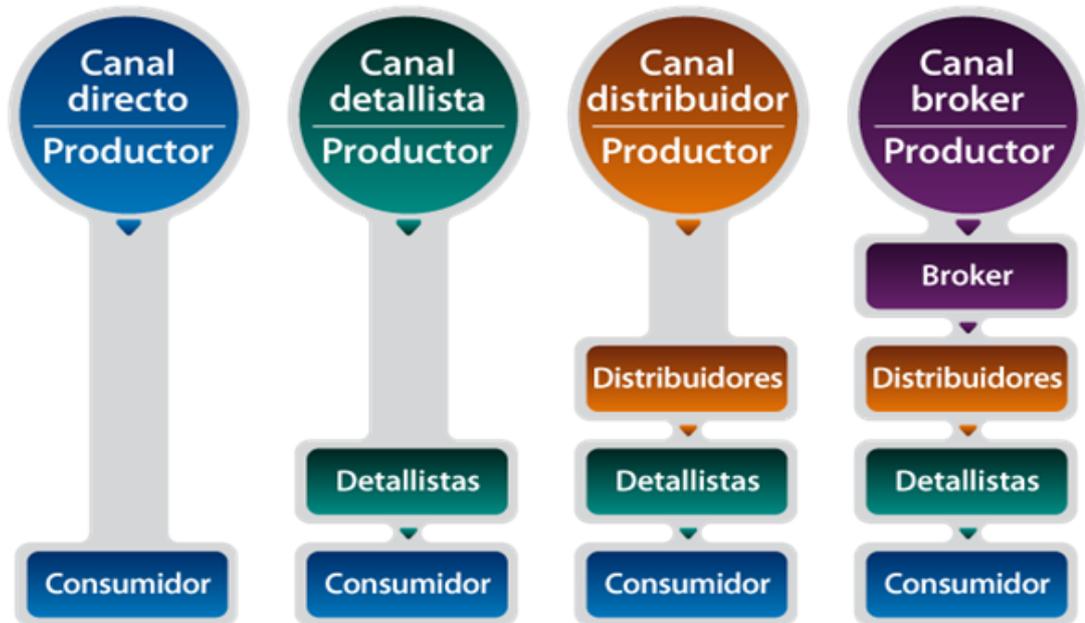


Ilustración 8 Canales de Distribución

Fuente: Phillip R. Cateora, 2010
Elaborado Por: Edison Montaluisa

La función de los canales es de ayudar a agilizar la comercialización de los productos, en la venta, previo al momento del contrato, el cliente deberá dejar un abono del 50% para garantizar de que vendrán a retirar su pedido, que a su vez este cobro adelantado del dinero servirá para comprar insumos necesarios para la confección de las siguientes prendas masculinas.



Ilustración 10 Canal propuesto

Fuente: Phillip R. Cateora, 2010
Elaborado Por: Edison Montaluisa

Es decir que se utilizará el canal de distribución más corto, ya que se venderá las camisetas por medio del almacén que estará ubicado en la misma empresa.

3.5.8 PROMOCIÓN

“El objetivo es dar a conocer, informar, recordar al mercado la existencia de un producto y/o su venta, con la intención de influir en los sentimientos, creencias o comportamiento del receptor o destinatario.” (Santesmases, 2010)

Los objetivos son:

- ❖ Dar a conocer las características del producto que se ofrecerá a la población.
- ❖ Informar a los posibles consumidores sobre el producto, para que puedan conocer las prendas de vestir que se confeccionan, teniendo acceso a ellas.
- ❖ Realizar promociones de ventas gratuitas de todas las camisetas que ofrecerán en la empresa.

Las estrategias:

La Mezcla de la promoción

Se realizará la publicidad dando a conocer las bondades y características del producto (camisetas informales), hacia un gran número de personas del sexo masculino de la parroquia San Antonio de Pichincha, para promover el producto.

Las Relaciones Públicas

Las relaciones públicas es la variable promocional menos costosa y consiste en cuidar la imagen de la empresa, los trabajadores en su interacción con los clientes son los encargados de ilustrar sobre las características del producto, brindar los detalles de confección de las prendas. Y conocer los gustos y preferencias de los mismos.

La Venta Personal

Se realiza a través de los propios vendedores, por lo que se requiere de una capacitación constante y permanente de los empleados sobre las técnicas de venta,

para que ofrezcan el producto de forma personalizada, motivando al cliente a comprar.

La Venta Directa

Es la suma de la venta personal y la realizada en la empresa, apoyada por los medios e tecnológicos y redes sociales a través del internet. La empresa diseñará su propia página de internet, para que cualquier persona pueda acceder y conocer sobre las camisetas masculinas que la empresa produce y comercializa.

Las Promociones de Ventas

Se realiza con el propósito de que sea aceptado el producto no sólo en forma de unidad y al mayor, también de forma rápida, con el uso de: puntos de exhibición, promotores de ventas, sorteos, entre otros instrumentos.

La Propaganda

Se utilizará para realizar una mayor divulgación del producto mediante el uso de los medios de comunicación, como folletos, prensa escrita, etc., de tal manera que se pueda garantizar que la población conozca las camisetas informales.

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico se estudiarán los elementos que tienen que ver con la ingeniería básica, elemental para la Creación de la Empresa de producción y comercialización de camisetas informales masculinas en la Parroquia San Antonio de Pichincha, teniendo en cuenta la descripción en detalle del proceso de producción, con el objetivo de mostrar todos los requerimientos para su funcionamiento, analizando el tamaño óptimo de la empresa, que debe justificar la producción y el número de consumidores a atender, como la localización más conveniente, finalmente abarcará cada uno de los elementos que conforman la ingeniería del proyecto.

4.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

Es la capacidad que tiene una empresa de producir sus artículos durante un período determinado de tiempo que se considera normal para las circunstancias y tipo de proyecto que se trata.

El tamaño de la empresa se determinará teniendo en cuenta los niveles de producción que abarcará la empresa, será de acuerdo a la cantidad de camisetas que la misma puede producir durante un período determinado.

4.2 UNIDAD DE MEDIDA

“Es una cantidad estandarizada de una determinada magnitud física. En general, una unidad de medida toma su valor a partir de un patrón o de una composición de otras unidades definidas previamente.” (Parque Ciencia, 2014)

Las camisetas informales que se van a producir y comercializar en la Empresa, serán la siguiente:

- 1- Camisetas informales de color entero
- 2- Camisetas informales estampadas
- 3- Camisetas informales a rayas
- 4- Camisetas informales del gusto del cliente

4.3 CAPACIDAD INSTALADA

“Capacidad instalada o de producción, muestra la máxima tasa de producción que puede obtenerse de un proceso, se calcula en unidades de salida por unidad de tiempo.” (Santesmases, 2010)

Tabla 22 Tiempo en el proceso de producción de las camisetas

Descripción	Trazo	Cortado	Costura	Planchado	Deshebrar	Estampado o adornos	Empacado	Total
TIEMPO EN MINUTOS								
Camisetas informales	3	2	8	2	1	3	1	20

Fuente: Investigación
Elaborado por: Edison Montaluisa

De esta forma la capacidad instalada de la empresa contará con maquinarias nuevas y personal capacitado. Pues en la elaboración de una camiseta se demorará 20 minutos.

Tabla 23 Producción de las camisetas informales

Camiseta informales para hombre (proceso 20 minutos)			
	Unidades	Tiempo	Total de producción
Diarias	3	8 Horas	24
Semanal	24	5 Días	120
Mensual	24	24 Días	576
Anual	576	288 Días	6912

Fuente: Investigación
Elaborado por: Edison Montaluisa

4.3.1 CAPACIDAD UTILIZADA

“Es la capacidad práctica que muestra la tasa real de producción durante una unidad de tiempo, es la que realmente se utiliza o se ha utilizado.” (Sapag, 2008)

Para obtener las cantidades que se deben producir se multiplicará el número de horas laborables que es este caso son 8 horas laborables diarias por 60 minutos y ese resultado se multiplicará por los días laborables que son de lunes a viernes, luego se multiplicará por las 52 semanas de producción anual, para el tiempo de proceso de confección de la camiseta informal para hombre que se va a producir obteniendo el número de unidades.

Es bueno señalar que esta producción es calculada con las respectivas maquinarias y operarios, para la capacidad utilizada en el primer año de producción de las camisetas será de un 60%, de acuerdo al estudio de mercado, las prendas se confeccionarán de acuerdo al gusto y exigencia de los cliente, para el proceso de producción se iniciará con 6 trabajadores.

Tabla 24 Capacidad Utilizada

Producto	Nº Trab.	Tiempo Conf.	Capacidad instalada al 100%	Capacidad Instalada al 60%
Camisetas informales p/ hombres	1	20	6912	4147

Fuente: Investigación

Elaborado por: Edison Montaluisa

4.4 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

La localización de la empresa tiene como finalidad principal disminuir los costos por concepto de transportación, brindando un servicio de calidad y prendas masculinas a bajos costos, para satisfacer distintas necesidades y exigencias de los clientes.

4.4.1 MACRO LOCALIZACIÓN

La macro localización nos permite detallar la ubicación geográfica del nuevo proyecto. La Empresa de "N.A.A.V.E" dedicada a la producción y comercialización de camisetas informales masculinas estará ubicada en El Ecuador, Provincia de Pichincha, Cantón Quito, en la Parroquia San Antonio de Pichincha.

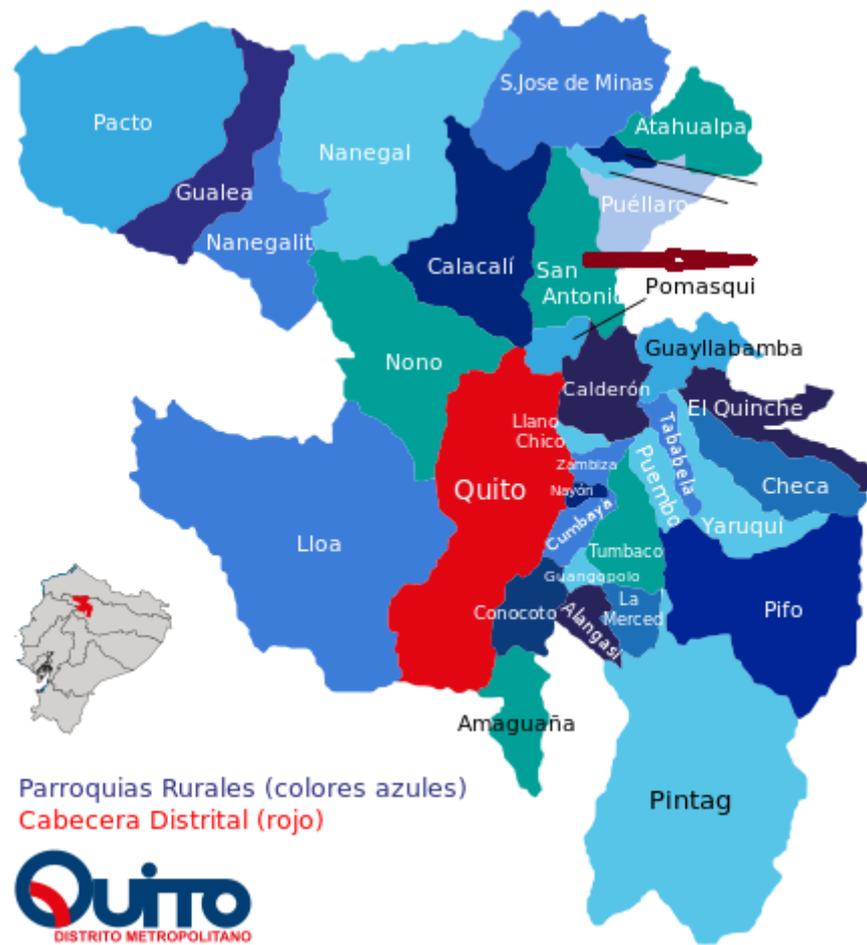


Ilustración 12 Mapa de Pichincha, Quito Ecuador

Fuente: (Ecuador local, 2015)

4.4.2 MICRO LOCALIZACIÓN

El estudio tiene la finalidad de seleccionar el lugar exacto para ubicar el proyecto, de forma tal que permita cumplir con los objetivos propuestos.

La empresa N.A.A.V.E. estará en un local propio, cuenta con todos los servicios básicos y los complementarios, para la confección de las camisetas informales, así como para satisfacer las necesidades de diferentes clientes, en la parroquia San Antonio de Pichincha, el que tiene una superficie de 195 m² cuyas dimensiones son: área de 15m por

13m ubicado frente a la panamericana norte a pocas cuadras del Monumento Mitad del Mundo, cerca de la sede de la UNASUR.



Ilustración 14 Micro localización de la empresa

Fuente: <http://www.ecuador-local.com/san-antonio-de-pichincha/iglesia/iglesia-la-mitad-del-mundo-gps>

4.5 INGENIERÍA DEL PROYECTO

La ingeniería del proyecto consiste en el estudio que abarca la determinación de la función de producción óptima para lograr la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para la confección de los productos. En la determinación de la función óptima se deberá analizar distintas alternativas y condiciones que permita combinar los factores productivos, se identificará mediante la cuantificación y proyección en el tiempo para la confección de esas prendas masculinas.

Tener un conocimiento claro sobre el proceso productivo y la combinación de los factores que intervienen en la producción: mano de obra, maquinaria, materia prima, materiales indirectos, entre otros., permitirá a la mejor distribución de la empresa en su instalación y montaje en cada uno de los procesos productivos, de manera que se pueda aprovechar el espacio disponible de forma óptima, lo cual

permitirá a su vez, optimizar el tiempo del trabajo en la planta con las maquinarias y el personal respectivo.

4.5.1 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO PRODUCTIVO

En la descripción del proceso productivo se utilizará los diferentes diagramas de proceso de la prenda que se va a producir, de forma que permita una adecuada combinación entre los insumos y las materias primas en determinada cantidad para la prenda masculina.

Resulta conocer que se necesita para la elaboración de cada camiseta:

El trazo. Se delinea de forma gráfica en un papel o cartón, mediante el uso correcto de las reglas, plantillas de espalda, frente, mangas, etc.

Las plantillas. Son aquellas piezas o trazos base elaboradas en cartón, sin pestañas útiles para la transformación y elaboración de patrones o moldes.

El corte. A la tela se la separa en piezas, usando tijeras o cortadoras eléctrica, las cuales conforman en su conjunto una prenda de vestir en su totalidad, también se refiere a cuando se tiene un diseño bien definido; es decir, a la forma en como está hecho la prenda de vestir.

La confección. Corresponde al arte de unir las piezas de tela que fueron previamente cortadas, a través de costuras. Para la confección en serie se disponen de máquinas especiales para cada operación; se debe seleccionar la máquina adecuada para la elaboración de cada prenda. La utilización correcta de la maquinaria puede llevar al éxito de la producción en la empresa.

La transformación. Es aquella que permite la aplicación de cortes para los moldes, de acuerdo a un diseño en especial o diferenciado. Este proceso es común que se realice de forma manual ayudado mediante reglas, escuadras, compases y lápices.

A continuación el proceso general de Producción de las Camisetas:

Tabla 25 Pasos en la elaboración de las camisetas

Proceso de Producción de las Camisetas	
Pasos	
1	La compra de la materia prima
2	Confección de los patrones
3	Cortar y confeccionar el papel como patrón
4	Doblar la tela según la talla de la camiseta
5	Realizar el trazado en la tela de los patrones
6	Proceder a cortar la tela
7	La preparación de los materiales, maquinarias y equipos
8	La clasificación de los materiales
9	Preparación de las piezas
10	Proceso de preparación de las piezas cortadas
11	Interpretación de la orden de producción de la camiseta
12	Unión de las piezas cortadas
13	Elaboración de la camiseta
14	Terminado de las prenda.
15	Realizar los dobladillos a la prenda
16	Adornar o estampar alguna preferencia del
17	Verificar la prenda confeccionada
18	Deshebrar la prenda para alcanzar un terminado de calidad
19	Planchar la prenda confeccionada
20	Doblar la prenda confeccionada
21	Empacar la prenda confeccionada
22	Sellar la prenda confeccionada
23	Camiseta como producto terminado
24	Entrega del pedido solicitado

Fuente: Investigación
Elaborado por: Edison Montaluisa

4.5.2 TECNOLOGÍA, HERRAMIENTAS Y MAQUINARIAS

Se utilizará maquinarias de última tecnología existente en el mercado, construidas para desarrollar cada paso del proceso de confección, específicamente máquina de OVERLOCK, recubridora, recta, elasticadora, bordadora, planchadora,

las cuales garantizaran la calidad y rapidez en la confección de las prendas masculinas.

Las maquinarias, equipos y herramientas se listarán en cada una de las áreas: producción, administración y ventas, tal y como se describen en el epígrafe siguientes.

Herramientas

La cinta métrica: No puede faltar dentro de un departamento de diseño, trazo o elaboración de patrones, su uso es para la toma de medidas, aunque se tenga la talla de tallas, que encuentra medidas correctas, el diseñador debe utilizar la imaginación en cada nueva creación. Se puede utilizar la cinta métrica en cualquier área de trabajo y de la vida.

La regla L: Es una escuadra de 90 grados, se utiliza para los trazos en ángulos rectos, tiene una configuración de rectángulo y permite trazos de líneas paralelas, a través del uso correcto de la misma.

La regla curva sastre: La misma permite que se rectifique los costados del talle.

La regla curva francesa: Esta regla permite configurar escotes, frentes, espaldas, etc.

Las tijeras: En un departamento de diseño y durante el proceso general de confección de una prenda, se deben tener tijeras especiales para cada actividad como son:

- ❖ Tijeras para cortar tela en recto
- ❖ Tijeras para cortar papel
- ❖ Tijeras para cortar hebras
- ❖ Tijeras para cortar en zigzag

Las gredas para marcar: Es un tipo de marcador que se usa para delinear los contornos de los moldes o patrones sobre la tela, cuando se van a elaborar las muestras.

El papel: Es igualmente de necesario e importante al igual que las reglas, tijeras y alfileres. Es donde se moldean los trazos y los patrones. Además se utiliza para poder desarrollar las planillas base, las transformaciones y los patrones.

4.5.3 MÁQUINAS, HERRAMIENTAS Y EQUIPOS EN EL ÁREA DE PRODUCCIÓN

El área de trazo y corte se realizarán los patrones para la confección de las camisetas.

Se necesita

1 mesa de corte, herramientas como: regla, gredas para marcar, tijeras, papel, cinta métrica.



Ilustración 16 Mesa de Corte
Fuente: (Imágenes Google, 2016)

Máquina cortadora.



Ilustración 18 Máquina Cortadora

Fuente: (Imágenes Google, 2016)

Motor de alta potencia, con buen balanceo cortadora de tela 4 pulgadas,
modelo: v-t100, marca: vanny.

Especificación.- Longitud: 42 cm, Ancho: 17cm, Altura: 33 cm, Peso: 35 kg.,
Voltaje: 220 voltios.

Luego pasa a la unión de piezas se traslada a la:

Máquina OVERLOCK



Ilustración 20 Máquina OVERLOK

Fuente: (Imágenes Google, 2016)

Esta máquina cuenta con 5 hilos de trabajo mediano para la producción de
trabajo industrial a gran capacidad de respuesta con lubricación automática y

diferencial cambio de puntada mediante un botón es de alta velocidad y su diseño y calidad lo diferencian de las otras máquinas. Sus características son: Longitud: 42 cm, Ancho: 140 cm, Altura: 135 cm, Peso: 50 kg, Voltaje: 220 voltios.

Máquina recubridora



Ilustración 22 Máquina recubridora

Fuente: (Imágenes Google, 2016)

Corta el hilo automáticamente. Triplica la productividad. Utiliza el 30 % menos de hilo, Motor servo Velocidad máxima: 6.000 ppm, el Largo de puntada: 0.7-1.3 mm, su Altura del pie: 5 mm Características Longitud: 40 cm, Ancho: 145 cm, Altura: 125 cm, Peso: 100 kg., Voltaje: 220 voltios.

Máquina recta.



Ilustración 24 Máquina recta.

Fuente: (Imágenes Google, 2016)

Presenta un mecanismo muy especial para coser de forma suave, con puntadas excelentes en una perfecta operación de costura superior e inferior, alta velocidad. Características Longitud: 100cm, Ancho: 157 cm, Altura: 135 cm, Voltaje: 220 voltios

Posteriormente pasa a la

Máquina bordadora.



Ilustración 26 Máquina bordadora.

Fuente: (Imágenes Google, 2016)

La máquina permite realizar bordados sobre prendas de manera fácil y rápida, con imágenes nítidas y muy personalizadas. Características Longitud: 45cm; Ancho: 145 cm; Altura: 160 cm; Peso: 50 kg., Voltaje: 220 voltios

Prosigue al área de planchado industrial.

Plancha industria



Ilustración 28 Plancha Industrial

Fuente (Imágenes Google, 2016)

Posee dos potentes quemadores tipo H, plancha en placa y rolada en frío, es de acero inoxidable, permite planchar de manera fácil y rápida en la prenda. Características voltaje de 220v, potencia eléctrica 3 KW, peso 180kg.

Los muebles y enseres

2 Mesa desarmable de corte módulo de 1.4 * 2.

5 Basureros marca AMBASSADOR.

5 Silla giratoria sin brazos (metálica color negro CUERINA expandible).

4.5.4 AREAS DE ADMINISTRACIÓN

Muebles de Oficina

3 Escritorios de madera (atención al cliente, con tres cajones)

1 Archivador metálico, 3 gavetas

1 mesa redonda color café

1 Silla giratoria con brazos (metálica color negro CUERINA expandible).

1 Archivador metálica

Equipos de Computación

2 Computadoras con memoria RAM 4 GB, disco duro 320 GB. Marca VAIO

1 Impresora marca SAMSUNG multifuncional

Equipos de Oficina

1 Calculadora marca CASIO.

1 Teléfono inalámbrico marca PHILIPS.

4 Basureros marca AMBASSADOR.

4.5.5 ÁREAS DE VENTAS

Muebles para Ventas

1 Escritorio metálico con 3 cajones, de 140 * 80 cm

1 Silla giratoria con brazos (metálica color negro CUERINA expandible).

1 Archivador metálico, 3 gavetas.

2 Estantería metálica

3 vitrinas mixtas metálicas – vidrio

4 maniqués.

1 mostrador de medias

1 Basurero marca AMBASSADOR.

Equipos de Computación

2 Computadoras con memoria RAM 4 GB, disco duro 320 GB. marca VAIO

1 Impresora marca SAMSUNG multifuncional

1 Sumadora marca CASIO.

4.6 MATERIALES.

Se realizó el balance de materia primas y materiales para la confección de las camisetas informales de acuerdo a la cantidad de producción diaria; las materias

primas que se utilizarán para la confección de las mismas son: la telas, hilos, elásticos, diferentes materiales 100 % poliéster, impermeables, semipermeables, algodón de acuerdo al gusto del cliente.

Tela.- La tela a comprar para la confección de las camisetas varía según las expectativas de los clientes.

Se presenta a continuación el balance de los materiales directos e indirectos en base a la producción diaria, quedando de la siguiente forma: Lo único que cambia es la tela

Tabla 26 Balance de materiales

	Unidad	Necesidad de materiales	Plan de producción	Total
Materia Prima				
Polyester	metros	0,50	24	12
Materia Prima Indirecta				
Hilo	gramos	0,1	24	2.4
Etiqueta	unidad	1	24	24

Fuente: Investigación
Elaborado por Edison Montaluisa

4.7 NECESIDADES DEL PERSONAL

Para llevar a cabo el proceso de producción de las camisetas informales se han determinado diferentes puestos de trabajo, que se necesita para la producción y comercialización de las mismas, cabe recalcar que algunas personas pueden realizar algunas actividades similares, para ello deberán tener bastos conocimientos en el manejo de las máquinas industriales y conocimientos en la confección de la ropa masculina, específicamente en las camisetas informales. .

Tabla 27 Clasificación del puesto de trabajo

Puesto Laboral	Cantidad
Área de Patronaje	1 Operador de Diseño
Área de trazo y corte	
Área de unión de piezas	5 Operarios de Corte y Confección de la prendas
Área de Planchado y Bordado	
Área de Control de la Calidad	
TOTAL	6 Operarios

Fuente: Investigación

Elaborado por: Edison Montaluisa

Área Administrativa

Tabla 28 Área Administrativa

Puesto Laboral	Cantidad
Área administrativa	1 Gerente General
	1 Contador – Financiero
TOTAL	2 PERSONAS

Fuente: Investigación

Elaborado por: Edison Montaluisa

ÁREA DE VENTA

Tabla 29 Área de venta

Puesto Laboral	Cantidad
Área de venta	1 Vendedor
TOTAL	1 PERSONA

Fuente: Investigación

Elaborado por: Edison Montaluisa

4.8 DISTRIBUCIÓN DE LAS ÁREAS DE LA EMPRESA

Para una correcta distribución del equipo en la empresa corresponde realizar la distribución de las máquinas, los materiales y los servicios complementarios que cubran de la mejor manera posible a las necesidades del proceso productivo y asegure los menores

costos, a su vez la más alta productividad, sin que se descuiden las condiciones óptimas de seguridad y bienestar del personal.

Tabla 30 Distribución de las áreas

NO.	ÁREA	MEDIDAS	SUPERFICIE
Producción			
1	Bodega de materias prima	4m x 5m	20m ²
2	Patronaje	4m x 3m	12m ²
3	Trazo y corte	4m x 5m	20m ²
4	Unión de piezas y rematado	4m x 4m	16m ²
5	Bordado	4m x 5m	20m ²
6	Embalaje	4m x 5m	20m ²
7	Almacenamiento de producto terminado	5m x 5m	25m ²
Sub Total			133 m²
Administrativa y Venta			
1	Oficina Gerencia General	3m x 3m	9m ²
2	Oficina Contador Financiero	3m x 3m	9m ²
3	Secretaría	3m x 3m	9m ²
4	Oficina Producción	3m x 3m	9m ²
5	Almacén	4m x 5m	20m ²
6	Baño	3m x 2m	6m ²
Sub Total			62 m²
TOTAL			192 m²

Fuente: Investigación
Elaborado por: Edison Montaluisa

CAPÍTULO V

ESTUDIO FINANCIERO

5.1 BASE CONCEPTUAL

Se entiende por estudio financiero: (Zona Econòmica, 2012)

El estudio financiero es una parte fundamental de la evaluación de un proyecto de inversión. El cual puede analizar un nuevo emprendimiento, una organización en marcha, o bien una nueva inversión para una empresa, como puede ser la creación de una nueva área de negocios, la compra de otra empresa o una inversión en una nueva planta de producción.

5.2 INVERSIÓN INICIAL

Tabla 31 Inversión Inicial

CONCEPTO		VALOR	
1.	INVERSIÓN FIJA		\$ 13.372,00
	Área de producción		
	Maquinaria y Equipo	\$ 7.150,00	
	Muebles y Enseres	1.125,00	
	Área de administración		
	Muebles y Enseres	951,00	
	Equipos de Oficina	73,00	
	Equipos de Computación	2.030,00	
	Área de ventas		
	Muebles y Enseres	1.313,00	
	Equipo de Computación	730,00	
2.	ACTIVOS DIFERIDOS		9.474,00
3.	CAPITAL DE TRABAJO		13.268,87
	TOTAL DE PLAN DE INVERSIONES		\$ 36.114,87

Fuente: Investigación
Elaborado por: Edison Montaluisa

5.2.1 INVERSIÓN FIJA

La inversión fija es todas las inversiones productivas que la empresa necesita para funcionar, como recursos, son dentro de los tangibles: muebles y enseres, maquinarias y equipos, etc. y de los no tangibles gastos de estudios, patente municipal, gasto de constitución, etc., que van a estar sujetos a la depreciación en el transcurso del tiempo.

Para este proyecto la inversión inicial en activos fijos será de USD conformada por:

Tabla 32 Inversión Fija

DETALLE	VALOR TOTAL
Maquinaria y Equipo, Área Producción	\$ 7.150,00
Muebles y Enseres, Área Producción	1.125,00
Muebles y Enseres, Área Administrativa	951,00
Equipos de Oficina, Área Administrativa	73,00
Equipos de Computación, Área Administrativa	2.030,00
Muebles y Enseres, Área Ventas	1.313,00
Equipo de Computación, Área Ventas	730,00
TOTAL	\$ 13.372,00

Fuente: Investigación
Elaborado por: Edison Montaluisa

5.2.2 INVERSIÓN DIFERIDA

Tabla 33 Inversión Diferida

CONCEPTO	VALOR
(Área de Producción)	4.324,00
(Área de Administrativa)	1.950,00
(Área de Ventas)	260,00
Estudio de Factibilidad	850,00
Patente Municipal	30,00
Permiso de Funcionamiento	30,00
Trámites de Constitución	2.030,00
TOTAL	9.474,00

Fuente: Investigación
Elaborado por: Edison Montaluisa

5.2.3 CAPITAL DE TRABAJO

Corresponde al monto de dinero que requiere el inversionista para la operación normal de la empresa, hasta que el proyecto genere sus ingresos propios.

Este capital le permitirá cubrir los costos y gastos que necesita la producción y la comercialización de las camisetas informales masculinas como es: materia prima, mano de obra, costos indirectos de fabricación, gastos administración y ventas.

Se utilizará el método de desfase para realizar el cálculo de los costos y gastos que están relacionados con las operaciones al inicio del proyecto para saber el monto de dinero que será necesario disponer para enfrentar estas obligaciones.

Este método de Desfase consiste en determinar el monto de los costos de operación que deben financiarse desde el primer pago por la adquisición de la materia prima hasta el momento en el que se reciba el ingreso por la venta del producto, que se destinará a financiar el período de desfase

En la aplicación del método se debe utilizar los costos, gastos, depreciaciones y amortizaciones anuales, el costo se divide entre el número de días que tiene el año, se obtiene de esta operación un costo de producción promedio día que se multiplica a su vez por los días del ciclo de vida del producto que se calculó en 30 días, como resultado final se obtiene el monto de la inversión que se precisa para financiar la primera producción de la empresa.

Finalmente podemos observar que el capital de trabajo necesario es de: \$ 13.268,87

5.2.4 FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

Tabla 34 FINANCIAMIENTO

FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO			
DETALLE	RECURSOS PROPIOS	CRÉDITO	TOTAL
Inversión fija	\$ 9.000,00	\$ 4.372,00	\$ 13.372,00
Inversión Diferida		9.474,00	9.474,00
Capital de Trabajo		13.268,87	13.268,87
TOTAL	9.000,00	27.120,87	36.114,87
PORCENTAJE	24,92%	75,08	100,00%

Fuente: Investigación
Elaborado por: Edison Montaluisa

5.3 PRESUPUESTO DE COSTO, GASTOS E INGRESOS

5.3.1 COSTO DE PRODUCCIÓN

Se denomina costo a aquel egreso o erogación que se efectúa y que es necesario para fabricar un producto, cuya característica es la de convertir en un valor recuperable, ya que se ha considerado la tasa de promedio de inflación que incidirá en los presupuestos de costos y gastos de cada período planificado del proyecto tal y como se muestra a continuación:

Tabla 35 Costo de Producción

COSTO DE PRODUCCIÓN					
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS DIRECTOS	110.889,40	121.337,00	132.692,56	145.033,68	158.458,90
MATERIAS PRIMAS	89.596,00	98.555,60	108.411,16	119.252,28	131.177,50
MOD	21.293,40	22.781,40	24.281,40	25.781,40	27.281,40
GASTOS DE FABRICACIÓN	23.601,49	26.016,53	27.933,11	29.984,62	32.192,51
MATERIALES INDIRECTOS	11.717,42	12.889,16	14.178,08	15.595,89	17.155,47
MANO DE OBRA INDIRECTA	8.302,56	9.361,32	9.838,77	10.316,22	10.793,67
ENERGÍA	1.152,00	1.180,80	1.209,60	1.238,40	1.267,20
AGUA	465,60	524,16	586,60	658,65	725,31
ÚTILES DE LIMPIEZA	209,40	219,84	230,64	242,16	254,16
EMBALAJE (fundas plásticas)	178,00	212,29	248,52	278,02	325,46
DEPRECIACIÓN	827,50	827,50	827,50	827,50	827,50
MANTENIMIENTO	25,36	26,07	26,79	27,50	28,22
SEGUROS	331,00	297,90	264,80	231,70	198,60
ARRIENDO	200,00	220,00	221,00	221,05	221,10
SUMINISTROS BÁSICOS	192,65	257,49	300,81	347,53	395,82
TOTAL COSTO PRODUCCIÓN	134.490,89	147.353,53	160.625,67	175.018,30	190.651,41

Fuente: Investigación

Elaborado por: Edison Montaluisa

5.3.2 MATERIA PRIMA DIRECTA

La materia prima directa es el elemento básico que se somete a transformación con la finalidad de obtener el producto terminado y se caracteriza por ser parte fundamental de la producción de la empresa.

Sobre la base de los resultados obtenidos en las encuestas realizadas sobre la materia prima, para cada segmento de mercado se llegó a concluir que los hombres entre 14 a 27 años edad compran camisetas informales que sea de materia prima tipo poliéster, de algodón y Cotton.

5.3.3 MATERIALES INDIRECTOS

En los materiales indirectos se consideran elementos complementarios en la fabricación de un producto, en este caso para la confección de las camisetas informales masculinas. Se estima un gasto de materiales indirectos de un 40% de los gastos de materiales directos.

5.3.4 MANO DE OBRA DIRECTA

En la mano de obra directa se considera al trabajo humano necesario en la transformación directa a la materia prima hasta lograr el producto terminado, es decir es un costo que se incorpora totalmente al producto final y se relaciona de forma directa con el número de unidades producidas.

Tabla 36 Promedio Salario Básico Unificado

Año 1											
NÚMERO DE OPERARIOS	DE CARGO	SUELDO MENSUAL	SUELDO TOTAL ANUAL POR TRABAJADOR	APORTE PATRONAL 12,15	FONDO DE RESERVA	13RO SUELDO	14 VO SUELDO	VACACIONES	TOTAL BENEFICIOS	TOTAL SUELDO MAS BENEFICIO SOCIAL	TOTAL AÑO
6	Operarios	354,89	3.548,90	43,11		27,3	25,35	12,68	108,44	463,33	21.293,40
Año 2											
NÚMERO DE OPERARIOS	DE CARGO	SUELDO MENSUAL	SUELDO TOTAL ANUAL POR TRABAJADOR	APORTE PATRONAL 12,15	FONDO DE RESERVA	13MO SUELDO	14 VO SUELDO	VACACIONES	TOTAL BENEFICIOS	TOTAL SUELDO MAS BENEFICIO SOCIAL	TOTAL AÑO
6	Operarios	379,69	3.796,90	46,13	49,36	49,36	53,16	26,58	224,59	604,28	22.781,40
Año 3											
NÚMERO DE OPERARIOS	CARGO	SUELDO MENSUAL	SUELDO TOTAL ANUAL POR TRABAJADOR	APORTE PATRONAL 12,15	FONDO DE RESERVA	13MO SUELDO	14 VO SUELDO	VACACIONES	TOTAL BENEFICIOS	TOTAL SUELDO MAS BENEFICIO SOCIAL	TOTAL AÑO
6	Operarios	404,69	4.046,90	49,17	52,61	52,61	56,66	28,33	239,37	644,06	24.281,40
Año 4											
NÚMERO DE OPERARIOS	CARGO	SUELDO MENSUAL	SUELDO TOTAL ANUAL POR TRABAJADOR	APORTE PATRONAL 12,15	FONDO DE RESERVA	13MO SUELDO	14 VO SUELDO	VACACIONES	TOTAL BENEFICIOS	TOTAL SUELDO MAS BENEFICIO SOCIAL	TOTAL AÑO
6	Operarios	429,69	4.296,90	52,21	55,86	55,86	60,16	30,08	254,16	683,85	25.781,40
Año 5											
NÚMERO DE OPERARIOS	CARGO	SUELDO MENSUAL	SUELDO TOTAL ANUAL POR TRABAJADOR	APORTE PATRONAL 12,15	FONDO DE RESERVA	13MO SUELDO	14 VO SUELDO	VACACIONES	TOTAL BENEFICIOS	TOTAL SUELDO MAS BENEFICIO SOCIAL	TOTAL AÑO
6	Operarios	454,69	4.546,90	55,24	59,11	59,11	63,66	31,83	268,95	723,64	27.281,40

Fuente: Investigación
Elaborado por: Edison Montaluiza

5.3.5 GASTOS DE FABRICACIÓN

Se consideran como gastos de fabricación a aquellos que interviene de una manera indirecta en la producción de ropa cada una de las prendas masculinas que a ser confeccionadas.

Tabla 37 Gastos de Fabricación

GASTOS DE FABRICACIÓN					
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MATERIALES INDIRECTOS	11.717,42	12.889,16	14.178,08	15.595,89	17.155,47
MANO OBRA INDIRECTA	8.302,56	9.361,32	9.838,77	10.316,22	10.793,67
ENERGÍA ELECTRICA	1.152,00	1.180,80	1.209,60	1.238,40	1.267,20
AGUA	465,60	524,16	586,60	658,65	725,31
ÚTILES DE LIMPIEZA	209,40	219,84	230,64	242,16	254,16
EMBALAJE	178,00	212,29	248,52	278,02	325,46
DEPRECIACIÓN	827,50	827,50	827,50	827,50	827,50
MANTENIMIENTO	25,36	26,07	26,79	27,50	28,22
SEGUROS	331,00	297,90	264,80	231,70	198,60
ARRIENDO	200,00	220,00	221,00	221,05	221,10
SUMINISTROS VARIOS	192,65	257,49	300,81	347,53	395,82
TOTAL	23.601,49	26.016,53	27.933,11	29.984,62	32.192,51

Fuente: Investigación
Elaborado por: Edison Montaluisa

5.3.6 MANO DE OBRA INDIRECTA

La mano de obra indirecta está relacionada con el esfuerzo humano, que se encarga de vigilar y de supervisar el proceso productivo, sin intervenir de manera directa en la transformación de la materia prima que se utiliza en el proceso productivo.

Seguidamente se expresa la mano de obra indirecta que contratará al Jefe de Producción para la empresa, remunerado con todos los beneficios de ley ecuatoriana.

Tabla 38 Mano de Obra Indirecta

Año 1											
NÚMERO DE OPERARIOS	CARGO	SUELDO MENSUAL	SUELDO TOTAL ANUAL POR	APORTE PATRONAL 12,15	FONDO DE RESERVA	13RO SUELDO	14 VO SUELDO	VACACIONES	TOTAL BENEFICIOS	TOTAL SUELDO MAS BENEFICIO	TOTAL AÑO
1	Jefe de Producción	475	3.548,90	43,11		27,3	25,35	12,68	108,44	583,44	8.302,56
Año 2											
NÚMERO DE OPERARIOS	CARGO	SUELDO MENSUAL	SUELDO TOTAL ANUAL POR TRABAJADOR	APORTE PATRONAL 12,15	FONDO DE RESERVA	13MO SUELDO	14 VO SUELDO	VACACIONES	TOTAL BENEFICIOS	TOTAL SUELDO MAS BENEFICIO SOCIAL	TOTAL AÑO
1	Jefe de Producción	500	5.000,00	60,75	65,00	49,36	70,00	35,00	280,11	780,11	9.361,32
Año 3											
NÚMERO DE OPERARIOS	CARGO	SUELDO MENSUAL	SUELDO TOTAL ANUAL POR TRABAJADOR	APORTE PATRONAL 12,15	FONDO DE RESERVA	13MO SUELDO	14 VO SUELDO	VACACIONES	TOTAL BENEFICIOS	TOTAL SUELDO MAS BENEFICIO SOCIAL	TOTAL AÑO
1	Jefe de Producción	525	4.046,90	63,79	52,61	68,25	73,50	36,75	294,90	819,90	9.838,77
Año 4											
NÚMERO DE OPERARIOS	CARGO	SUELDO MENSUAL	SUELDO TOTAL ANUAL POR TRABAJADOR	APORTE PATRONAL 12,15	FONDO DE RESERVA	13MO SUELDO	14 VO SUELDO	VACACIONES	TOTAL BENEFICIOS	TOTAL SUELDO MAS BENEFICIO SOCIAL	TOTAL AÑO
1	Jefe de Producción	550	4.296,90	66,83	55,86	71,50	77,00	38,50	309,69	859,69	10.316,22
Año 5											
NÚMERO DE OPERARIOS	CARGO	SUELDO MENSUAL	SUELDO TOTAL ANUAL POR TRABAJADOR	APORTE PATRONAL 12,15	FONDO DE RESERVA	13MO SUELDO	14 VO SUELDO	VACACIONES	TOTAL BENEFICIOS	TOTAL SUELDO MAS BENEFICIO SOCIAL	TOTAL AÑO
1	Jefe de Producción	575	4.546,90	69,86	59,11	74,75	80,50	40,25	324,47	899,47	10.793,67

Fuente: Investigación
Elaborado por: Edison Montaluisa

5.3.7 CONSUMO DE AGUA

El consumo del servicio básico de agua en el área de producción es el siguiente:

Tabla 39 Consumo de agua

AÑOS	CONSUMO MENSUAL M3	CONSUMO ANUAL M3	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
1	40	480	0,97	38,8	465,6
2	41,6	499,2	1,05	43,68	524,16
3	43,26	519,12	1,13	48,88	586,6
4	44,99	539,88	1,22	54,89	658,65
5	45,79	561,53	1,32	60,44	725,31

Fuente: Investigación

Elaborado por: Edison Montaluisa

Tabla 40 Consumo de la energía eléctrica

Año 1						
No.	MAQUINARIAS Y EQUIPOS	CANTIDAD DE VOLTIOS POR MAQUINA	COSTO UNITARIO	CONSUMO SEMANAL KW/H	CONSUMO MENSUAL KW/H	CONSUMO ANUAL KW/H
1	Máquina de coser OVERLOCK	110	0,079	0,4	12	144,00
1	Máquina de coser Recubridora	110	0,079	0,4	12	144,00
1	Máquina coser recta	110	0,079	0,4	12	144,00
1	Máquina de coser elasticadora	110	0,079	0,4	12	144,00
1	Maquina Bordadora	110	0,079	0,4	12	144,00
1	Plancha	110	0,079	0,4	12	144,00
1	Cortadora de tela	110	0,079	0,4	12	144,00
1	Iluminación área de producción	110	0,079	0,4	12	144,00
TOTAL						1.152,00
Año 2						
No.	MAQUINARIAS Y EQUIPOS	CANTIDAD DE VOLTIOS POR MAQUINA	COSTO UNITARIO	CONSUMO SEMANAL KW/H	CONSUMO MENSUAL KW/H	CONSUMO ANUAL KW/H
1	Máquina de coser OVERLOCK	110	\$ 0,08	0,41	\$ 12,30	147,60
1	Máquina de coser Recubridora	110	\$ 0,08	0,41	\$ 12,30	147,60
1	Máquina coser recta	110	\$ 0,08	0,41	\$ 12,30	147,60
1	Máquina de coser elasticadora	110	\$ 0,08	0,41	\$ 12,30	147,60
1	Maquina Bordadora	110	\$ 0,08	0,41	\$ 12,30	147,60
1	Plancha	110	\$ 0,08	0,41	\$ 12,30	147,60
1	Cortadora de tela	110	\$ 0,08	0,41	\$ 12,30	147,60
1	Iluminación área de producción	110	\$ 0,08	0,41	\$ 12,30	147,60
TOTAL						1.180,80
Año 3						
No.	MAQUINARIAS Y EQUIPOS	CANTIDAD DE VOLTIOS POR MAQUINA	COSTO UNITARIO	CONSUMO SEMANAL KW/H	CONSUMO MENSUAL KW/H	CONSUMO ANUAL KW/H
1	Máquina de coser OVERLOCK	110	\$ 0,083	0,42	\$ 12,60	151,20
1	Máquina de coser Recubridora	110	\$ 0,083	0,42	\$ 12,60	151,20
1	Máquina coser recta	110	\$ 0,083	0,42	\$ 12,60	151,20
1	Máquina de coser elasticadora	110	\$ 0,083	0,42	\$ 12,60	151,20
1	Maquina Bordadora	110	\$ 0,083	0,42	\$ 12,60	151,20
1	Plancha	110	\$ 0,083	0,42	\$ 12,60	151,20
1	Cortadora de tela	110	\$ 0,083	0,42	\$ 12,60	151,20
1	Iluminación área de producción	110	\$ 0,083	0,42	\$ 12,60	151,20
TOTAL						1.209,60

Año 4						
No.	MAQUINARIAS Y EQUIPOS	CANTIDAD DE VOLTIOS POR MAQUINA	COSTO UNITARIO	CONSUMO SEMANAL KW/H	CONSUMO MENSUAL KW/H	CONSUMO ANUAL KW/H
1	Máquina de coser OVERLOCK	110	\$ 0,085	0,43	\$ 12,90	154,80
1	Máquina de coser Recubridora	110	\$ 0,085	0,43	\$ 12,90	154,80
1	Máquina coser recta	110	\$ 0,085	0,43	\$ 12,90	154,80
1	Máquina de coser elasticadora	110	\$ 0,085	0,43	\$ 12,90	154,80
1	Maquina Bordadora	110	\$ 0,085	0,43	\$ 12,90	154,80
1	Plancha	110	\$ 0,085	0,43	\$ 12,90	154,80
1	Cortadora de tela	110	\$ 0,085	0,43	\$ 12,90	154,80
1	Iluminación área de producción	110	\$ 0,085	0,43	\$ 12,90	154,80
TOTAL						1.238,40
Año 5						
No.	MAQUINARIAS Y EQUIPOS	CANTIDAD DE VOLTIOS POR MAQUINA	COSTO UNITARIO	CONSUMO SEMANAL KW/H	CONSUMO MENSUAL KW/H	CONSUMO ANUAL KW/H
1	Máquina de coser OVERLOCK	110	\$ 0,087	0,44	\$ 13,20	158,40
1	Máquina de coser Recubridora	110	\$ 0,087	0,44	\$ 13,20	158,40
1	Máquina coser recta	110	\$ 0,087	0,44	\$ 13,20	158,40
1	Máquina de coser elasticadora	110	\$ 0,087	0,44	\$ 13,20	158,40
1	Maquina Bordadora	110	\$ 0,087	0,44	\$ 13,20	158,40
1	Plancha	110	\$ 0,087	0,44	\$ 13,20	158,40
1	Cortadora de tela	110	\$ 0,087	0,44	\$ 13,20	158,40
1	Iluminación área de producción	110	\$ 0,087	0,44	\$ 13,20	158,40
TOTAL						1.267,20

Fuente: Investigación

Elaborado por: Edison Montaluisa

5.3.9 CONSUMO DE ÚTILES DE LIMPIEZA

Tabla 41 Consumo en útiles de limpieza

AÑOS	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL ANUAL	TOTAL ANUAL
1	Desinfectante Franklin 1 galón	3,85	46,2	
	Papel absorbente por 12 unidades	7,6	91,2	
	Fundas Plásticas	2,9	34,8	
	Fundas Plásticas Industriales	3,1	37,2	
TOTAL				209,4
AÑOS	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL ANUAL	TOTAL ANUAL
2	Desinfectante Franklin 1 galón	4,04	48,48	
	Papel absorbente por 12 unidades	7,98	95,76	
	Fundas Plásticas	3,05	36,6	
	Fundas Plásticas Industriales	3,25	39	
TOTAL				219,84
AÑOS	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL ANUAL	TOTAL ANUAL
3	Desinfectante Franklin 1 galón	4,24	50,88	
	Papel absorbente por 12 unidades	8,37	100,44	
	Fundas Plásticas	3,2	38,4	
	Fundas Plásticas Industriales	3,41	40,92	
TOTAL				230,64
AÑOS	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL ANUAL	TOTAL ANUAL
4	Desinfectante Franklin 1 galón	4,45	53,4	
	Papel absorbente por 12 unidades	8,79	105,48	
	Fundas Plásticas	3,36	40,32	
	Fundas Plásticas Industriales	3,58	42,96	
TOTAL				242,16
AÑOS	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL ANUAL	TOTAL ANUAL
5	Desinfectante Franklin 1 galón	4,67	56,04	
	Papel absorbente por 12 unidades	9,22	110,64	
	Fundas Plásticas	3,53	42,36	
	Fundas Plásticas Industriales	3,76	45,12	
TOTAL				254,16

Fuente: Investigación

Elaborado por: Edison Montaluisa

5.3.10 EMBALAJES

Tabla 42 Embalajes

AÑOS	ARTICULO	VALOR UNITARIO	REQUERIMIENTO ANUAL	TOTAL ANUAL
1	Fundas plásticas	0,04	4.437,70	178
2	Fundas plásticas	0,041	5.177,76	212,29
3	Fundas plásticas	0,042	5.917,20	248,52
4	Fundas plásticas	0,043	6.465,60	278,02
5	Fundas plásticas	0,044	7.396,80	325,46

Fuente: Investigación

Elaborado por: Edison Montaluiza

5.3.11 DEPRECIACIÓN

La depreciación es considerada como pérdida paulatina del valor de los activos fijos por su desgaste u obsolescencia que se va transfiriendo al producto creado. Para determinar las respectivas depreciaciones de las máquinas y equipos, se utiliza como método el de línea recta, el cual se basa en la determinación de cuotas en proporciones iguales, fijas o constantes en función de la vida útil del equipo.

Tabla 43 Depreciación

	AÑO 1			AÑO 2	AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	VALOR	VIDA ÚTIL	CUOTA DEPRECIACIÓN	VALOR	VALOR	CUOTA DEPRECIACIÓN	VALOR	CUOTA DEPRECIACIÓN	VALOR	CUOTA DEPRECIACIÓN
PRODUCCIÓN										
Maquinas y equipos	7.150,00	10	715,00	7.150,00	7.150,00	715,00	7.150,00	715,00	7.150,00	715,00
Muebles y Enseres	1.125,00	10	112,50	1.125,00	1.125,00	112,50	1.125,00	112,50	1.125,00	112,50
TOTAL Fábrica	8.275,00		827,50	8.275,00	8.275,00	827,50	8.275,00	827,50	8.275,00	827,50

Fuente: Investigación

Elaborado por: Edison Montaluiza

5.3.12 MANTENIMIENTO

Para el mantenimiento para las distintas máquinas y equipos del área de producción se considerara un 2% de su valor

Tabla 44 Mantenimiento

MANTENIMIENTO DE MAQUINARIA				
AÑO	VALOR	DEPRECIACIÓN ANUAL	%	VALOR ANUAL
1	7.150,00	715,00	2	143,00
2	6.435,00	715,00	2	128,70
3	5.720,00	715,00	2	114,40
4	5.005,00	715,00	2	100,10
5	4.290,00	715,00	2	85,80

Fuente: Investigación

Elaborado por: Edison Montaluisa

Tabla 45 Mantenimiento Enseres

MANTENIMIENTO DE ENSERES				
AÑO	VALOR	DEPRECIACIÓN ANUAL	%	VALOR ANUAL
1	1.125,00	112,50	2	22,50
2	1.012,50	112,50	2	20,25
3	900,00	112,50	2	18,00
4	787,50	112,50	2	15,75
5	675,00	112,50	2	13,50

Fuente: Investigación

Elaborado por: Edison Montaluisa

5.3.13 SEGUROS

Es importante la contratación de una póliza de seguros para proteger a la empresa de los riesgos que se pueda exponer en caso de daños de los equipos.

Tabla 46 Seguros por años a las maquinarias

AÑO 1			
SEGUROS MAQUINARIA			
DETALLE	VALOR ADQUISICIÓN	TASA DE SEGURO	VALOR
PRODUCCIÓN MAQUINARIA EQUIPOS	7150	4%	286
TOTAL PRODUCCIÓN			286
AÑO 2			
SEGUROS MAQUINARIA			
DETALLE	VALOR ADQUISICIÓN	TASA DE SEGURO	VALOR
PRODUCCIÓN MAQUINARIA EQUIPOS	6435	4%	257,4
TOTAL PRODUCCIÓN			257,4
AÑO 3			
SEGUROS MAQUINARIA			
DETALLE	VALOR ADQUISICIÓN	TASA DE SEGURO	VALOR
PRODUCCIÓN MAQUINARIA EQUIPOS	5720	4%	228,8
TOTAL PRODUCCIÓN			228,8
AÑO 4			
SEGUROS MAQUINARIA			
DETALLE	VALOR ADQUISICIÓN	TASA DE SEGURO	VALOR
PRODUCCIÓN MAQUINARIA EQUIPOS	5005	4%	200,2
TOTAL PRODUCCIÓN			200,2
AÑO 5			
SEGUROS MAQUINARIA			
DETALLE	VALOR ADQUISICIÓN	TASA DE SEGURO	VALOR
PRODUCCIÓN MAQUINARIA EQUIPOS	4290	4%	171,6
TOTAL PRODUCCIÓN			171,6

Fuente: Investigación

Elaborado por: Edison Montaluisa

Tabla 47 Seguros a los muebles y enseres

AÑO 1			
SEGUROS MUEBLES Y ENSERES			
DETALLE	VALOR ADQUISICIÓN	TASA DE SEGURO	VALOR
MUEBLES Y ENSERES	1125	4%	45
TOTAL PRODUCCIÓN			45
AÑO 2			
SEGUROS MAQUINARIA			
DETALLE	VALOR ADQUISICIÓN	TASA DE SEGURO	VALOR
MUEBLES Y ENSERES	1012,5	4%	40,5
TOTAL PRODUCCIÓN			40,5
AÑO 3			
SEGUROS MAQUINARIA			
DETALLE	VALOR ADQUISICIÓN	TASA DE SEGURO	VALOR
MUEBLES Y ENSERES	900	4%	36
TOTAL PRODUCCIÓN			36
AÑO 4			
SEGUROS MAQUINARIA			
DETALLE	VALOR ADQUISICIÓN	TASA DE SEGURO	VALOR
MUEBLES Y ENSERES	787,5	4%	31,5
TOTAL PRODUCCIÓN			31,5
AÑO 5			
SEGUROS MAQUINARIA			
DETALLE	VALOR ADQUISICIÓN	TASA DE SEGURO	VALOR
MUEBLES Y ENSERES	675	4%	27
TOTAL PRODUCCIÓN			27

Fuente: Investigación

Elaborado por: Edison Montaluisa

5.3.14 SUMINISTROS

Tabla 48 Suministros

ARTÍCULO	UNIDAD MEDIDA	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
		CANTIDAD ANUAL	VALOR UNITARIO	VALOR ANUAL	CANTIDAD ANUAL	VALOR UNITARIO	VALOR ANUAL	CANTIDAD ANUAL	VALOR UNITARIO	VALOR ANUAL	CANTIDAD ANUAL	VALOR UNITARIO	VALOR ANUAL	CANTIDAD ANUAL	VALOR UNITARIO	VALOR ANUAL
Tijeras Indust.	Unidad	7	10	70	8	10,15	81,2	10	10,17	101,7	12	10,19	122,28	14	10,21	142,94
Tizas	Unidad	80	0,15	12	90	0,18	16,2	100	0,2	20	110	0,25	27,5	120	0,3	36
Cinta Métrica	Unidad	7	2,35	16,45	10	2,38	23,8	11	2,4	26,4	12	2,45	29,4	13	2,5	32,5
Juego de Reglas	Unidad	7	11,5	80,5	10	11,65	116,5	11	11,67	128,37	12	11,7	140,4	13	11,73	152,49
Agujas	Cajas	1	1,7	1,7	3	1,78	5,34	4	1,81	7,24	5	1,83	9,15	6	1,85	11,1
Esferos	Unidad	15	0,3	4,5	17	0,31	5,27	19	0,33	6,27	20	0,35	7	21	0,37	7,77
Lapices	Unidad	15	0,5	7,5	17	0,54	9,18	19	0,57	10,83	20	0,59	11,8	21	0,62	13,02
			TOTAL	192,65		TOTAL	257,49		TOTAL	300,81		TOTAL	347,53		TOTAL	395,82

Fuente: Investigación

Elaborado por: Edison Montaluisa

5.4 GASTOS ADMINISTRATIVOS

Tabla 49 Gastos Administrativos

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
REMUNERACIÓN DEL PERSONAL	15491,88	17414,94	18175,5	19085,52	19933,68
ENERGÍA ELECTRICA	126	188	194	205	220,8
TELEFONO	61,5	86,8	112,5	126	152,4
MANTENIMIENTO	61,08	44,42	33,01	24,98	19,1
SUMINISTROS DE OFICINA	546,05	600,29	649,21	702,12	759,34
ÚTILES DE LIMPIEZA	210,3	231,65	250,53	270,95	293,03
SEGUROS	122,16	81,44	54,3	36,2	24,14
DEPRECIACIÓN	302,29	302,29	302,29	302,29	302,29
ARRIENDO	140,63	147,66	150,47	153,29	156,1
AMORTIZACIÓN	4515,03	4515,03	4515,03	4515,03	4515,03
TOTAL	21576,92	23612,52	24436,84	25421,38	26375,91

Fuente: Investigación

Elaborado por: Edison Montaluisa

5.4.1 REMUNERACIÓN

El sueldo que va a percibir cada empleado dependerá del cargo que desempeñe el mismo dentro de la empresa además de los beneficios que la ley otorga.

Tabla 50 Remuneración

Año 1										
NÚMERO DE OPERARIOS	CARGO	SUELDO MENSUAL	APORTE PATRONAL 12,15	FONDO DE RESERVA	13RO SUELDO	14 VO SUELDO	VACACIONES	TOTAL BENEFICIOS	TOTAL SUELDO MAS BENEFICIO SOCIAL	TOTAL AÑO
1	Gerente General	600	72,9		50	24,33	25	172,23	772,23	9.266,76
1	Contador financiero	400	48,6		33,33	24,33	12,5	118,76	518,76	6.225,12
TOTAL		1000	121,5		83,33	48,66	37,5	290,99	1290,99	15.491,88
Año 2										
NÚMERO DE OPERARIOS	CARGO	SUELDO MENSUAL	APORTE PATRONAL 12,15	FONDO DE RESERVA	13RO SUELDO	14 VO SUELDO	VACACIONES	TOTAL BENEFICIOS	TOTAL SUELDO MAS BENEFICIO SOCIAL	TOTAL AÑO
1	Gerente General	625	75,9375	52,08	52,08	26,42	26,04	232,5575	857,5575	10.290,69
1	Contador financiero	425	51,6375	37,5	35,42	26,42	17,71	168,6875	593,6875	7.124,25
TOTAL		1050	127,575	89,58	87,5	52,84	43,75	401,245	1451,245	17.414,94
Año 3										
NÚMERO DE OPERARIOS	CARGO	SUELDO MENSUAL	APORTE PATRONAL 12,15	FONDO DE RESERVA	13RO SUELDO	14 VO SUELDO	VACACIONES	TOTAL BENEFICIOS	TOTAL SUELDO MAS BENEFICIO SOCIAL	TOTAL AÑO
1	Gerente General	650	78,975	54,17	54,17	28,5	27,085	242,9	892,9	10.714,80

	al									
1	Contador financiero	450	54,675	35,42	35,42	28,5	17,71	171,725	621,725	7.460,70
TOTAL		1100	133,65	89,59	89,59	57	44,795	414,625	1514,625	18.175,50
Año 4										
NÚMERO DE OPERARIOS	CARGO	SUELDO MENSUAL	APORTE PATRONAL 12,15	FONDO DE RESERVA	13RO SUELDO	14 VO SUELDO	VACACIONES	TOTAL BENEFICIOS	TOTAL SUELDO MAS BENEFICIO SOCIAL	TOTAL AÑO
1	Gerente General	675	82,0125	56,25	56,25	30,58	28,125	253,2175	928,2175	11.138,61
1	Contador financiero	475	57,7125	39,58	39,58	30,58	19,79	187,2425	662,2425	7.946,91
TOTAL		1150	139,725	95,83	95,83	61,16	47,915	440,46	1590,46	19.085,52
Año 5										
NÚMERO DE OPERARIOS	CARGO	SUELDO MENSUAL	APORTE PATRONAL 12,15	FONDO DE RESERVA	13RO SUELDO	14 VO SUELDO	VACACIONES	TOTAL BENEFICIOS	TOTAL SUELDO MAS BENEFICIO SOCIAL	TOTAL AÑO
1	Gerente General	700	85,05	58,33	58,33	32,67	29,165	263,545	963,545	11.562,54
1	Contador financiero	500	60,75	41,67	41,67	32,67	20,835	197,595	697,595	8.371,14
TOTAL		1200	145,8	100	100	65,34	50	461,14	1661,14	19.933,68

Fuente: Investigación
Elaborado por: Edison Montaluiza

5.4.2 SERVICIOS BÁSICOS

En los servicios básicos del área administrativa se ha considerado Luz Eléctrica y el teléfono.

Tabla 51 Servicios básicos

Año 1						
N o.	ILUMINACIÓN ÁREA ADMINISTRATIVA	CANTIDAD DE VOLTIOS POR MAQUINA	COSTO UNITARIO	CONSUMO SEMANAL KW/H	CONSUMO MENSUAL KW/H	CONSUMO ANUAL KW/H
1	ILUMINACIÓN ÁREA ADMINISTRATIVA	110	\$ 0,079	0,35	\$ 13,50	162,00
TOTAL						162,00
Año 2						
N o.	ILUMINACIÓN ÁREA ADMINISTRATIVA	CANTIDAD DE VOLTIOS POR MAQUINA	COSTO UNITARIO	CONSUMO SEMANAL KW/H	CONSUMO MENSUAL KW/H	CONSUMO ANUAL KW/H
1	ILUMINACIÓN ÁREA ADMINISTRATIVA	110	\$ 0,080	0,38	\$ 15,70	188,40
TOTAL						188,40
Año 3						
N o.	ILUMINACIÓN ÁREA ADMINISTRATIVA	CANTIDAD DE VOLTIOS POR MAQUINA	COSTO UNITARIO	CONSUMO SEMANAL KW/H	CONSUMO MENSUAL KW/H	CONSUMO ANUAL KW/H
1	ILUMINACIÓN ÁREA ADMINISTRATIVA	110	\$ 0,083	0,42	\$ 16,20	194,40
TOTAL						194,40
Año 4						
N o.	ILUMINACIÓN ÁREA ADMINISTRATIVA	CANTIDAD DE VOLTIOS POR MAQUINA	COSTO UNITARIO	CONSUMO SEMANAL KW/H	CONSUMO MENSUAL KW/H	CONSUMO ANUAL KW/H
1	ILUMINACIÓN ÁREA ADMINISTRATIVA	110	\$ 0,087	0,45	\$ 17,10	205,20
TOTAL						205,20
Año 5						

N o.	ILUMINACIÓN ÁREA ADMINISTRATIVA	CANTIDAD DE VOLTIOS POR MAQUINA	COSTO UNITARIO	CONSUMO SEMANAL KW/H	CONSUMO MENSUAL KW/H	CONSUMO ANUAL KW/H
1	ILUMINACIÓN ÁREA ADMINISTRATIVA	110	\$ 0,093	0,49	\$ 18,40	220,80
TOTAL						220,80

Fuente: Investigación

Elaborado por: : Edison Montaluisa

Tabla 52 Gastos de telefonía

AÑOS	COSTO POR MINUTO	CANTIDAD DE MINUTOS	TOTAL ANUAL USD
1	0,05	1230	61,5
2	0,07	1240	86,8
3	0,09	1250	112,5
4	0,1	1260	126
5	0,12	1270	152,4

Fuente: Investigación

Elaborado por: : Edison Montaluisa

5.4.3 MANTENIMIENTO

En el mantenimiento para área administrativa se realizará a los equipos de computación, equipos de oficina, muebles y enseres, se estima un 2% para este concepto.

Tabla 53 Gastos de mantenimiento

MANTENIMIENTO DE EQUIPOS, MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA, ÁREA ADMINISTRATIVA						
AÑO	DETALLE	VALOR	DEPRECIACIÓN ANUAL	%	VALOR ANUAL	TOTAL
1	Equipos de Computación	2.030,00	730,80	2	40,60	61,08
	Muebles y Enseres	951,00	95,10	2	19,02	
	Equipos de Oficina	73,00	7,30	2	1,46	
2	Equipos de Computación	1.299,20	467,71	2	25,98	44,42
	Muebles y Enseres	855,90	95,10	2	17,12	
	Equipos de Oficina	65,70	7,30	2	1,31	
3	Equipos de Computación	831,49	299,34	2	16,63	33,01
	Muebles y Enseres	760,80	95,10	2	15,22	
	Equipos de Oficina	58,40	7,30	2	1,17	
4	Equipos de Computación	532,15	191,57	2	10,64	24,98
	Muebles y Enseres	665,70	95,10	2	13,31	
	Equipos de Oficina	51,10	7,30	2	1,02	
5	Equipos de Computación	340,58	122,61	2	6,81	19,10
	Muebles y Enseres	570,60	95,10	2	11,41	
	Equipos de Oficina	43,80	7,30	2	0,88	

Fuente: Investigación

Elaborado por: : Edison Montaluisa

5.4.4 SUMINISTRO DE OFICINAS.

Los suministros de oficina que se necesitan para el área administrativa son:

Tabla 54 Suministros de oficinas

ARTICULOS	UNIDAD DE MEDIDA	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
		Q/ANUAL	VALOR UNITARIO	VALOR ANUAL												
ARCHIVADORES	UNIDAD	22	2,5	55	23	2,55	58,91	24	2,63	63,71	25	2,71	68,90	27	2,79	74,51
GRAPADORA	UNIDAD	4	5	20	4	5,25	22,05	4	5,41	23,85	5	5,57	25,79	5	5,74	27,89
PAPEL	RESMAS	12	3,5	42	13	3,68	46,31	13	3,79	50,08	14	3,90	54,16	15	4,02	58,57
ESFEROS	UNIDAD	12	0,25	3	13	0,26	3,31	13	0,27	3,58	14	0,28	3,87	15	0,29	4,18
PERFORADORA	UNIDAD	2	6	12	2	6,30	13,23	2	6,49	14,31	2	6,68	15,47	2	6,88	16,74
CLIPS	CAJAS	15	0,3	4,5	16	0,32	4,96	17	0,32	5,37	17	0,33	5,80	18	0,34	6,28
CINTA ADHESIVA	UNIDAD	15	0,25	3,75	16	0,26	4,13	17	0,27	4,47	17	0,28	4,84	18	0,29	5,23
REGLA	UNIDAD	3	0,55	1,65	3	0,58	1,82	3	0,59	1,97	3	0,61	2,13	4	0,63	2,30
PORTACLIPS	UNIDAD	4	1,5	6	4	1,58	6,62	4	1,62	7,15	5	1,67	7,74	5	1,72	8,37
TIJERA	UNIDAD	2	0,6	1,2	2	0,63	1,32	2	0,65	1,43	2	0,67	1,55	2	0,69	1,67
NOTAS POST T	PAQUETES	3	5	15	3	5,25	16,54	3	5,41	17,89	3	5,57	19,34	4	5,74	20,92
TONER	UNIDAD	3	78	234	3	81,90	257,99	3	84,36	279,01	3	86,89	301,75	4	89,49	326,34
SOBRE MANILA	PAQUETES	12	0,1	1,2	13	0,11	1,32	13	0,11	1,43	14	0,11	1,55	15	0,11	1,67
BORRADORES	UNIDAD	2	0,25	0,5	2	0,26	0,55	2	0,27	0,60	2	0,28	0,64	2	0,29	0,70
RESALTADOR	CAJAS	3	2	6	3	2,10	6,62	3	2,16	7,15	3	2,23	7,74	4	2,29	8,37
SELLOS	UNIDAD	4	15	60	4	15,75	66,15	4	16,22	71,54	5	16,71	77,37	5	17,21	83,68
CARPETAS	UNIDAD	70	0,25	17,5	74	0,26	19,29	77	0,27	20,87	81	0,28	22,57	85	0,29	24,41
MARCADORES	UNIDAD	12	4,5	54	13	4,73	59,54	13	4,87	64,39	14	5,01	69,63	15	5,16	75,31
LAPICES	UNIDAD	25	0,35	8,75	26	0,37	9,65	28	0,38	10,43	29	0,39	11,28	30	0,40	12,20
TOTAL				546,05			600,29			649,21			702,12			759,34

Fuente: Investigación

Elaborado por: Edison Montaluisa

5.4.5 CONSUMO ÚTILES DE LIMPIEZA

Los útiles de limpieza necesarios para mantener el área de administrativa en perfectas condiciones de limpieza dentro de la empresa se utilizarán los siguientes.

Tabla 55 Útiles de limpieza

ARTICULOS	UNIDAD DE MEDIDA	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5						
		Q/ANUAL	VALOR UNITARIO	VALOR ANUAL	Q/ANUAL	VALOR UNITARIO	VALOR ANUAL	Q/ANUAL	VALOR UNITARIO	VALOR ANUAL	Q/ANUAL	VALOR UNITARIO	VALOR ANUAL	Q/ANUAL	VALOR UNITARIO	VALOR ANUAL				
RECOGEDOR DE BASURA	UNIDAD	2	3,25	6,5	2	3,32	6,96	2	3,41	7,53	2	3,52	8,14	2	3,62	8,81				
ESCOBA	UNIDAD	3	3	9	3	3,15	9,92	3	3,24	10,73	3	3,34	11,61	4	3,44	12,55				
TRAPEADOR	UNIDAD	3	3,5	10,5	3	3,68	11,58	3	3,79	12,52	3	3,90	13,54	4	4,02	14,64				
BASURERO PLÁSTICO	UNIDAD	3	4,5	13,5	3	4,73	14,88	3	4,87	16,10	3	5,01	17,41	4	5,16	18,83				
TOALLAS	UNIDAD	5	5	25	5	5,25	27,56	6	5,41	29,81	6	5,57	32,24	6	5,74	34,87				
JABÓN	UNIDAD	12	0,75	9	13	0,79	9,92	13	0,81	10,73	14	0,84	11,61	15	0,86	12,55				
PAPEL HIGIÉNICO	PAQUETES	6	10	60	6	10,50	66,15	7	10,82	71,54	7	11,14	77,37	7	11,47	83,68				
DESINFESTANTE FRESKIN GALÓN	UNIDAD	12	4,5	54	13	4,73	59,54	13	4,87	64,39	14	5,01	69,63	15	5,16	75,31				
AMBIENTAL EN CAJA	UNIDAD	12	0,8	9,6	13	0,84	10,58	13	0,87	11,45	14	0,89	12,38	15	0,92	13,39				
FUNDAS PARA LA BASURA	PAQUETES	12	1,1	13,2	13	1,16	14,55	13	1,19	15,74	14	1,23	17,02	15	1,26	18,41				
TOTAL				210,3				231,65				250,53				270,95				293,03

Fuente: Investigación

Elaborado por : Edison Montaluisa

“ APOYAR AL DESARROLLO DE LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CAMISetas INFORMALES PARA HOMBRES, UBICADA PARROQUIA SAN ANTONIO DE PICHINCHA DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2016”

5.4.6 SEGUROS

La contratación de una póliza de seguros es importante para proveer los riesgos de la empresa que se pueda exponer en caso de daños

Tabla 56 Seguros áreas de Administración

AÑO 1				
SEGUROS EQUIPOS COMPUTACIÓN, MUEBLES Y EQUIPOS OFICINA				
DETALLE	VALOR ADQUISICIÓN	TASA DE SEGURO	VALOR ANUAL	TOTAL
ADMINISTRACIÓN				
Equipos de Computación	2030	4%	81,2	122,16
Muebles y enseres	951	4%	38,04	
Equipos de Oficina	73	4%	2,92	
AÑO 2				
SEGUROS EQUIPOS COMPUTACIÓN, MUEBLES Y EQUIPOS OFICINA				
DETALLE	VALOR ADQUISICIÓN	TASA DE SEGURO	VALOR ANUAL	TOTAL
ADMINISTRACIÓN				
Equipos de Computación	1.353,40	4%	54,13604	81,44
Muebles y enseres	634,03	4%	25,361268	
Equipos de Oficina	48,67	4%	1,946764	
AÑO 3				
SEGUROS EQUIPOS COMPUTACIÓN, MUEBLES Y EQUIPOS OFICINA				
DETALLE	VALOR ADQUISICIÓN	TASA DE SEGURO	VALOR ANUAL	TOTAL
ADMINISTRACIÓN				
Equipos de Computación	902,31	4%	36,0924979	54,30
Muebles y enseres	422,71	4%	16,9083574	

“APOYAR AL DESARROLLO DE LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CAMISETAS INFORMALES PARA HOMBRES, UBICADA PARROQUIA SAN ANTONIO DE PICHINCHA DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2016”

Equipos de Oficina	32,45	4%	1,29790756	
AÑO 4				
SEGUROS EQUIPOS COMPUTACIÓN, MUEBLES Y EQUIPOS OFICINA				
DETALLE	VALOR ADQUISICIÓN	TASA DE SEGURO	VALOR ANUAL	TOTAL
ADMINISTRACIÓN				
Equipos de Computación	601,57	4%	24,0628683	36,20
Muebles y enseres	281,82	4%	11,2728019	
Equipos de Oficina	21,63	4%	0,86531497	
AÑO 5				
SEGUROS EQUIPOS COMPUTACIÓN, MUEBLES Y EQUIPOS OFICINA				
DETALLE	VALOR ADQUISICIÓN	TASA DE SEGURO	VALOR ANUAL	TOTAL
ADMINISTRACIÓN				
Equipos de Computación	401,07	4%	16,0427143	24,14
Muebles y enseres	187,89	4%	7,515577	
Equipos de Oficina	14,42	4%	0,57690549	

Fuente: Investigación

Elaborado por: : Edison Montaluisa

5.4.7 DEPRECIACIÓN

Segùn (Financiero Sudl, 2013)

La depreciación es la disminución en el valor de mercado de un bien, la disminución en el valor de un activo para su propietario, o la asignación del costo de uso o demerito de un activo a lo largo de su vida útil (duración).

Tabla 57 Depreciación

DETALLE	AÑO1			AÑO2	AÑO3		AÑO4		AÑO5	
	VALOR	VIDA ÚTIL	CUOTA DEPRECIACIÓN	VALOR						
ADMINISTRACIÓN										
Maquinas y equipos	2.030,00	10	203,00	2.030,00	203,00	2.030,00	203,00	2.030,00	203,00	2.030,00
Muebles y Enseres	971,00	10	97,10	971,00	97,10	971,00	97,10	971,00	97,10	971,00
Equipos de Oficina	73,00	5	2,19	73,00	2,19	73,00	2,19	73,00	2,19	73,00
TOTAL ADMINISTRACIÓN	3.074,00		302,29	3.074,00	302,29	3.074,00	302,29	3.074,00	302,29	3.074,00

Fuente: Investigación

Elaborado por: : Edison Montaluiza

5.5 GASTOS DEL ÁREA DE VENTA

Seguidamente se muestran los gastos que incurrirá la empresa durante los 5 años para dar a conocer el producto en el mercado.

Tabla 58 Gastos de ventas

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
REMUNERACIÓN DEL PERSONAL	5644,45	6445,79	6870,97	7296,16	7721,34
ENERGÍA ELECTRICA	236,64	248,47	260,9	273,94	287,64
TELEFONO	100	140,28	180,81	201,4	242,28
MANTENIMIENTO	40,86	32,98	27,25	22,97	19,68
SUMINISTROS DE OFICINA	261,05	287,34	310,75	336,08	363,47
ÚTILES DE LIMPIEZA	74,15	81,65	88,3	95,5	103,28
SEGUROS	81,72	54,48	36,36	24,22	16,15
DEPRECIACIÓN	204,3	204,3	204,3	204,3	204,3
PUBLICIDAD	1200	1260	1323	1389,15	1458,6
ARRIENDO	50	52,5	53,5	54,5	55,5
EMBALAJE	333	404	473	537	629
TOTAL	8.226,17	9.211,79	9.829,14	10.435,22	11.101,24

Fuente: Investigación

Elaborado por: : Edison Montaluiza

5.5.1 REMUNERACIÓN PERSONAL

La remuneración del personal de ventas se demuestra en la tabla siguiente:

“APOYAR AL DESARROLLO DE LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CAMISETAS INFORMALES PARA HOMBRES, UBICADA PARROQUIA SAN ANTONIO DE PICHINCHA DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2016”

Tabla 59 Remuneración del personal de ventas

NÚMERO DE OPERARIOS	CARGO	SUELDO MENSUAL	APORTE PATRONAL 12,15	FONDO DE RESERVA	13RO SUELDO	14 VO SUELDO	VACACIONES	TOTAL BENEFICIOS	TOTAL SUELDO MAS BENEFICIO	TOTAL AÑO
1	Vendedor	354	43,01		30	28,36	15	116,371	470,371	5.644,45
TOTAL		354	43,011		30	28,36	15	116,371	470,371	5.644,45
Año 2										
NÚMERO DE OPERARIOS	CARGO	SUELDO MENSUAL	APORTE PATRONAL 12,15	FONDO DE RESERVA	13RO SUELDO	14 VO SUELDO	VACACIONES	TOTAL BENEFICIOS	TOTAL SUELDO MAS BENEFICIO	TOTAL AÑO
1	Vendedor	379	46,05	32,70	32,70	30,36	16,35	158,15	537,1492033	6.445,79
TOTAL		379	46,0485	32,70	32,70	30,36	16,35	158,15	537,1492033	6.445,79
Año 3										
NÚMERO DE OPERARIOS	CARGO	SUELDO MENSUAL	APORTE PATRONAL 12,15	FONDO DE RESERVA	13RO SUELDO	14 VO SUELDO	VACACIONES	TOTAL BENEFICIOS	TOTAL SUELDO MAS BENEFICIO	TOTAL AÑO
1	Vendedor	404	49,09	34,85	34,85	32,36	17,43	168,58	572,58	6.870,97
TOTAL		404	49,086	34,85	34,85	32,36	17,43	168,58	572,58	6.870,97
Año 4										
NÚMERO DE OPERARIOS	CARGO	SUELDO MENSUAL	APORTE PATRONAL 12,15	FONDO DE RESERVA	13RO SUELDO	14 VO SUELDO	VACACIONES	TOTAL BENEFICIOS	TOTAL SUELDO MAS BENEFICIO	TOTAL AÑO
1	Vendedor	429	52,12	37,01	37,01	34,37	18,50	179,01	608,01	7.296,16
TOTAL		429	52,1235	34,85	37,01	34,37	18,50	179,01	608,01	7.296,16
Año 5										
NÚMERO DE OPERARIOS	CARGO	SUELDO MENSUAL	APORTE PATRONAL 12,15	FONDO DE RESERVA	13RO SUELDO	14 VO SUELDO	VACACIONES	TOTAL BENEFICIOS	TOTAL SUELDO MAS BENEFICIO	TOTAL AÑO
1	Vendedor	454	55,16	39,17	39,17	36,37	19,58	189,45	643,45	7.721,34
TOTAL		454	55,161	34,85	39,17	36,37	19,58	189,45	643,45	7.721,34

Fuente: Investigación

Elaborado por: : Edison Montaluisa

5.5.2 SERVICIOS BÁSICOS.

En los servicios básicos para el área administrativa se considera la Luz Eléctrica y el teléfono.

“ APOYAR AL DESARROLLO DE LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CAMISETAS INFORMALES PARA HOMBRES, UBICADA PARROQUIA SAN ANTONIO DE PICHINCHA DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2016”

Tabla 60 Gastos de Servicios Básicos

Año 1						
No.	ILUMINACIÓN ÁREA VENTAS	CANTIDAD DE VOLTIOS POR MAQUINA	COSTO UNITARIO	CONSUMO SEMANAL KW/H	CONSUMO MENSUAL KW/H	CONSUMO ANUAL KW/H
1	ILUMINACIÓN ÁREA VENTAS	120	\$ 0,079	0,35	\$ 19,72	236,64
TOTAL						236,64
Año 2						
No.	ILUMINACIÓN ÁREA VENTAS	CANTIDAD DE VOLTIOS POR MAQUINA	COSTO UNITARIO	CONSUMO SEMANAL KW/H	CONSUMO MENSUAL KW/H	CONSUMO ANUAL KW/H
1	ILUMINACIÓN ÁREA VENTAS	125	\$ 0,080	0,38	\$ 20,71	248,47
TOTAL						248,47
Año 3						
No.	ILUMINACIÓN ÁREA VENTAS	CANTIDAD DE VOLTIOS POR MAQUINA	COSTO UNITARIO	CONSUMO SEMANAL KW/H	CONSUMO MENSUAL KW/H	CONSUMO ANUAL KW/H
1	ILUMINACIÓN ÁREA VENTAS	130	\$ 0,083	0,42	\$ 21,74	260,90
TOTAL						260,90
Año 4						
No.	ILUMINACIÓN ÁREA VENTAS	CANTIDAD DE VOLTIOS POR	COSTO UNITARIO	CONSUMO SEMANAL KW/H	CONSUMO MENSUAL KW/H	CONSUMO ANUAL KW/H

“APOYAR AL DESARROLLO DE LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CAMISETAS INFORMALES PARA HOMBRES, UBICADA PARROQUIA SAN ANTONIO DE PICHINCHA DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2016”

		MAQUINA				
1	ILUMINACIÓN ÁREA VENTAS	135	\$ 0,087	0,45	\$ 22,83	273,94
TOTAL						273,94
Año 5						
No.	ILUMINACIÓN ÁREA VENTAS	CANTIDAD DE VOLTIOS POR MAQUINA	COSTO UNITARIO	CONSUMO SEMANAL KW/H	CONSUMO MENSUAL KW/H	CONSUMO ANUAL KW/H
1	ILUMINACIÓN ÁREA VENTAS	140	\$ 0,093	0,49	\$ 23,97	287,64
TOTAL						287,64

Fuente: Investigación
Elaborado por: : Edison Montaluiza

Tabla 61 Gasto de teléfono

AÑOS	COSTO POR MINUTO	CANTIDAD DE MINUTOS	TOTAL ANUAL USD
1	0,05	2000	100
2	0,07	2004	140,28
3	0,09	2009	180,81
4	0,1	2014	201,4
5	0,12	2019	242,28

Fuente: Investigación
Elaborado por: : Edison Montaluiza

5.5.3 MANTENIMIENTO

Se considera para el mantenimiento del área administrativa en equipos de computación y enseres de un 2%.

Tabla 62 Gasto de Mantenimiento

MANTENIMIENTO DE EQUIPOS Y MUEBLES, ÁREA ADMINISTRATIVA					
AÑO	DETALLE	VALOR	DEPRECIACIÓN ANUAL	%	VALOR ANUAL
1	Equipos de Computación	730,00	262,80	2	14,60
	Muebles y Enseres	1.313,00	131,30	2	26,26
2	Equipos de Computación	467,20	168,19	2	9,34
	Muebles y Enseres	1.181,70	118,17	2	23,63
3	Equipos de Computación	299,01	107,64	2	5,98
	Muebles y Enseres	1.063,53	106,35	2	21,27
4	Equipos de Computación	191,37	68,89	2	3,83
	Muebles y Enseres	957,18	95,72	2	19,14
5	Equipos de Computación	122,47	44,09	2	2,45
	Muebles y Enseres	861,46	86,15	2	17,23

Fuente: Investigación
Elaborado por: : Edison Montaluisa

5.5.4 SUMINISTROS DE OFICINA

Los suministros de oficina que son necesarios para el área de venta, se utilizarán en el almacén – ventas son los siguientes:

“ APOYAR AL DESARROLLO DE LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CAMISETAS INFORMALES PARA HOMBRES, UBICADA PARROQUIA SAN ANTONIO DE PICHINCHA DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2016”

Tabla 63 Gasto de Suministro

ARTICULOS	UNDADE MEDIDA	AÑO1			AÑO2			AÑO3			AÑO4			AÑO5		
		Q/ANUAL	VALOR UNITARIO	VALOR ANUAL												
ARCHIVADORES	UNIDAD	6	2,5	15	6,30	2,55	16,07	7	2,63	17,37	7	2,71	18,79	7	2,79	20,32
GRAPADORA	UNIDAD	2	5	10	2,10	5,25	11,08	2	5,41	11,92	2	5,57	12,90	2	5,74	13,95
PAPEL	RESIVAS	8	3,5	28	8,40	3,68	30,87	9	3,79	33,39	9	3,90	36,11	10	4,02	39,05
ESFEROS	UNIDAD	12	0,25	3	13	0,26	3,31	13	0,27	3,58	14	0,28	3,87	15	0,29	4,18
PERFORADORA	UNIDAD	1	6	6	1	6,30	6,62	1	6,49	7,15	1	6,68	7,74	1	6,88	8,37
CLIPS	CAJAS	3	0,3	0,9	3	0,32	0,99	3	0,32	1,07	3	0,33	1,16	4	0,34	1,26
CINTA ADHESIVA	UNIDAD	15	0,25	3,75	16	0,26	4,13	17	0,27	4,47	17	0,28	4,84	18	0,29	5,23
PORTACLIPS	UNIDAD	3	1,5	4,5	3	1,58	4,96	3	1,62	5,37	3	1,67	5,80	4	1,72	6,28
TIJERA	UNIDAD	2	0,6	1,2	2	0,63	1,32	2	0,65	1,43	2	0,67	1,55	2	0,69	1,67
NOTAS POST T	PAQUETES	2	5	10	2	5,25	11,08	2	5,41	11,92	2	5,57	12,90	2	5,74	13,95
TONER	UNIDAD	1	78	78	1	81,90	86,00	1	84,36	98,00	1	86,89	100,58	1	89,49	108,78
BORRADORES	UNIDAD	2	0,25	0,5	2	0,26	0,55	2	0,27	0,60	2	0,28	0,64	2	0,29	0,70
RESALTADOR	CAJAS	3	2	6	3	2,10	6,62	3	2,16	7,15	3	2,23	7,74	4	2,29	8,37
SELLOS	UNIDAD	4	15	60	4	15,75	66,15	4	16,22	71,54	5	16,71	77,37	5	17,21	88,68
CARPETAS	UNIDAD	12	0,25	3	13	0,26	3,31	13	0,27	3,58	14	0,28	3,87	15	0,29	4,18
MARCADORES	UNIDAD	6	4,5	27	6	4,73	29,77	7	4,87	32,19	7	5,01	34,82	7	5,16	37,65
LAPICES	UNIDAD	12	0,35	4,2	13	0,37	4,63	13	0,38	5,01	14	0,39	5,42	15	0,40	5,86
TOTAL				261,05			287,34			310,75			336,08			363,47

Fuente: Investigación
Elaborado por: : Edison Montaluisa

“APOYAR AL DESARROLLO DE LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CAMISETAS INFORMALES PARA HOMBRES, UBICADA PARROQUIA SAN ANTONIO DE PICHINCHA DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2016”

5.5.6 CONSUMO DE ÚTILES DE LIMPIEZA.

Los útiles de limpieza que serán necesarios para mantener el área de ventas en perfectas condiciones de limpieza dentro de la empresa son los siguientes:

Tabla 64 Gasto de útiles de limpieza

ARTÍCULOS	UNIDAD DE MEDIDA	AÑO1			AÑO2			AÑO3			AÑO4			AÑO5		
		Q/ANUAL	VALOR UNITARIO	VALOR ANUAL												
RECOGEDOR DE BASURA	UNIDAD	1	3,25	3,25	1	3,32	3,48	1	3,41	3,76	1	3,52	4,07	1	3,62	4,40
ESCOBA	UNIDAD	2	3	6	2	3,15	6,62	2	3,24	7,15	2	3,34	7,74	2	3,44	8,37
TRAPEADOR	UNIDAD	2	3,5	7	2	3,68	7,72	2	3,79	8,35	2	3,90	9,03	2	4,02	9,76
TOALLAS	UNIDAD	3	5	15	3	5,25	16,54	3	5,41	17,89	3	5,57	19,34	4	5,74	20,92
JABÓN	UNIDAD	6	0,75	4,5	6	0,79	4,96	7	0,81	5,37	7	0,84	5,80	7	0,86	6,28
DESINFESTANTE FRESKUN GALÓN	UNIDAD	6	4,5	27	6	4,73	29,77	7	4,87	32,19	7	5,01	34,82	7	5,16	37,65
AMBIENTAL EN CAJA	UNIDAD	6	0,8	4,8	6	0,84	5,29	7	0,87	5,72	7	0,89	6,19	7	0,92	6,69
FLUNDAS PARA LA BASURA	PAQUETES	6	1,1	6,6	6	1,16	7,28	7	1,19	7,87	7	1,23	8,51	7	1,26	9,20
TOTAL				74,15			81,65			88,30			95,50			108,28

Fuente: Investigación
Elaborado por: : Edison Montaluiza

5.5.7 SEGUROS

Es necesaria la contratación de póliza de seguros para prever daños en los equipos antes riesgos a los que está expuesta la empresa.

Tabla 65 Gastos de seguros

“APOYAR AL DESARROLLO DE LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CAMISETAS INFORMALES PARA HOMBRES, UBICADA PARROQUIA SAN ANTONIO DE PICHINCHA DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2016”

AÑO 1			
SEGUROS EQUIPOS COMPUTACIÓN Y MUEBLES			
DETALLE	VALOR ADQUISICIÓN	TASA DE SEGURO	VALOR ANUAL
VENTAS			
Equipos de Computación	730	4%	29,2
Muebles y enseres	1313	4%	52,52
AÑO 2			
SEGUROS EQUIPOS COMPUTACIÓN Y MUEBLES			
DETALLE	VALOR ADQUISICIÓN	TASA DE SEGURO	VALOR ANUAL
VENTAS			
Equipos de Computación	486,691	4%	19,47
Muebles y enseres	875,38	4%	35,02
AÑO 3			
SEGUROS EQUIPOS COMPUTACIÓN Y MUEBLES			
DETALLE	VALOR ADQUISICIÓN	TASA DE SEGURO	VALOR ANUAL
VENTAS			
Equipos de Computación	324,48	4%	12,98
Muebles y enseres	583,61	4%	23,34
AÑO 4			
SEGUROS EQUIPOS COMPUTACIÓN Y MUEBLES			
DETALLE	VALOR ADQUISICIÓN	TASA DE SEGURO	VALOR ANUAL
VENTAS			
Equipos de Computación	216,33	4%	8,65
Muebles y enseres	389,10	4%	15,56
AÑO 5			
SEGUROS EQUIPOS COMPUTACIÓN Y MUEBLES			
DETALLE	VALOR ADQUISICIÓN	TASA DE SEGURO	VALOR ANUAL

		SEGURO	
VENTAS			
Equipos de Computación	144,23	4%	5,77
Muebles y enseres	259,41	4%	10,38

Fuente: Investigación

Elaborado por: : Edison Montaluisa

5.5.8 DEPRECIACIÓN

Al considerar como pérdida paulatina del valor de los activos fijos por desgaste u obsolescencia, para utilizar las respectivas depreciaciones de muebles y enseres, equipos de computación, se ha utilizado el método de línea recta el cual se basa en la determinación de cuotas proporcionales iguales, fijas o constantes en función de la vida útil de cada uno.

Tabla 66 Depreciación

DETALLE	AÑO1			AÑO2	AÑO3		AÑO4		AÑO5	
	VALOR	VIDA ÚTIL	CUOTA DEPRECIACIÓN	VALOR						
VENTAS										
Maquinas y equipos	730,00	5	73,00	730,00	73,00	730,00	73,00	730,00	73,00	730,00
Muebles y Enseres	1.313,00	10	131,30	1.313,00	131,30	1.313,00	131,30	1.313,00	131,30	1.313,00
TOTAL VENTAS	2.043,00		204,30	2.043,00	204,30	2.043,00	204,30	2.043,00	204,30	2.043,00

Fuente: Investigación

Elaborado por: : Edison Montaluisa

5.5.9 PUBLICIDAD

La publicidad se realizará de forma mensual con un presupuesto para el primer año de \$100,00, el cual se utilizará para la elaboración de trípticos y hojas volantes de los productos que la Empresa que ofrece a los clientes, para tratar de esta manera se incrementará de las ventas de la misma en los años siguientes

Tabla 67 Gasto de Publicidad

AÑOS	CONSUMO MENSUAL	CONSUMO ANUAL
1	100	1200
2	105	1260
3	110,25	1323
4	115,76	1389,15
5	121,55	1.458,61

Fuente: Investigación
Elaborado por: : Edison Montaluisa

5.5.10 EMBALAJE

Las fundas plásticas son necesarias para el área de ventas en la entrega de las prendas femeninas a los clientes, podemos ver su adquisición a continuación:

Tabla 68 Gasto de embalaje

AÑOS	ARTICULO	VALOR UNITARIO	REQUERIMIENTO ANUAL	TOTAL ANUAL
1	Fundas plásticas (LOGOTIPO)	0,075	4.437,70	333
2	Fundas plásticas (LOGOTIPO)	0,078	5.177,76	404
3	Fundas plásticas (LOGOTIPO)	0,08	5.917,20	473
4	Fundas plásticas (LOGOTIPO)	0,083	6.465,60	537
5	Fundas plásticas (LOGOTIPO)	0,085	7.396,80	629

Fuente: Investigación
Elaborado por: : Edison Montaluisa

5.6 GASTOS FINANCIEROS

El financiamiento de la empresa se realizará a través del Banco Pichincha con un monto del préstamo de \$27120,87 con una tasa de interés anual 10% a 5 años plazo, en pagos mensuales.

Tabla 69 Amortización

TABLA DE AMORTIZACION					
	BENEFICIARIO				
	INSTIT. FINANCIERA				
	MONTO	27.120,87			
	TASA	10,00%		T. EFECTIVA	10,0000%
	PLAZO	5	años		
	GRACIA	0	años		
	FECHA DE INICIO	00/01/1900			
	MONEDA	DOLARES			
	AMORTIZACION CADA	30	días		
	Número de períodos	60	para amortizar capital		
No.	VENCIMIENTO	SALDO	INTERES	PRINCIPAL	DIVIDENDO
0		27.120,87			
1	30-ene-00	26.668,86	226,01	452,01	678,02
2	29-feb-00	26.216,84	222,24	452,01	674,25
3	30-mar-00	25.764,83	218,47	452,01	670,49
4	29-abr-00	25.312,81	214,71	452,01	666,72
5	29-may-00	24.860,80	210,94	452,01	662,95
6	28-jun-00	24.408,78	207,17	452,01	659,19
7	28-jul-00	23.956,77	203,41	452,01	655,42
8	27-ago-00	23.504,75	199,64	452,01	651,65
9	26-sep-00	23.052,74	195,87	452,01	647,89
10	26-oct-00	22.600,73	192,11	452,01	644,12
11	25-nov-00	22.148,71	188,34	452,01	640,35
12	25-dic-00	21.696,70	184,57	452,01	636,59
13	24-ene-01	21.244,68	180,81	452,01	632,82
14	23-feb-01	20.792,67	177,04	452,01	629,05
15	25-mar-01	20.340,65	173,27	452,01	625,29
16	24-abr-01	19.888,64	169,51	452,01	621,52
17	24-may-01	19.436,62	165,74	452,01	617,75
18	23-jun-01	18.984,61	161,97	452,01	613,99
19	23-jul-01	18.532,59	158,21	452,01	610,22

“ APOYAR AL DESARROLLO DE LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CAMISETAS INFORMALES PARA HOMBRES, UBICADA PARROQUIA SAN ANTONIO DE PICHINCHA DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2016”

20	22-ago-01	18.080,58	154,44	452,01	606,45
21	21-sep-01	17.628,57	150,67	452,01	602,69
22	21-oct-01	17.176,55	146,90	452,01	598,92
23	20-nov-01	16.724,54	143,14	452,01	595,15
24	20-dic-01	16.272,52	139,37	452,01	591,39
25	19-ene-02	15.820,51	135,60	452,01	587,62
26	18-feb-02	15.368,49	131,84	452,01	583,85
27	20-mar-02	14.916,48	128,07	452,01	580,09
28	19-abr-02	14.464,46	124,30	452,01	576,32
29	19-may-02	14.012,45	120,54	452,01	572,55
30	18-jun-02	13.560,44	116,77	452,01	568,78
31	18-jul-02	13.108,42	113,00	452,01	565,02
32	17-ago-02	12.656,41	109,24	452,01	561,25
33	16-sep-02	12.204,39	105,47	452,01	557,48
34	16-oct-02	11.752,38	101,70	452,01	553,72
35	15-nov-02	11.300,36	97,94	452,01	549,95
36	15-dic-02	10.848,35	94,17	452,01	546,18
37	14-ene-03	10.396,33	90,40	452,01	542,42
38	13-feb-03	9.944,32	86,64	452,01	538,65
39	15-mar-03	9.492,30	82,87	452,01	534,88
40	14-abr-03	9.040,29	79,10	452,01	531,12
41	14-may-03	8.588,28	75,34	452,01	527,35
42	13-jun-03	8.136,26	71,57	452,01	523,58
43	13-jul-03	7.684,25	67,80	452,01	519,82
44	12-ago-03	7.232,23	64,04	452,01	516,05
45	11-sep-03	6.780,22	60,27	452,01	512,28
46	11-oct-03	6.328,20	56,50	452,01	508,52
47	10-nov-03	5.876,19	52,74	452,01	504,75
48	10-dic-03	5.424,17	48,97	452,01	500,98
49	09-ene-04	4.972,16	45,20	452,01	497,22
50	08-feb-04	4.520,14	41,43	452,01	493,45
51	09-mar-04	4.068,13	37,67	452,01	489,68
52	08-abr-04	3.616,12	33,90	452,01	485,92
53	08-may-04	3.164,10	30,13	452,01	482,15

“ APOYAR AL DESARROLLO DE LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CAMISETAS INFORMALES PARA HOMBRES, UBICADA PARROQUIA SAN ANTONIO DE PICHINCHA DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2016”

54	07-jun-04	2.712,09	26,37	452,01	478,38
55	07-jul-04	2.260,07	22,60	452,01	474,62
56	06-ago-04	1.808,06	18,83	452,01	470,85
57	05-sep-04	1.356,04	15,07	452,01	467,08
58	05-oct-04	904,03	11,30	452,01	463,31
59	04-nov-04	452,01	7,53	452,01	459,55
60	04-dic-04	(0,00)	3,77	452,01	455,78
			6.893,22	27.120,87	34.014,09

Fuente: Investigación
Elaborado por: : Edison Montaluisa

5.7 INGRESO

Los ingresos se consideran como la cantidad monetario que recibe la empresa como resultado de la venta del producto a un precio determinado.

En el cálculo de los ingresos, se tomará en cuenta que el producto no tiene un posicionamiento en los consumidores, por tal motivo el consumo será bajo, dependiendo de las ventas y según las proyecciones de cada año los ingresos se irán incrementando en la empresa.

Seguidamente en la tabla siguiente los ingresos por ventas:

Tabla 70 Ingresos proyectados

Año	Producción	Importe
2016	26386	224281
2017	27576	234396
2018	28820	244970
2019	30119	256012
2020	31478	267563

Fuente: Investigación
Elaborado por: : Edison Montaluisa

Tabla 71 Consolidados de los Costos y Gastos

CUADRO CONSOLIDADO DE COSTOS Y GASTOS					
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS DIRECTOS				145.083,68	158.458,90
	110.889,40	121.337,00	132.692,56		
MATERIAS PRIMAS	89.596,00	98.555,60	108.411,16	119.252,00	131.177,50
MOD	21.293,40	22.781,40	24.281,40	25.781,40	27.281,40
GASTOS DE FABRICACIÓN	23.601,49	26.016,53	27.983,11	29.984,62	32.192,51
MATERIALES INDIRECTOS					17.156,47
	11.717,42	12.889,16	14.178,08	15.595,89	
MOI					
	8.302,56	9.361,32	9.838,77	10.316,22	10.793,67
ENERGÍA ELECTRICA					
	1.152,00	1.180,80	1.209,60	1.238,40	1.267,20
AGUA					
	465,60	524,16	586,60	658,65	725,31
UTILES DE LIMPIEZA					
	209,40	219,84	230,64	242,16	254,16
EMBALAJE					
	178,00	212,29	248,52	278,02	325,46
DPRECIACIÓN					
	827,50	827,50	827,50	827,50	827,50
MANTENIMIENTO					
	25,36	26,07	26,79	27,50	28,22
SEGUROS					
	331,00	297,90	264,80	231,70	198,60
SUMINISTROS VARIOS					
	192,65	257,49	300,81	347,53	395,82
TOTAL DE COSTO DE PRODUCCIÓN	134.490,89	147.353,53	160.675,67	175.068,30	190.651,41
GASTOS OPERACIONALES					
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN					
REMUNERACIÓN DEL PERSONAL	15.491,88	17.414,94	18.175,50	19.085,52	19.933,68
ENERGÍA ELÉCTRICA	126,00	188,00	194,00	205,00	220,80
TELÉFONO	61,50	86,80	112,50	126,00	152,40
MANTENIMIENTO	61,08	44,42	33,01	24,98	19,10
SUMINISTRO OFICINA	546,05	600,29	649,21	702,12	759,34
UTILES DE LIMPIEZA	210,30	231,65	250,53	270,95	293,03
SEGUROS	122,16	81,44	54,30	36,20	24,14
DEPRECIACIÓN	302,29	302,29	302,29	302,29	302,29
AMORTIZACIÓN	7015,14	6.532,74	6.050,34	5.567,94	5.085,50
TOTAL	23.936,40	25.482,57	25.821,68	26.321,00	26.790,28
GASTOS EN VENTAS					

“ APOYAR AL DESARROLLO DE LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CAMISETAS INFORMALES PARA HOMBRES, UBICADA PARROQUIA SAN ANTONIO DE PICHINCHA DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2016”

REMUNERACIÓN DEL PERSONAL	5.644,45	6.445,79	6.870,97	7.296,16	7.721,34
ENERGÍA ELÉCTRICA	236,64	248,47	260,90	273,94	287,64
TELEFONO	100,00	140,28	180,81	201,40	242,28
MANTENIMIENTO	40,86	32,98	27,25	22,97	19,68
SUMINISTRO OFICINA	261,05	287,34	310,75	336,08	363,47
UTILES DE LIMPIEZA	74,15	81,65	88,30	95,50	103,28
SEGUROS	81,72	54,48	36,36	24,22	16,15
DEPRECIACIÓN	204,30	204,30	204,30	204,30	204,30
PUBLICIDAD	1.200,00	1.260,00	1.323,00	1.389,15	1.458,60
EMBALAJE	333,00	404,00	473,00	537,00	629,00
TOTAL	8.176,17	9.159,29	9.775,64	10.380,72	11.045,74

Fuente: Investigación
Elaborado por: : Edison Montaluisa

5.8 ESTADOS FINANCIEROS

5.8.1 BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL.

El Estado de Situación Inicial es la presentación ordenada de los saldos de las cuentas de Activo, Pasivo y Patrimonio, en el inicio del negocio, de un período contable

Tabla 72 Balance de situación inicial

BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL		
EMPRESA		
ACTIVOS		
ACTIVOS CORRIENTES		13.274,87
CAJA-BANCO	13.274,87	
ACTIVOS FIJOS		13.372
MAQUINARIA Y EQUIPOS (PRODUCCIÓN)	7150	
MUEBLES Y ENSERES (PRODUCCIÓN)	1121	
MUEBLES Y ENSERES (ADMÓN)	951	
EQUIPOS DE OFICINA (ADMÓN)	73	
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN (ADMÓN)	2030,6	
MUEBLES Y ENSERES (VENTAS)	1313	
EQUIPOS COMPUTACIÓN (VENTAS)	730	
ACTIVOS DIFERIDOS		9.474
ADECUACIONES DIVISIONES MODULARES (PRODUCCIÓN)	4324	
ADECUACIONES DIVISIONES MODULARES (ADMÓN)	1950	
ADECUACIONES DIVISIONES MODULARES (VENTAS)	260	
TRÁMITES DE CONSTITUCIÓN	2030	
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	850	
PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO	30	
PATENTE MUNICIPAL	30	
TOTAL DE ACTIVOS		36.120,87
PASIVOS		
PASIVOS CORRIENTES		
CORTO PLAZO		
PRÉSTAMO A CORTO PLAZO		
LARGO PLAZO		27.120,87
PRÉSTAMO A LARGO PLAZO	27.120,87	
TOTAL DE PASIVO		
PATRIMONIO		9.000
CAPITAL SOCIAL	9.000	
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO		36.120,87

Fuente: Investigación
Elaborado por: : Edison Montaluisa

5.8.2 ESTADO DE RESULTADOS

En el Estado de Resultados es donde se determina la utilidad o pérdida de un Ejercicio Económico, como resultado de los Ingresos y Gastos, en base a este estado se puede medir el rendimiento financiero que ha generado la actividad de la Empresa.

Tabla 73 ESTADO DE RESULTADO

ESTADO DE RESULTADO									
EMPRESA									
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5			
	INGRESOS POR VENTAS		224.281,00	234.396,00	244.970,00	256.012,00			267.563,00
(-)	COSTO DE PRODUCCIÓN		52.138,00	56.864,00	61.087,00	65.526,00			70.211,00
	MATERIA PRIMAS	13.608,00	14.968,60	16.465,12	18.112,02	19.923,48			
	MOD	21.293,00	22.781,40	24.281,40	25.781,40	27.281,40			
	COSTOS INDIRECTOS PROD	17.237,27	19.114,81	20.341,08	21.633,54	23.006,43			
(=)	UTILIDAD BRUTA		172.143,00	177.532,00	183.883,00	190.486,00			197.352,00
(-)	GASTOS DE OPERACIÓN		29.803,09	32.824,31	34.265,98	35.856,60			37.477,14
	GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	21.576,92	23.612,52	24.436,84	25.421,38	26.375,91			
	GASTOS EN VENTAS	8.226,17	9.211,79	9.829,14	10.435,22	11.101,23			
(=)	UTILIDAD OPERACIONAL		142.339,91	144.707,69	149.617,02	154.629,40			159.874,86
(-)	GASTOS FINANCIEROS		4.877,65	4.251,35	4.191,35	3.625,05			2.998,73
	INTERESES	4.877,65	4.251,35	4.191,35	3.625,05	2.998,73			
(=)	UTILIDAD ANTE PARTICIPAC		137.462,26	140.456,34	145.425,67	151.004,35			156.876,13
(-)	15% PRIC TRABAJADORES		20.619,34	21.068,45	21.813,85	22.650,65			23.531,42
(=)	UTILIDAD ANTE EL IMPUESTO A LA RENTA		116.842,92	119.387,89	123.611,82	128.353,70			133.344,71
(-)	IMPUESTO A LA RENTA(5,15,20 Y 25%)		5.842,15	17.908,18	30.902,95	25.670,74			33.336,18
(=)	UTILIDAD NETA		111.000,77	101.479,71	92.708,86	102.682,96			100.008,53

Fuente: Investigación

Elaborado por: : Edison Montaluisa

5.8.3 FLUJO DE CAJA

Tabla 74 Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA						
EMPRESA						
CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
A.- FLUJOS DE BENEFICIO						
INGRESO POR VENTAS		224.281,00	234.396,00	244.970,00	256.012,00	267.563,00
VALOR RESIDUAL AF						6.701,55
RECUPERACIÓN DEL CAPITAL DE TRABAJO						4.751,39
TOTAL BENEFICIOS		224.281,00	234.396,00	244.970,00	256.012,00	279.015,94
B.- FLUJO DE COSTOS						
INVERSIÓN FIJA	13.372,00					
INVERSIÓN DIFERIDA	9.474,00					
CAPITAL DE TRABAJO	9.000,00					
COSTO DE PRODUCCIÓN		52.138,67	56.864,81	61.087,60	65.526,96	70.211,31
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN		21.576,92	23.612,52	24.436,84	25.421,38	26.375,91
GASTOS DE VENTAS		8.226,17	9.211,79	9.829,14	10.435,22	11.101,24
GASTOS FINANCIEROS		4.877,65	4.251,35	4.191,35	3.625,05	2.998,73
TOTAL DE COSTOS	31.846,00	86.819,41	93.940,47	99.544,93	105.008,61	110.687,19
C.- FLUJO ECONÓMICO(A-B)	(31.846,00)	137.461,59	140.455,53	145.425,07	151.003,39	168.328,75
MÁS						
PRÉSTAMO	27.120,87					
MENOS						
CUOTA DE AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO		4.877,65	4.251,65	4.191,35	3.625,05	2.998,73
15% DE PARTICIPACIÓN TRABAJADORES		3.014,85	4.432,55	6.491,35	8.962,99	11.937,96
% IMPUESTO A LA RENTA		854,21	3.767,67	9.155,90	10.154,28	16.912,10
FLUJO FINANCIERO	(4.725,13)	128.714,88	128.003,66	125.586,47	128.261,07	136.479,96

Fuente: Investigación

Elaborado por: Edison Montaluiza

5.9 EVALUACIÓN DEL PROYECTO

5.9.1 TASA DE DESCUENTO

Para que las empresas puedan tomar decisiones de ejecutar el proyecto, exigen una tasa mínima de ganancia sobre la inversión que realiza, la que es conocida como Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento o tasa de descuento.

En la estimación de la tasa mínima esperada por el inversionista se utilizará como base:

El costo promedio ponderado del capital.

Más el porcentaje del Riesgo País que es del 9,79%, fuente del Banco Central, 30 de Diciembre 2015.

Tasa promedio de inflación es de 3,40%, según fuente Banco Central del Ecuador diciembre 2015.

Tasa pasiva es de 5,14%, fuente Banco Central del Ecuador mes de diciembre de 2015.

Tabla 75 Tasa de Descuento

TASA MÍNIMA ACEPTABLE DE DESCUENTO				
APORTACIONES	VALOR	% PARTICIPACIÓN	TASA DE INTERES	PONDERACIÓN
RECURSOS PROPIOS	9.000,00	24,92%	5,14%	1,70%
FINANCIAMIENTO	27.120,87	75,08%	9,53%	6,87%
SUBTOTAL	36.120,87	100%	15,42%	8,57%
RIESGO PAÍS				9,79%
INFLACIÓN				3,40%
TASA DE DESCUENTO RARA EL PROYECTO				21,76%

Fuente: Investigación
Elaborado por: : Edison Montaluiza

5.9.2 VALOR ACTUAL NETO (VAN)

El valor neto actual se define es el resultado de la diferencia entre los ingresos actualizados y los costos actualizados a una determinada tasa de descuento restando la inversión inicial.

Cuando el VAN es positivo significa que el proyecto muestra un beneficio aún después de cubrir el costo de oportunidad de inversión, si por el contrario es negativo el resultado, significa que los beneficios generados por el proyecto no alcanzan a compensar los costos de oportunidad al dejar de lado otras alternativas de inversión existentes.

La tasa de descuento en este caso es de 21,76%, la fórmula para el cálculo es

$$VAN = -I_0 + \sum_{n=1}^i FE/(1+r)^n$$

De ahí que el resultado del VAN sea \$ 72.146,81, como es mayor que cero, se concluye que la inversión debe llevarse a cabo ya que es rentable.

5.9.3 CALCULO DE TIR

La tasa de retorno de la inversión o TIR es el tipo de descuento que se obtiene al igualar a cero el VAN de dicho proyecto, es decir:

$$VAN = -I_0 + \sum_{n=1}^i FE \div (1+r)^n = 0$$

Donde r sería la TIR del proyecto, es la rentabilidad que se obtiene sobre el capital mientras esté invertido. La decisión sobre el proyecto teniendo en cuenta el criterio de la TIR se señala así:

Si $TIR > r$, la inversión puede realizarse porque la rentabilidad que ofrece el proyecto es mayor que la que ofrece el mercado.

Si $TIR < r$, no interesa llevar a cabo la inversión porque la rentabilidad que ofrece el proyecto es menor que la que ofrece el mercado.

Si $TIR = r$, la situación es de indiferencia, por lo que con decisores con aversión al riesgo tampoco se realizaría.

Tabla 76 TIR

		VAN			
		21,76%		127%	
AÑOS	FLUJOS FONDOS NETOS	FACTOR DE DESCUENTO	FLUJO FONDOS ACTUALIZADOS	FACTOR DE DESCUENTO	FLUJOS FONDOS ACTUALIZADOS
0	(9.466,36)	1,0000	(9.466,36)	1,0000	(9.466,36)
1	\$ 11.350,88	0,8720	9.897,97	0,4038	3.996,80
2	17.097,65	0,7692	13.151,51	0,1626	2.138,44
3	23.247,41	0,6664	15.492,07	0,0856	1.326,12
4	36.987,80	0,5636	20.846,32	0,0564	1.175,73
5	59.190,20	0,4608	27.274,84	0,029	790,97
VAN			72.146,81		38,30
TIR			127%		

Fuente: Investigación
Elaborado por: : Edison Montaluisa

El presente proyecto se aceptará si la Tasa Interna de Retorno es mayor que la tasa de descuento, que en este caso se tomó como 21,76% de acuerdo con los datos proporcionados por el Banco Central del Ecuador.

Mediante las herramientas financieras de Excel, la TIR del proyecto dio 127% lo que significa que la tasa de interés puede aumentar hasta el 127% que el proyecto sigue siendo aceptable.

5.9.4 EL PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PIR)

El Período de la Recuperación de la Inversión Inicial (PRI) nos permite determinar el número de períodos necesarios para recuperar la inversión realizada con el proyecto desde el momento en que se inicia el mismo.

Para el actual proyecto el PRI se calcula de la siguiente forma: se suman los flujos de cada año, previo haber descontado la tasa de interés o de oportunidad del proyecto y se realiza una comparación con el monto de la inversión requerido y el acumulado de esta suma en cada año, hasta que esta sumatoria acumulada sea igual al monto de inversión, año en el cual se habrá recuperado la inversión realizada.

Tabla 77 PIR

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN		
AÑOS	FLUJOS FONDOS ACTUALIZADOS	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS
0	(9.466,36)	
1	9.897,97	9.897,97
2	13.151,51	23.049,48
3	15.492,07	38.541,55
4	20.846,32	59.387,88
5	27.274,84	86.662,72

Fuente: Investigación
Elaborado por: : Edison Montaluisa

Como se observa en la tabla la inversión se recupera en el primer año.

5.9.5 RELACIÓN BENEFICIO /COSTO

En la relación del beneficio/costo se indica cuánto son los beneficios superiores respecto a los costos en términos de valor presente.

Se relaciona Beneficio/Costo: $B/C > 0$; Si el índice es positivo o cero, el proyecto debe aceptarse.

Si relación: $B/C < 0$; Si el índice es negativo; el proyecto debe rechazarse.

$$RBC = \frac{\sum VAN BENEFICIOS}{\sum VAN COSTOS}$$

El proyecto es aceptable, pues los beneficios son mayores en 1.32 veces con respecto a los costos, tal y como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 78 COSTO BENEFICIO

RELACIÓN COSTO BENEFICIO (C/B)					
AÑOS	BENEFICIO	COSTOS	COEFICIENTE	BENEFICIO ACTUAL	COSTO ACTUAL
0		27.597,39	1,0000		27.597,39
1	106.917,00	86.819,41	0,872	93.231,62	75.706,53
2	123.489,99	93.940,47	0,7692	94.988,50	72.259,01
3	142.630,94	99.544,93	0,6664	95.049,26	66.336,74
4	164.738,73	105.008,61	0,5636	92.846,75	59.182,85
5	190.273,24	110.687,19	0,4608	87.677,91	51.004,66
				463.794,04	352.087,17
		B/C	1,32		

Fuente: Investigación
Elaborado por: : Edison Montaluisa

En la tabla precedente se ilustra que los beneficios actualizados son \$463.794,04 mientras que los costos actualizados son de \$352.087,17; si hacemos una relación de estos valores obtenemos que los beneficio costo es de 1,32% lo que significa que el proyecto es aceptable, debido a que los beneficios son mayores con respecto al costo que se estiman.

5.9.5 PUNTO DE EQUILIBRIO

El Punto de Equilibrio es una técnica de mucha utilidad en el estudio de las relaciones entre costos fijos, costos variables y los beneficios por ventas. Este Punto indica el volumen de ventas o de producción mínima requerida en la empresa para que no existan pérdidas.

Fórmula y cálculo realizado para el Punto de Equilibrio (PE):

“APOYAR AL DESARROLLO DE LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CAMISETAS INFORMALES PARA HOMBRES, UBICADA PARROQUIA SAN ANTONIO DE PICHINCHA DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2016”

$$\text{PE AÑO 3 (Ventas)} = \frac{\text{Costos fijos}}{1 - \frac{\text{Costos variables}}{\text{Ventas}}}$$

$$\text{PE AÑO 3 (Ventas)} = \frac{\$73.712,64}{1 - \frac{\$25.832,29}{\$142.630,94}}$$

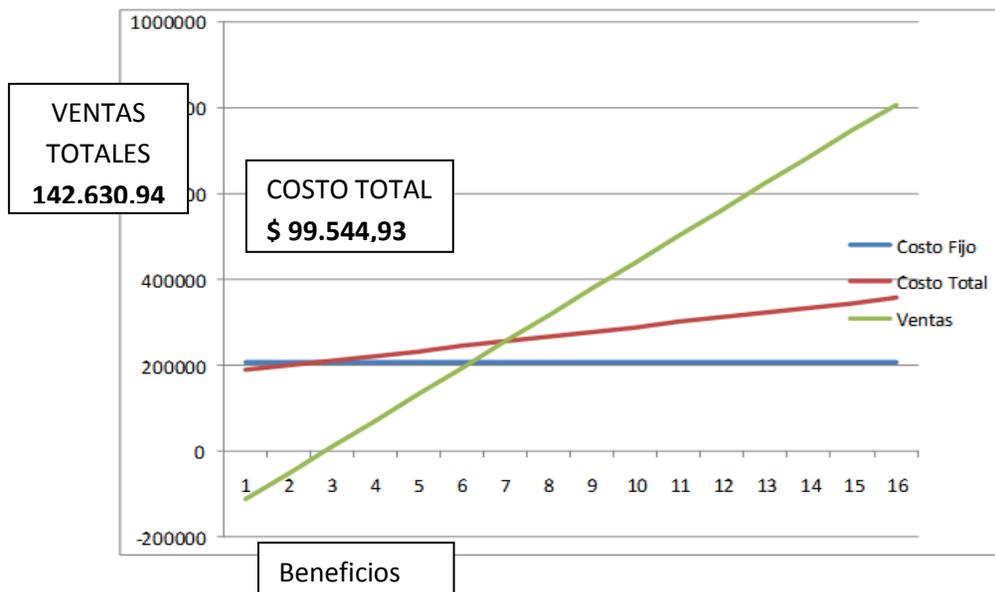
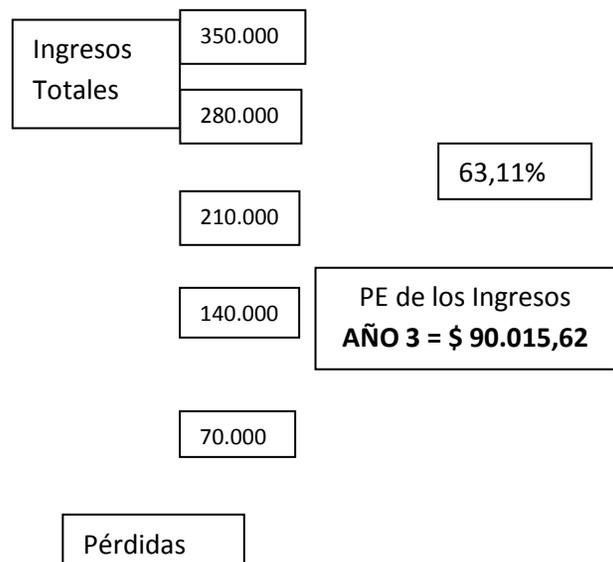
$$\text{PE AÑO 3 (Ventas)} = \frac{73.712,64}{1 - 0,181112807}$$

$$\text{PE AÑO 3 (Ventas)} = \frac{\$73.712,64}{0,818887193}$$

$$\text{PE AÑO 3 (Ventas)} = \$90.015,62 \text{ Dólares estadounidenses.}$$

Este punto de equilibrio representa el 63,11% sobre el valor de las ventas de ese año.

Tabla 79 Punto de Equilibrio



Fuente: Investigación
Elaborado por: Edison Montaluisa

CAPÍTULO VI

ANÁLISIS DE IMPACTOS

6.1 IMPACTO AMBIENTAL.

Mediante la norma UNE ISO 14001 del Sistema de Gestión Ambiental se asiste el desarrollo de una organización industrial o de servicios, para el control del impacto de sus actividades, esta norma refiere la importancia y necesidad de proteger el medioambiente, lo que requiere que la empresa defina su política ambiental, implante objetivos de mejoramiento y desarrolle una cultura de preparación y actuación en la gestión ambiental integral.

Esta norma UNE ISO 14001 define el impacto ambiental como cualquier cambio en el medio ambiente, sea adverso o beneficioso que resulte en todo o en parte de las actividades, productos y servicios dentro de la empresa. Debido al impacto ambiental derivado de la actividad empresarial se hace necesario establecer una normativa con el fin de mejorar hábitos y comportamientos en las empresas.

Con esta norma se aprueba establecer un Sistema de Gestión Ambiental para la valoración de los impactos. Está diseñada para lograr el equilibrio, es decir, la empresa, debe alcanzar metas, que se expresan en una serie lógica de pasos, aplicados a las acciones para la protección del medio ambiente.

Identificación y descripción de las condiciones ambientales del área de influencia del proyecto:

La empresa cuenta con una herramienta de gestión ambiental encaminada a la prevención, mitigación, control y compensación de los impactos potenciales al ambiente y a los habitantes en el área de acción directa del proyecto. Esta permitirá la integración recomendable entre el proceso constructivo, de operación y mantenimiento del proyecto y los factores ambientales identificados en el área de influencia, en este caso en la parroquia San Antonio.

Este plan de manejo, se entiende como una herramienta dinámica y variable en el tiempo, por lo que debe ser actualizada y mejorada de acuerdo a los requerimientos de la operación. Se debe mantener la responsabilidad hacia el mejoramiento continuo de los aspectos socio-ambientales y sus posibles impactos, que fueron identificados en el proyecto.

El estudio del impacto ambiental es un importante instrumento para la evaluación del impacto ambiental de una intervención. Es un estudio objetivo, de carácter interdisciplinario, técnico, que se ejecuta para prevenir impactos ambientales que se deriven de la ejecución del proyecto.

La redacción y firma del estudio de impacto ambiental es tarea de un grupo multidisciplinario integrado por especialistas que definen el proyecto y los factores ambientales más importantes de este proyecto (por ejemplo atmósfera, agua, suelos,

vegetación, fauna, recursos culturales, etc.) que de forma normal se integran en empresa de Consultoría Ambiental o un consultor ambiental de carácter individual.

Objetivos generales:

- ❖ Practicar la normativa ambiental.
- ❖ Establecer el estado actual o situación inicial previa al proyecto, de los componentes ambientales, sociales y culturales del área donde se desarrollarán las actividades específicas del proyecto.
- ❖ Valorar los impactos ambientales y sociales en el área de influencia del proyecto, por la construcción, instalación y operación del mismo.

Objetivos específicos:

- ❖ Identificar las condiciones socioeconómicas y culturales de la población del área de influencia del proyecto; y demás actores sociales.
- ❖ Determinar de forma cualitativa los potenciales impactos que puedan generar las actividades del proyecto.
- ❖ Reflexionar sobre las medidas de prevención, control, mitigación, compensación, rehabilitación y contingencias que eviten, minimicen, o mitiguen los impactos ciertos y potenciales al ambiente secundarios a ejecución de las actividades del proyecto.

Medidas para optimizar los impactos ambientales generales en el proyecto:

Las medidas preventivas son aquellas de antemano minimizan cualquier afectación al medio ambiente con la prohibición o recomendaciones acerca de los procesos constructivos del proyecto.

Estas acciones tienen por objetivo avizorar y corregir ciertas acciones relacionadas con el uso y aplicación de técnicas, como el mal comportamiento humano, de manera que se produzcan los mínimos impactos posibles en el suelo, el aire, el agua, organismos vivos, instalaciones, etc.

Las medidas de mitigación, son el conjunto de obras físicas, planes, proyectos específicos, que deben construirse o materializarse para reducir o eliminar, los impactos perjudiciales que puede ocasionar el proyecto.

Las medidas de compensación, son las dirigidas a la compensación o mejoramiento de la calidad del ambiente (físico, biótico y/o social) en el área de influencia del proyecto que ha sufrido daño o impactos por la implementación del proyecto.

Control y cumplimiento de las medidas del impacto ambiental en el proyecto:

Este proyecto se sostendrá en el cumplimiento de la normativa ambiental vigente en el país, regidas en las disposiciones siguientes, para evitar o mitigar los impactos producidos en las etapas de construcción, operación y mantenimiento del proyecto que se implementa.

Marco legal de cumplimiento ambiental: (Constitución Política del Ecuador, 2008)

La Constitución De La República Del Ecuador, publicada en Registro Oficial no. 449 refiere:

Art. 14.- Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir.

Se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados.

Art. 395.- La Constitución reconoce los siguientes principios ambientales:



El Estado garantizará un modelo sustentable de desarrollo, ambientalmente equilibrado y respetuoso de la diversidad cultural, que conserve la biodiversidad y la capacidad de regeneración natural de los ecosistemas, y asegure la satisfacción de las necesidades de las generaciones presentes y futuras.

Las políticas de gestión ambiental se aplicarán de manera transversal y serán de obligatorio cumplimiento por parte del Estado en todos sus niveles y por todas las personas naturales o jurídicas en el territorio nacional.

El Estado garantizará la participación activa y permanente de las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades afectadas, en la planificación, ejecución y control de toda actividad que genere impactos ambientales.

En caso de duda sobre el alcance de las disposiciones legales en materia ambiental, éstas se aplicarán en el sentido más favorable a la protección de la naturaleza.

Ley De Gestión Ambiental, Registro Oficial 245: (Constitución Política del Ecuador, 2008)

Establece normas básicas para la aplicación de políticas ambientales, además considera y regula la participación de sectores públicos y privados en áreas relacionadas al medio ambiente. Para su cumplimiento se citan algunas de las principales disposiciones:

El Art. 8.- La autoridad ambiental nacional será ejercida por el Ministerio del ramo, que actuará como instancia rectora, coordinadora y reguladora del Sistema Nacional Descentralizado de Gestión Ambiental, sin perjuicio de las atribuciones que dentro del ámbito de sus competencias y conforme las leyes que las regulan, ejerzan otras instituciones del Estado.

En su Art. 19.- Las obras públicas, privadas o mixtas, y los proyectos de inversión públicos o privados que puedan causar impactos ambientales, serán calificados previamente a su ejecución, por los organismos descentralizados de control, conforme el Sistema Único de Manejo Ambiental, cuyo principio rector será el precautelatorio.

En Art. 20.- Para el inicio de toda actividad que suponga riesgo ambiental se deberá contar con la licencia respectiva, otorgada por el Ministerio del ramo.”

Art. 21.- Los sistemas de manejo ambiental incluirán estudios de línea base; evaluación del impacto ambiental; evaluación de riesgos; planes de manejo; planes de manejo de riesgo; sistemas de monitoreo; planes de contingencia y mitigación; auditorías ambientales y planes de abandono. Una vez cumplidos estos requisitos y de conformidad con la calificación de los mismos, el Ministerio del ramo podrá otorgar o negar la licencia correspondiente.”

En Art. 28.- Toda persona natural o jurídica tiene derecho a participar en la gestión ambiental, a través de los mecanismos que para el efecto establezca el Reglamento, entre los cuales se incluirán consultas, audiencias públicas, iniciativas, propuestas o cualquier forma de asociación entre el sector público y el privado. Se concede acción popular para denunciar a quienes violen esta garantía, sin perjuicio de la responsabilidad civil y penal por denuncias o acusaciones temerarias o maliciosas.

El incumplimiento del proceso de consulta al que se refiere el artículo 88 de la Constitución Política de la República tomará inejecutable la actividad de que se trate y será causal de nulidad de los contratos respectivos.” (Constitución Política del Ecuador, 2008)

El Art. 29.- Toda persona natural o jurídica tiene derecho a ser informada oportuna y suficientemente sobre cualquier actividad de las instituciones del Estado que conforme al Reglamento de esta Ley, pueda producir impactos ambientales. Para ello podrá formular peticiones y deducir acciones de carácter individual o colectivo ante las autoridades competentes.”

Legislación Ambiental Secundaria del Ministerio del Ambiente, Registro Oficial 725 – 16.

La gestión ambiental es responsabilidad de todos y la coordinación está a cargo del Ministerio del Ambiente, a fin de asegurar una coherencia nacional, entre las entidades del sector público y del sector privado en el Ecuador, sin perjuicio de que cada una deberá atender el área específica que le corresponde, dentro del marco de la política ambiental.

Esta unificación de legislación ambiental persigue identificar las políticas y estrategias específicas y guías necesarias para asegurar por parte de todos una adecuada gestión ambiental permanente, dirigida a alcanzar el desarrollo sustentable. (Constitución Política del Ecuador, 2008)

El Art. 17.- Realización de un estudio de impacto ambiental.- Para garantizar una adecuada y fundada predicción, identificación e interpretación de los impactos ambientales de la actividad o proyecto propuesto, así como la idoneidad técnica de las medidas de control para la gestión de sus impactos ambientales y riesgos, el estudio de impacto ambiental debe ser realizado por un equipo multidisciplinario que responda técnicamente al alcance y la profundidad del estudio en función de los términos de referencia previamente aprobados. El promotor y/o el consultor que

presenten los Estudios de Impacto Ambiental a los que hace referencia este Título son responsables por la veracidad y exactitud de sus contenidos.

En el Art. 18.- Revisión, aprobación y licenciamiento ambiental.- El promotor de una actividad o proyecto presentará el estudio de impacto ambiental ante la autoridad ambiental de aplicación responsable a fin de iniciar el procedimiento de revisión, aprobación y licenciamiento por parte de la referida autoridad, luego de haber cumplido con los requisitos de participación ciudadana sobre el borrador de dicho estudio de conformidad con lo establecido en el artículo 20, literal b) de este reglamento. A su vez y de conformidad con lo establecido en el título I del presente reglamento, coordinará la participación de las instituciones cooperante en el proceso.

La revisión del estudio será desarrollado por un grupo multidisciplinario que responderá técnicamente y mediante sus perfiles profesionales y experiencia a las exigencias variadas del estudio de impacto ambiental y aplicando un sistema de calificación para garantizar la objetividad de la revisión. La revisión del estudio será documentado en el informe técnico respectivo.

El licenciamiento ambiental incluirá, el establecimiento de una cobertura de riesgo ambiental, seguro de responsabilidad civil u otros instrumentos que establezcan y califique la adecuada autoridad ambiental de aplicación para el enfrentamiento de posibles incumplimientos del plan de manejo ambiental o contingencias, de acuerdo con la guía técnica que expide la autoridad ambiental nacional, luego de los respectivos estudios técnicos.

En el Art. 19.- Seguimiento ambiental.- El Seguimiento Ambiental de una actividad o proyecto propuesto tiene por objeto asegurar que las variables ambientales relevantes y el cumplimiento de los planes de manejo contenidos en el estudio de impacto ambiental, evolucionen según lo establecido en la documentación que forma parte de dicho estudio y de la licencia ambiental (...)"

En Art. 20.- Participación ciudadana.- La participación ciudadana en la gestión ambiental tiene como finalidad considerar e incorporar los criterios y las observaciones de la ciudadanía, especialmente la población directamente afectada de una obra o proyecto, sobre las variables ambientales relevantes de los estudios de impacto ambiental y planes de manejo ambiental, siempre y cuando sea técnica y económicamente viable, para que las actividades o proyectos que puedan causar impactos ambientales se desarrollen de manera adecuada, minimizando y/o

compensando estos impactos a fin de mejorar la condiciones ambientales para la realización de la actividad o proyecto propuesto en todas sus fases”.

Reglamento de Aplicación de los mecanismos de participación social establecidos en la Ley De Gestión Ambiental, Decreto Ejecutivo No.1040. R.O. No. 332: (Constitución Política del Ecuador, 2008)

El reglamento emitido por Decreto Ejecutivo No 1040, regula los mecanismos y momentos de participación ciudadana, define el alcance de la participación social y los sujetos de la participación social, permitiendo a la autoridad pública conocer los criterios de la comunidad en relación a un determinado proyecto, determinar los requisitos para la recepción de criterios y sistematización, todo esto enfocado a garantizar el acceso a información por parte de las comunidades, transparentado aquellos proyectos, actividades que puedan afectar al ambiente.

Acuerdo Ministerial No. 112. Instructivo al reglamento de aplicación de los mecanismos de Participación Social establecidos en la Ley de Gestión Ambiental.

Acuerdo Ministerial No. 106 Reforma al Instructivo del Reglamento de Aplicación de los mecanismos de Participación Social Acuerdo Ministerial 112.

Reglamento de Seguridad y Salud de los Trabajadores y Mejoramiento del Medio Ambiente de Trabajo del Ministerio Del Trabajo. R. O. No. 565.

Lo dispuesto en este reglamento, se aplica a toda actividad laboral y centro de trabajo, con el objetivo la prevenir, disminuir o eliminar los riesgos del trabajo y el mejoramiento del ambiente laboral.

6.2 IMPACTO ECONÓMICO.

Asumimos que la economía forma parte de la realidad social y cultural del proyecto, que también se ajusta a valores, emociones, juicios y prejuicios, afinidades culturales y otras condicionantes y no estrictamente al cálculo de interés particular.

El estudio socioeconómico del proyecto es un equilibrio entre los beneficios y costos de la ejecución del mismo desde la sociedad con el objetivo de hacer un juicio sobre

la conveniencia de su ejecución y el aporte a la sociedad. La diligencia del estudio socioeconómico del proyecto ayuda a comprobar desde lo social, la factibilidad del proyecto que beneficia a dicha sociedad, en este caso, enfocada a la Parroquia San Antonio, generando nuevas fuentes de trabajo para sus habitantes con a la creación de la Empresa dedicada a la confección de camisetas informales para hombres.

6.3 IMPACTO PRODUCTIVO.

Al crear la Empresa de N.A.A.V.E, que diseñará, comercializará y producirá camisetas informales para hombres reportará ventajas para los inversionistas al generarles ingresos, así como economizará los recursos de los habitantes de la parroquia de San Antonio ofreciendo productos de alta calidad a precios accesibles.

6.4 IMPACTO SOCIAL.

La creación de esta empresa tendrá ventajas para la comunidad al abrir más mercados, y generan fuentes de empleo para los habitantes, obteniendo sus respectivos derechos laborales que sustentarán el bienestar de los trabajadores dentro de la empresa. Además, compensará las diferentes necesidades de las personas que se encuentran en la parroquia de San Antonio.

CAPÍTULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 CONCLUSIONES

La idea de negocio propuesta, genera un beneficio adicional para los intereses financieros de la empresa, así como genera niveles de empleo a pobladores de la localidad de San Antonio. Una vez realizado los concernientes cálculos y proyecciones para comprobar la viabilidad del proyecto, concluimos que:

- Las industrias manufactureras sin lugar a duda en el mundo entero son motor impulsor en la generación de riquezas del país, mucho más si se origina desde sectores rurales donde existe un buen nicho de mercado, así como de mano de obra sin emplear.
- La diversificación de este sector ha permitido que se elabore un sinnúmero de productos textiles en el Ecuador, siendo los hilados, los tejidos, las confecciones de prendas de vestir, entre otras, con principales volúmenes de producción.



- A través de la investigación de mercado se ha logrado saber de buena tinta las preferencias y percepciones de los diferentes hombres entre 14 y 27 años, siendo esta información muy importante para la empresa, para adoptar las medidas de satisfacción a los diferentes clientes.
- La mayoría de las personas que fueron encuestadas distinguen las camisetas de buena calidad y a precios accesibles, es por eso que la Empresa deberá ser selecta al momento de seleccionar a sus proveedores ya que la materia prima y los materiales deberán tener óptima calidad.
- Para determinar el porcentaje de la demanda insatisfecha para la Empresa de confecciones de camisetas informales de hombre N.A.A.V.E se realizará el estudio de la demanda y la oferta actual y futura.
- La mezcla del marketing es muy importante para la empresa, ya que ayuda a que los posibles clientes a que adquieran nuestros productos y se mantengan en un constante consumo, sin pasarse para la competencia, ya que nuestros productos serán de una calidad excelente.
- Las personas que trabajarán en la empresa deberán poseer conocimiento de los procesos productivos en cada uno de las prendas masculinas a confeccionarse para identificar que maquinaria y equipo se requiere en cada caso.
- La empresa posee medios para ampliar el mercado que tiene previsto actualmente dirigido a los hombres entre 14 y 27 años de edad de la población de San Antonio, ahora cuando necesitan de estas prendas u otras se tiene que desplazar a establecimientos fuera de la localidad.
- La organización de su estructura se encuentra bien definida lo que permitirá ofrecer productos con altos niveles de calidad, que contribuyan al desarrollo de nuestra empresa y al desarrollo de la localidad en que estará ubicada.
- A través de la evaluación financiera del proyecto se ha podido determinar que es rentable para los inversionistas ya que con la tasa de descuento del 21,76% se

obtiene un VAN positivo de \$72.146,81; un TIR de 127% lo quiere decir que se recuperará la inversión y adicionalmente se obtendrá beneficios. La relación beneficio costo es de 1,32; todos estos indicadores que demuestran la viabilidad de la realización de este proyecto.

- El punto de equilibrio la empresa lo alcanza si logra vender \$ 90.015,62 camisas informales masculinas que equivale al 63,11% del valor de las ventas totales para ese tercer año tomada como período medio.
- Las metas y objetivos a los que anhela el proyecto son perfectamente alcanzables y realizables, ya que se sostienen en una organización bien detallada cimentada en propios principios y valores humanos.

7. 2 RECOMENDACIONES

El proyecto es rentable y beneficioso para la comunidad, conviene proteger las barreras de entrada para evitar el ingreso de nuevos y posibles competidores en el mercado, aprovechar la aceptación y apertura que están teniendo estos productos nacionales, a precios competitivos, con adecuados procesos y uso eficientes de canales de distribución para satisfacer las necesidades de nuestro grupo de mercado objetivo.

- Inspirar en la población de San Antonio que las nuevas empresas generarán fuentes de empleo y riquezas para el pueblo donde se realice el proyecto, que además permitirá la utilización de recursos propios con que cuenta la localidad.
- Se podrá disfrutar de productos de una buena calidad, mediante la capacitación del personal de una manera sistemática, siempre y cuando se adquieran materias primas y materiales de calidad y se empleen los mejores equipos y maquinaria para la empresa y que se asegure un uso óptimo de los mismos.

-
- Implementar el presente proyecto ya que la investigación de mercado, así como su estudio financiero ha confirmado su factibilidad y viabilidad.
 - Perfilar estrategias sistemáticas de mercado que admitan una adecuada promoción y publicidad que provean el posicionamiento de nuestros productos en el mercado de hombres delimitado como el nicho al que va dirigida la oferta.
 - Atender al recurso humano, como elemento decisivo e importante dentro de la empresa, apearse siempre de contar con un personal altamente motivado y comprometido que dirija sus esfuerzos a mejorar sus niveles de productividad y de beneficio individual.
 - Promocionar la empresa dentro y fuera de la localidad mediante la página web, ya que actualmente es de vital importancia y necesidad poseer una adecuada imagen corporativa, ya que de esta manera sus ventas se acrecentaran de forma progresiva acorde se vaya dando a conocer en el mercado.
 - Fundar alianzas estratégicas con empresas claves del sector manufacturero para instaurar fidelidad y sólida confianza del consumidor hacia nuestra marca, con diversos premios y descuentos llamativos que logren atraer su atención.

BIBLIOGRAFÍA

Ley de Compañías. (5 de 11 de 2011). Quito, Pichincha, Ecuador: RO 312.

El mundo del aprendizaje. (2014). Obtenido de

<http://mundodelaprendizajeunp2014.blogspot.com/>

es.slideshare.net. (4 de 12 de 2015). Obtenido de <http://es.slideshare.net/guest8a3c19/tamao-de-la-muestra-4142151>

www.ekosnegocios.com. (2 de 12 de 2015). Obtenido de

<http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=6446>

www.google.com.ec. (12 de 12 de 2015). Obtenido de

<https://www.google.com.ec/maps/place/Calderón,+Quito>

www.google.com.ec. (13 de 12 de 2015). Obtenido de <https://www.google.com.ec>

www.promonegocios.net. (4 de 12 de 2015). Obtenido de

<http://www.promonegocios.net/clientes/cliente-definicion.html>

www.proyectopv.org. (4 de 12 de 2015). Obtenido de <http://www.proyectopv.org/1-verdad/integridad.htm>

Aite. (6 de 12 de 2015). <http://www.aite.com.ec/>. Obtenido de <http://www.aite.com.ec/>

AITE. (1 de 12 de 2015). *www.aite.com.ec*. Obtenido de

http://www.aite.com.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=7&Itemid=12,

Arango, L. Á. (11 de Octubre de 2012). *Oferta y Demanda*. Obtenido de

<http://www.banrepcultural.org>

ARango, L. A. (17 de 2015). *Concepto Oferta y Demanda*. Recuperado el 23 de 01 de 2016, de
Concepto Oferta y Demanda:

http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/oferta_y_demanda

Arango, L. A. (s.f.). *Concepto oferta u demanda*.

Asamblea Nacional. (29 de 12 de 2010). Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones. Quito, Pichincha, Ecuador: RO 351.

BCE. (2015). *Cifras Económicas Ecuador*. Quito: BCE.

BCE. (2015). *Producto Interno Bruto, 2000-2014*. Quito: BCE.

Canelos, R. (2010). *Formulación y evaluación de un Plan de Negocios*. Quito: Lecl.

Constitución Política del Ecuador. (2008). *Ley de Gestión Ambiental*. Montecristi: Registro Oficial.

Constitución Política del Ecuador. (2015). *Gestión Ambiental*. Quito: Registro Oficial.

De la Cruz, C. (5 de Septiembre de 2010). *Definición de Mercado Laboral*. Obtenido de <http://fantasticosth.blogspot.com>

DEFINICIÓN ABC. (1 de 12 de 2015). www.definicionabc.com. Obtenido de <http://www.definicionabc.com/general/disenio-textil.php>

Diccionario . (11 de Octubre de 2013). *Definición ABC*. Obtenido de <http://educavital.blogspot.com>

Ecuador local. (15 de 11 de 2015). *Parroquias de Pichincha*. Recuperado el 12 de 02 de 2016, de Parroquias de Pichincha: <http://www.ecuador-local.com/san-antonio-de-pichincha/iglesia/iglesia-la-mitad-del->

Financiero Sudl. (17 de 12 de 2013). *Concepto de Depreciación*. Recuperado el 15 de 02 de 2016, de Concepto de Depreciación: <http://financierosudl.blogspot.com/2009/04/concepto-de-depreciacion.html>

Imágenes Google. (02 de 2016). *Imágenes Google*. Recuperado el 15 de 02 de 2016, de <https://www.google.com.ec/search?q=maquina+recubridora&biw>

Imágenes google. (s.f.). *Imágenes google*. Recuperado el 15 de 02 de 2016 de <https://www.google.com.ec/search?q=maquina+recubridora&biw>

INEC. (2010). *Proyecciones poblacionales 2010-2020*. Quito: INEC.

-
- Inec. (2015). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo*. Quito: Inec.
- Inec. (s.f.). Inec. Obtenido de www.Inec.gob
- International Marketing. (06 de 2015). *Definición cliente*. Recuperado el 17 de 01 de 2016, de Definición cliente: <https://www.ama.org/Pages/default.aspx>
- Izquierdo, E. (2012). *Investigación Científica: Métodos y Técnicas de Investigación*. Quito: Cosmos.
- Koontz. (1998). *Administración, una Perspectiva Global*. México: Graw Hill.
- Koontz, H. (2016). *Una perspectiva global*. México: Mac Graw Hill.
- Kotler, P. (2011). *Fundamentos de Mercadotecnia*. México: Prentice Hall.
- Kotler, P. y. (2012). *Marketing*. México: Pearson education.
- Meneses, E. (2012). *Preparación y Evaluación de Proyectos*. Quito: PDF.
- MIES. (16 de 02 de 2012). Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria. Quito, Pichincha, Ecuador: RO 648.
- Miranda, J. (2011). *Gestión de proyectos*. Bogotá: Esap.
- Nuestras Parroquias. (25 de 08 de 2015). *Parroquia San Antonio de Pichincha*. Obtenido de Parroquia San Antonio de Pichincha: <https://www.google.com/search?q=ubicacion+geografica+de+san+antonio+de+pichincha>
- Paéz, H. (2012). *Gestión y Proyecto*. Colombia: Universidad Central de Colombia.
- Parque Ciencia. (28 de septiembre de 2014). *Que es una unidad de medida*. Recuperado el 25 de 01 de 2016, de Que es una unidad de medida: <https://parqueciencia.wordpress.com/2013/09/28/que-es-una-unidad-de-medida/>
- Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial. (05 de 2015). Plan de Desarrollo San Antonio de Pichincha. Quito, Pichincha, Ecuador.
- PROECUADOR . (23 de Febrero de 2015). *ANÁLISIS SECTORIAL DE TEXTILES Y CONFECCIONES*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec>

Proecuador. (15 de 05 de 2012). *Análisis Sectorial de Textiles*. Recuperado el 25 de 12 de 2015, de
Análisis Sectorial de Textiles: [http://www.proecuador.gob.ec/wp-
content/uploads/2013/11/PROEC_AS2012_TEXTILES.pdf](http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/11/PROEC_AS2012_TEXTILES.pdf)

Promonegocios. (05 de 2015). *Definición Proveedores*. Recuperado el 25 de 01 de 2016, de
Definición Proveedores: www.promonegocios.net, 2015

Quiroz, m. B. (2013). *La creación de un laboratorio de diseño textil para empresas y diseños*.
Quito: Universidad tecnológica Equinoccial.

Registro Oficial. (2015). *Legislación Ambiental*. Quito: Registro Oficial.

Sanchez De la Cruz, D. (06 de 17 de 2013). *Moderación salarial como mecanismo de lucha contra el
paro*. Recuperado el 12 de 11 de 2015, de Moderación salarial como mecanismo de lucha
contra el paro: <https://diegosanchezdelacruz.com/tag/mercado-laboral/>

Santesmases, M. (2010). *Marketing*. Madrid: Pirámide.

Sapag, R. (2008). *Preparación y evaluación de proyectos*. Bogotá: Mc Graw Hill.

SENPLADES. (2012). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Calderón*. Quito:
SENPLADES.

SENPLADES. (2012). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Calderón 2012-
2025*. Quito: SENPLADES.

Servicio de Rentas Internas. (23 de Noviembre de 2013). *SRI*. Obtenido de SRI:
<http://www.sri.gob.ec/web/guest/ice>

Vidal, E. (2013). *Evaluación del entorno*. Bogotá: Angular Ltda.

ww.in-quito.com. (s.f.). Obtenido de [ww.in-quito.com/uiio-kito-qito-kyto-qyto/spanish-
uiio/pichincha-ecuador/ecuador-pichincha.htm](http://ww.in-quito.com/uiio-kito-qito-kyto-qyto/spanish-
uiio/pichincha-ecuador/ecuador-pichincha.htm)

Zona Económica. (enero de 2012). *Estudio Financiero y económico*. Recuperado el 16 de 02 de
2016, de Estudio Financiero y económico: Estudio Financiero y económico