



**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL
CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL

**“CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA
CONFECCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE PRENDAS
DE VESTIR EN TALLAS PLUS EN EL
CANTÓN LA LIBERTAD PROVINCIA
DE SANTA ELENA, AÑO 2013”**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERA EN DESARROLLO EMPRESARIAL

AUTORA: GISELLA ALEXANDRA TORO RODRÍGUEZ.

TUTOR: ING. JOHNNY REYES DE LA CRUZ, MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2013

**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL
CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL

**“CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA
CONFECCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE PRENDAS
DE VESTIR EN TALLAS PLUS EN EL
CANTÓN LA LIBERTAD PROVINCIA
DE SANTA ELENA, AÑO 2013”**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERA EN DESARROLLO EMPRESARIAL

AUTORA: GISELLA ALEXANDRA TORO RODRÍGUEZ.

TUTOR: ING. JOHNNY REYES DE LA CRUZ, MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2013

La Libertad, Julio 2013

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del trabajo de investigación, “**CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA CONFECCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR EN TALLAS PLUS EN EL CANTÓN LA LIBERTAD PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013**”, elaborado por la Sra. Gisella Alexandra Toro Rodríguez, egresada de la Escuela de Ingeniería en Desarrollo Empresarial, Escuela de Ingeniería Comercial, Facultad de Ciencias Administrativas, de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Ingeniera en Desarrollo Empresarial me permito declarar que luego de haber orientado, estudiado y revisado, la apruebo en todas sus partes.

Atentamente,

.....
Ing. Johnny Reyes De la Cruz, MSc.

TUTOR

DEDICATORIA

Dedico este documento a Dios por guiar mis pasos y ayudarme a superar todos los obstáculos que se me presentaron a lo largo del camino, que me ha dado la vida y fortaleza, que con su inalcanzable amor y bondad me permite sentir su presencia en todo momento.

A mis Arturos que son los que me motivan a seguir adelante, por confiar en mí y por demostrarme lo mucho que me aman.

A mis padres Sixto y Magdalena, quienes me han brindado su apoyo y amor incondicional, por ser el pilar de apoyo más importante en mi vida.

A mi hermana Gabriela, que se encuentra lejos, a mis hermanos Junior y Kevin que son testigos de mi logro profesional.

A mis amigas (os) con quienes compartí muchos momentos inolvidables y me acompañaron en esta trayectoria de aprendizaje y conocimientos, en especial Andrea, Landis, quienes con sus consejos han estado a mi lado en los momentos de alegría y tristeza.

Gisella Toro.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por permitirme lograr una de mis metas y enseñarme que cada día pasa algo nuevo.

A la Universidad Península de Santa Elena que me abrió sus puertas para seguir en el proceso de preparación académica, a todo el personal docente de la universidad que contribuyó a mi formación profesional y personal.

A mi tutor de tesis Ing. Johnny Reyes De la Cruz, por su ayuda y sus conocimientos impartidos fue posible la realización del presente proyecto.

Agradezco de manera especial a mi esposo el Ing. Arturo Benavides, que me da fuerzas para seguir esforzándome cada día, ya que, silenciosamente ha logrado ser eje motor de mi vida e impulso para terminar mi proyecto.

Gracias a ellos ha sido posible este trabajo...

Gisella Toro.

TRIBUNAL DE GRADO

Ing. Mercedes Freire Rendón, MSc.
DECANA DE LA FACULTAD DE
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Econ. Félix Tigrero González, MSc.
DIRECTOR DE ESCUELA
INGENIERÍA COMERCIAL

Ing. Johnny Reyes De la Cruz, MSc.
PROFESOR-TUTOR

Ing. Germán Mosquera Soriano, MSc.
PROFESOR DE ÁREA

Ab. Milton Zambrano Coronado, MSc.
SECRETARIO GENERAL – PROCURADOR

**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL
CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL**

**“CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA CONFECCIÓN Y
DISTRIBUCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR EN TALLAS PLUS EN
EL CANTÓN LA LIBERTAD PROVINCIA
DE SANTA ELENA, AÑO 2013”**

Autora: Gisella Alexandra Toro Rodríguez.

Tutor: Ing. Johnny Reyes De la Cruz, MSc.

RESUMEN

El objetivo del presente trabajo de investigación es proponer la creación de una empresa dedicada a la confección y distribución de prendas de vestir en tallas plus, en el cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena, la creación de una empresa de confección y distribución de prendas de vestir en tallas plus, mediante el desarrollo del proyecto permitió garantizar a los futuros inversionistas la factibilidad técnica, operacional, administrativa, de marketing, y la financiera obteniéndose altos índices de rentabilidad, pues para invertir no sólo es necesario contar con el capital, sino conocer la factibilidad de la creación de la empresa. En la región peninsular se está impulsando la cultura de emprendimiento con la generación de ideas empresariales, la implantación de nuevas empresas textiles le permitirá al país, en el mediano y largo plazo, disponer de una mayor oferta de empresas manufactureras de baja, mediana y alta tecnología, que facilite la captación de nuevos mercados considerando el dinamismo mundial en la demanda de este tipo de productos. Con el desarrollo de este proyecto se obtuvo información que le permitirá al inversionista la seguridad de invertir en esta empresa, las características del servicio de mayor relevancia son: la gran variedad de diseños y tallas plus en las prendas, contar con personal profesional, precios accesibles. Para que el proyecto pueda iniciar sus operaciones se estableció una inversión inicial de \$343.585,00. El perfil del recurso humano se estableció según las exigencias de calidad, detallado en el plan de administración, se estableció un horizonte de evaluación del proyecto de 5 años. En el plan de operaciones se especificó el proceso del servicio, en el plan de mercadotecnia se diseñó estrategias de marketing. El estudio de factibilidad económica para la empresa resulto altamente atractivo desde el punto de vista económico, así lo demuestra el análisis del (VAN), presentando un valor sobre los \$ 186.522,54. En la evaluación financiera del TIR se determinó que esta tasa es del 36%. En este proyecto la TIR es mayor que la tasa del costo de capital que es del 12%, con lo cual se considera ACEPTADO el presente Proyecto recuperándose la inversión en el tercer año.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	I
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	III
DEDICATORIA	IV
AGRADECIMIENTO	V
TRIBUNAL DE GRADO	VI
RESUMEN.....	VII
ÍNDICE GENERAL.....	VIII
ÍNDICE DE CUADROS.....	XVI
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XVIII
ÍNDICE DE ANEXOS.....	XX
INTRODUCCIÓN	1
MARCO CONTEXTUAL	4
1. Tema.....	4
2. Planteamiento del problema.....	4
3. Formulación del problema	6
4. Sistematización	6
5. Justificación.....	7
6. Planteamientos de objetivos.....	8
7. Hipótesis.....	9
8. Variables	9
9. Operacionalización de las variables	9
CAPÍTULO I.....	12
MARCO TEÓRICO.....	12
1.1 ANTECEDENTES DEL TEMA	12

1.1.1. Reseña histórica del cantón La Libertad	14
1.1.2. Organización Territorial.....	16
1.1.3. Características Demográficas.....	17
1.1.4. Análisis Económico	20
1.1.4.1. PIB (Producto Interno Bruto) del sector	20
1.1.4.2. Inflación	21
1.1.5. Relación de género en las actividades productivas	23
1.1.5.1. Población Económicamente Activa (PEA) por rama de actividad	24
1.1.5.2. Categoría de Ocupación de la (PEA)	25
1.1.6. Desarrollo del Sector Comercial	25
1.1.6.1. Desarrollo del Sector Textil	26
1.1.6.2. Sector de la Confección	27
1.1.7. Actividades Tradicionales.....	28
1.1.7.1. Centros comerciales actuales de mayor afluencia en la península.....	28
1.1.7.2. C. C. El Paseo Shopping la Península.....	29
1.1.7.3. C. C. Popular Buenaventura Moreno	30
1.1.8. Procedencia de la Materia Prima.....	31
1.1.9. Formas de Organización Colectiva	31
1.1.9.1. La superintendencia de compañías al servicio del desarrollo productivo de Santa Elena.....	32
1.1.10. Volumen de residuos de materia prima.....	34
1.1.11. Tipos de Residuos	34
1.2 RECURSOS DEL SECTOR TEXTIL.....	34
1.2.1. Recursos del sector textil y confección.....	35
1.2.2. Clasificación Textilera	36

1.2.3 Industria Textil	36
1.2.4. Derivados de las prendas de vestir	37
1.2.5. Producto Final	38
1.3. MARCO LEGAL	39
1.3.1. Constitución de la República del Ecuador	39
1.3.2. Plan Nacional del Buen Vivir	40
1.3.3. Plan Nacional de Desarrollo.....	40
1.3.4. Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversión (COPCI)	41
1.3.5. Normas Regulatorias	41
1.3.5.1. Ley de Compañías.....	42
1.3.5.2. Corporación Financiera Nacional del Ecuador (CFN).....	44
1.3.6. Normas ISO 9000.....	45
1.4. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	46
1.4.1. Aspectos generales de un estudio de factibilidad.....	47
1.4.2. Etapas del proyecto de inversión	48
1.4.2.1. Estudio de Mercado.....	49
1.4.2.2. Estudio Técnico.....	49
1.4.2.3. Análisis Económico	49
1.4.2.4. Estudio Financiero	51
CAPÍTULO II	52
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	52
2.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	52
2.1.1 Investigación Cuantitativa.....	53
2.1.2 Investigación Cualitativa.....	53
2.2. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	54

2.3. TIPOS DE INVESTIGACIÓN	54
2.3.1. Investigación Descriptiva.....	55
2.3.2. Investigación Bibliográfica	55
2.3.3. Investigación de Campo.....	56
2.4. MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	57
2.4.1 Método Analítico	58
2.4.2 Método Sintético	58
2.4.3 Método Deductivo.....	58
2.5. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	59
2.5.1. Documental	59
2.5.2. Campo	59
2.6. INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN	59
2.6.1. Observación.....	60
2.6.2. Entrevista.....	60
2.6.3. Encuestas.....	60
2.7. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	61
2.7.1. Población.....	61
2.7.2. Muestra.....	62
2.7.3. Cálculo del tamaño de la muestra	62
2.8. PROCEDIMIENTOS DE LA INVESTIGACIÓN	63
2.8.1. Codificación de datos	64
2.8.2. Análisis de resultados.....	64
2.8.3. Tabulación de datos.....	64
2.8.4. Gráficos	64

CAPÍTULO III.....	65
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	65
3.1. ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA OBSERVACIÓN.....	65
3.2. ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENTREVISTA.....	65
3.3. ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA.....	68
3.4. CONCLUSIONES.....	83
3.5. RECOMENDACIONES.....	84
CAPÍTULO IV.....	85
CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA CONFECCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR EN TALLAS PLUS EN EL CANTÓN LA LIBERTAD PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013..	85
4.1. PRESENTACIÓN.....	85
4.1.1. Responsable del Proyecto.....	86
4.1.2. Actividad Económica.....	87
4.1.3. Ubicación.....	87
4.1.3.1. Microlocalización.....	88
4.1.3.2. Microlocalización.....	89
4.2. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA Y JURÍDICA.....	90
4.2.1.1. Organización Administrativa.....	93
4.2.1.1. Misión.....	95
4.2.1.2. Visión.....	95
4.2.1.3. Meta.....	96
4.2.1.4. Valores.....	96
4.2.1.5. Aspectos Jurídicos.....	96
4.2.2. Necesidades a Satisfacer.....	98

4.2.3. Objetivos	99
4.2.3.1. Objetivo General	99
4.2.3.2. Objetivos Estratégicos.....	99
4.2.4. Producto o servicio a ofrecer.....	100
4.2.5. Justificación e Importancia	103
4.3. MERCADO.....	105
4.3.1. Análisis de la situación del sector a través de las fuerzas competitivas de mercado	106
4.3.1.1. Clientes.....	106
4.3.1.2. Análisis de la competencia actual y potencial.....	106
4.3.1.3. Proveedores	107
4.3.1.4. Sustitutos	108
4.3.3.1 Valoración de la Demanda	108
4.3.3. Análisis Situacional.....	109
4.3.3.2. Definición y cuantificación de los segmentos de mercado.	109
4.3.3.2. Herramienta FODA	110
4.3.4. Estrategias de Mercadeo	112
4.4. ESTUDIO TÉCNICO	114
4.4.1. Tamaño de la Planta	114
Área de Adecuación:	114
4.4.2. Proceso de Producción	115
4.4.3. Programa de Producción	123
4.4.4. Recursos Requeridos	124
4.4.5. Instalaciones Físicas.....	124
4.4.5.1. Diseño de la Planta.....	126

4.4.6. Maquinarias y Equipos.....	127
4.4.7. Recursos Humanos.....	128
4.4.7.1. Mano de Obra Directa.....	128
4.4.7.2. Mano de Obra Indirecta.....	128
4.4.8. Materias Primas.....	130
4.4.8.1. Materiales Directos.....	130
4.4.8.2. Materiales Indirectos.....	130
4.5. PLAN ECONÓMICO-FINANCIERO.....	131
4.5.1. Plan de Inversión.....	132
4.5.1.1. Inversión fija tangible.....	133
4.5.1.2. Activos Intangibles.....	136
4.5.1.3. Capital de Trabajo.....	137
4.5.2. Plan de Financiamiento.....	137
4.5.3. Plan de Acción.....	138
4.5.4. Costo de Operación.....	140
4.5.5. Ingresos.....	140
4.6. EVALUACIÓN FINANCIERA.....	140
4.6.1. Estados Financieros Proyectados.....	140
4.6.1.1. Estado de Pérdidas y Ganancias.....	140
4.6.1.2. Flujo de Efectivo.....	141
4.6.1.3. Balance General.....	142
4.6.2. Indicadores de Rentabilidad de la Inversión.....	142
4.6.2.1. Tasa Interna de Retorno.....	142
4.6.2.2. Valor Presente Neto.....	143
4.6.2.3. Periodo de Retorno de la Inversión.....	144

4.6.2.4. Análisis de Sensibilidad	145
4.6.2.5. Punto de Equilibrio	145
4.6.3. Coeficiente de Rentabilidad Nacional.....	147
4.6.3.1. Valor Agregado.....	147
4.6.3.2. Generación de Empleos.....	148
4.6.3.3. Beneficios Socio Económico	148
CONCLUSIONES	149
RECOMENDACIONES	150
BIBLIOGRAFÍA	151
BIBLIOGRAFÍA ELECTRÓNICA.....	153
ANEXOS	154
GLOSARIO	187
ABREVIATURAS.....	189

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO 1 Operacionalización de la variable independiente.....	10
CUADRO 2 Operacionalización de la variable dependiente.....	11
CUADRO 3 Población total de la provincia de Santa Elena	17
CUADRO 4 Población del cantón La Libertad.....	18
CUADRO 5 Población del cantón Salinas.....	19
CUADRO 6 Población del cantón Santa Elena	19
CUADRO 7 Producción Bruta Sectorial Santa Elena.....	21
CUADRO 8 Cámara de Comercio.....	33
CUADRO 9 Población objetivo.....	61
CUADRO 10 Población consumidora de ropa en la provincia.....	66
CUADRO 11 Relación del precio.....	67
CUADRO 12 Género	68
CUADRO 13 Edad.....	69
CUADRO 14 Lugar de residencia	70
CUADRO 15 Considera su imagen de suma importancia.....	71
CUADRO 16 Miembros de su familia.....	72
CUADRO 17 Persona de contextura plus dentro de su familia.....	73
CUADRO 18 Aspecto más importante al momento de comprar.....	74
CUADRO 19 Tipos de prendas que le gusta adquirir.....	75
CUADRO 20 Servicios adicionales que le gustaría recibir	76
CUADRO 21 Almacén que visita actualmente.....	77
CUADRO 22 Frecuencia de adquisición de nuevas prendas.....	78
CUADRO 23 Comercialización de prendas de vestir en tallas plus o extras grandes	79
CUADRO 24 Comercialización de prendas de vestir en tallas plus dentro de la provincia de Santa Elena.....	80
CUADRO 25 Tendencia a adquirir esta clase de vestimenta en la nueva empresa	81
CUADRO 26 Tipo de talla.....	82

CUADRO 27 Responsables de la Empresa	87
CUADRO 28 Microlocalización.....	89
CUADRO 29 Funciones y perfiles de los cargos.....	92
CUADRO 30 Tallas del Producto.....	101
CUADRO 31 Competencia actual y potencial.....	107
CUADRO 32 Proveedores	108
CUADRO 33 Programa de Producción	123
CUADRO 34 Maquinarias de Producción.....	127
CUADRO 35 Mano de Obra Directa	129
CUADRO 36 Mano de Obra Indirecta.....	129
CUADRO 37 Materiales Directos	130
CUADRO 38 Materiales Indirectos	131
CUADRO 39 Maquinarias de Producción.....	133
CUADRO 40 Equipos de Oficina.....	134
CUADRO 41 Muebles de Oficina	134
CUADRO 42 Equipo de Computación.....	135
CUADRO 43 Vehículos.....	135
CUADRO 44 Gastos de Arriendo.....	136
CUADRO 45 Gastos de Constitución.....	136
CUADRO 46 Capital de Trabajo	137
CUADRO 47 Plan de Financiamiento	137
CUADRO 48 Plan de Acción	139
CUADRO 49 Tasa Interna de Retorno	143
CUADRO 50 Valor Actual Neto	144
CUADRO 51 Recuperación de la Inversión	144
CUADRO 52 Análisis de Sensibilidad	145
CUADRO 53 Punto de Equilibrio.....	146
CUADRO 54 Punto de Equilibrio por Unidades	146

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 Vista panorámica C.C Paseo Shopping la Península.....	29
GRÁFICO 2 Vista panorámica C.C Buenaventura Moreno	30
GRÁFICO 3 Género	68
GRÁFICO 4 Edad	69
GRÁFICO 5 Lugar de residencia.....	70
GRÁFICO 6 Considera su imagen de suma importancia	71
GRÁFICO 7 Miembros de su familia	72
GRÁFICO 8 Persona de contextura plus dentro de su familia	73
GRÁFICO 9 Aspecto más importante al momento de comprar	74
GRÁFICO 10 Tipos de prendas que le gusta adquirir	75
GRÁFICO 11 Servicios adicionales que le gustaría recibir.....	76
GRÁFICO 12 Almacén que visita actualmente	77
GRÁFICO 13 Frecuencia de adquisición de nuevas prendas	78
GRÁFICO 14 Comercialización de prendas de vestir en tallas plus o extras grandes	79
GRÁFICO 15 Comercialización de prendas de vestir en tallas plus dentro de la provincia de Santa Elena.....	80
GRÁFICO 16 Tendencia a adquirir esta clase de vestimenta en la nueva empresa	81
GRÁFICO 17 Tipo de talla.....	82
GRÁFICO 18 Micro localización	88
GRÁFICO 19 Microlocalización	89
GRÁFICO 20 Organigrama estructural de la empresa Tallitas Plus S.A.	91
GRÁFICO 21 Característica del producto	101
GRÁFICO 22 Marca del producto	102
GRÁFICO 23 Etiqueta.....	103
GRÁFICO 24 FODA	110
GRÁFICO 25 Herramienta FODA	111
GRÁFICO 26 Símbolos del Diagrama de Flujo	116

GRÁFICO 27 Diagrama de flujo de proceso.....	117
GRÁFICO 28 Elaboración de prendas de vestir para comercialización.....	122
GRÁFICO 29 Distribución interna de la instalación de la planta.....	126
GRÁFICO 30 Punto de Equilibrio.....	147

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1 Formato de encuesta dirigida a la población de la provincia de Santa Elena.....	155
ANEXO 2 Formato de entrevista dirigida a las empresas	158
ANEXO 3 Gastos de Administración	159
ANEXO 4 Costo de Producción por Producto.....	160
ANEXO 5 Presupuesto de Ventas en Unidades.....	163
ANEXO 6 Gastos de Ventas	164
ANEXO 7 Costos Indirectos de Fabricación (CIF) Expresado en Unidades.....	165
ANEXO 8 Presupuesto de Costos de Venta en Dólares	166
ANEXO 9 Presupuesto de Costo de Venta por Producto	168
ANEXO 10 Mano de Obra Directa.....	170
ANEXO 11 Tabla de Amortización y Pagos de Préstamo Bancario	171
ANEXO 12 Estado de Resultados.....	172
ANEXO 13 Flujo de Efectivo	174
ANEXO 14 Balance General	175
ANEXO 15 Análisis de Sensibilidad Desviación Estándar	176
ANEXO 16 Método de Depreciación 1	177
ANEXO 17 Método de Depreciación 2	178
ANEXO 18 Evaluación Financiera.....	179
ANEXO 19 Método de Recuperación de la Inversión.....	180
ANEXO 20 Rol de Pago	181
ANEXO 21 Fotografías de las maquinaria de la empresa de confección Tallitas Plus S.A.....	182
ANEXO 22 Área de Corte	184
ANEXO 23 Planta de Confección.....	184
ANEXO 24 Carta Aval para la creación de una empresa dedicada a la confección y distribución de prendas de vestir en tallas plus en el cantón La Libertad provincia de Santa Elena año, 2013.	185
ANEXO 25 Certificado de Gramatólogo.....	186

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo basado en la creación de una empresa de confección y distribución, surge ante la necesidad de una demanda insatisfecha de producción nacional de prendas de vestir en tallas plus o tallas grandes, para hombres y mujeres con sobrepeso, que puede ser atendida favorablemente con la creación de una empresa de confección y distribución de prendas de vestir en tallas plus, la misma que se encargara de dar al cliente la comodidad y la seguridad al momento de vestir con el fin de fortalecer la imagen de las personas de tallas plus contribuyendo con el progreso y desarrollo del sector textil y comercial de la provincia de Santa Elena.

La competitividad es un concepto relativamente nuevo, que se utiliza en los medios empresariales, políticos y socioeconómicos en general, también es necesario aplicarlo a todas las actividades de producción de nuestro país a fin de estar en condiciones de ingresar al mundo globalizado actual. Es decir, dar un servicio con excelentes índices de calidad es una prioridad.

No existe en el mercado ecuatoriano, un lugar específico donde se comercialice de manera directa prendas de vestir en tallas plus o grandes, difícilmente se encuentra un lugar específico, y más aun con la talla correcta o el modelo apropiado para lucir una prenda de vestir en particular, ya que la mayoría de las veces las personas de este segmento tienen que recurrir a contratar los servicios de costureras, sastres o modistas especializados en el área textil, para la confección de su vestimenta a un costo mayor ya que pagan un valor por la compra de la tela y otro para la cancelación de la confección.

El estudio proporcionara los datos necesarios para determinar la demanda insatisfecha de prendas de vestir en tallas plus, originada por la escasez de las

organizaciones dedicadas a la confección, comercialización y distribución de esta clase de indumentaria que requiere este grupo selecto de clientes.

El trabajo se desarrolló considerando la estructura y localización apropiada para el proceso productivo pertinente para la confección de este tipo de prendas de vestir y los canales de distribución esenciales para una distribución dinámica y efectiva que permita una óptima productividad que genere rentabilidad necesaria esto significa que la comunicación y la calidad juegan un papel preponderante en la elaboración, y distribución de los productos a comercializar.

El presente trabajo de investigación se estructuró de la siguiente manera:

Capítulo I.- En este capítulo se encuentra la introducción, marco teórico, los antecedentes del tema, se realiza la reseña histórica del Cantón La Libertad, en la cual encontramos sus características demográficas: comercio, pesca, turismo; se identificó la organización económica del cantón y su relación de género en las actividades productivas; se examinó el desarrollo industrial dentro del contexto de las actividades tradicionales, la procedencia de la materia prima, la forma de organización, el recurso que posee el sector y sus derivados; se realizó un análisis de la legislación en la que se fundamenta el proyecto, la Constitución de la República, el Plan Nacional del Buen Vivir y Norma Regulatoria.

En lo que respecta a la fundamentación teórica encontramos el análisis de mercado, técnico, económico y financiero, las mismas que orientaron el estudio, se analizó el sector textil de la confección a nivel nacional, provincial y local, con el propósito de presentar aspectos importantes de este sector para el desarrollo de la economía nacional.

Capítulo II.- Se presenta la metodología del proyecto, la cual cuenta con un diseño de la investigación, modalidad de la investigación, tipo de investigación,

métodos de la investigación, así como las técnicas de investigación instrumentos de la investigación, población y muestra, y procedimientos de la investigación.

Capítulo III.- Análisis e interpretación de resultados, que cuenta con un análisis de resultados de la observación, análisis de resultados de la entrevista, análisis de resultados de la encuesta, conclusiones, recomendaciones, donde se evidencia la posibilidad de la realización del proyecto a través del análisis y la interpretación de datos obtenidos en la investigación.

Capítulo IV.- En el análisis o estudio técnico, se encuentra el tamaño y localización del proyecto, la estructura organizacional, la tecnología de maquinarias y equipos, flujo del proceso de producción, la disponibilidad de la materia prima para el proceso de fabricación al igual que el estudio económico y financiero que refleja la evaluación económica en donde establece los parámetros de rentabilidad y la factibilidad del proyecto.

MARCO CONTEXTUAL

1. Tema

“CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA CONFECCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR EN TALLAS PLUS EN EL CANTÓN LA LIBERTAD PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013”

2. Planteamiento del problema

En la actualidad para poder invertir en un negocio no sólo es necesario contar con el capital para la creación del mismo, sino también que todo inversionista debe conocer que tan factible le representara la creación del negocio, debido a la situación económica en la que se encuentra.

Este proyecto busca determinar la logística adecuada para implementar y mejorar la confección y distribución de prendas de vestir en tallas plus para personas con sobrepeso, para que de esta manera se logre minimizar el tiempo y mejorar la calidad del servicio a cada uno de los clientes del segmento plus.

Según datos proporcionados por la Organización Mundial de la Salud (OMS) en el Ecuador el 51% de personas sufren de sobrepeso, si bien es cierto que esta tendencia se presenta de mayor forma en los países desarrollados, también es verdad que su incidencia es cada vez mayor en las naciones en desarrollo. Para la (OMS), el sobrepeso ha alcanzado caracteres a nivel mundial más de mil millones de personas adultas tienen un exceso de peso, y de ellas, al menos 300 millones son obesos. Así, se estima que para el 2015 en el Ecuador exista un 58.3% de

personas con sobrepeso con un porcentaje del 21,7% en las mujeres y un 46,5% y 8,9% en los hombres correspondientemente, siendo mayor en el sexo femenino frente al masculino (15% Vs. 12%), siendo mayor en la región de la Costa frente a la Sierra (16% Vs. 11%).

Se estima un 12.2% de población con sobrepeso en la península y en la actualidad, hay muchos factores que conllevan a ser una persona con sobrepeso pudiendo ser por estructura física heredada, por malos hábitos de comida, por sedentarismo, o también por una enfermedad, entre otros.

Como se conoce la vestimenta ha sido utilizada desde el inicio de la humanidad, pero con el pasar de los años ha ido evolucionando en el mundo de la moda, donde las personas de tallas plus no se sienten satisfechas con los diseños y modelos que se comercializan en la actualidad, indican que no encuentran la talla acorde a su figura, mientras que el precio en algunas prendas de vestir es muy alto, y la atención al cliente no es el adecuado, nos indican que la calidad en algunas prendas de vestir no es buena, aunque un grupo mayoritario de personas de tallas plus nos reveló que pagan un poco más en su vestimenta ya que envían a confeccionar su vestimenta a sastres, modistas o costureras, ya que no encuentran un lugar específico donde adquirir prendas acordes a su contextura y si las encuentran no se sienten cómodos, es por eso que prefieren mandar a confeccionar ya que no cuentan con la facilidad de encontrarla.

En el Cantón La Libertad, existe una creciente demanda de este servicio pero el mercado actual no lo cubre totalmente, además de la demanda insatisfecha por la mala calidad de los servicios ofertados por los almacenes ya establecidos, siendo esta la oportunidad para que el inversionista pueda implementar un negocio que satisfaga dicha demanda y le proporcione ingresos representativos a futuro.

Se ha estimado conveniente analizar las necesidades, gustos, y tendencias de las personas de tallas plus, debido a que son ellas quienes de manera generalizada deciden la demanda de prendas de vestir. En los registros del INEC, se ha identificado que este grupo corresponde a hombres y mujeres de 16 a 65 años, en adelante quienes constituyen la muestra de estudio del presente proyecto, la investigación nos indicará cuales son los gustos y preferencias de mayor uso para el segmento plus, ya que en la actualidad la mayoría de las personas tienen diferentes maneras de vestir, dependiendo de la ocasión o evento que se presente.

3. Formulación del problema

¿Sería factible la creación de una empresa dedicada a la confección y distribución de prendas de vestir en tallas plus en el cantón La Libertad Provincia de Santa Elena?

4. Sistematización

¿Los inversionistas al momento de invertir su capital en un negocio cuentan con un estudio de factibilidad para tomar su decisión?

¿Habrá suficiente mano de obra para la confección y distribución de las prendas de vestir en tallas plus?

¿Existirá el acceso a fondos económicos para la confección y distribución del producto?

¿Habrá mercado potencial para el consumo del producto?

¿Es factible y viable la producción de prendas de vestir en tallas plus?

5. Justificación

El tema que se estudió y analizó en el presente proyecto se considera como un campo, ya que su existencia es relativamente escasa, y es la oportunidad que le permitirá al empresario e inversionistas una excelente idea de negocio en un nuevo espacio, como es el servicio de confección, que como se mencionó anteriormente no existe gran consideración de oferta y los pocos existentes no cumplen en su totalidad con las exigencias de calidad del servicio.

Con la creación de una empresa el empresario podrá poner en marcha el presente proyecto, con una nueva oferta de servicio de calidad, una buena promoción del negocio, que le permitirá conseguir la confianza de los usuarios y por ende una demanda que beneficiaría no solamente al empresario por los ingresos generados por su inversión, sino también a los trabajadores pues ayuda a solucionar la falta de trabajo que es un problema social; así como también, fomentar la productividad y el ahorro para conseguir las economías de escalas a precios bajos y mejorar el poder adquisitivo de los peninsulares invirtiendo en negocios rentables.

La información que se obtuvo fue determinada y efectiva que ayudó al desarrollo de investigación para lo cual se realizó una evaluación por observación directa de las entidades que ofrecen servicios de venta directa de ropa; tales como centros comerciales, boutiques y puestos de venta directa; posteriormente se ejecutó la encuesta dirigida a hombres y mujeres con sobrepeso en el rango de 16 y 65 años de edad. De clase alta, media y baja sin dejar de lado los sitios antes mencionados; ya que estos representaron un porcentaje estimado de nuestra población a encuestar.

La importancia de la creación de una empresa de confección y distribución de prendas de vestir en tallas plus es resolver el problema social existente en el

mercado insatisfecho, dando comodidad al segmento con una línea amplia y diversa de vestuario plus, con cortes innovadores de gran calidad con preciosos acabados, de tal forma que satisfagan las necesidades y exigencias del segmento.

La creación de este proyecto se considerara un impacto positivo en la sociedad porque brindara un producto 100% ecuatoriano, que pretende que la creación de empleo es una fortaleza y clave para el desarrollo del negocio y del país; y que adicionalmente tiene la capacidad de evolucionar en uno de los sectores más complejos, como es la industria de la moda.

6. Planteamientos de objetivos

Objetivo General

Desarrollar la creación de una empresa, dedicada a la confección y distribución de prendas de vestir en tallas plus mediante la investigación de mercado, que permita identificar las necesidades de calidad y demanda del servicio, para la inversión, en el cantón La Libertad Provincia de Santa Elena.

Objetivos Específicos

- Identificar a los clientes potenciales (Mujeres y Hombres de 16 a 65 años) en el Cantón La Libertad, mediante la implementación del estudio de Mercado.
- Diagnosticar el mercado que tiene este servicio, que permita identificar su oferta, demanda, los causales y estimar su comportamiento.
- Analizar las posibles fuentes de capital necesario, para el establecimiento del mismo.

- Contribuir con el desarrollo de la península, y elevar las condiciones de vida de las personas del segmento plus.
- Realizar la planeación de la empresa en los aspectos técnicos, de mercadotecnia, administrativa, operativa y financiero para viabilizar los costos y beneficios mediante el análisis económico-social de la actividad para poder proyectar y construir los flujos adecuados.

7. Hipótesis

La creación de una empresa de confección y distribución de prendas de vestir en tallas plus, en el cantón La Libertad, le permitirá al inversionista tomar la decisión de invertir su capital en este tipo de empresas.

8. Variables

Variable independiente

La creación de una empresa de confección y distribución de prendas de vestir en tallas plus.

Variable dependiente

Permitirá al inversionista tomar la decisión de invertir su capital en este tipo de empresas.

9. Operacionalización de las variables

CUADRO 1 Operacionalización de la variable independiente

Hipótesis	Variables Independiente	Variables Conceptual	Dimensiones	Indicador	Ítems	Instrumentos
¿La creación de una empresa de confección y distribución de prendas de vestir en tallas plus, en el cantón La Libertad, le permitirá al inversionista tomar la decisión de invertir su capital en este tipo de empresas?	La creación de una empresa de confección y distribución de prendas de vestir en tallas plus.	Análisis comprensivo que sirve para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y en base a ello tomar la mejor decisión y si procede su estudio, desarrollo o implementación.	Actividad Económica	Personas de tallas plus	¿En qué talla plus se encuentra usted?	Entrevistas
				Lugar de adquisición del producto	¿En qué lugar usted adquiere prendas de vestir en tallas plus?	
			Periodo y disponibilidad del producto	Frecuencia	¿Con que frecuencia usted compra el producto?	Encuestas
				Disponibilidad	¿Considera usted que la disponibilidad del producto es importante?	

Fuente: Dr. Carlos Méndez, libro Diseño y Desarrollo del Proceso de Investigación.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

CUADRO 2 Operacionalización de la variable dependiente

Hipótesis	Variables Dependiente	Variables Conceptual	Dimensiones	Indicador	Ítems	Instrumentos
¿La creación de una empresa de confección y distribución de prendas de vestir en tallas plus, en el cantón La Libertad, le permitirá al inversionista tomar la decisión de invertir su capital en este tipo de empresas?	Permitirá al inversionista tomar la decisión de invertir su capital en este tipo de empresas.	En la cadena productiva manufacturera, la industria textil, genera gran utilidad lo que permitirá al inversionista invertir en la empresa.	Atributos Intangibles	Marca	¿Usted cuando consume el producto se guía por la marca?	Entrevistas
				Calidad	¿Al comprar el producto usted considera la calidad?	
			Atributos Tangibles	Precio	¿Considera usted que el precio es importante a la hora de adquirir el producto?	Encuestas
				Presentación	¿Cuál es la presentación que usted elige al momento de adquirir el producto?	

Fuente: Dr. Carlos Méndez, libro Diseño y Desarrollo del Proceso de Investigación.
Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 ANTECEDENTES DEL TEMA

Históricamente la industria textil se ha ubicado entre los sectores manufactureros más importantes en cuanto a producción se refiere las cuales producen desde hilos hasta prendas de vestir, la industria textil propiamente dicha, en sus inicios se concretó a nivel de telares manuales, donde se procesaba el algodón, aunque estos fueron perdiendo importancia con el correr de los tiempos, debido a la introducción de la industria mecanizada el proceso de fabricación se fue tecnificando como medio de satisfacer la necesidad de vestuario y otras, está ligada a la misma historia del ser humano.

Durante la época precolombina esta actividad se presenta en forma muy elemental, durante la colonia se mejora la productividad, mediante el uso de instrumentos mecánicos, más eficientes, hoy por hoy, la industria textil fabrica productos provenientes de todo tipo de fibras, siendo las más utilizadas el algodón, el poliéster, el nylon, los acrílicos, la lana y la seda, para llegar a la vestimenta, se fueron produciendo los siguientes pasos: fabricación y preparación del hilo en husos, tisaje, baño de apresto, armado de conos, enrollado o bobinado, tejido, teñido, estampado, hechura del género, confección de la prenda.

El sector textil genera varias plazas de empleo directo en el país, llegando a ser el segundo el sector manufacturero que más mano de obra emplea, después del sector de alimentos, bebidas y tabacos. Con la apertura comercial iniciada en la

década de los noventa el sector textil inicio un proceso de mejora de sus niveles de productividad y calidad, a través de la integración vertical de las importantes cadenas textiles que incluyeron confección dentro de su línea de producción. Las modas son cambiantes, pero cada vez se busca la comodidad y simplicidad al momento de vestir o lucir, y es debido al cambio constante en los diferentes estilos de la moda que hace que el mercado se considere un mundo infinito dependiendo de la cultura y las costumbres de cada región y época.

La vestimenta es un vestuario peculiar utilizado por hombres y mujeres que desempeñan varias funciones, y se ha convertido a través del tiempo en el distintivo más importante para cualquier persona la diversificación en el sector ha permitido que se fabrique un sinnúmero de productos textiles, siendo los hilados y los tejidos los principales en volumen de producción. No obstante, cada vez es mayor la producción de confecciones textiles, tanto las de prendas de vestir como de manufacturas para el hogar.

Las necesidades del comerciante son diferentes a las necesidades del cliente o consumidor, ya que a medida que pasa el tiempo la calidad, diseño y costo van aumentando, en la actualidad las personas con sobrepeso ya no luchan por ser delgadas porque cada vez se torna más difícil perder kilos, razón por la cual existe una demanda insatisfecha que busca la sensibilidad de los manufactureros de la confección para proveer una demanda que va en aumento, ya que obliga al cliente pagar un mayor valor a través de las costureras particulares, en confección bajo medida o la compra de ropa por catálogo.

Año tras año, el vestuario va sufriendo transformaciones y nuevas tendencias van dejando su sello personal en cada una de las personas a medida que pasa el tiempo la moda va cambiando y las exigencias van aumentando, por ello se debe tomar en cuenta que las personas se preocupa de su imagen y personalidad al momento de vestir.

1.1.1. Reseña histórica del cantón La Libertad

El cantón La Libertad se ubica en la parte occidental de la Provincia de Santa Elena, entre los cantones de Santa Elena y Salinas, en la puntilla de Santa Elena, que es el extremo occidental del Ecuador continental. Posee una geografía irregular y un diminuto sistema montañoso llamado La Caleta. Esta zona es muy seca, por lo que posee pampas salineras y las lluvias son algo escasas.

En este cantón ecuatoriano viven 95.942 personas según el VII Censo de Población realizado por el INEC en el 2010. Además con esta población según el INEC se dice que la densidad poblacional de La Libertad sea de 3.690 habitantes/km².

A consecuencia del crecimiento, se elevó a La Libertad a parroquia rural del Cantón Santa Elena, el 11 de diciembre de 1935. Luego cuando Salinas se cantonizó, La Libertad se convirtió en parroquia de este en 1937. El crecimiento acelerado gracias a la exportación del petróleo hizo que La Libertad se desarrolle rápidamente, promulgada en el registro Oficial. N° 168 el 14 de abril de 1993, La Libertad se convirtió oficialmente en Cantón de la Provincia de Santa Elena, rechazando la opción de convertirse en parroquia urbana de Salinas, a pesar de estar físicamente unida a esta.

Conocida como la Agujereada, la Hueca, La Propicia o La Libertad, fue descubierta por el insigne capitán español Francisco Pizarro el 18 de agosto de 1527. Se dice que en tiempos de la colonia los nativos de esta tierra maravillosa, se dedicaban a la explotación de la sal, a la pesca artesanal, caza, cría de animales domésticos especialmente el ganado vacuno y a la agricultura, producto que se comercializaba dentro y fuera del cantón. Se comenta que en 1917 se cambió el nombre de Agujereada por La Libertad, ante la indecisión de los pobladores de ponerse de acuerdo sobre su nombre que significa democracia, independencia, soberanía y justicia social.

La historia de este cantón está ligada y es parte de su desarrollo por el petróleo ya que la exportación petrolera la transformo en la gran ciudad cuando se estableció la empresa norteamericana Anglo, estos se encargaron de construir el muelle y los canchones del barrio Puerto Rico que sirvió de residencia para nacionales y extranjeros. En 1929 la refinería de La Libertad trabajaba a plenitud como dato referente entre enero y agosto del mismo año se refinó 2.149.620 galones de petróleo crudo.

El crecimiento acelerado de La Libertad se inició cuando se convirtió en cantón, esto se dio en el gobierno del Arq. Sixto Durán Ballén el 14 de abril de 1993. El cantón la Libertad tiene actualmente una población que se acerca a los 100.000 habitantes, es el cantón con mayor desarrollo de la provincia de Santa Elena.

La Libertad es conocida como el centro económico de la provincia, y uno de los principales del país, alberga grandes organismos financieros y comerciales del país, su economía se basa en la pesca, el turismo comercio y el petróleo.

El cantón La Libertad, se encuentra incluido en un corredor importante “Ruta del Spondylus” y posee una riqueza cultural imperante en el sector que son parte de un potencial turístico, estos recursos deben ser aprovechados en la actualidad y bien podrían utilizarse de manera que sirvan para un desarrollo sustentable en la población.

Le han dado una nueva imagen al Cantón La Libertad a través del impulso sostenido, regeneraciones de lo que se ha denominado “Nueva Ciudad” como slogan, ya que alberga grandes organismos culturales, financieros, administrativos y comerciales que hacen del cantón el corazón comercial de la provincia, con un movimiento económico muy dinámico durante todo el año.

1.1.2. Organización Territorial

La ubicación geográfica de la provincia comprende al norte la provincia de Manabí, Guayas al este y sur, y el Océano Pacífico al oeste, particularmente la península con su mismo nombre Santa Elena, es una Provincia de la costa de Ecuador creada el 7 de noviembre de 2007, la más joven de las 24 actuales, tiene una extensión de 3.762,8 km², distribuidas en sus tres cantones: el más grande es Santa Elena con 3.639,8 km², el cantón Salinas con 68,7 km² de extensión, en el cantón La Libertad tiene 25,3 km² de área territorial.

El cantón Santa Elena tiene cinco parroquias rurales, Salinas dos y La Libertad es totalmente urbano.

Sus límites geográficos:

Son al norte: Desde el término del carretero que une la represa Velasco Ibarra con el sitio Punta Suche, en la Bahía de Santa Elena, por la línea de Costa hacia el Este, hasta la desembocadura del Estero Murciélago, en la población de Ballenita.

Al este: del Estero Murciélago, aguas arriba, hasta sus nacientes. De estas nacientes la línea imaginaria.

Al Sur: hasta alcanzar la confluencia de los ríos Hondo y Pinargoti, al sur: Desde la confluencia de los ríos Hondo y Pinargoti, la línea latitudinal.

Al Oeste: pasando por los campamentos mineros de San Francisco y Achallán, alcanza la bifurcación de los carreteros que conectan el sitio Punta de Suche, con Punta Carnero y el sitio Punta de Suche con la Represa Velasco Ibarra.

Al Oeste: desde este punto de bifurcación de los carreteros indicados, sigue por la carretera hacia el norte, hasta alcanzar el sitio Punta de Suche en la Bahía de Santa Elena.

Su relieve irregular, presenta grandes desniveles topográficos que varían en su altitud con relación al nivel del mar, entre los 5 metros hasta los 35 metros sobre el nivel del mar, clima generalmente cálido - húmedo.

1.1.3. Características Demográficas

La Provincia de Santa Elena tiene una población residente de 308,693 habitantes (1.46 % del total nacional) de ellos 156.862 son hombres (50.81%) y 151.831 son mujeres (49.19%) (Siendo el segundo cantón más grande del Ecuador).

Cantones

La provincia se divide en 3 cantones:

CUADRO 3 Población total de la provincia de Santa Elena

	Cantón	Pob. (2010)	Área (km²)	Cabecera Cantonal
	La Libertad	95.942	26,3	La Libertad
	Salinas	68.675	97	Salinas
	Santa Elena	144.076	3.639,8	Santa Elena

Fuente: wikipedia.org.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

La Libertad.- El cantón cuenta con un área de 25,3 km² de extensión y 95.942 habitantes, de ellos 48.030 son hombres y 47.912 son mujeres. Se destacó por el comercio informal conocido como la Bahía lugar donde se encuentra una variedad de productos como: ropa, calzado, librerías, y electrodomésticos. Es el único cantón totalmente urbano del Ecuador, (el cantón está formado por una única ciudad que ocupa la totalidad del territorio). La mayoría se dedica a las actividades turística y comercial se destaca entre los 3 cantones que conforman la provincia de Santa Elena, por ser un cantón eminentemente comercial.

Debido a su potencial económico, es visitada por comerciantes de distintas partes del país. La exportación petrolera la transformo en una gran ciudad, es el cantón con mayor actividad comercial en la península a pesar de su pequeña extensión geográfica y de ser solo urbana ya que el comercio es una de las principales fuentes para adquirir ingresos, varias personas invierten grandes cantidades de dinero para proveer diversos artículos.

Las empresas y microempresas constituyen el centro esencial de las actividades económicas y forma parte de la vida cotidiana para la mayoría de los habitantes.

CUADRO 4 Población del cantón La Libertad

Población del cantón La Libertad	Hombre	Mujer	Total
De 0 a 14 años	16.555	15.992	32.547
De 15 a 64 años	29.338	29.442	58.780
De 65 años y más	2.137	2.478	4.615
Total	48.030	47.912	95.942

Fuente: Eruditos.net.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

Salinas.- En una entidad territorial subnacional ecuatoriana, está ubicado en el accidente geográfico más saliente de la zona costera del Ecuador, la punta de Santa Elena, es el principal balneario de la provincia y uno de los más populares del país, a 142 km de Guayaquil.

Se ubica al sur de la región costa, tiene un área de 97 km², con una población de 68.675 habitantes, de los cuales 35.436 son hombres y 33.239 son mujeres; mientras que 34.719 viven en el área urbana y 33.956 personas están en la zona rural. Salinas por sus hermosas playas y la diversidad hotelera creada en ella, captaron a los consumidores y turistas de extracto social más alto considerados de elite, no solo nacionales sino también extranjeros, dedicados al turismo de la provincia y una de la más grande del Ecuador.

CUADRO 5 Población del cantón Salinas

Población del cantón Salinas	Hombre	Mujer	Total
De 0 a 14 años	11.848	11.357	23.205
De 15 a 64 años	21.985	20.241	42.226
De 65 años y más	1.603	1.641	3.244
Total	35.436	33.239	68.675

Fuente: Eruditos.net.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

Santa Elena.- Capital de la provincia de Santa Elena, se ubica en el litoral ecuatoriano, al occidente del país forma parte del conglomerado urbano de la puntilla de Santa Elena. El cantón tiene 3.639,8 km² de extensión y 144.076 habitantes, de ellos 73.396 son hombres y 70.680 son mujeres. En el área urbana viven 39.681 personas y en la rural 104.395.

Santa Elena, La Libertad y Salinas, siempre fueron vistas por sus pobladores como un solo conjunto, por lo que La Libertad por su situación geográfica ubicada en el centro de los cantones) y por encontrarse en ella las primeras empresas Petroleras, fue quien se desarrolló más comercialmente mucho antes que los demás, convirtiéndose en el eje de la economía en la Península, destacándose entre los 3 cantones que conforman la provincia de Santa Elena, por ser un cantón eminentemente comercial, otros hacen su lugar de residencia, porque ven un futuro económico en esta zona peninsular.

CUADRO 6 Población del cantón Santa Elena

Población del cantón Salinas	Hombre	Mujer	Total
De 0 a 14 años	24.829	23.879	48.708
De 15 a 64 años	43.914	42.332	86.246
De 65 años y más	4.653	4.469	9.122
Total	73.396	70.680	144.076

Fuente: Eruditos.net.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

1.1.4. Análisis Económico

La economía de la península se basa relativamente en el turismo y la pesca ya que cuenta con algunos puertos pesqueros muy importantes dentro de la zona como: Santa Rosa, San Pedro y Chanduy, otros pueblos pesqueros: Ancón, Anconcito y Palmar. La mayoría de su población se dedica a la actividad comercial ya que existen cerca de 11.644 establecimientos comerciales ubicados dentro de la península, entre las principales fuentes de sustentación económicas se encuentran:

- Agricultura.
- Camaroneras.
- Comercio.
- Extracción de petróleo.
- Las industrias pesqueras.
- Manufactura.
- Refinación de sal.
- Textilera.
- Turismo

1.1.4.1. PIB (Producto Interno Bruto) del sector

El presente análisis utiliza información brindada por el INEC y se complementa con datos relevantes de otras fuentes con el fin de establecer la importancia del sector en relación a la economía nacional, se decreta que existen 9.446 establecimientos económicos que desarrollan varias actividades productivas dentro de la península como es el comercio de bienes y servicios dentro del consumo de los hogares, así como la evolución de indicadores de la industria que permiten realizar un diagnóstico del desempeño económico del sector, lo que significa que un 6% de la región 5 y el 2% a nivel nacional, la fabricación de productos textiles y prendas de vestir forma parte de la industria manufacturera,

este sector aportó con cerca de dos puntos porcentuales al Producto Interno Bruto (PIB), se puede observar un crecimiento sostenido de las actividades productivas lo que la convierte en la tercera provincia en aporte económico a la Región 5.

Se detalla en siguiente cuadro los porcentajes del aporte según la actividad:

CUADRO 7 Producción Bruta Sectorial Santa Elena

PNB SANTA ELENA	MILES DE DOLARES	APORTE %
Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	84150	18%
Pesca	31100	6%
Explotación de minas y canteras	2486	1%
Industria manufactureras	48086	10%
Fabricación de productos de la refinación	11410	2%
Suministro de electricidad y agua	14604	3%
Construcción	43277	9%
Comercio al por mayor y al por menor	86554	18%
Hoteles y restaurantes	72129	15%
Transporte almacenamiento y comunicación	49627	10%
Intermediación financiera	4809	1%
Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler	14426	3%
Otras actividades	19234	4%
TOTAL PNB SANTA ELENA	480858	100%

Fuente: Agenda para la transformación productiva territorial.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

1.1.4.2. Inflación

La inflación en la economía es el aumento sostenido y generalizado del nivel de precios de bienes y servicios medido frente a un poder adquisitivo estable que es equilibrado estadísticamente a través del índice de precios al consumidor, a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos. Según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), entre enero y mayo del 2013 la inflación en el Ecuador se ubicó en 1,09% como

promedio de incremento de precios de productos y servicios para el consumidor final, cifra que nos favorece ya que es mejor que la de otros países de la región: en los primeros cinco meses la inflación en Brasil llegó a 3,02%; Colombia 1,48%; Perú 1,38%; y Bolivia 1,92%. Entre enero y abril, Argentina sumó 3,12%, y Estados Unidos 1,28%.

Durante el cuarto trimestre de 2012 el crecimiento trimestral económico ecuatoriano fue del 1%. Al comparar diciembre de 2012 con el mismo período del año anterior, el crecimiento anual de la producción nacional es del 4.2%, el cual es 2.6 puntos porcentuales inferior al crecimiento reflejado a diciembre de 2011.

El crecimiento del índice de confianza empresarial -ICE para marzo de 2013 ha aumentado en 121.2 puntos con respecto a marzo de 2012. Con respecto al índice de confianza del consumidor, la variación anual es positiva de 8.13%. El índice de actividad económica nacional -IDEAC- continúa con su tendencia creciente, llegando a obtener 498 puntos en marzo de 2013.

En marzo de 2013 se registró una inflación mensual del 0.44%, durante el primer trimestre de 2013 la inflación acumulada llegó a 1.13%; esto quiere decir 1.1 puntos porcentuales menos que lo registrado en marzo de 2012.

La inflación anual, para el mismo período de análisis, se registra en un 3.01%, lo cual evidencia una disminución de 3.11 puntos porcentuales frente a los datos registrados en marzo de 2012.

La inflación mensual del productor para marzo de 2013 se ubica en 0.38% y la anual en 1.33%. Para el mismo período de análisis la inflación acumulada llega a 1.65%; la cual al ser comparada con la registrada en el mismo período del año anterior se evidencia un decrecimiento de 0.8 puntos porcentuales.

1.1.5. Relación de género en las actividades productivas

En lo que concierne a la actividad económica, en la provincia de Santa Elena, el petróleo ha sido factor determinante para el desarrollo regional, por la construcción de infraestructura, generación de empleo y volumen anual de inversiones. Después del petróleo la actividad más importante es la agropecuaria y forestal, principalmente por la gente que emplea. Otros sectores importantes son la construcción, el comercio, los servicios y el turismo.

Los agricultores y trabajadores calificados de explotaciones petroleras agropecuarias, forestales, pesqueras artesanos y comerciantes con destino al mercado ocupan el 108.930% de personas de la Población Económicamente Activa (PEA) ocupada en diferentes trabajos, siendo los hombres el 80.038%, y las mujeres con el 28.892% , relativamente quien más se desempeña en el ámbito laboral es el hombre.

Le siguen:

1. Los trabajadores (as) oficiales, operarios y artesanos corresponden al 21% hombres, y al 6.5%, mujeres;
2. En ocupaciones elementales corresponden al 18.2% hombres, y al 23.1% mujeres;
3. Trabajadores de los servicios y vendedores corresponde al 17.6% hombres, y el 30.1% mujeres;
4. Agricultores y trabajadores calificados corresponde al 16.1% hombres y al 1.8%, mujeres;
5. Operadores de instalaciones y maquinarias corresponde al 8.3% hombres y al 1.2%, mujeres;

6. Trabajadores no declarados corresponde al 5.8% hombres y al 10.2% mujeres;
7. Personal de apoyo administrativo corresponde al 4.0% hombres y al 9.8%, mujeres;
8. Profesionales científicos e intelectuales corresponde al 3.1% hombres y al 11.5% mujeres;
9. Técnicos y profesionales del nivel medio corresponden al 2.7% hombres, y al 3.8% mujeres;
10. Ocupaciones militares corresponden al 1.5% hombres, y al 0.1% mujeres;
11. Directores y gerentes corresponde al 1.3% hombres, y al 2.0% mujeres.

1.1.5.1. Población Económicamente Activa (PEA) por rama de actividad

Con relación a las ramas de actividad, casi la mitad de la población en edad de trabajar se ocupa en el comercio, venta directa de productos y servicios lo que es natural en una población asentada en el filo costero y lo hacen mayoritariamente los hombres.

La otra mitad de la población se reparte en las otras ramas de actividad siendo, en orden de más a menos, las siguientes más importantes:

- ✓ Cuenta propia 29.1%;
- ✓ Empleado privado 28.0%;
- ✓ Jornalero o peón 13.6%;
- ✓ Empleado del estado 12.7%;
- ✓ Empleado domestico 4.2%;
- ✓ Patrono 3.0%;
- ✓ Trabajador no remunerado 2.9%;
- ✓ Socio 1.2%; no declarado 5.5%.

1.1.5.2. Categoría de Ocupación de la (PEA)

Un importante 29.1% son trabajadores por cuenta propia. El 28.0% son empleados del sector privado. Un 3.0% son patronos y 1.2% socios o trabajadores familiares y aproximadamente un 12% laboran para el estado, municipio o concejo provincial, los hombres con un alto porcentaje 8.379% y las mujeres 4.259%.

1.1.6. Desarrollo del Sector Comercial

El desarrollo del cantón La Libertad es constante, ya que posee pequeñas y grandes empresas que se dedican al comercio de manera formal e informal que permite obtener ingresos económicos para el sustento de sus hogares, esta población activa se encuentra dividida de la siguiente manera, el 7.7% se dedica actividades agrícolas, un 24% a la industria y construcción, el 67,5% al sector de los servicios, entre una de ellas es la venta directa de ropa de toda clase, pero se ha detectado que son muy escasas las empresas que se dedican a la venta directa de prendas de vestir en tallas plus, es decir no se está enfocando a los requerimientos del segmento plus, por tal razón nace la idea de la creación de una empresa dedicada exclusivamente a la confección y distribución de prendas de vestir en tallas plus en el cantón La Libertad, con la finalidad de cubrir las necesidades de la demanda potencialmente insatisfecha que tienen las personas al no encontrar un lugar específico donde se distribuya prendas acordes a sus tallas, sin tener que salir de la ciudad, o pagar un poco más al mandar a confeccionar.

La poca comercialización de esta indumentaria, que existe en las diferentes empresas o negocios de venta directa de ropa en la península de Santa Elena cantón La Libertad, no se ha desarrollado de manera profesional este tipo de servicio existen algunos lugares donde se comercializa la venta directa de ropa, pero en tallas grandes no esta clase de productos es muy insuficiente y tienen un

alto costo, la creación de este proyecto se considerara un impacto positivo en la sociedad porque brindara un producto 100% ecuatoriano, que cree que la creación de empleo es una fortaleza y clave para el desarrollo del negocio y del cantón; y que adicionalmente tiene la capacidad de evolucionar en uno de los sectores más complejos, como es la industria de la moda, logrando la satisfacción de las necesidades insatisfechas del segmento plus.

1.1.6.1. Desarrollo del Sector Textil

La industria textil es una de las más antiguas del mundo y se considera de las primeras ocupaciones del hombre en sociedades organizadas por tener un papel protagónico en la revolución industrial. El comercio de los productos textiles se ha extendido durante siglos primero entre las principales civilizaciones existentes y luego entre los países que lograron desarrollar esta industria a partir de las posibilidades reales de obtener o importar la materia prima para lograr los tejidos.

En la actualidad la industria sigue un propósito de ser cada vez más eficiente, de tener productos diferenciados y adoptar estrategias logísticas que le permitan participar en el mercado. A lo largo del tiempo, las diversas empresas dedicadas a la actividad textil ubicaron sus instalaciones en diferentes ciudades del país. Sin embargo, se puede afirmar que las provincias con mayor número de industrias dedicadas a esta actividad son: Pichincha, Imbabura, Tungurahua, Azuay y Guayas, por lo general las empresas textiles concentraron la mayor parte de sus ventas en el mercado local con el propósito de mejorar los índices de producción actuales e innovar en la creación de nuevos productos que satisfagan la demanda.

Indudablemente este esfuerzo para ser competitivos debe ser compartido, el requerimiento de la industria es que el costo país disminuya hasta llegar al menos a los niveles de la región, especialmente en lo que respecta al costo laboral, de energía eléctrica, las tarifas de telecomunicaciones y los fletes del transporte de

carga, que son algunos de los principales rubros que afectan los costos de producción de la industria textil.

Se puede analizar que en los últimos años se ha ganado la batalla a la informalidad de los productos de bajos costos que provienen de otros países, es que gracias a las campañas que promueve el consumo de productos ecuatorianos fabricados en el país, los consumidores locales están adquiriendo productos ecuatorianos siempre y cuando satisfagan las necesidades y expectativas de los clientes, por la constante lucha que ha venido dando el sector textil ecuatoriano a las confecciones extranjeras por consumir productos netamente ecuatorianos.

1.1.6.2. Sector de la Confección

Desde tiempos inmemoriales nuestro país ha sobresalido por tener hombres y mujeres con artes y habilidades en sus manos, talento y capacidad creativa que han hecho posible, la moda, el diseño, y el corte impecable haya distinguido a hombres y mujeres de estilo indiscutible. La industria de la confección en la actualidad es muy fragmentada y diversificada, la capacidad instalada en el país es informal lo que dificulta tener una perspectiva clara de lo que pasa en el sector.

La industria de la confección comprende la transformación de la tela en prendas de vestir y otros productos confeccionados como la lencería, la ropa para el hogar, las cortinas, los colchones, entre otros. Las etapas productivas corrientes son el diseño, el trazado, el corte, el estampado y bordado, el ensamblaje, la pulida, el etiquetado y por último, el almacenamiento y la distribución del producto final.

El reemplazo del producto importado no solamente generó una nueva demanda sino que exigió que el confeccionista mejore substancialmente su calidad para abastecer los mercados nacionales más exigentes, representados en las cadenas de almacenes y tiendas.

Dada la competencia comercial esta actividad se multiplica constantemente y esto ha provocado que la calidad de la producción comercial sea homogénea y que en muchos casos quienes forman parte del sector se obstaculicen con respecto. El sector de la confección ha tenido un proceso retroactivo, debido a la falta de interés en la aplicación de proyectos de este tipo.

1.1.7. Actividades Tradicionales

En nuestro medio, las actividades tradicionales está conformado por diversas ramas tales como: Sastrería, Corte y Confección, Modistería, Belleza, Ebanistería, Peluquería, Serigrafía, Mecánica, entre otras que se han ido incorporando a través del tiempo, haciendo de esta zona un sector productivo y de servicio.

Esta población está conformada en su mayoría por un grupo étnico bastante culturizado y sobre todo bien destacado en el arte u oficio manufacturero debido a que posee gran capacidad que han venido desarrollando a través del tiempo, la misma que les ha permitido obtener una fuente de ingresos para el sustento de sus hogares.

Por otra parte, el sector textil genera varias plazas de empleo directo en el país, llegando a ser el segundo sector manufacturero que más mano de obra emplea, tomando en cuenta que las empresas textiles ecuatorianas concentran la mayor parte de sus ventas en el mercado local.

1.1.7.1. Centros comerciales actuales de mayor afluencia en la península

Actualmente la provincia de Santa Elena, cuenta con dos grandes centros comerciales, situados en el Cantón La Libertad donde los peninsulares realizan

sus compras con mayor afluencia. La actividad comercial, y productiva, hacen de La Libertad una verdadera colmena de actividades.

1.1.7.2. C. C. El Paseo Shopping la Península

El Centro Comercial el Paseo Shopping la Península del grupo El Rosado es el más grande de la provincia de Santa Elena; se instaló mediante la inversión privada y alberga grandes organismos financieros y comerciales inaugurado el 30 de Noviembre del 2002, con una extensión de cincuenta mil metros cuadrados, la edificación alberga un Hiper-Markert, de diez mil metros cuadrados, en el que se concentran los servicios que ofrecen Mi Comisariato, Rio Store, Mi Juguetería y Ferrisariato, están a disposición 70 locales comerciales cuenta con patio de comida, seis salas de cine, una extensa playa de estacionamiento de vehículos.

El centro comercial, denominado el paseo “Shopping” del grupo Mi Comisariato ha contribuido con el desarrollo del comercio en La Libertad, con el apoyo de la municipalidad local, que completo la construcción de las vías de acceso a este centro.

GRÁFICO 1 Vista panorámica C.C Paseo Shopping la Península



Fuente: Eruditos.net.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

1.1.7.3. C. C. Popular Buenaventura Moreno

El Centro Comercial Buenaventura Moreno, ubicado en el cantón la Libertad, fue inaugurado el 16 de Agosto del 2003, cuya inversión es municipal el moderno y funcional edificio consta de dos plantas, seis puertas de acceso, cubre un área de 10.088 m². El moderno y funcional edificio reordeno a los comerciantes informales que desarrollaban sus actividades diarias ocupando la vía pública del casco comercial, la edificación consta de 514 módulos de trabajo, sala de conferencias, cyber, juegos infantiles baterías sanitarias guardianía permanente y los servicios básicos, áreas verdes y estacionamiento.

Estos dos centros comerciales, sin lugar a dudas aportan plenamente al desarrollo de la economía peninsular e invitan a la inversión en este nuevo sector de pleno desarrollo ya que la población del cantón es consumidora de estos lugares lo que indica que hay una necesidad latente que se debe de satisfacer.

GRÁFICO 2 Vista panorámica C.C Buenaventura Moreno



Fuente: Eruditos.net.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

1.1.8. Procedencia de la Materia Prima

En el ámbito de la industria textil, se denomina fibra o fibra textil al conjunto de filamentos hebras susceptibles de ser usados para formar hilos o telas, bien sea mediante hilado / tejido o mediante otros procesos físicos o químicos.

Las fibras textiles se clasifican según su origen:

- ✓ Origen Natural.
- ✓ Origen Artificial.
- ✓ Origen Sintético.

También se clasifican según su composición química, las fibras textiles de origen natural, se dividen en:

- ✓ Origen Vegetal.
- ✓ Origen Animal.

Las materias primas para uso textil, provienen del sector agropecuario, son de origen vegetal o animal y son productos naturales. Los productos textiles naturales tienen como ventaja, la capacidad filtrante; es decir que tiene la capacidad de mantener el calor. Lo más importante de esto, es que no se puede imitar con fibras textiles artificiales; todas las propiedades que tienen las fibras textiles, la ingeniería de la confección se ocupa de transformar las telas en bienes apreciados por los consumidores para prendas de vestir, o ajuar del hogar.

1.1.9. Formas de Organización Colectiva

En cuanto a la organización colectiva, La Libertad en el aspecto económico es el centro de acopio para la actividad turística de la provincia de Santa Elena, principalmente de alimentos (hoteles, almacenes, tiendas, restaurantes), constituyéndose el comercio en el sector de mayor crecimiento en el cantón

debido a su potencial económico, es visitado por comerciantes de distintas partes del país, de atracción no solo urbana, sino también intercantonal e interprovincial.

Se puede distinguir que en todo territorio al menos tres tipos de actores e instituciones son lo que más sobresalen: sector público, sector privado productivo y empresarial, y sociedad civil. En la provincia de Santa Elena, se han identificado hasta el 2009, 850 organizaciones de la sociedad civil. Se consideran instituciones públicas locales que promueven el desarrollo productivo en la provincia, a los actores públicos representantes de los gobiernos seccionales y locales que en Santa Elena están constituidos.

Por definición, estos gobiernos deben promover el desarrollo local de forma integral, lo que incluye especialmente la parte productiva, sin embargo se ha podido observar que existen organismos más o menos eficientes en esta tarea, dependiendo de una serie de factores que van desde lo económico hasta lo político; pero todos en mayor o menor medida han impulsado iniciativas locales que promueven emprendimientos.

1.1.9.1. La superintendencia de compañías al servicio del desarrollo productivo de Santa Elena

Tras la creación de la provincia de Santa Elena, el 7 de Noviembre del 2007, la necesidad de ampliar los servicios hasta este sector del país, adquirió mayor importancia para la Superintendencia de Compañías. Y fue la Cámara de Comercio local el eje impulsor para la instalación de una ventanilla de atención que facilite a los usuarios la prestación de trámites de interés societario y de otros similares sin que tengan que movilizarse hasta las oficinas principales del organismo de control. Con la suscripción de un convenio de participación entre la Superintendencia y la Cámara de Comercio Península de Santa Elena, se concretó

este objetivo que se resume en propiciar un mayor acercamiento con la ciudadanía y en motivar el desarrollo empresarial y productivo de la provincia.

En ese sentido la Superintendencia mantiene y mantendrá su consigna de continuar prestando una atención personalizada, ágil y eficiente en cualquier tipo de consulta; por ejemplo, al receptor los estados financieros de las empresas (balances), constitución de Compañías y comunicaciones dirigidas al despacho; así también, al recibir solicitudes de nóminas de reservas de denominaciones, transferencias de acciones, actualización de nombramientos, cambios de domicilio postal, etc.

CUADRO 8 Cámara de Comercio

VENTANILLA ÚNICA EMPRESARIAL DE SANTA ELENA	PERFIL SOCIETARIO DE SANTA ELENA										
<p>Dirección La Libertad. Cámara de Comercio Península de Santa Elena Barrio Rocafuerte, Av. Quinta s/n, calles 22 y 23. Teléfono 042784708 Horario de atención De 09:00 horas a 17:00. Responsable Ab. Néstor Flores M.</p>	<p>La Superintendencia de Compañías registra en la provincia de Santa Elena un total de 806 Compañías (378 en Salinas, 162 en La Libertad y 266 en Santa Elena), de las cuales 419 figuran como las compañías activas, número que se distribuyó de la siguiente manera.</p> <p>157 en el Cantón Salinas. 126 en el Cantón La Libertad. 136 en el Cantón Santa Elena.</p> <p>Por el tamaño se cuentan:</p> <table data-bbox="799 1675 1355 1883"> <tr> <td>Compañías Grandes</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>Compañías Medianas</td> <td>15</td> </tr> <tr> <td>Compañías Pequeñas</td> <td>68</td> </tr> <tr> <td>Compañías Micro</td> <td>141</td> </tr> <tr> <td>Compañías no Definidas</td> <td>192</td> </tr> </table>	Compañías Grandes	3	Compañías Medianas	15	Compañías Pequeñas	68	Compañías Micro	141	Compañías no Definidas	192
Compañías Grandes	3										
Compañías Medianas	15										
Compañías Pequeñas	68										
Compañías Micro	141										
Compañías no Definidas	192										

Fuente Cámara de Comercio Península de Santa Elena.
Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

1.1.10. Volumen de residuos de materia prima

Los residuos de las telas y de los materiales utilizados en la confección de las prendas cuentan con un nivel de aprovechamiento considerable, para manejar los residuos se contará con un sistema de reciclaje en el que se recogerán todos los retazos que han sido desechados y serán almacenados. Normalmente los desperdicios generados por el taller de confección serán hilos se empalmarán y se volverán a bobinar y los residuos de telas y materiales de acabados se reciclaran con el fin de darle un buen uso.

1.1.11. Tipos de Residuos

Los principales aspectos relacionados a la confección tienen que ver con la generación de residuos sólidos. Tipos de residuos sólidos que generara la empresa Tallitas Plus S.A:

- Cartón, papel y polietileno.
- Conos, carretes y bobinas de plástico y/o cartón.
- Estopa, pelusa e hilos.
- Residuos de telas.
- Trapos y estopa con aceite.

1.2 RECURSOS DEL SECTOR TEXTIL

Durante los últimos años el sector textil se ha desarrollado de una manera más profesional, la confección de vestimenta conlleva a grandes expectativas en cuanto a la moda actual, se debe tomar en cuenta que la innovación es un punto

clave para alcanzar el éxito. El sector textil está en constante crecimiento y esto se debe en parte a que la gente cada vez invierte más dinero en cuanto a vestimenta ya sea por gustos y preferencias o porque tienen la necesidad de hacerlo.

La vestimenta dice mucho por ello se debe tomar el tiempo necesario para elegir la indumentaria adecuada para cada ocasión respetando clima, origen y creencias religiosas en cada una de las personas, suele ser un complemento esencial por su uso diario, se debe tener muy presente las características tanto en materiales como en fabricación de tallas.

1.2.1. Recursos del sector textil y confección

El sector de la confección ha sido altamente fragmentado en el país. Dentro de la estrategia de incrementar su competitividad internacional, raíz de la apertura comercial de inicios de los 90, el ingreso de empresas textiles con plantas de confección propias cambió significativamente el panorama de la confección nacional, el cual se vio súbitamente inyectado con mejores prácticas gerenciales y nuevas estrategias de comercialización y ventas.

Debido a la gran dispersión y heterogeneidad del sector confeccionista del país, se ha considerado que la actividad de la confección puede realizarse de dos maneras: utilizando un sistema de empresa, mediante una organización moderna con maquinaria adecuada y producción y distribución en serie; o, a través de un sistema artesanal, basado más bien en unidades pequeñas de producción, que no cuentan con una estructura organizacional específica con maquinaria básica y técnicas muy elementales y cuya producción casi totalmente se realiza bajo y normalmente por unidades (confección a la medida).

El principal problema del sector constituye que el empresario no dispone de producción nacional necesaria de insumos, así como también la baja calidad de

los mismos, orillando a la importación de la mayoría de los materiales, como también de las maquinarias.

1.2.2. Clasificación Textilera

Se clasifica de la siguiente manera:

- ✓ Fibra
- ✓ Hilado
- ✓ Tela tejido
- ✓ Prenda textil

Se establece la información comercial, de los fabricantes y confeccionistas al momento de adquirir la materia prima y confeccionar el producto. La empresa deberá exigir a sus proveedores que los productos ostenten la información comercial establecida en ella el cual comprende cuatro rubros importantes:

- La información del fabricante y/o el importador.
- La composición de fibras.
- Las instrucciones de cuidado (conservación y limpieza).
- Las tallas de las prendas.

1.2.3 Industria Textil

La actividad textil constituye una importante fuente generadora de empleo, demanda mano de obra calificada y es además una industria integrada que requiere insumos de otros sectores como el agrícola, ganadero, industria de plásticos, industria química, etc.

La industria textil contribuye al crecimiento del sector manufacturero con un valioso aporte, las exportaciones de artículos relacionados con esta industria han

presentado en los últimos años un crecimiento significativo, sin embargo se enfrenta al reto de competir dentro y fuera del país con artículos de origen externo en particular los de procedencia china.

Mejorar la competitividad es el principal desafío de la industria, hacerlo permitirá ingresar y posicionarse en mercados foráneos, incentivar la producción y por lo tanto generar importantes plazas de empleo.

El presente análisis utiliza información ofrecida por el INEC y se complementa con datos relevantes de otras fuentes con el fin de establecer la importancia del sector en relación a la economía nacional, a la industria manufacturera, al comercio de bienes y servicios y dentro del consumo de los hogares así como la evaluación de indicadores de la industria que permitan realizar un diagnóstico del desempeño económico del sector.

1.2.4. Derivados de las prendas de vestir

En la actualidad los derivados de la indumentaria son diversificados pero se la ha clasificado de la siguiente manera:

- ✓ **Casual:** La ropa casual también se conoce como ropa informal, que es la ropa que usamos a diario, en resumen es una ropa que puedes usar a cualquier hora del día.
- ✓ **Sport:** Es ideal para la realización de algún deporte. Es muy cómodo y proporciona seguridad y soporte de costuras óptimas. Modernos diseños que obedecen estándares de ergonomía.
- ✓ **Formal:** La ropa formal se usa generalmente para eventos especiales o importantes como: un baile, casamiento, reunión, negocios, trabajo.

1.2.5. Producto Final

La empresa Tallitas Plus S.A, ingresara al mercado con 7 productos los cuales son:

- ✓ **Blusa:** prenda de vestir femenina de uso ligero que cubre la parte superior del cuerpo.
- ✓ **Camiseta:** prenda sin cuello que se usa de manera directa sobre el cuerpo o bajo la ropa.
- ✓ **Chaqueta:** prenda exterior de vestir con mangas y abierta por delante, que se ajusta al cuerpo y llega hasta las caderas.
- ✓ **Pantalón:** prenda de vestir con dos perneras que generalmente cubre desde la cintura hasta los tobillos.
- ✓ **Falda:** prenda de vestir suelta que cae desde la cintura hacia abajo.
- ✓ **Terno:** conjunto de pantalón, chaleco, chaqueta confeccionada con una misma tela.
- ✓ **Licra:** prenda de vestir cómoda que se ajusta al cuerpo.

Para lo cual se emplearan diferentes tipos de telas según la elaboración de cada una de las prendas, las telas que se utilizaran son:

- ✓ Tela stretch
- ✓ Tela de hilo
- ✓ Tela damasco
- ✓ Tela jean
- ✓ Tela casimir italiano
- ✓ Tela licra entre otros.

Adicionalmente se incorporara insumos para el terminado del producto: hilos, encajes, botones, elásticos, entre otros. Para efectos de estudio se analizaron las prendas más comercializadas por las personas de tallas plus en cuanto a vestimenta.

1.3. MARCO LEGAL

1.3.1. Constitución de la República del Ecuador

La Constitución del Estado del 2008, desarrollada por la Asamblea Constituyente en la provincia de Manabí, determina en el Título VI – Régimen de Desarrollo, en el art. 276 expresa que hay que mejorar la calidad y esperanza de vida, aumentar, derechos que establece la Constitución. De acuerdo a este artículo hay que construir un sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo, de los medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable; apoyándose en este artículo surge la idea de creación de una empresa como medio de desarrollo de la actividad productiva permitiendo establecer nuevas plazas de empleo.

Art. 304.- La política comercial tendrá los siguientes objetivos:

1. Desarrollar, fortalecer y dinamizar los mercados internos a partir del objetivo estratégico establecido en el Plan Nacional de Desarrollo.
2. Regular, promover y ejecutar las acciones correspondientes para impulsar la inserción estratégica del país en la economía mundial.
3. Fortalecer el aparato productivo y la producción nacionales.
5. Impulsar el desarrollo de las economías de escala y del comercio justo.

El Estado propiciará las importaciones necesarias para los objetivos del desarrollo y desincentivará aquellas que afecten negativamente a la producción nacional, a la población y a la naturaleza.

Art. 325.- El Estado garantizará el derecho al trabajo. Se reconocen todas las modalidades de trabajo, en relación de dependencia o autónomas, con inclusión de labores de auto-sustento y cuidado humano y como actores sociales productivos a todas las trabajadoras y trabajadores.

1.3.2. Plan Nacional del Buen Vivir

El desarrollo de la presente tesis se sustenta en el Plan Nacional del Buen Vivir, 2009 - 2013, cuyo objetivo en su Política: 11.1. En su literal a “Fomentar la producción nacional vinculada a la satisfacción de necesidades básicas para fortalecer el consumo doméstico y dinamizar el mercado interno”. Y en sus literales g. Desarrollar una logística eficiente que permita mejorar la productividad, calidad, diversificación productiva y distribuir de mejor manera los ingresos en la cadena de valor; y, h. Reconocer la diversidad de actoras y actores económicos e impulsar su participación efectiva en los espacios de decisión económica.

1.3.3. Plan Nacional de Desarrollo

El Plan Nacional de Desarrollo se requiere para cambiar el modelo, y propone un modelo productivo cuyos objetivos sean: reducción del desempleo y subempleo; reducción de las desigualdades sociales; sistemas de producción inclusivos; impulso a la economía solidaria; desarrollo local y descentralización productiva; control de las imperfecciones de mercado; e, incremento de la productividad. La productividad, es un concepto que tiene más alcance que su concepto derivado, la competitividad.

Se entiende como el grado al cual se puede producir -bajo condiciones de libre mercado- bienes y servicios que satisfagan los requerimientos de los mercados internacionales y, simultáneamente, incrementan los ingresos reales de los factores involucrados.

Una economía auténticamente competitiva presupone una base social y económica en la que opera un proceso sostenido de ganancias en productividad, en todos sus sectores, y no solamente en los directamente involucrados en el mercado mundial.

1.3.4. Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversión (COPCI)

El Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones – 2010, en su Libro II – Título I – Capítulo I. De las Inversiones Productivas en su art. 13, literal a) establece que las inversiones productivas son destinadas a producir bienes y servicios, a ampliar la capacidad productiva y a generar fuentes de trabajo en la economía nacional.

En su art. 19 expone los derechos de los inversionistas y en el literal a), expresa la libertad de producción y comercialización de bienes y servicios lícitos. Así mismo se apoya en el Libro III – Capítulo I. Del Desarrollo Empresarial de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas, y de la Democratización de la Producción, en el art. 53 expresa la definición de las microempresas, pequeñas y mediana empresa como una unidad productiva que ejerce una actividad de producción, comercio y ventas anuales, en la cual se rige la propuesta de este proyecto.

1.3.5. Normas Regulatorias

El Gobierno creó una comisión especial para la coordinación de la “Agenda Regulatoria” que es considerada como un eje fundamental para las acciones del cambio de la matriz productiva.

Con el propósito de promover y proteger la industria nacional, en el marco de la transformación de la matriz productiva, el Gobierno Nacional trabaja en una agenda regulatoria que es liderada por la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (Senplades), Según los estudios realizados por la Senplades, el país tiene un déficit regulatorio: es un consumidor antes que un productor de normas; solo utiliza el 25% de su facultad regulatoria. Por ello, se desarrollarán las regulaciones para contratación pública, banca pública y normas de calidad. “La agenda completa corresponde a una serie de normas que se implementarán.

El vicepresidente de la República, Jorge Glas, dijo que la regulación permitirá crear incentivos como se lo hizo al aumentar el fondo de garantía de la Corporación Financiera Nacional para poder otorgar mayor cantidad de créditos, siempre y cuando, favorezcan los objetivos principales del cambio de la matriz productiva.

1.3.5.1. Ley de Compañías

Ley de Compañías fue creada con la finalidad de regular las acciones entorno al negocio y las organizaciones, esto incluye corporaciones, sociedades y otras asociaciones que tiene generalmente una cierta forma de actividad económica.

Esta ley vigila la formación y funcionamiento de compañías contrarias al orden público, a las leyes mercantiles y a las buenas costumbres, de las que no tengan un objetivo real y lícito.

Toda compañía que se constituya en el Ecuador deberá tener su domicilio principal dentro del territorio nacional.

La comisión de legislación y codificación de la República del Ecuador manifiesta que: En ejercicio de la facultad que le confiere el numeral 2 del artículo 139 de la Constitución Política de la República, resuelve:

Expedir la siguiente codificación de la **LEY DE COMPAÑÍAS**

SECCIÓN

Disposiciones Generales

Art. 1.-Contrato de compañía es aquel por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades. Este contrato se rige por las disposiciones de esta Ley, por las del Código de Comercio, por los convenios de las partes y por las disposiciones del Código Civil.

Permisos de funcionamiento.-Los permisos necesarios que debe cumplir toda empresa son las siguientes:

- ✓ Registro Único de Contribuyentes.
- ✓ Matricula Municipal.
- ✓ Permiso del Cuerpo de Bomberos.
- ✓ Permiso Sanitario.
- ✓ Licencia anual de funcionamiento para locales comerciales.

Requisitos para obtener el RUC para compañías anónimas y limitadas

- ✓ Copia de cédula vigente legible y certificado de votación (último proceso electoral del representante legal).
- ✓ Original y copia del nombramiento del representante legal, inscrito en el registro mercantil.
- ✓ Formularios 01-A y 01-B (resolución 0070).
- ✓ Original y copia de la planilla de cualquier servicio básico (último trimestre) a nombre de la Compañía, representante legal o del contrato de arrendamiento inscrito en el juzgado de inquilinato a nombre de la compañía.
- ✓ Original del registro de sociedades (datos generales y accionistas).
- ✓ Original y copia de la escritura de constitución con su respectiva resolución e inscripción en el registro mercantil.
- ✓ Copia de cédula identidad vigente legible del contador.

Patente municipal.

- ✓ Copia del RUC.
- ✓ Copia de cédula de identidad del representante legal.
- ✓ Certificado del cuerpo de bomberos.
- ✓ Tasa de trámites para patentes.

1.3.5.2. Corporación Financiera Nacional del Ecuador (CFN)

Corporación Financiera Nacional banca de desarrollo del Ecuador, es una institución financiera pública, cuya misión consiste en canalizar productos financieros y no financieros alineados al Plan Nacional del Buen Vivir para servir a los sectores productivos del país.

MONTO

- ✓ Desde USD 50.000 a nivel nacional.
- ✓ Valor a financiar (en porcentajes de la inversión total)
- ✓ Hasta el 70%; para proyectos nuevos.
- ✓ Hasta el 100%; para proyectos de ampliación.
- ✓ Hasta el 60%; para proyectos de construcción para la venta.

PLAZO

- ✓ Activo Fijo: hasta 10 años.
- ✓ Capital de Trabajo: hasta 3 años.

PERÍODO DE GRACIA

- ✓ Se fijará de acuerdo a las características del proyecto y su flujo de caja proyectado.

TASAS DE INTERÉS

- ✓ PYME (monto hasta USD 200.000) Desde 9,75% - hasta 11,5%.
- ✓ SECTOR EMPRESARIAL (monto hasta USD 1 millón) Desde 9,0% - hasta 10%.
- ✓ SECTOR CORPORATIVO (monto mayor a USD 1 millón) Desde 8,25% - hasta 9,08%.

REQUISITOS

- ✓ Para créditos de hasta US\$ 300,000 se requiere Plan de Negocios.

- ✓ Para créditos superiores a US\$ 300,000 se requiere completar el modelo de evaluación que la CFN proporciona en medio magnético y un Proyecto Evaluación.

Declaración de impuesto a la renta del último ejercicio fiscal.

- ✓ Títulos de propiedad de las garantías reales que se ofrecen.
- ✓ Carta de pago de los impuestos.
- ✓ Permisos de funcionamiento y de construcción cuando proceda.
- ✓ Planos aprobados de construcción, en el caso de obras civiles.
- ✓ Proformas de la maquinaria a adquirir.
- ✓ Proformas de materia prima e insumos a adquirir.

1.3.6. Normas ISO 9000

La Organización Internacional para la Estandarización, Normas para la gestión y el aseguramiento de la calidad, Directrices para su selección y uso. (Normas ISO 9000).

Las normas ISO adecuan las características de las empresas, evaluando en los procesos y estándares de calidad que es un factor esencial en la competitividad de cualquier actividad que se desarrolle tanto a nivel interno como externo y mejora los aspectos organizativos de la empresa de acuerdo a su actividad ya que cada cliente desea que se cumpla sus necesidades y expectativas en cuanto a exigencias del mercado.

Ofrece numerosas ventajas para las empresas, cómo pueden ser:

- ✓ Estandarizar las actividades del personal que trabaja dentro de la organización por medio de la documentación.

- ✓ Incrementar la satisfacción del cliente al asegurar la calidad de productos y servicios de manera consistente, dada la estandarización de los procedimientos y actividades.
- ✓ Medir y monitorear el desempeño de los procesos.
- ✓ Incrementar la eficacia y/o eficiencia de la organización en el logro de sus objetivos.
- ✓ Mejorar continuamente en los procesos, productos, eficacia, entre otros.
- ✓ Reducir las incidencias negativas de producción o prestación de servicios.

1.4. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Para cada solución factible, se presenta una planificación preliminar de su implementación. El estudio de factibilidad, es una tarea que suele estar organizada y realizada por los inversionistas. El estudio consume aproximadamente entre un 5% y un 10% del costo estimado total del proyecto, y el período de elaboración del mismo varía dependiendo del tamaño y tipo de empresa a desarrollar.

Según la finalidad o el objeto de la inversión, es decir, del objetivo de la asignación de recursos, es posible distinguir entre proyectos que buscan crear nuevos negocios o empresas y proyectos que buscan evaluar un cambio, mejora o modernización en una empresa existente. En el primer caso, la evaluación se concentrará en determinar todos los costos y beneficios asociados directamente con la inversión. En el segundo sólo considerará aquellos que son relevantes para la decisión que se deberá tomar.

Los proyectos nacen, se evalúan y eventualmente se realizan en la medida que respondan a una necesidad humana. Así, el proyecto se puede entender como el elemento básico de la implementación de políticas de desarrollo, y forma parte de programas o planes más amplios, contribuyendo a un objetivo global de desarrollo, es una forma de lograr los propósitos y objetivos generales.

1.4.1. Aspectos generales de un estudio de factibilidad

Un proyecto de inversión es un plan que si se le asigna determinado monto de capital y se le proporciona insumos de varios tipos, podrá producir un bien o un servicio, útil al ser humano o a la sociedad en general por lo tanto podemos resumir que un proyecto de inversión es la búsqueda inteligente al planteamiento de un problema que tiende a resolver una necesidad.

El estudio incluye los objetivos, alcances y restricciones sobre el sistema, además de un modelo lógico de alto nivel del sistema actual (si existe). A partir de esto, se crean soluciones alternativas para el nuevo sistema, analizando para cada una de éstas, diferentes tipos de factibilidades.

El estudio de factibilidad de cierta manera es un proceso de aproximaciones sucesivas, donde se define el problema por resolver. Para ello se parte de supuestos, pronósticos y estimaciones, por lo que el grado de preparación de la información y su confiabilidad depende de la profundidad con que se realicen tanto los estudios técnicos, como los económicos, financieros y de mercado, y otros que se requieran. Los componentes de este estudio profundizan la investigación por medio de tres análisis, los cuales son la base en la cual se apoyan los inversionistas para tomar una decisión.

Para Fernández Espinoza, Saúl (2007) define que un proyecto de inversión es una propuesta que surge como resultado de estudios que la sustentan y que está conformada por un conjunto determinado de acciones con el fin de lograr ciertos objetivos.

En cambio Córdoba Padilla, Marcial (2006) define que un proyecto es un conjunto de actividades estructuradas para satisfacer una necesidad en la forma de productos o servicios. Un proyecto de inversión se define como “un plan que si se le asignan determinados recursos de capital y se le proporcionan insumos de diversos tipos, podrá producir un bien o servicio, útil al ser humano o a la sociedad en general”.

El proyecto de inversión implica un proceso amplio de formulación y evaluación donde la formulación y preparación requiere la recopilación, creación y análisis sistemática de datos, la construcción y elaboración de estados financieros, por lo que requiere un estudio de mercado, estudio técnico, estudio organizacional, mientras que la evaluación implica el estudio de indicadores de rentabilidad un análisis cualitativo que evalúa aquellos elementos no cuantificables, y la sensibilización del proyecto que enmarca el trabajar con escenarios (normal pesimista etc.) esto para conocer los efectos en el VAN para que el proyecto sea viable.

Importancia de los proyectos de inversión

La importancia de los proyectos de inversión radican principalmente en el hecho de que en nuestra sociedad de consumo día a día se tienen productos y servicios que nos proporcionan bienestar y satisfacciones, por tanto siempre existe una necesidad humana de un bien o servicio en el cual invertir, ya que esta es la única forma de producir el bien o servicio.

Es claro que las inversiones no se hacen solo porque alguien desea algo, o porque quiere producir un artículo, o porque cree que le dejara dinero, es necesario entonces efectuar una inversión inteligente, y esta requiere una base que la justifique, dicha base es un proyecto de inversión bien estructurado y evaluado que indique el camino a seguir. Esto deriva en la necesidad de elaborar proyectos.

1.4.2. Etapas del proyecto de inversión

Las etapas del proyecto de inversión implican la identificación de una idea, un estudio de mercado, la decisión de invertir, la administración de la inversión y la evaluación de los resultados. El proyecto en sí suele ser evaluado por distintos especialistas.

1.4.2.1. Estudio de Mercado

Realizar un estudio de mercado es una etapa obligatoria al momento de elaborar un Plan de Negocios, esto permitirá obtener y analizar información procedente del entorno y de ese modo, comprobar en gran medida la factibilidad del proyecto y aprovechar dicha información para diseñar el mejor plan posible.

Según (Blanco, 2007) el objetivo principal de un estudio de mercado es determinar la viabilidad de colocar productos o servicios en un mercado específico, medir los riesgos y posibilidades de éxito de dicha ocasión. El estudio de mercado comprende lo siguiente, según (Palacios, 2005).

1.4.2.2. Estudio Técnico

El objetivo de la parte del estudio técnico es el de mostrar cómo serán las operaciones diarias del negocio. Por lo que el estudio técnico debe proveer suficiente información para mostrar ello, pero sin ser demasiado técnico o exhaustivo, al punto que podría hacer perder el interés al lector por leerlo, o que éste no pueda entenderlo debido a su complejidad.

“Para (Blanco, 2007), el objetivo principal de este estudio es determinar la infraestructura necesaria para el proyecto y así poder especificar la capacidad instalada y utilizada de la empresa. De este estudio también se obtienen los costos de inversión y de operación en los procesos de producción”.

1.4.2.3. Análisis Económico

Señala la estructura de la inversión y describe los aspectos relacionados al financiamiento. El objetivo de la parte del estudio de la inversión y financiamiento de la empresa es el de mostrar cuál será el capital requerido para

poner en funcionamiento el negocio, en qué se usará y cómo se obtendrá o pretenderá obtener dicho capital. La parte del estudio de la inversión y financiamiento debería contener los siguientes elementos.

Inversión Fija

En este punto se hace una lista de todos los activos fijos (elementos tangibles necesarios para el funcionamiento de la empresa que no están para la venta) que se va a requerir y el valor de cada uno de ellos.

Activos Intangibles

En este punto se hace una lista de todos los activos intangibles (elementos intangibles necesarios para el funcionamiento de la empresa) que se va a requerir y el valor de cada uno de ellos.

Capital de Trabajo

El capital de trabajo es el dinero necesario para poner en funcionamiento el negocio durante el primer ciclo productivo, que es el tiempo transcurrido desde que se inician las operaciones del negocio hasta que se obtiene el dinero en cantidades suficientes como para seguir operando normalmente sin requerir de mayor inversión.

Inversión Total

La inversión total del proyecto se obtendrá de la suma de la inversión fija, los activos intangibles y el capital de trabajo. En este punto se hace una lista de dichos elementos, el monto requerido para cada uno de ellos y el monto total.

1.4.2.4. Estudio Financiero

Determina las fuentes de inversión internas y externas, el capital inicial de los accionistas, la capacidad de pago a terceros, elaboración de los presupuestos del flujo de caja neto, costos tanto de inversión como de operación y los ingresos.

Según (Blanco, 2007), este estudio se construye con la información resultante del estudio de mercado y estudio técnico y la transforma en valores, es por ello que el objetivo principal de este estudio es organizar y procesar la información que se tiene para la obtención de resultados que sirvan de base para su evaluación.

Y para lograr aquello es necesario analizar los siguientes elementos:

- ✓ Elementos de infraestructura y estructura.
- ✓ Maquinaria y equipos de producción.
- ✓ Estudios y proyectos.
- ✓ Inversión total.
- ✓ Depreciación y amortización.
- ✓ Financiamiento de terceros.
- ✓ Nómina.
- ✓ Materias primas.
- ✓ Ingresos.
- ✓ Gastos de fabricación.
- ✓ Estado de resultado.
- ✓ Balance General.

Así mismo, (Blanco, 2007) indica que luego de haber obtenido las variables y los parámetros del proyecto desarrollado en los elementos anteriormente mencionados, se procede a evaluar los resultados. Para ello es necesario analizar:

- ✓ Valor agregado.
- ✓ Punto de equilibrio.
- ✓ Capital de trabajo.
- ✓ Flujo de fondos.
- ✓ Rentabilidad: Tasa Interna de Retorno (TIR).
- ✓ Valor Presente Neto (VPN).

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Es un conjunto de procesos sistemáticos que se utiliza para realizar una determinada investigación puesto que consiste en la resolución de un determinado problema, donde se debe tener en cuenta que sin la aplicación de la metodología es casi imposible llegar a la lógica que conduce el conocimiento científico.

La investigación que se ejecuto fue exploratoria ya que permitió identificar el origen del problema, y cuáles fueron los factores que habían afectado el desarrollo, de igual forma por el grado de conocimiento es explicativa puesto que da respuesta al porqué de la investigación, de tal forma establece relaciones entre las variables con el objetivo de conocer la estructura y factores que intervienen en el proceso, también es descriptiva puesto que permitió analizar e interpretar los diferentes elementos del problema.

2.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Para llevar a cabo este proyecto, se realizó una Investigación Descriptivo Concluyente, ya que se enfoca a determinar la frecuencia con que ocurre algo, buscando describir mejor los problemas del mercado, la cual está basada en el muestreo estadístico donde se aplica el marco muestral y los datos obtenidos estarán sujetos a un análisis estadístico. Para llevar a cabo esta investigación, se utilizará la técnica cualitativa y cuantitativa que se sirve de encuestas personales para obtener información primaria mediante la realización de preguntas a las personas sobre sus conocimientos, actitudes, preferencias y comportamiento de

compra. Para esta investigación se realizará un diseño descriptivo, porque este nos permitirá:

- a) Describir las características más importantes de los grupos de consumidores, vendedores y competidores.
- b) Determinar cómo se perciben las características del nuevo producto.
- c) Establecer las relaciones de las variables del mercado. A su vez, aquí se realizará un diseño muestral representativo transversal individual.

Transversal porque esto implica la recolección de información de los elementos de cualquier muestra que se haga por una sola vez; e individual porque se extrae una sola, encuesta (**Ver anexo 1**).

2.1.1 Investigación Cuantitativa

Es aquella que permite examinar los datos de manera numérica, por lo tanto para desarrollar la metodología cuantitativa se requiere que entre los elementos del problema de investigación exista una relación cuya naturaleza sea lineal, es decir, que haya claridad de tal forma que sea posible definirlo, limitarlo y saber exactamente donde se inicia el problema, en cual dirección va y qué tipo de incidencia existe entre sus elementos.

2.1.2 Investigación Cualitativa

Es la que produce datos descriptivos, entendida también como una investigación social puesto que estudia fenómenos que no son explicados a través de números e índices, sino que son analizados como sistema complejos interrelacionados desde el punto de vista de cada persona, es así que se utiliza la descripción de los hechos en la generación de conocimiento de tal forma hacer de esta investigación una fuente de información para la toma de decisiones, entrevista (**Ver anexo 2**).

Las técnicas más utilizadas dentro de la investigación cualitativa son:

- a. Análisis de contenido
- b. La entrevista

2.2. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

El proyecto de estudio se lo consideró como estudio de factibilidad y viable ya que será uno de los pilares fundamentales para la toma de decisiones de los inversionistas, de acuerdo a la naturaleza el estudio estuvo enmarcado dentro de la modalidad de un proyecto factible, debido a que estuvo orientado a proporcionar solución o respuesta a problemas planteados en una determinada realidad. El Dr. Carlos Menéndez (2006), en su texto Metodología de la Investigación considera que el proyecto factible:

Comprende la elaboración y desarrollo de una propuesta de un modelo operativo viable, para solucionar problemas, requerimientos o necesidades de organizaciones o grupos sociales; puede referirse a la formulación de políticas programas, tecnologías, métodos o procesos. Para su formulación y ejecución debe apoyarse en investigaciones de tipo documental, de campo o de un diseño que incluya ambas modalidades.

2.3. TIPOS DE INVESTIGACIÓN

Existen varios tipos de investigación, para el desarrollo metodológico de los cuales se consideró para este estudio de factibilidad los siguientes tipos de investigación:

Por el nivel de estudio

- ✓ Investigación descriptiva

Por el lugar y fuentes

- ✓ Investigación bibliográfica
- ✓ Investigación de campo

2.3.1. Investigación Descriptiva

Es la forma y momento en que el problema de estudio fue analizado, el objetivo principal de la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer el entorno, costumbres y actitudes predominantes mediante la descripción exacta de las actividades.

Es así que se debe tener presente que su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la identificación que existen entre las variables, por lo tanto los investigadores no se convierten en tabuladores, sino que se encargan de recolectar los datos necesarios que aporten a la investigación que se está llevando a cabo.

En el informe final se debe señalar los datos obtenidos y el medio exacto de la población de donde fueron extraídos los datos, ya que se toma en cuenta una muestra representativa la misma que se escogerá dependiendo del problema de estudio, de tal forma que los datos pueden ser expresados en términos cualitativos o cuantitativos dependiendo del caso se pueden utilizar ambos a la vez.

2.3.2. Investigación Bibliográfica

Tiene el propósito de conocer, comparar, ampliar, profundizar y deducir diferentes enfoques, teorías, conceptualizaciones y criterios de diversos autores sobre un tema determinado tomando en cuenta documentos, libros o publicaciones.

Es así que se la considera como una de las primeras etapas puesto que transmite información a las ya existentes como las teorías, resultados, instrumentos y técnicas, de tal forma que se la puede entender como la búsqueda de información relevante que sirva para determinar el sistema de investigación, ya que ningún investigador puede iniciar el estudio sin antes haber explorado el material bibliográfico existente.

El presente trabajo, se apoyó en la consulta de libros y documentos concernientes a factibilidad de proyectos, que por su contenido teórico, ayudaría a buscar una solución inmediata para resolver los problemas, metodología de la investigación, estudio técnico y administrativo, entre otros, tesis de proyectos de factibilidad para la inversión de empresas, folletos sobre el desarrollo de tesis, revistas sobre el estado actual de la industria de servicios textiles, entre otros.

2.3.3. Investigación de Campo

Este tipo de investigación es también conocida como investigación in situ ya que se realiza en el sitio donde se encuentra el objeto de estudio, esto permite al investigador tener un conocimiento profundo ya que puede manejar los datos con mayor seguridad, podrá soportarse en diseños exploratorios, descriptivas y experimentales, creando una situación de control en la cual manipula sobre una o más variables dependientes.

Se debe tener en cuenta que cuando los datos se recogen directamente se los denomina primarios ya que permiten cerciorarse de las verdaderas condiciones en que se han obtenido los datos, por lo que facilita su revisión y/o modificación en caso de que surja alguna duda.

Se utilizó en el proyecto esta modalidad porque permitió realizar visitas de campo, de forma directa a través de una observación en el lugar donde se presenta el problema, estableciendo una interacción entre los objetivos del estudio y la realidad, que permitió obtener datos directos, además en este sector fue donde se realizaron las encuestas que nos permitieron obtener información fundamental para el estudio de mercado.

Considerada como uno de los tipos de investigación, que permite el estudio sistemático del problema de estudio en el lugar de los acontecimientos,

“Hernández Sampieri Roberto, Metodología de la Investigación, Editorial McGraw-Hill, 4ª edición (2006)”, manifiesta que la investigación de campo es:

El estudio sistemático de problemas, en el lugar en que se producen los acontecimientos con el propósito de descubrir, explicar sus causas y efectos, entender su naturaleza e implicaciones, establecer los factores que lo motivan y permiten predecir su ocurrencia.

2.4. MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN

Para llevar a cabo esta investigación se planteó la aplicación de varios métodos, que se utilizaron para la recolección de la información con el objetivo de identificar los futuros problemas por los que podría atravesar la empresa de tal forma poder establecer las posibles soluciones se pone a consideración las características de cada método a utilizarse dentro de esta investigación, de tal forma poder conocer cuál es su procedimiento al momento de implementarlos.

Datos Primarios:

Este estudio examinó diferentes datos que ayudaron a identificar el mercado existente denominado mercado potencial, el que el inversionista debe aprovechar para lograr los objetivos planteados; es por esto que se ha tomado en consideración para la obtención de datos primarios la siguiente fuente: Las encuestas realizadas en los tres cantones de la provincia de Santa Elena.

Datos secundarios:

Se obtuvieron los datos estadísticos, financieros y económicos a través del INEC, publicaciones de revistas y medios de comunicación, y otros relacionados con el sector productivo (servicios) en el país, informes de estudios anteriores sobre el comportamiento del mercado objetivo, entre otros.

Por lo tanto los métodos escogidos fueron:

- ✓ Método Analítico
- ✓ Método Sintético
- ✓ Método Deductivo

2.4.1 Método Analítico

Este método de investigación consiste en la separación de un todo, es decir descomponerlo en sus partes o elementos con el objetivo de poder observar las causas y efectos puesto que es necesario conocer la naturaleza del fenómeno y objetivo que se está estudiando de tal forma poder establecer nuevas teorías.

2.4.2 Método Sintético

Es un proceso de razonamiento que tiende a reconstruir un todo a partir de los elementos distinguidos por el análisis, de tal forma que se convierte en un procedimiento mental que tiene como meta principal la comprensión de la esencia de lo que ya se conoce, es así que la síntesis y análisis es indispensable ya que permite producir nuevos juicios y argumentos.

2.4.3 Método Deductivo

Este método va de lo general a lo particular de tal forma que se puede decir que el método deductivo es aquel que parte de los datos generales aceptados como valederos, para deducir por medio del razonamiento lógico, varias suposiciones, es decir, parte de verdades previamente establecidas como principios generales para luego aplicarlo a casos individuales y comprobar así su validez.

2.5. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

Considerando los objetivos de la investigación en el presente trabajo se utilizó técnicas de tipo documental y de campo, estas técnicas de investigación sirvieron de instrumento, que permitió facilitar el procesamiento de la información en la investigación pues se pudo respaldar y obtener información por observación y encuestas. La investigación dependió de la calidad de la información que se adquirió, tanto de las fuentes primarias y secundarias así como del procesamiento y presentación de la información. En el presente estudio se consideró las fuentes primarias y secundarias, donde se utilizaron las siguientes técnicas:

2.5.1. Documental

Por medio de la utilización de este instrumento se pudo obtener información confiable y de mucha validez por medio del análisis de contenidos, redacción y estilo en la presentación del proyecto.

2.5.2. Campo

Permitió el estudio sistemático del problema, el lugar de los acontecimientos dando respuestas a las interrogantes. En el trabajo realizado se utilizó la observación, entrevista y encuesta sin descartar aquellas técnicas que nos puedan permitir mejorar la información para la propuesta, el contacto directo con los elementos de estudio ayudó a diferenciar lo planteado con los hechos reales siendo el principal objetivo el procesamiento de los datos encontrados.

2.6. INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

En la presente investigación se elaboró instrumentos de apoyo para la recolección de información necesaria pero sobre todo válida para corroborar el problema.

2.6.1. Observación

Debido al estudio realizado por medio de observación directa en los tres cantones de la provincia de Santa Elena, no existe ningún almacén de venta directa de ropa en tallas plus capacitado a brindar un servicio de calidad y proporcione los beneficios que ofrece el presente proyecto.

El proyecto realizado se basó primordialmente en la investigación de mercado, la cual da información relevante sobre el mercado potencial existente en el área de estudio, la competencia directa y los lineamientos para establecer la empresa.

2.6.2. Entrevista

Es una técnica que consiste en recoger información mediante un proceso directo de comunicación entre entrevistador y entrevistado, en el cual el entrevistado responde a cuestiones previamente diseñadas en función de las dimensiones que se pretenden estudiar, planteadas por el entrevistador. Se diseñó un formato cuyas interrogantes se enfocaron al tema de estudio. Tales entrevistas se aplicaron a las principales empresas de venta directa de ropa dentro de la península. Dirigidas a los principales comerciantes de venta directa de ropa dentro de la provincia de Santa Elena.

2.6.3. Encuestas

Se elaboró un cuestionario diseñado con preguntas cerradas, abiertas y de opción múltiple. Las encuestas se realizaron por el método de cuestionario, directamente al mercado objetivo para conocer conductas, intereses y opiniones de los consumidores potenciales, instrumento guía, mediante el cual se establece el diagnóstico, la factibilidad y la propuesta del diseño del estudio de factibilidad. Se realizaron las encuestas en los tres cantones de la provincia de Santa Elena con una muestra de 383 individuos.

2.7. POBLACIÓN Y MUESTRA

2.7.1. Población

La provincia de Santa Elena, de conformidad al VII Censo de Población y VI de Vivienda del año 2010 proporcionado por el INEC, cuenta con un número de 308.693 habitantes, de los cuales 151.831 habitantes son de sexo masculino (49,19%) y 156,862 de sexo femenino, equivalente al (50,81%).

Del total de la población, se ha llegado a estimar, a través del Ministerio de Salud Pública, que el 12,2% experimentan sobrepeso y obesidad, en hombres y mujeres, con edades igual y superior a 14 años. Lo que conduciría a estimar, que ese valor corresponde a ambos sexos.

La población objeto de investigación está constituida por la población de la Provincia de Santa Elena con 308,693 habitantes, los cuales están distribuidos en las 3 cabeceras cantonales: La Libertad, Santa Elena y Salinas. Este tipo de proyecto está dirigido a las personas gorditas que desean sentirse a gusto con su forma de vestir y así no sentirse discriminada.

CUADRO 9 Población objetivo

Población de la Provincia de Santa Elena	% De Personas con Sobrepeso (OMS)	Personas de Tallas Plus
308,693	12.2%	37,661

Fuente: INEC Censo 2010. Datos del Ministerio de Salud Pública.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

El target son los 37,661 habitantes que son mujeres y hombres de tallas plus de la provincia de Santa Elena a quienes determinamos sus gustos y preferencias logrando satisfacer sus necesidades y poder cumplir con la demanda que tendrá nuestro producto en el mercado.

2.7.2. Muestra

Se llevó a cabo un muestro no probabilístico clasificado como muestra por conveniencia, donde el investigador seleccionó a los miembros de la población que más fácil resulto obtener información. El investigador utilizo su propio criterio para seleccionar a los miembros de la población que ofrecen mayor potencial de información.

2.7.3. Cálculo del tamaño de la muestra

La técnica que se utilizó para esta investigación es el muestreo probabilístico, se escogió el muestreo aleatorio simple por que otorga la misma probabilidad de ser elegidos de acuerdo a las leyes del azar.

Muestra. – La muestra representativa se obtiene a partir de la siguiente ecuación:

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

Donde la simbología representa los siguientes parámetros:

N= Tamaño de la población.

n= Tamaño de la muestra.

Z= Valor z dado un nivel de confianza del 95%.

P= Probabilidad de éxito.

q=1-p corresponde a la probabilidad de fracaso.

I= margen de error.

Entonces

$$N= 61,700$$

$$z= 1.96$$

$$p= 0.5$$

$$q= 0.5$$

$$e= 0.05$$

Reemplazando los valores sería:

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

$$n = \frac{37,661 (1.96)^2(0.5)(0.5)}{(0.05)^2(37,661 - 1) + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{362.003,6}{105.213,3}$$

$$\mathbf{n = 383}$$

La muestra en este trabajo de investigación es de 383 encuestas.

2.8. PROCEDIMIENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

Una vez levantada la información de campo, se procedió con la aplicación de los elementos necesarios que permitieron la tabulación de los datos de tal forma se pudo analizar con el objetivo de tomar los correctivos necesarios. Se distribuyó la muestra entre los tres cantones de la provincia de Santa Elena se evaluó por observación la concentración de población del segmento plus, posteriormente se identificaron a los hombres y mujeres entre los 16 y 65 años de edad que forman parte del estudio de mercado.

Para la realización del procedimiento de la información se procesó datos lo que significa describir las distintas operaciones a las que fueron sometidos los datos recogidos en la investigación, por lo que contaron con:

- Revisión de los instrumentos aplicados.
- Tabulación de datos con relación a cada uno de los Ítems.
- Elaboración de gráficos.
- Diseño y elaboración de un cuadro estadístico con los resultados anteriores.

2.8.1. Codificación de datos

Se evaluaron los datos obtenidos de la información de las encuestas, se tomó en cuenta los cuadros representativos generales de los resultados obtenidos.

2.8.2. Análisis de resultados

Se realizó la obtención de resultados procesando la tabulación para agrupar y cuantificar las respuestas del cuestionario, en el ordenamiento de los datos obtenidos se elaboró cuadros por cada una de las preguntas utilizadas con gráficos.

2.8.3. Tabulación de datos

Fundamentados exclusivamente en datos numéricos y porcentuales, es decir se utilizó frecuencias, con ayuda de una hoja de cálculo (Excel).

2.8.4. Gráficos

Para la representación de los datos se realizaron gráficos en forma circulares o de pasteles para representar los datos de la investigación.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

3.1. ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA OBSERVACIÓN

La técnica de recolección de datos aplicada en la investigación fue la observación encuesta, entrevista, y observación que fue de tipo participante debido a que el sector es de fácil acceso, esta se pudo realizar de manera personal y no por terceras personas.

Como complemento en la aplicación de esta técnica se utilizó como instrumento un chequeo en el cual se logró recopilar información de suma relevancia, para el proyecto como son: en primer lugar en el sector donde se implementara el proyecto no existen este tipo de empresas, con distribución directa de prendas en tallas plus; en segundo lugar que este sector señalado está conformado por el comercio lo que nos permitió identificarlo como un sector sumamente comercial, además se pudo observar que en sector existe un gran número de personas con sobrepeso, este trabajo permitió la búsqueda de los datos necesarios que conllevaron a resolver la situación planteada.

3.2. ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENTREVISTA

Se realizaron entrevistas formales a los distribuidores y comerciantes de ropa que se encuentran establecidos dentro de la provincia de Santa Elena, dando un total de siete (7) entrevistas.

Demanda del producto

Considerando la variable de la demanda a nivel provincial los entrevistados expresaron que consumen un número considerable de prendas de vestir en tallas plus, pero que en la actualidad no existe un lugar estratégico a nivel de toda la provincia donde se comercialice gran variedad de las mismas, sin olvidar que la demanda está dada en su mayoría, por los diferentes acontecimientos de cada una de las personas, cabe recalcar que existen competidores con un bajo peso en el mercado. A continuación se detalla el cuadro de la competencia:

CUADRO 10 Población consumidora de ropa en la provincia

COMPETENCIA DIRECTA:	
Actualmente no existe competencia directa.	
COMPETENCIA INDIRECTA:	
SANTA ELENA	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Boutique Mar Nic. ➤ Mercados Municipales.
LA LIBERTAD	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Centro Comercial Buenaventura Moreno. ➤ El Paseo Shopping.
SALINAS	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Artesanías Pilar: Diseños Ropa. ➤ Isla de la Moda.
VENTA DE ROPA POR CATÁLOGO	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Nivi. ➤ Mi Ángel. ➤ Búbalu. ➤ Fashion Express. ➤ Johnson. ➤ Otras.

Fuente: Entrevista.

Elaborado por Gisella Toro Rodríguez.

Oferta – Consumo

Con relación al consumo y oferta que se da dentro de la provincia de Santa Elena, según los datos que se obtuvieron con la entrevista se establece que la oferta de este producto es menor en relación al consumo que se realiza durante todo el año dentro de la región peninsular. Los entrevistados manifestaron que si aceptarían el producto elaborado en la península de Santa Elena, cantón La Libertad a un precio más bajo en relación al precio al que actualmente adquieren en los centros comerciales ya que en muchas ocasiones no han encontrado nada acorde a sus tallas y se ahorrarían tiempo y dinero, ya que cuando no encuentran vestimenta nos les queda más que mandar a confeccionar su vestimenta o viajar a otros lugares.

El precio fijado por la empresa Tallitas Plus productora de prendas de vestir para personas con sobrepeso estará, por debajo del precio de la competencia; cabe indicar que el precio de la competencia corresponde por talla de cada prenda se promocionará el producto con gran variación de diseños, modelos, colores, etc., a un precio inferior al del mercado actual.

CUADRO 11 Relación del precio

Productos	Buenaventura Moreno	Paseo Shopping Rio Store	Almacenes y Boutiques	Catálogos	Empresa Tallitas Plus
Blusas	\$ 17-25	\$ 25-30	\$ 35- 45	\$ 25-35	\$ 18,00
Camisetas	\$ 18-25	\$ 25-30	\$ 25-30	\$ 19-27	\$15,00
Chaquetas	\$ 30-35	\$ 40-45	\$ 45-50	\$ 45-60	\$35,00
Pantalones	\$ 25-35	\$ 25-40	\$ 30-40	\$ 28-38	\$25,00
Faldas	\$ 18-20	\$ 15-25	\$ 20-35	\$ 25-35	\$18,00
Ternos	\$ 90-100	\$ 90-120	\$ 120-150	\$130-160	\$ 85,00
Licras	\$10-15	\$ 17-20	\$ 20-25	\$20-25	\$ 15,00

Fuente: Entrevista.

Elaborado por Gisella Toro Rodríguez.

3.3. ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA

1. Género

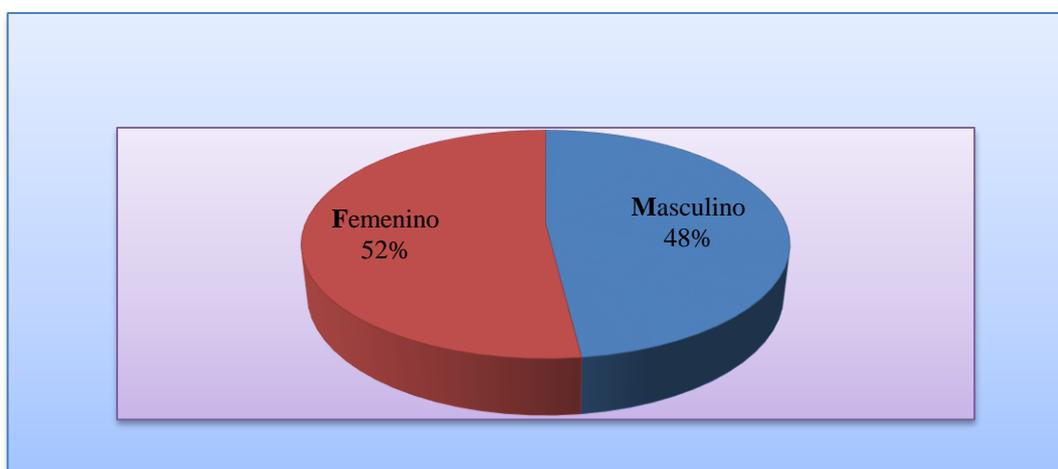
CUADRO 12 Género

Ítems	Género	Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
1	Masculino	184	48%	48,04
	Femenino	199	52%	100
	Total	383	100%	

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

GRÁFICO 3 Género



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

El porcentaje mayoritario de las personas encuestadas es representado por el género femenino en comparación con el género masculino, debido a que los lugares donde se realizaron las encuestas son frecuentados mayoritariamente por las mujeres.

2. Edad

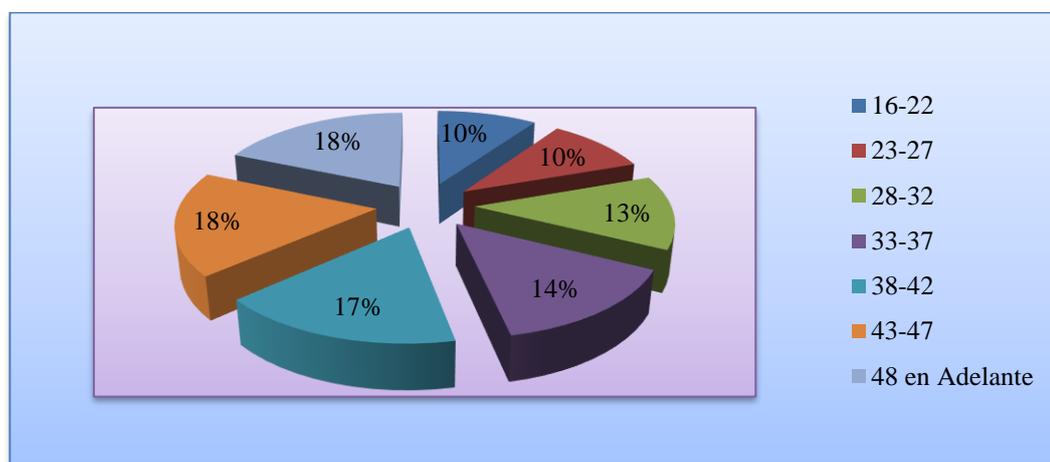
CUADRO 13 Edad

Ítems	Edad	Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
2	16-22 años	37	9,7%	9,66
	23-27 años	38	9,9%	19,58
	28-32 años	49	12,8%	32,38
	33-37 años	55	14,4%	46,74
	38-42 años	64	16,7%	63,45
	43-47 años	69	18,0%	81,46
	48 -65 años en adelante	71	18,5%	100
	Total		383	100%

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

GRÁFICO 4 Edad



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

Las personas encuestadas fueron de 16 a 65 años de edad en adelante, los cuales nos ayudaron con sus opiniones, vivencias e inquietudes sobre el proyecto a efectuar.

3. Lugar de residencia

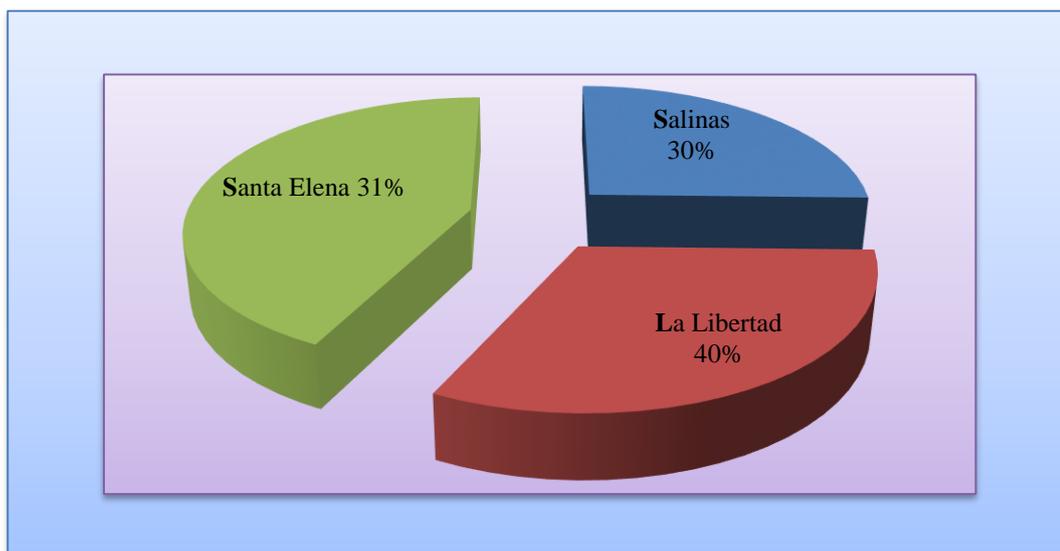
CUADRO 14 Lugar de residencia

Ítems	Residencia	Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
3	Salinas	113	30%	29,50
	La Libertad	152	40%	69,19
	Santa Elena	118	31%	100
	Total	383	100%	

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

GRÁFICO 5 Lugar de residencia



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

Los encuestados que viven en el cantón La Libertad obtuvieron un porcentaje mayoritario por el nivel de población en referencia a los de los demás cantones de la provincia, pero solo considerando la zona urbana.

4. ¿Considera que su imagen es de suma importancia para su vida cotidiana?

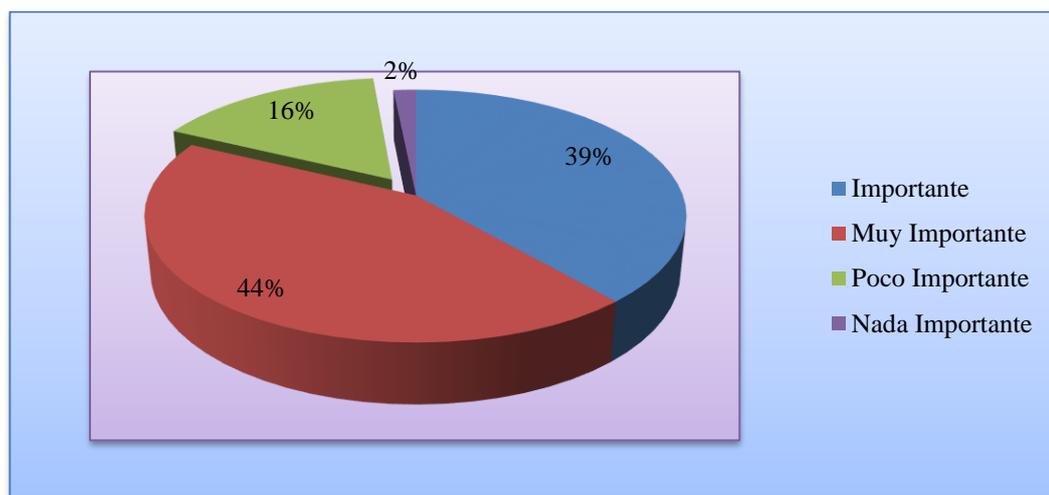
CUADRO 15 Considera su imagen de suma importancia

Ítems	Valoración	Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
4	Importante	148	39%	38,64
	Muy Importante	167	44%	82,25
	Poco Importante	62	16%	98,43
	Nada Importante	6	2,%	100
	Total	383	100%	

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

GRÁFICO 6 Considera su imagen de suma importancia



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

La mayor cantidad de personas encuestadas nos dieron a conocer que su imagen es muy importante, mientras que el resto considera su imagen importante ya que por el hecho de ser gorditos dejen de vestirse bien, ya que la vestimenta luce dependiendo de la personas, para un grupo de personas su imagen es poco importante, y para un porcentaje mínimo es nada importante su imagen.

5. ¿De cuántos miembros se compone su familia?

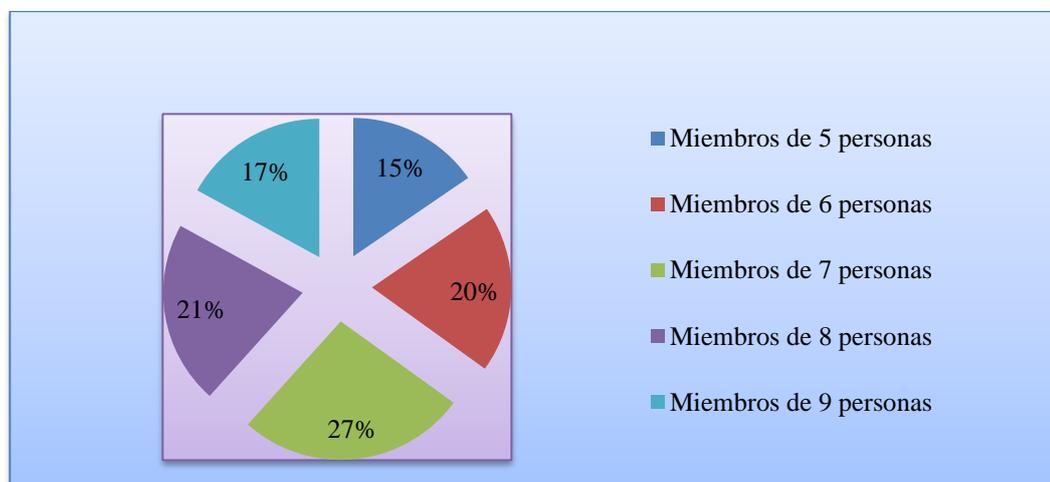
CUADRO 16 Miembros de su familia

Ítems	Valoración	Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
5	Miembros de 5 personas	59	15%	15,40
	Miembros de 6 personas	75	20%	34,99
	Miembros de 7 personas	102	27%	61,62
	Miembros de 8 personas	82	21%	83,03
	Miembros de 9 personas	65	17%	100
	Total	383	100,0%	

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

GRÁFICO 7 Miembros de su familia



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

La mayoría de las familias están compuesta por 7 miembros luego se ubican los de 8 miembros, a continuación están los de 6 miembros, en menor porcentaje están los de 9 miembros y por último los de 5 miembros en estos grupos familiares 2 o 3 miembros son de tallas plus.

6. ¿Dentro de su círculo familiar existe alguna persona que sea de contextura plus?

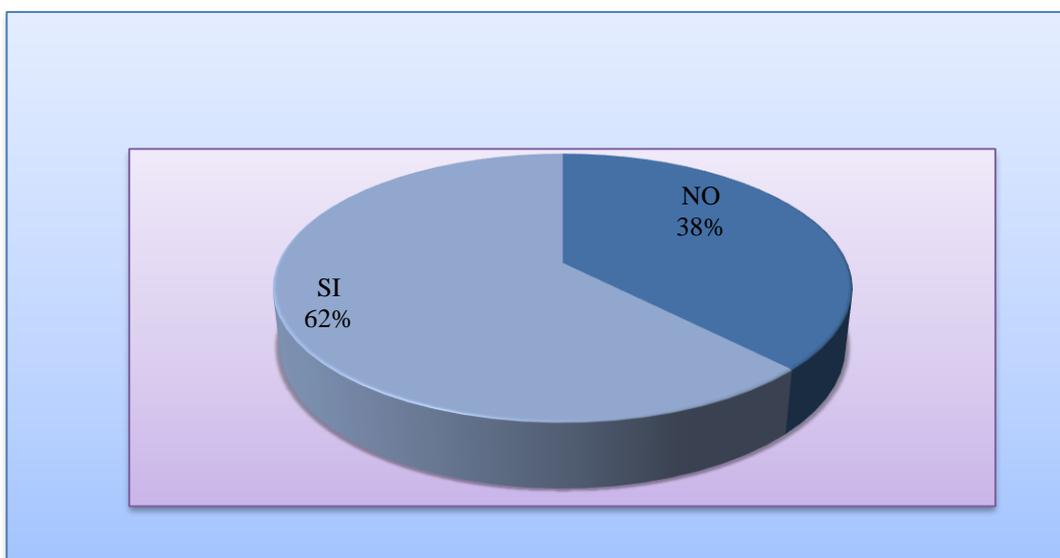
CUADRO 17 Persona de contextura plus dentro de su familia

Ítems	Valoración	Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
6	Si	239	62%	62,40
	No	144	38%	100
	Total	383	100%	

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

GRÁFICO 8 Persona de contextura plus dentro de su familia



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

El resultado nos muestra que dentro de cada círculo familiar existe más de una persona de contextura plus.

7. ¿Al momento de adquirir sus prendas de vestir, el aspecto más importante para Ud. es?

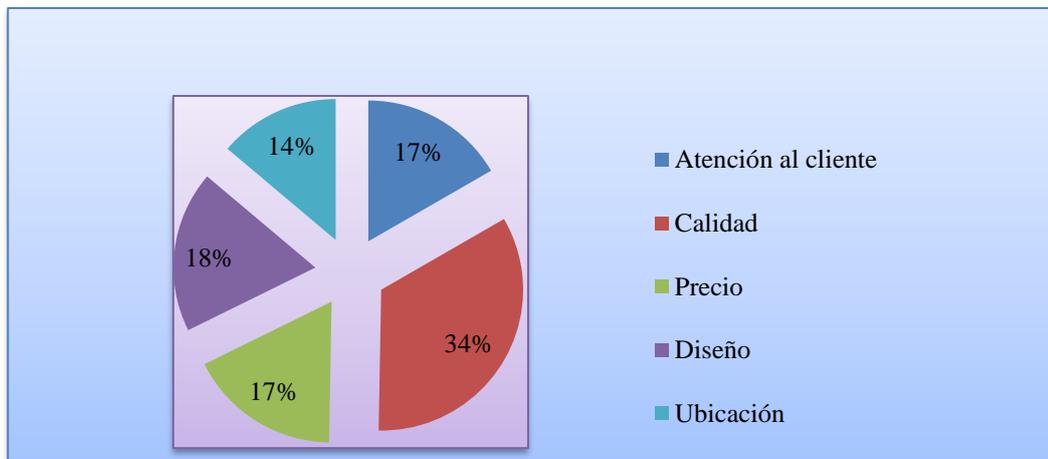
CUADRO 18 Aspecto más importante al momento de comprar

Ítems	Valoración	Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
7	Atención al cliente	88	17%	16,64
	Calidad	178	34%	50,28
	Precio	92	17%	67,67
	Diseño	98	19%	86,20
	Ubicación	73	14%	100
	Total		529	100%

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

GRÁFICO 9 Aspecto más importante al momento de comprar



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

Las encuestas realizadas revelaron que la mayor parte de las personas no se sienten satisfechos e indica que la calidad en algunas prendas de vestir no es buena, mientras que otro grupo indican que el precio en estas prendas son muy altos, y que el factor principal es la atención al cliente, mientras que otro gran porcentaje no se sienten satisfechos con los diseños y un menor porcentaje nos revela que la ubicación no influye en el momento de realizar la compra.

8. ¿Qué tipos de prendas le gusta adquirir?

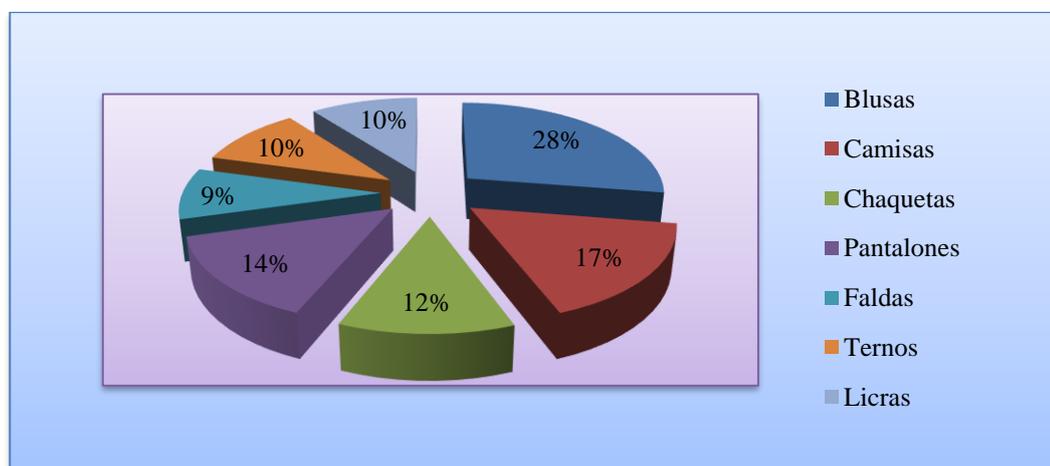
CUADRO 19 Tipos de prendas que le gusta adquirir

Ítems	Valoración	Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
8	Blusas	128	28%	27,53
	Camisetas	78	17%	44,30
	Chaquetas	55	12%	56,13
	Pantalones	67	14%	70,54
	Faldas	41	9%	79,35
	Ternos	48	10%	89,68
	Licras	48	10%	100
	Total	465	100%	

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

GRÁFICO 10 Tipos de prendas que le gusta adquirir



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

La línea de ropa que se destaca en la encuesta son blusas, camisetas, chaquetas, pantalones, faldas, ternos, licras ya que con esta vestimenta se sienten cómodos y se identifican con este tipo de ropa por ser liviana y acogedora.

9. ¿Qué Servicios adicionales le gustaría recibir?

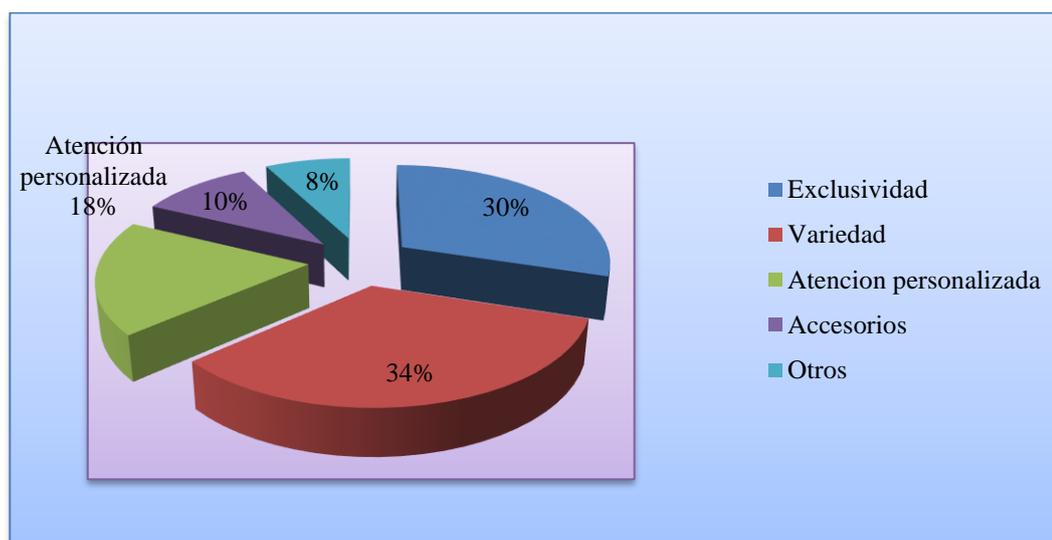
CUADRO 20 Servicios adicionales que le gustaría recibir

Ítems	Valoración	Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
9	Exclusividad	156	30%	29,89
	Variedad	176	34%	63,60
	Atención P.	97	19%	82,18
	Accesorios	53	10%	92,34
	Otros	40	8%	100
	Total	522	100%	

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

GRÁFICO 11 Servicios adicionales que le gustaría recibir



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

La mayoría manifiesta que la variedad en las prendas de vestir es el principal atributo de las personas, la exclusividad en menor porcentaje es el mejor componente que toman en cuenta al momento de la compra, sin dejar de lado la atención personalizada que es importante, los accesorios que es un complemento importante al momento de comprar además desearían contar con otros servicios.

10. ¿Qué almacén visita actualmente para la adquisición de prendas de vestir en tallas grandes?

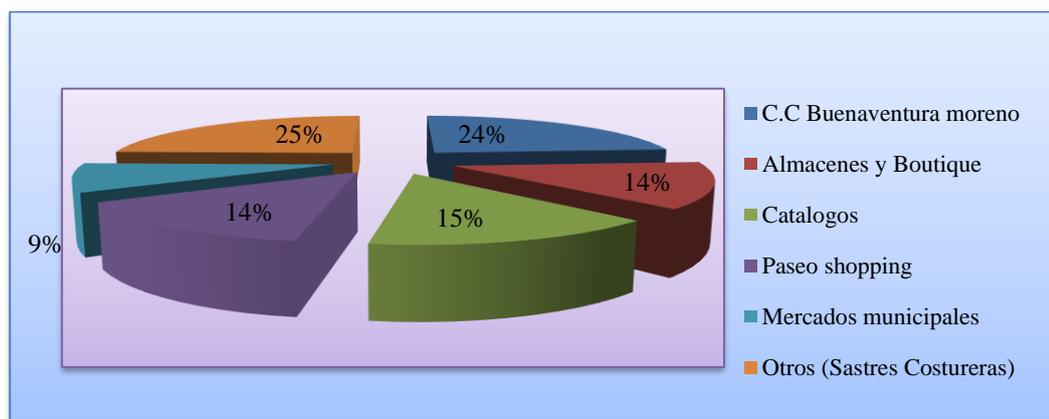
CUADRO 21 Almacén que visita actualmente

Ítems	Valoración	Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
10	Buenaventura Moreno	147	24%	23,79
	Almacenes y Boutique	86	14%	37,70
	Catálogos	91	15%	52,43
	Paseo shopping	88	14%	66,67
	Mercados municipales	54	9%	75,40
	Otros Sastres Costureras	152	24%	100
	Total	618	100%	

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

GRÁFICO 12 Almacén que visita actualmente



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

Un considerable número de personas encuestadas realizan sus compras en el Centro Comercial Buenaventura Moreno debido a sus bajos costos, mientras que otro grupo visita almacenes y boutiques, otro porcentaje compra ropa en catálogos porque ofrecen tallas grandes, una menor cantidad adquiere en el Paseo Shopping, en mercados municipales, y la gran mayoría indico que envían a confeccionar sus vestimentas a sastres o costureras, ya que no encuentran un lugar específico donde comprar prendas acorde a sus tallas.

11. ¿Con que frecuencia usted adquiere nuevas prendas de vestir?

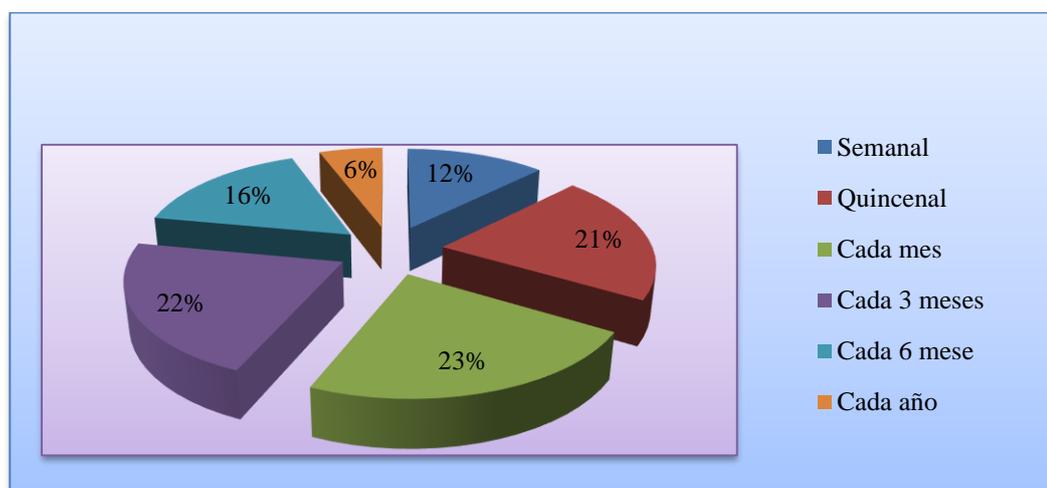
CUADRO 22 Frecuencia de adquisición de nuevas prendas

Ítems	Valoración	Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
11	Semanal	57	12,6%	12,56
	Quincenal	95	20,9%	33,48
	Cada mes	104	22,9%	56,39
	Cada 3 meses	98	21,6%	77,97
	Cada 6 meses	74	16,3%	94,27
	Cada año	26	5,7%	100
	Total	454	100%	

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

GRÁFICO 13 Frecuencia de adquisición de nuevas prendas



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

Se puede observar que un grupo de personas compra quincenalmente por no tener otras responsabilidades, en mayor porcentaje realizan compras cada mes, por seguir las nuevas tendencias de moda, otros prefieren adquirir sus prendas de vestir cada 3 meses para variar de estilos y colores, muchos lo hacen cada 6 meses ya que tienen otros gastos, y por último un menor grupo respondieron que compran cada año, solo por las fiestas como navidad, fin de año o cumpleaños.

12. ¿Conoce usted algún almacén o centro comercial que se dedique a la venta o comercialización de prendas de vestir en tallas plus o extra grandes?

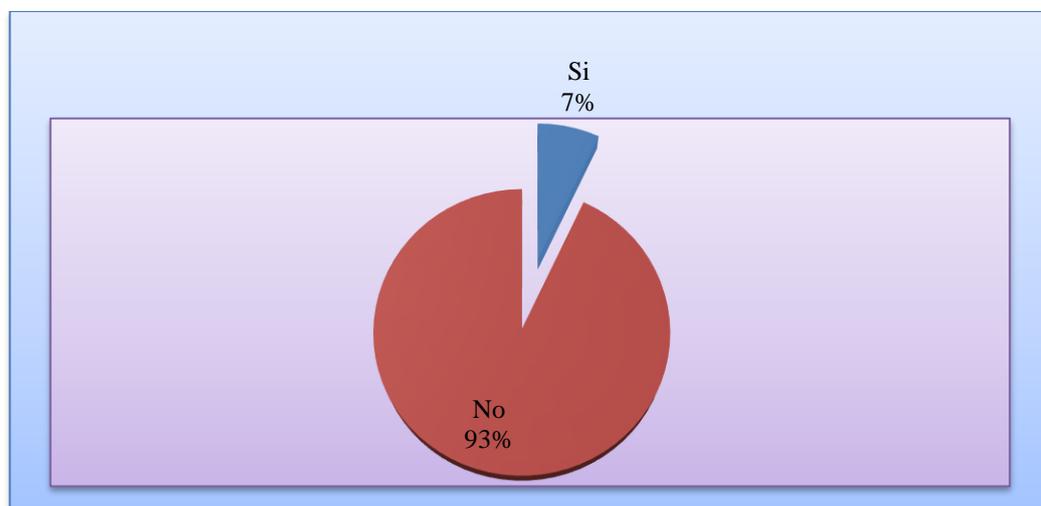
CUADRO 23 Comercialización de prendas de vestir en tallas plus o extras grandes

Ítems	Valoración	Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
12	Si	25	7%	6,53
	No	358	93%	100
	Total	383	100%	

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

GRÁFICO 14 Comercialización de prendas de vestir en tallas plus o extras grandes



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

La gran mayoría de las personas encuestadas nos revelan que no conocen ningún lugar específico en la provincia donde se comercialice esta clase de vestimenta, mientras que el resto de los encuestados conocen pocos almacenes pero recalcaron que son fuera de la península.

13. ¿Le gustaría que en la provincia de Santa Elena existiera un lugar donde se comercialice y distribuya prendas de vestir en tallas plus o extras grandes?

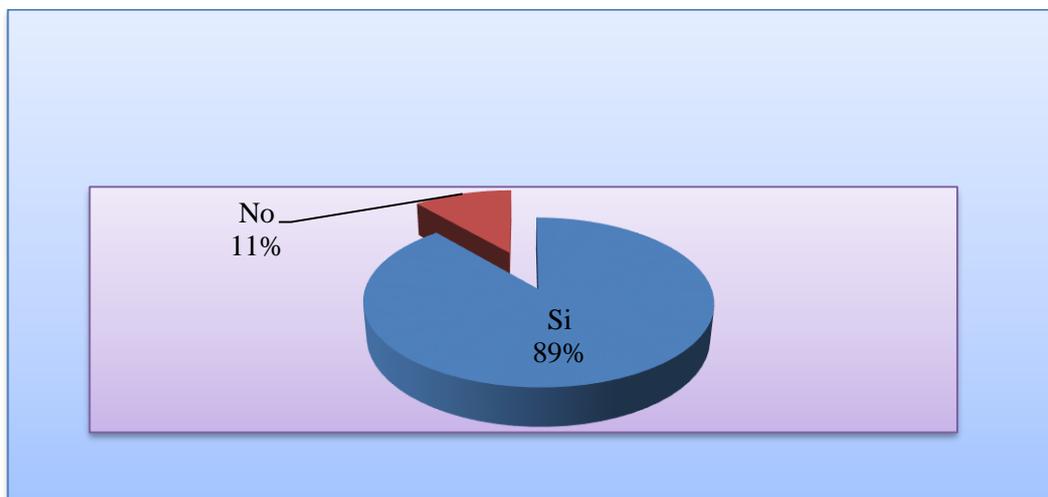
CUADRO 24 Comercialización de prendas de vestir en tallas plus dentro de la provincia de Santa Elena.

Ítems	Valoración	Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
13	Si	340	89%	88,77
	No	43	11%	100
	Total	383	100%	

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

GRÁFICO 15 Comercialización de prendas de vestir en tallas plus dentro de la provincia de Santa Elena.



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

Como resultado se obtiene que a la gran mayoría de las personas encuestadas les gustaría que existiera un lugar donde se comercialice y se distribuya prendas de vestir en tallas plus en la provincia, otros manifestaron que no le gustaría porque tienen sus costureras y sastres personales y se sienten satisfechos con sus prendas.

14. ¿De existir esta empresa adquiriría esta clase de vestimenta de vestir?

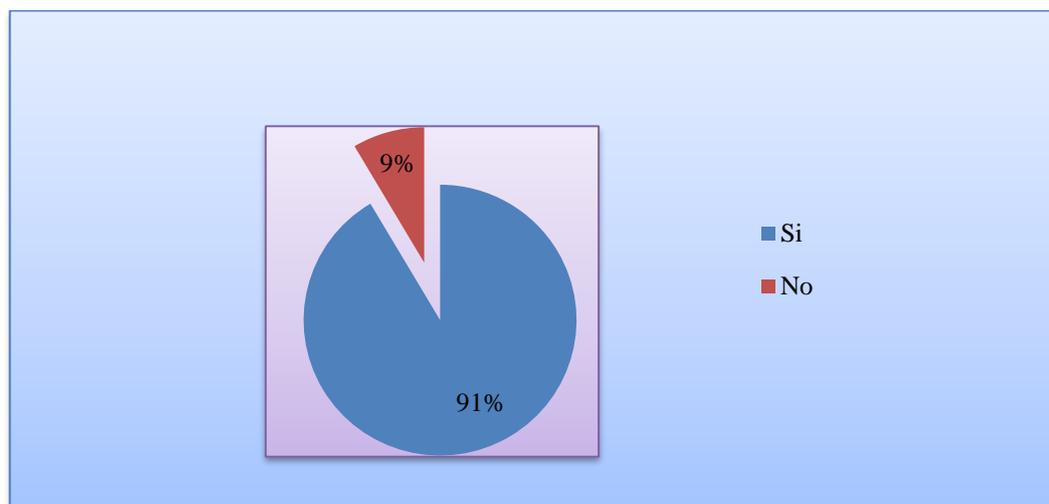
CUADRO 25 Tendencia a adquirir esta clase de vestimenta en la nueva empresa

Ítems	Valoración	Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
14	Si	311	91%	92,43
	No	29	9%	100
	Total	340	100%	

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

GRÁFICO 16 Tendencia a adquirir esta clase de vestimenta en la nueva empresa



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

La gran mayoría de los encuestados contestaron que si están dispuestos a adquirir cada una de las prendas a ofrecer ya que les facilitaría tiempo y dinero, mientras un pequeño grupo tiene definido un lugar donde adquieren y envían a confeccionar las prendas a su gusto y preferencia.

15. ¿Dentro de que tallas se encuentra?

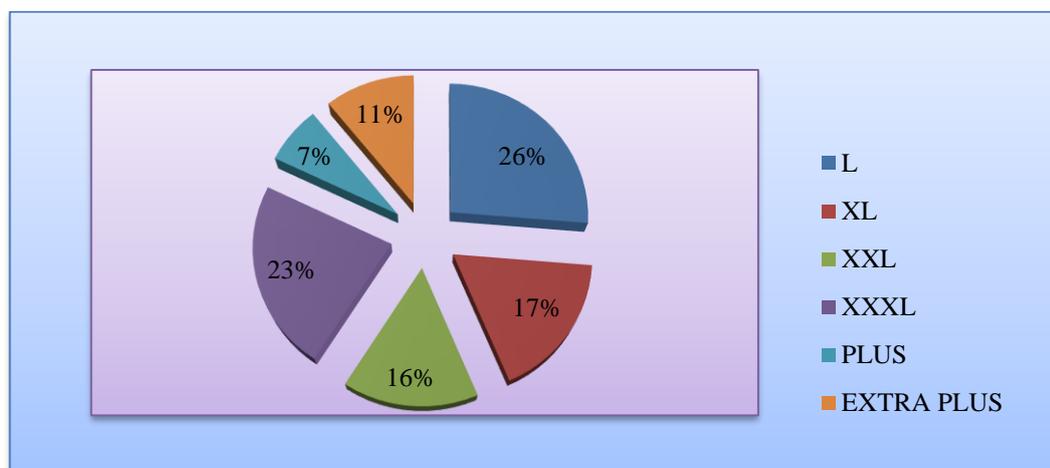
CUADRO 26 Tipo de talla

Ítems	Valoración	Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
15	L	167	26%	26,30
	XL	110	17%	43,62
	XXL	98	16%	59,06
	XXXL	146	23%	82,05
	PLUS	45	7%	89,13
	EXTRA PLUS	69	11%	100
	Total	635	100%	

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

GRÁFICO 17 Tipo de talla



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

El resultado nos muestra que existe una gran cantidad de personas que son de tallas plus.

3.4. CONCLUSIONES

El análisis de cada una de las preguntas proporcionó información primordial y de gran valor ya que son la materia necesaria para el desarrollo del proyecto, que se aplicara para satisfacer las necesidades del segmento.

- ★ A través de la aplicación de herramientas metodológicas como encuestas y entrevistas, se pudo obtener datos reales de los habitantes de la provincia de Santa Elena con relación a la temática en estudio.
- ★ Los puntos de adquisición de las prendas de vestir lo realizan en los centros comerciales y boutique que se encuentran establecidos en la península. La variable precios es un determinante para que se realice la compra del producto, prendas de vestir en tallas plus, existe un período de compra diario, semanal y mensual.
- ★ La calidad de las prendas de vestir a la percepción que el cliente tiene del mismo, es una fijación mental del consumidor que asume conformidad con dicho producto o servicio y la capacidad para satisfacer sus necesidades. Para los consumidores del producto es importante la calidad.
- ★ La mayoría de las personas encuestadas mencionó que le agradecería mucho que en la península existiera un lugar donde se distribuya gran variedad y exclusividad de prendas de vestir en tallas plus, ya que las personas con sobrepeso no encuentran fácilmente vestimenta adecuada para su contextura.
- ★ La creación de una empresa para la confección y distribución de prendas de vestir en tallas plus en el cantón La Libertad tiene gran aceptación por parte de los habitantes ya que se encuentran en tallas plus, así como también existe la predisposición de adquirir el nuevo producto.

3.5. RECOMENDACIONES

Con la información obtenida se puede aludir que en la mayoría de las familias existen 2 o 3 personas con sobrepeso, lo que permite conocer a los inversionistas que si existe un mercado nuevo que se debe satisfacer.

- ★ Considerar la información obtenida para desarrollar nuevos estudios dentro de los cantones de la Provincia de Santa Elena obteniendo un desarrollo productivo en diferentes ámbitos.

- ★ Ofrecer una gran variedad de productos a precios módicos, en comparación a los que brindan actualmente para fomentar el ahorro a las familias de la localidad. Brindar un producto de calidad satisfaciendo las necesidades de quienes se sienten relegados por su contextura plus.

- ★ Identificando la gran demanda de las prendas de vestir en el sector es de vital importancia realizar la producción del mismo en cantidades significativas y en diferentes presentaciones para tener gran variedad.

- ★ Tomar como referente los datos obtenidos en el trabajo de investigación para desarrollar y ejecutar proyectos en beneficio de la Península con relación a las principales actividades de producción lo que representa ventaja no solo para la localidad sino también para el desarrollo de la península.

- ★ Captar todo el mercado plus, ya que no se cuenta con una competencia directa dentro de la Provincia de Santa Elena, debido a que no existe una empresa dedicada a la producción de este tipo de productos dentro de ella, resaltando que mediante un producto nuevo e innovador se lograría cubrir las necesidades insatisfechas del segmento, ofreciendo variedad, calidad y sobretodo originalidad en cada producto.

CAPÍTULO IV

CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA CONFECCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR EN TALLAS PLUS EN EL CANTÓN LA LIBERTAD PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013.

4.1. PRESENTACIÓN

Identificación de la empresa responsable del proyecto

La empresa Tallitas Plus S.A, será precursora en la producción de prendas de vestir en tallas plus para personas con sobrepeso en la península, se ha considerado una alternativa de inversión novedosa, poco común con una gran demanda regional y amplias expectativas de crecimiento de la demanda local.

Otro aspecto muy importante al poner en marcha la empresa es que se crearían plazas de trabajo y con ello se dinamizan las pequeñas economías de las personas del sector, ya que se abrirían nuevos negocios para la venta directa del producto.

Se escogió la vestimenta por ser un complemento muy importante en el diario vivir de cada persona ya que dependiendo de cada ocasión uno luce diferente y porque con este proyecto se pretende minimizar la mercadería de otros países que se genera en la localidad, además es una fuente de trabajo directa para los comerciantes de la península.

El proyecto se contextualiza en el enfoque de emprendimiento y tributa a la línea de investigación, desarrollo organizacional, por lo que el estudio de factibilidad

ofrece una ventaja cognitiva sobre potenciales competidores y abre una brecha para el incremento sostenible y sustentable de la localidad.

El objetivo principal del proyecto es demostrar la factibilidad del mismo mediante estudios de mercado, financiero, y sus respectivos análisis y resultados presentados en la propuesta.

La empresa tiene las siguientes características:

- ✓ Lugar amplio para la confección de los productos.
- ✓ Tecnología para la elaboración de los diseños de las prendas de vestir.
- ✓ Oficinas administrativas en la que se realizaran los respectivos estados financieros y las diferentes actividades de la empresa.
- ✓ Existirá capacitación de los temas más relevantes para la empresa como es: la calidad, las relaciones interpersonales, el servicio y actualización en manejo de las maquinarias a utilizarse.
- ✓ Materia prima con estándares de calidad acordes a las exigencias.

4.1.1. Responsable del Proyecto

La provincia de Santa Elena constituye uno de los principales sitios turísticos del país, muestra muchas oportunidades para quienes deciden incursionar en el mundo de los negocios sean estos de comercialización, producción o de servicios. El mercado peninsular se encuentra en proceso de desarrollo lo que ayuda a la población a buscar mejores oportunidades dentro del entorno.

La empresa deberá constituirse con los accionistas, según lo dispuesto en el Artículo 147 de la Ley de Compañías, sustituido por el Artículo 68 de la Ley de Empresas bajo la denominación de sociedad anónima para que sea elevada a

escritura pública. La Empresa Tallitas Plus S.A, contara con una junta general de accionistas, que estará compuesta por 3 accionistas y entrará en funcionamiento gracias al aporte de cada uno de ellos, los mismos que aportarán inicialmente con la cantidad de \$103.075,50 y estarán vinculados directamente con la empresa.

CUADRO 27 Responsables de la Empresa

Responsables	
Nombre de la Empresa	Tallitas Plus S.A.
Estructura Legal	La forma jurídica, es la sociedad anónima
Estructura del capital	Consta de tres socios fundadores: Accionista 1 el 10%. Accionista 2 el 10%. Accionista 3 el 10%.

Fuente: Estructura Organizacional Tallitas Plus S.A.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

4.1.2. Actividad Económica

La empresa Tallitas Plus S.A, competirá en el sector de servicios intangibles en consecuencia, es importante comprender cómo evoluciona este sector en el largo plazo con el fin de establecer estrategias que nos permitan sacar el máximo beneficio.

4.1.3. Ubicación

La decisión del lugar óptimo para situar la empresa es muy compleja, ya que mediante su correcta ubicación se facilitara el acceso a nuestras instalaciones, con el fin de aumentar el volumen de nuestras ventas. Llegando a la conclusión de que el lugar debe cumplir una serie de características:

1. Cercanía al centro de la ciudad.
2. Fácil acceso al mercado con un alto número de consumidores.
3. Servicios municipales con capacidad para atender a nuestra empresa, como pueden ser: Suministro de agua, eliminación de residuos, vigilancia y seguridad, estacionamiento etc.

Estará ubicado en el centro de la ciudad de La Libertad, debido a ciertas razones como:

- ✓ Rápido desplazamiento y entrega del producto, tanto para el sur y norte.
- ✓ Áreas extensas y amplias para la producción.

La empresa de confección y distribución de prendas de vestir Tallitas Plus S.A, se encuentra ubicada en la Provincia de Santa Elena. En la Ciudad de La Libertad, Calle Robles Bordero. 9na y 5ta avenida esquina, en la Zona 1, Sector 4.

4.1.3.1. Microlocalización

GRÁFICO 18 Microlocalización



Fuente: Google.
Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

Para tomar la decisión del lugar de ubicación de la empresa Tallitas Plus S.A, se utiliza el método calificativo por puntos, en el cual se evalúa cada opción de ubicación bajo los factores de decisión más importante de acuerdo a la naturaleza del negocio. Luego, se le da un peso a cada factor de acuerdo a la importancia para el negocio, y se procede a calificar cada opción. Se determinó que el lugar más idóneo es el sector del centro de La Libertad ya que posee las características predominantes para ejecutar el proyecto.

CUADRO 28 Microlocalización

Factores	Peso	Centro La libertad		Barrio San Francisco	
		Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Materia Prima Disponible	30%	5	1.5	7	2.1
Cercanía Mercado	20%	8	1.6	5	1
Costos Insumos	15%	5	7.5	3	4.5
Entorno	20%	8	1.6	5	1
Mano de Obra Disponible	15%	5	7.5	5	7.5
Totales	100%		9.85		8.5

Fuente: Ubicación
Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

4.1.3.2. Microlocalización

Consiste en determinar la localización general a nivel de país o región, en el caso de la empresa, se encontrará ubicada en la región costa, en la provincia de Santa Elena, abarcando principalmente cantón La Libertad.

GRÁFICO 19 Microlocalización



Fuente: Google
Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

4.2. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA Y JURÍDICA

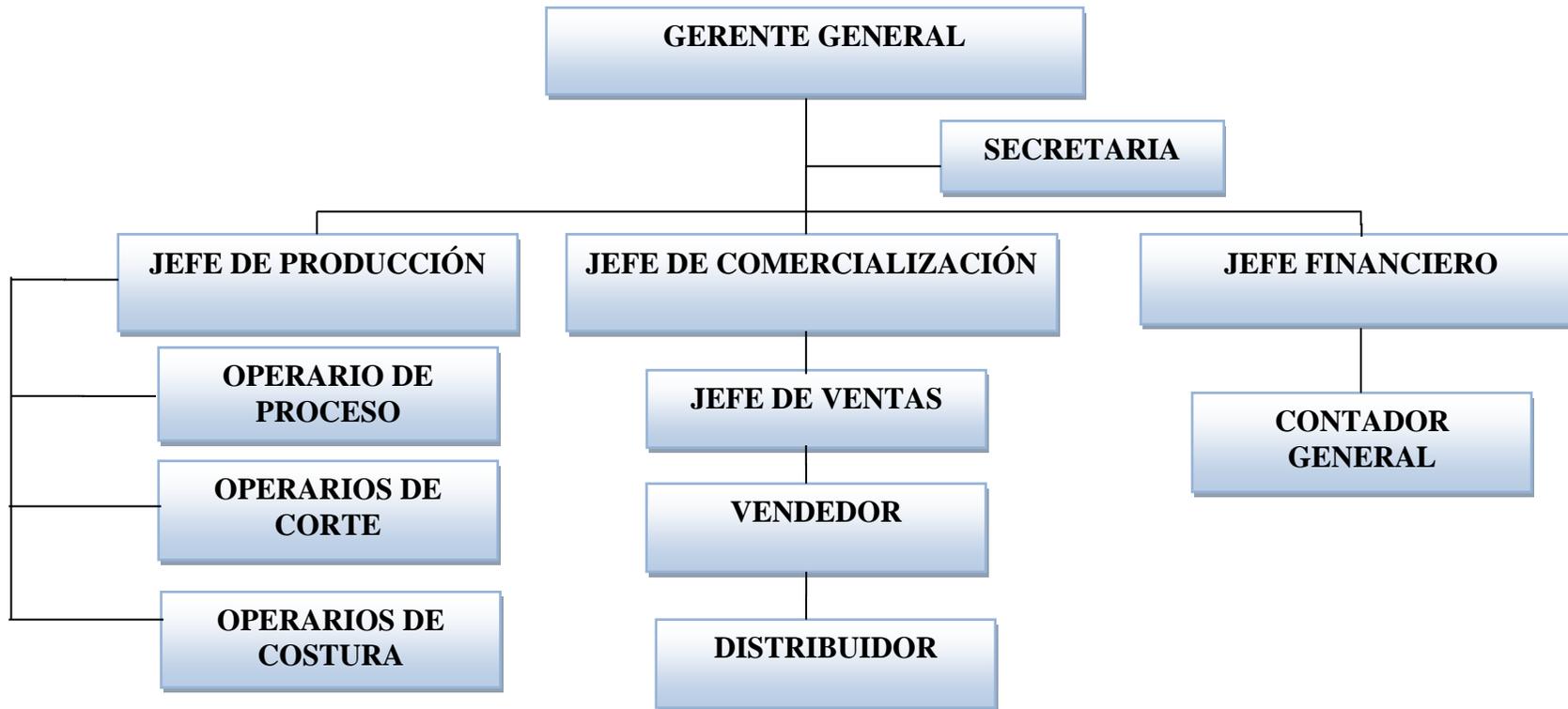
La empresa será una sociedad anónima Tallitas Plus S.A, se manejará en forma lineal, existirán líneas directas de autoridad, la autoridad máxima será el gerente general, que estará encargado de velar por los intereses de la empresa, este delegará responsabilidades a los jefes departamentales, cada uno de ellos serán responsables de su área y del trabajo y de los demás empleados a su cargo.

Los organigramas son la representación gráfica de la estructura orgánica de una empresa u organización que refleja, en forma esquemática, la posición de las áreas que la integran, sus niveles jerárquicos, líneas de autoridad y de asesoría.

Dentro de la empresa Tallitas Plus S.A, el organigrama cumplirá una función primordial, debido a que servirá de asistencia y orientación de todas las unidades administrativas de la empresa, al reflejar la estructura organizativa, del respectivo personal se lo orientará y capacitará; proporcionándole la información y los conocimientos necesarios para que sea un éxito en su nueva posición, aun cuando ya haya tenido experiencia.

La estructura formal propuesta para la empresa Tallitas Plus S.A, es el siguiente:

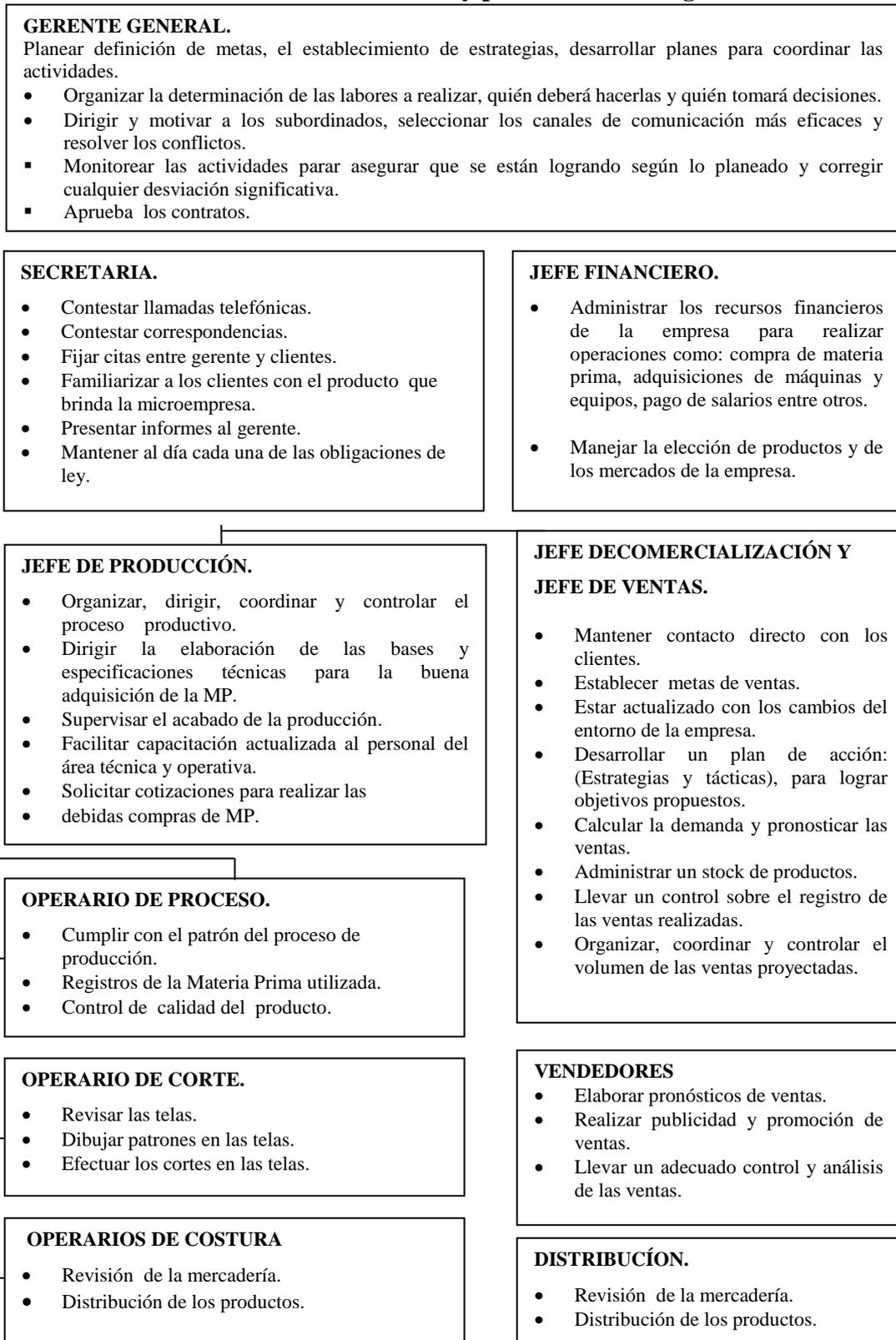
GRÁFICO 20 Organigrama estructural de la empresa Tallitas Plus S.A.



Fuente: Estructura Organizacional.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

CUADRO 29 Funciones y perfiles de los cargos



Fuente: Estructura Organizacional.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

De manera resumida se detalla en el cuadro las funciones de los mandos superiores y los perfiles administrativos de cada rol a desempeñar en las diferentes áreas, dadas de acuerdo a los productos que se ofrecerán dentro de la organización, aquí se encontrarán los requisitos que las personas deben cumplir para ser parte de la empresa.

4.2.1.1. Organización Administrativa

La parte fundamental de toda empresa constituye sin duda alguna el recurso humano, por lo que dentro de la misma su organización es muy importante para la operación y puesta en marcha del proyecto, por lo tanto, de acuerdo a las necesidades que debe cubrir la empresa de confección y distribución de prendas de vestir, se determinan los niveles y jerarquías de la siguiente manera:

a) NIVEL DIRECTIVO

Gerente General.

b) NIVEL EJECUTIVO

Jefe de Producción.

Jefe de Comercialización.

Jefe Financiero.

c) NIVEL AUXILIAR O DE APOYO

Secretaria.

Jefe de Ventas.

Vendedores.

Chofer Distribuidor.

d) NIVEL OPERATIVO

Operarios de Proceso.

Operarios de Corte.

Operarios de Distribución.

Perfil Profesional

El personal, al ser considerado para integrarse a la organización, debe reunir los requisitos mínimos y conocimiento en el área a la cual se integra, los cuales se detallan a continuación.

Gerente General

- Título de Ingeniero Comercial.
- Conocimientos administrativos.
- Haber realizado seminarios-taller.

Secretaria

- Manejo de programas de ofimática.
- Conocimientos de secretariado.
- Experiencia laboral mínimo dos años.

Jefe de Producción – Diseñador

- Conocimientos en el manejo de máquinas industriales.
- Conocimientos en la utilización de las materias primas y demás materiales que se requiere para la confección.
- Título de diseñador.
- Haber realizado cursos de alta costura.
- Experiencia mínima 5 años.

Jefe de Comercialización

- Conocimientos generales en marketing.
- Haber realizado cursos de ventas.
- Experiencia mínima 2 años.

Jefe de Ventas

- Perfil comercial.
- Habilidades de negociación.
- Manejo de las relaciones interpersonales.
- Experiencia mínima 2 años.

Vendedor

- Habilidades personales y para ventas.
- Tener fluidez lingüística para ofrecer el producto.
- Conocimientos de la empresa, de los productos y servicios que la empresa comercializa y del mercado.

Operarios

- Título de Maestro de Corte y Confección.
- Conocimientos en el manejo de máquinas industriales.
- Haber realizado cursos de alta costura.
- Experiencia mínima 2 años.

4.2.1.1. Misión

Diseñar, fabricar y distribuir prendas de vestir en tallas plus que realce la belleza de las personas de tallitas plus, brindando servicios con características diferenciadas de nuestros competidores, logrando satisfacer las necesidades más exigentes.

4.2.1.2. Visión

Apuntamos a estar a la vanguardia de la moda actual en la confección y distribución de prendas de vestir en tallas plus, con un equipo de trabajo profesional y especializado que se proyecta a la excelencia, logrando distinción en el servicio para desafiar nuevos mercados.

4.2.1.3. Meta

Expandir en un determinado tiempo la gama de productos y sobretodo abarcar un mercado potencial para el crecimiento considerable de la empresa Tallitas Plus S.A.

4.2.1.4. Valores

Nuestra filosofía organizacional es el camino que todos debemos seguir y está basada en el código de valores que hemos planteado como empresa:

- ✓ Excelencia.
- ✓ Integridad.
- ✓ Responsabilidad.
- ✓ Calidad.
- ✓ Respeto

4.2.1.5. Aspectos Jurídicos

La compañía se constituirá a través del cumplimiento de los siguientes pasos, como requisito que exige la Ley de Compañías, además tomar en cuenta los permisos requeridos por las autoridades locales dentro de la Provincia de Santa Elena.

Por lo tanto para poner en marcha la empresa Tallitas Plus S.A. se necesita cumplir los siguientes requisitos:

- ✓ Inscripción en la Superintendencia de Compañía.
- ✓ Inscripción en el Registro Mercantil.
- ✓ Obtención del Registro Único de Contribuyente (RUC).

- ✓ Permiso de Funcionamiento de la Comisaria Municipal de La Libertad.
- ✓ Permiso del Departamento de Seguridad ambiental del Municipio de La Libertad.
- ✓ Permiso de Cuerpo de Bomberos de La Libertad.
- ✓ Permiso de Sanidad del Ministerio de Salud Pública.

Constitución de la Empresa

Nombre de su empresa: Tallitas Plus S.A.

- a) Reservación del nombre de la compañía en la Superintendencia de Compañías.
- b) Abrir la cuenta de integración de capital de Tallitas Plus S.A. en la cualquier institución bancaria del cantón La Libertad.
- c) Elevar a escritura pública la constitución de la compañía en la notaría del cantón Santa Elena.
- d) Presentar en la Superintendencia de Compañías, la papeleta de la cuenta de integración del capital y 3 copias de la escritura pública con oficio del abogado.
- e) Retirar resolución aprobatoria u oficio con correcciones a realizar en la Superintendencia de Compañías luego de esperar el tiempo establecido (48 horas).
- f) Publicar en un periódico de amplia circulación, los datos indicados por la Superintendencia de Compañías y adquirir 3 ejemplares del mismo.
- g) Marginar las resoluciones para el Registro Mercantil en la misma notaría donde se elevó a escritura pública la constitución de la empresa.
- h) Inscribir en el Municipio de La Libertad las patentes y solicitar certificado de no estar en la Dirección Financiera Tributaria.

- i) Establecer quiénes van a ser el Representante Legal y el Administrador de la empresa.
- j) Inscribir en el Registro Mercantil el nombramiento de Representante Legal y Administrador.
- k) Presentar en la Superintendencia de Compañías los documentos: Escritura inscrita en el registro civil, un ejemplar del periódico donde se publicó la creación de la empresa, copia de los nombramientos del representante legal y administrador, copia de la Cédula de Identidad de los mismos, formulario del Registro Único del Contribuyente (RUC) lleno y firmado por el representante; y copia de pago de luz, agua o teléfono.
- l) Esperar a que la Superintendencia posterior a la revisión de los documentos le entregue el formulario del Registro Único del Contribuyente (RUC), el cumplimiento de obligaciones y existencia legal, datos generales, nómina de accionistas y oficio al banco.
- m) Entregar en el Servicio de Rentas Internas (SRI) toda la documentación anteriormente recibida de la Superintendencia de Compañías, para la obtención del Registro Único del Contribuyente (RUC).
- n) Acercarse al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) para registrar la empresa en la historia laboral con copia de Registro Único del Contribuyente (RUC), copia de Cédula de Identidad, papeleta de representante legal, copia de nombramiento del mismo, copia de contratos de trabajo legalizados en Ministerio de Trabajo, copia de último pago de agua, luz y teléfono.

4.2.2. Necesidades a Satisfacer

En la actualidad, los distribuidores de las diferentes empresas comerciales localizadas en las cabeceras cantonales de Santa Elena, La Libertad y Salinas

presentan serios inconvenientes cuando las personas de tallas plus requieren vestimentas acorde a sus tallas debido a que en el medio no existen organizaciones que oferten este tipo de servicio en grandes cantidades, factor que no les permite cubrir la demanda insatisfecha del mercado.

La demanda insatisfecha está dada por todas las personas que padecen de sobrepeso ya que se ha vuelto un problema el conseguir un vestuario adecuado para su uso diario. Los clientes potenciales serán entonces todas las personas de tallitas plus que pueden ser adolescentes y adultos, que crean que una característica importante en el ámbito comercial pero sobre todo se puede obtener provecho al desarrollar nuevas fuentes de trabajo, prefiriendo de esta manera calidad antes que el precio.

El segmento tendrá al alcance un servicio modesto, cómodo y de fácil adquisición que satisfaga a todas las personas con sobrepeso que tienen necesidades diferentes. Se define como mercado meta al grupo de personas u organizaciones a los cuales una empresa se enfoca o se dirige.

4.2.3. Objetivos

4.2.3.1. Objetivo General

Identificar la demanda y oferta potencial insatisfecha existente para la distribución de prendas de vestir en tallas plus en la provincia de Santa Elena.

4.2.3.2. Objetivos Estratégicos

- ✓ Demostrar la rentabilidad económica y la viabilidad financiera, técnica y administrativa del proyecto.

- ✓ Formar una idea de negocio en los inversionistas, y que puedan aprovechar la oportunidad de decidir invertir y que les proporcionará ingresos representativos a futuro.
- ✓ Fomentar el desarrollo productivo del sector.
- ✓ Impulsar la creación de nuevas PYMES.
- ✓ Crear confianza y buenas relaciones en los clientes potenciales por medio de la oferta de un servicio de calidad.

4.2.4. Producto o servicio a ofrecer

De acuerdo al estudio de mercado se determinó 7 productos que a través de la encuesta son los más comercializados por las personas del segmento plus las cuales son: blusas, camisas, chaquetas, pantalones, faldas, ternos, licras, ya que la vestimenta es un vestuario peculiar utilizado por hombres y mujeres que desempeñan varias funciones, y se ha convertido a través del tiempo en el distintivo más importante para cualquier evento o diario vivir y por su uso cotidiano esta indumentaria debe tener especiales características tanto en materiales como en fabricación de tallas.

Atributos del Producto

La confección y distribución de prendas de vestir en tallas plus contarán con las siguientes características:

- ✓ Capacidad para confeccionar y distribuir prendas plus para ambos sexos.
- ✓ Servicios de exclusividad y variedad de diseños y modelos y una gama de accesorios.
- ✓ El material de las telas serán de buena calidad.

- ✓ Variedad de colores.
- ✓ Doble costura en la parte de las uniones.
- ✓ Dobladillos sencillos.
- ✓ Modelos nuevos.
- ✓ Variedad de telas.

GRÁFICO 21 Característica del Producto



Fuente: Investigación de Mercado.
Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

El producto ha sido creado para satisfacer las necesidades de la población ecuatoriana con sobrepeso, en tallas plus que van desde la **L** hasta la **Extra Plus**, esto es desde la talla 16 hasta la 26.

CUADRO 30 Tallas del Producto

Tallas del Producto	
L	16
XL	18
XXL	20
XXXL	22
PLUS	24
EXTRA PLUS	26

Fuente: Investigación de Mercado.
Elaborado por: Gisella Toro.

Marca del Producto

Las prendas de vestir que se ofrecerán al mercado peninsular se identificarán por la calidad, precio, diseño y sobre todo por la marca “Tallitas Plus” que será el distintivo oficial de las prendas de vestir. Se puede decir que una marca es un símbolo de propiedad personal, la misma que sirve para identificar productos o servicios. La marca permite identificar y diferenciarse de la competencia, a su vez ayuda a crear la lealtad y a ampliar las operaciones del mercado. La empresa Tallitas Plus, tiene en su producto su propia marca, en el momento que salga al mercado este producto a través de la publicidad y promoción llegará a ser reconocido por su diferenciación de costo y servicio.

Estrategia de Marca:

El nuevo producto que se pretende lanzar al mercado tiene la siguiente marca.

GRÁFICO 22 Marca del producto



Fuente: Investigación de Mercado.
Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

Etiqueta del Producto

Toda prenda de vestir esconde en su interior un secreto, a veces se trata de una autentica obra de arte de pequeño tamaño. La etiqueta, escondida en la prenda de vestir; además de responder a precisas leyes de transparencia e identificación ha evolucionado a lo largo de los años hasta adquirir un valor estético. Concebirlas como simples rectángulos de tela que indican la marca, la composición y las instrucciones de lavado no hace justicia a su complejidad. La etiqueta le proporcionara valor a las prendas, además nos ayudara a asegurar la identidad en el sector del vestir de la localidad, proporcionando confianza al usuario al adquirir vestimentas que tienen respaldo y garantía. Por tal razón ésta se convertirá en uno de los elementos de mayor importancia.

GRÁFICO 23 Etiqueta



Fuente: Investigación de Mercado.
Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

4.2.5. Justificación e Importancia

El tema que se estudió y analizó en el presente proyecto se considera como un campo, ya que su existencia es relativamente escasa, y es la oportunidad que le permitirá al empresario e inversionistas una excelente idea de negocio en un nuevo espacio, como es el servicio de confección, que como se mencionó

anteriormente no existe gran consideración de oferta y los pocos existentes no cumplen en su totalidad con las exigencias de calidad del servicio.

Con la creación de una empresa el empresario podrá poner en marcha el presente proyecto, con una nueva oferta de servicio de calidad, una buena promoción del negocio, que le permitirá conseguir la confianza de los usuarios y por ende una demanda que beneficiaría no solamente al empresario por los ingresos generados por su inversión, sino también a los trabajadores pues ayuda a solucionar la falta de trabajo que es un problema social; así como también, fomentar la productividad y el ahorro para conseguir las economías de escalas a precios bajos y mejorar el poder adquisitivo de los peninsulares invirtiendo en negocios rentables.

La información que se obtuvo fue determinada y efectiva que ayudó al desarrollo de investigación, para lo cual se realizó una evolución por observación directa de las entidades que ofrecen servicios de venta directa de ropa; tales como centros comerciales, boutiques y puestos de venta directa; posteriormente se ejecutó la encuesta dirigida a hombres y mujeres con sobrepeso en el rango de 16 y 65 años de edad. De clase alta, media y baja sin dejar de lado los sitios antes mencionados; ya que estos representaron un porcentaje estimado de nuestra población a encuestar. La importancia de la creación de una empresa de confección y distribución de prendas de vestir en tallas plus es resolver el problema social existente en el mercado insatisfecho, dando comodidad al segmento con una línea amplia y diversa de vestuario plus, con cortes innovadores de gran calidad con preciosos acabados, de tal forma que satisfagan las necesidades y exigencias del segmento.

La creación de este proyecto se considerará un impacto positivo en la sociedad porque brindará un producto 100% ecuatoriano, que pretende que la creación de empleo es una fortaleza y clave para el desarrollo del negocio y del país; y que

adicionalmente tiene la capacidad de evolucionar en uno de los sectores más complejos, como es la industria de la moda.

4.3. MERCADO

Se analiza el mercado tanto de producción como el de comercialización de prendas de vestir, para conocer cuál es la demanda y oferta existente dentro de la Provincia de Santa Elena, en especial en el Cantón La Libertad ya que en ella se encuentra la mayor afluencia comercial a diferencia de los otros cantones de la provincia.

Se debe tomar en cuenta los siguientes parámetros:

- ✓ Analizar la demanda y oferta históricas y actuales a efectos de establecer la demanda insatisfecha que será cubierta por la nueva empresa en un porcentaje adecuado de acuerdo a las características del producto.
- ✓ Investigar la conducta de los consumidores para determinar la aceptación del producto que generará la nueva empresa en el mercado.
- ✓ Establecer la estrategia de precios adecuada para ingresar al mercado.
- ✓ Determinar los canales de distribución, la localización, el transporte, y cualquier otra herramienta que le permitirá a la nueva empresa hacer accesible su producto en tiempo y lugar a su mercado objetivo.
- ✓ Establecer las herramientas de comunicación que le permitirán a la nueva empresa difundir los méritos de su producto, así como persuadir al público objetivo para que lo adquiera.

4.3.1. Análisis de la situación del sector a través de las fuerzas competitivas de mercado

En un mercado de libre competencia, es el consumidor o comprador el que tiene la decisión final sobre el éxito o fracaso de un producto o servicio. El mercado en sí, se compone de personas u organizaciones que tengan necesidades por satisfacer y estén dispuestos a pagar por ello. Muchas personas demandan en función de sus deseos y necesidades de los productos o servicios que la empresa oferte y están dispuestos a pagarlos; sin embargo, este numeroso grupo consta de un segmento relevante de personas de tallas plus, con diversas necesidades de adquisición y/o compra.

4.3.1.1. Clientes

Se ha mencionado que las personas de tallitas plus serán los futuros clientes de este proyecto ya que el cliente toma su decisión de compra teniendo en cuenta la calidad, variedad, y precio del producto. Los clientes potenciales de la empresa “Tallitas Plus” son todas las personas con sobrepeso de la provincia de Santa Elena, las encuestas sirvieron de base para la creación de una matriz de tallas en que se encuentran los clientes, el cual permite determinar en función de la demanda.

4.3.1.2. Análisis de la competencia actual y potencial

La competencia se encuentra en un nivel de crecimiento porque cada vez los negocios se están expandiendo en el mercado, ubicándose en lugares estratégicos que hacen que se convierta en un mercado altamente competitivo por ende, las personas de tallas plus serán considerados nuestro mercado objetivo. En la actualidad no existe competencia directa porque la idea de negocio está enfocada

a confeccionar y distribuir prendas de vestir en tallas plus dirigido a las personas con sobrepeso.

Sin embargo puede existir competencia con otras empresas fuera de la península, principalmente con aquellas empresas que ya existe negociación directa, pero estos tienen un limitante no se enfocan al segmento plus y sus precios son más altos por venir de otro lugar.

CUADRO 31 Competencia actual y potencial

NOMBRE DEL COMPETIDOR	UBICACIÓN	PRINCIPAL VENTAJA
“Comercial Buenaventura Moreno”	La Libertad	Económica Variedad
Paseo Shopping	La Libertad	Reconocida Dirigido a personas de clase alta media y baja
Almacenes y Boutiques	La Libertad	Exclusivas

Fuente: Investigación Descriptiva.

Elaborado: Gisella Toro Rodríguez.

4.3.1.3. Proveedores

Los proveedores son de mucha importancia dentro del proyecto, tendrán la responsabilidad de abastecer de manera oportuna la materia prima y los insumos para la producción de cada una de las prendas de vestir, en este caso se identificaron los siguientes proveedores.

La empresa Tallitas Plus S.A, trabajara con 3 proveedores directos los cuales nos suministrará la materia prima requerida para la confección de cada una de las prendas de vestir.

Se detalla los proveedores en el siguiente cuadro:

CUADRO 32 Proveedores

EMPRESAS QUE PROVERAN DE MATERIALES E INSUMOS		
PROVEEDORES	DIRECCIÓN	DESCRIPCION
Ivantex, Distribuidor de Telas.	Sucre 404 y Chile, Guayaquil, Guayas, Ecuador Teléfono: (4) 2320535 Fax: (4) 2328633	Distribuidora de telas al por mayor y menor. Variedad de telas Nacionales y Extranjera.
Almacén de telas Rosita	Sucre #1016 y 6 de marzo P. y Sucre #914 y 6 de marzo S. – Centro. Guayaquil - Guayas (010010) Ecuador. Teléfono: (4) 2524894 Fax: (4) 2515431	Comercialización de telas por “mayor y menor” Toda variedad de telas nacionales y extranjeras Para damas caballeros y niños.
Din insumos para la confección	Boyacá #1614 y Clemente Ballén Teléfono: (4) 2322591 E-mail: info@din.com.ec	Comercializa insumos para la fabricación de ropa.

Fuente: Investigación Descriptiva.

Elaborado: Gisella Toro Rodríguez.

4.3.1.4. Sustitutos

No existen sustitutos directos de vestimenta plus en la península la amenaza es baja, sin embargo existen varias boutiques y centros comerciales donde se comercializa esta clase de ropa pero en otras ciudades y su costo es alto. Se debe tomar en cuenta que al ser pioneros en el mercado se tiene una gran ventaja de ahorro tiempo y dinero.

4.3.3.1 Valoración de la Demanda

Considerando la variable de la demanda a nivel provincial los entrevistados expresaron que no cuentan con un lugar específico donde puedan realizar sus compras de vestimenta plus de una manera directa nos recalcaron que la mayoría

de las empresas o lugares de venta de ropa en la península son muy pocas las tallas grandes que se consiguen, siendo esto un limitante para el segmento.

Se persigue satisfacer una demanda insatisfecha y latente a través de la disposición de un producto de excelente calidad, a un precio accesible, que permita ofrecer a la comunidad una nueva alternativa de productos con gran variación de diseños, modelos, colores, etc.

El análisis que se ha desarrollado, nos conlleva a la conclusión de que esta nueva empresa tendrá buenas posibilidades de éxito ya que busca fomentar la industria y el progreso, brindando oportunidades laborales en actividades productivas de inversión y efecto multiplicador al integrar la comercialización de los productos generando el desarrollo productivo.

4.3.3. Análisis Situacional

Mediante el proyecto a realizar se desea satisfacer las necesidades y exigencia de las personas de tallas plus. Es importante que el poder adquisitivo influya directamente en la demanda, por lo cual se puede medir mediante el factor socioeconómico de los peninsulares de tallas plus, el cual es la variante y por eso se lo ha dividido de la siguiente forma:

Nivel Socioeconómico { Alto, Medio, Bajo.

4.3.3.2. Definición y cuantificación de los segmentos de mercado.

En la provincia de Santa Elena, se han identificado hasta el año 2009, existen 850 organizaciones de la sociedad civil. Se consideran instituciones públicas locales

que promueven el desarrollo productivo presentes en la provincia, se puede distinguir al menos tres tipos de actores e instituciones:

- Sector público,
- Sector privado productivo y empresarial,
- Sociedad civil.

4.3.3.2. Herramienta FODA

Este tipo de análisis representa un esfuerzo para examinar la interacción entre las características particulares de la organización y el entorno en el cual éste interactúa.

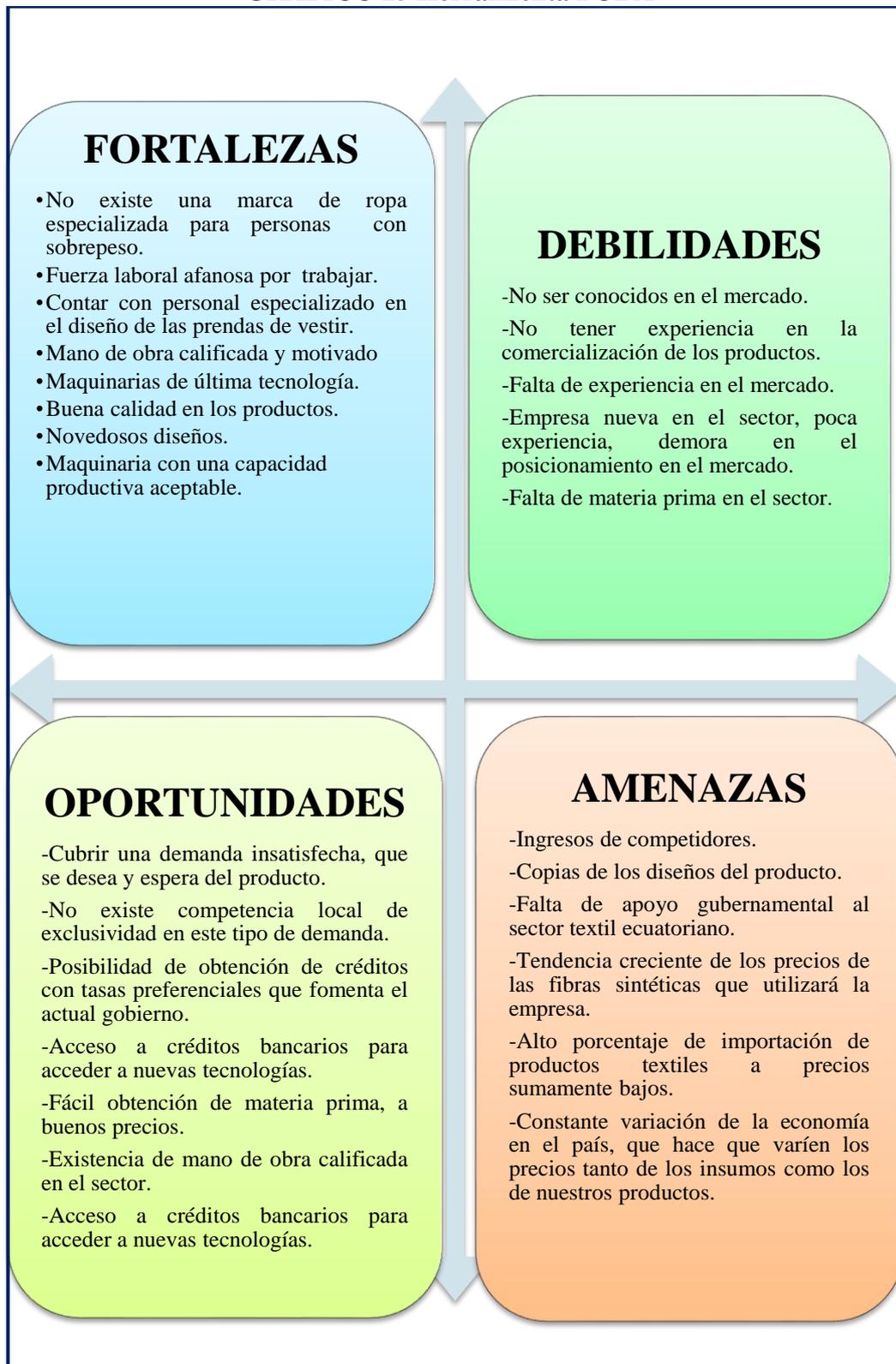
El análisis FODA de la empresa Tallitas Plus procede a verificar las fortalezas que debe conservar e incrementar para mantener un alto nivel interno positivo con la preparación continua, de igual manera minimizar las debilidades para convertirlas en fortalezas y enfrentar el mundo externo a través de estrategias y de objetivos junto con las políticas, tomando en cuenta las oportunidades en el ambiente externo para beneficio de la empresa y los socios; así mismo contrarrestar las amenazas para convertirlas en oportunidades que destaquen a la nueva empresa.

GRÁFICO 24 FODA



Fuente: Investigación de mercado.
Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

GRÁFICO 25 Herramienta FODA



Fuente: Investigación de mercado.
Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

4.3.4. Estrategias de Mercadeo

Producto

El producto a ofertar en el mercado local, son prendas de vestir en tallas plus, para hombres y mujeres con sobrepeso elaborados con materiales de buena calidad, diseñados para mantener cómoda y segura a nuestros clientes para asegurar un buen surtido, los productos que se pretende introducir al segmento plus son prendas de vestir con diseños modernos, sexy, y de mucho glamour, cabe recalcar que esta indumentaria debe tener especiales características tanto en materiales como en fabricación de tallas.

Precio

Los precios están definidos por los costos variables que dependen del volumen de la producción (mano de obra, costos indirectos de fábrica y materia prima) y de los costos fijos (publicidad, remuneraciones, comisión, alquiler, transporte, etc.), dentro del proceso. Al establecer los precios, estos deben ser competitivos con el fin de llegar rápidamente a los consumidores. Para determinar los precios se tomara en cuenta los siguientes puntos:

- ✓ Precios de penetración.
- ✓ Precios selectivos.
- ✓ Precios altos, competitivos y bajos.
- ✓ Precios singulares o impares.
- ✓ Precios con entrega.
- ✓ Precios Gancho.
- ✓ Precios de descuento.

Para determinarlo se deben tomar en cuenta:

- ✓ El costo de producción (materiales, mano de obra e insumos a utilizar) y el margen de ganancias que se desea obtener.
- ✓ Considerar los precios de los competidores y decidir cuál será la posición frente a ellos.
- ✓ El precio de cada uno de los productos será establecido de acuerdo a los costos de producción.
- ✓ La estrategia de precio planteada para la empresa de confección y distribución de prendas de vestir Tallitas Plus es una estrategia de precios bajos, debido a que de esta manera podrá ingresar el nuevo producto de forma más competitiva.

Plaza

La distribución del producto es decir el lugar donde se lo adquirirá también será determinado por los clientes ya que ellos tienen la decisión de compra y siempre será el lugar más asequible para ellos por lo que también fue determinado en la investigación.

Según las encuestas el lugar para la distribución de las prendas de vestir en tallas plus será en el Cantón La Libertad, por ser el casco comercial de la provincia de Santa Elena y por considerar que es zona más comercial y más visitada, tanto por nacionales como por extranjeros, así como también, va a encaminar sus esfuerzos, al facilitar al comprador el acceso al producto. Para elegir la ubicación de la planta, se analizó las facilidades de transporte, la disponibilidad y costo de la mano de obra e insumos materias primas, energía eléctrica, disponibilidad de agua.

Promoción

A través del estudio de mercado pudimos conocer que la manera más efectiva para promocionar el producto a ofrecer es a través de cuñas radiales, volantes en los principales sectores del cantón para llegar de la mejor manera a nuestro target se realizaran estrategias de promoción agresivas.

También en tener descuentos por beneficios que nos pueda brindar el cliente, en este caso se dará un porcentaje a los clientes antiguos de la empresa, consiste en hacer descuentos por algún beneficio que nos pueda brindar el cliente.

Se empleará los mismos productos a comercializar para dar a conocer la empresa, también se participara en ferias y eventos.

4.4. ESTUDIO TÉCNICO

4.4.1. Tamaño de la Planta

La empresa prestará sus servicios en un local ubicado en el cantón La Libertad, el mismo que será arrendado por un tiempo determinado de 5 años consta en un terreno de 250 metros cuadrados (10 x 25), el cual permitirá la instalación de todos los equipos y maquinas a utilizarse.

Área de Adecuación:

El local para la empresa, debe tener características que permitan una cómoda y correcta secuencia de las operaciones del negocio. Tomando en cuenta esto se proyectaron las siguientes dimensiones: Total del terreno 250 m², 10*25 deberá constar con:

- ✓ Un parqueadero con dimensiones de 50m²(10x5).
- ✓ Dentro del local estará la recepción y sala con una dimensión de (12x6, 50).
- ✓ El área de maquinaria de (16x3,60),
- ✓ Tres oficinas de (5x5),
- ✓ Dos oficina de (6x5) y
- ✓ Una bodega de (4x5).

4.4.2. Proceso de Producción

"El proceso de producción es el procedimiento técnico que se utiliza para obtener bienes y servicios a partir de los insumos, y se identifica con la transformación de una serie de insumos para convertirlos en productos mediante una determinada función de producción.

El proceso que se empleara para obtener la producción será:

- 1.- Obtener que la materia prima sea enviada o comprada directamente desde los proveedores tomando en consideración que la transportación sea adecuada y no estropee las telas e insumos para complementar el producto final de las prendas de vestir.
- 2.- Una vez que los materiales lleguen a la empresa; será sometido a la respectiva inspección de calidad continuando con el proceso de fabricación de cada producto.
- 3.- Ya terminado el producto, estará disponible en la empresa, para la respectiva distribución.
- 4.-El proceso de producción para las diferentes prendas de vestir es similar, ya que se requiere de las mismas actividades; únicamente varía el acabado de cada una de ellos.

Estado Inicial + Proceso Transformador = Producto Final

Tela + Diseño, corte y confección = Entrega y Distribución

Características: Las prendas serán elaboradas con insumos de primera calidad, con modernos diseños y finos acabados.

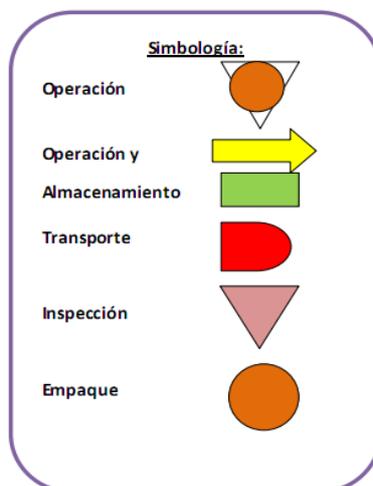
Desempeño y cumplimiento de especificaciones: Deberá cumplir con las especificaciones de calidad, garantía, en cada una de las prendas resaltando la calidad en cada uno de los diseños.

Estilo: Los estilos serán variados de acuerdo a cada gusto o exigencia del cliente, resaltando el estilo de la moda actual en cada uno de sus acabados.

Servicios: Se destacara sobre la competencia como los pioneros en brindar un nuevo servicio a la selecta clientela, con un servicio único eficaz, responsable y comprometido en satisfacer las necesidades.

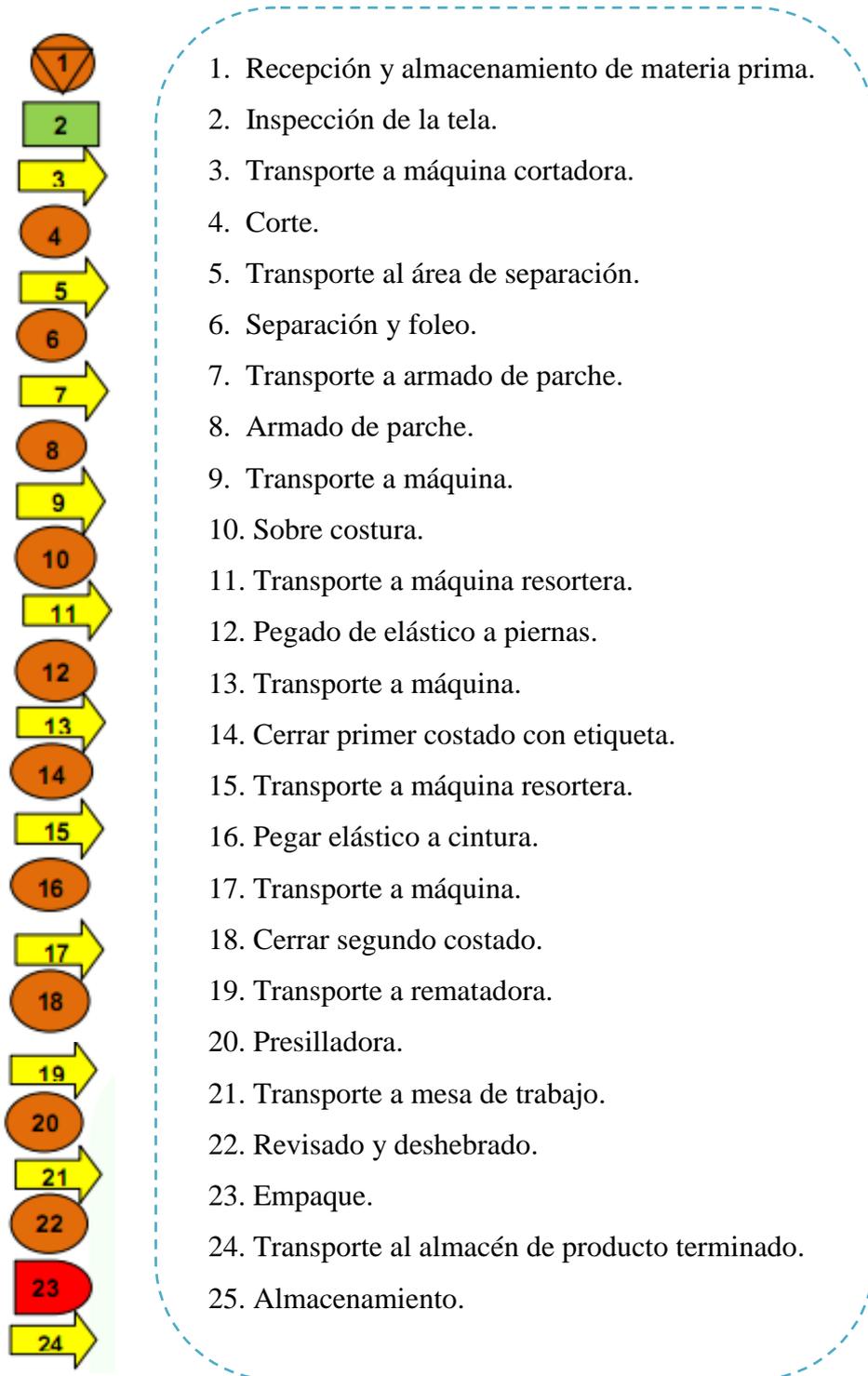
Para representar y analizar el proceso de la confección de las prendas de vestir en tallas plus se utilizará el método de diagrama de flujo de operación o generación del servicio, a través de la simbología internacionalmente aceptada para representar las operaciones efectuadas.

GRÁFICO 26 Símbolos del Diagrama de Flujo



Fuente: Simbología del flujo de proceso.
Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

GRÁFICO 27 Diagrama de flujo de proceso



Fuente: Proceso de producción de la empresa Tallitas Plus S.A.
Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

Descripción del Proceso de Producción

1. Recepción y almacenamiento de materia prima. Las materias primas se reciben de la siguiente manera: Telas Stretch, Hilo, Damasco, Jean, Casimir Italiano, licras, (100%). Se representa generalmente en rollos de 30 metros.

Hilos. Se presenta enrollado en carretes o conos de 1000 yardas.

Elástico (Licra o expandex). Se representa en conos o carretes.

Otros materiales que se reciben son:

- Bolsas de polietileno
- Etiquetas

Inspección de la tela. Se inspecciona la tela visualmente que no tenga defectos (color, que no estén rotas, deshiladas, entre otros).

3. Transporte a máquina cortadora. Los rollos de tela se transportan manualmente o por medio de carros empujando manualmente a una mesa de corte.

4. Corte. Una vez que los rollos de tela se encuentran en la mesa de corte se siguen los pasos que se indican a continuación:

Tendido. Consiste en sobreponer juegos de telas sobre la mesa de tal manera que estos puedan cortarse simultáneamente en los componentes del producto.

Marcado de los patrones sobre la tela. Consiste en sobreponer tendida estos marcados sirven de guía para poder efectuar el corte.

El corte propiamente dicho. Consiste en cortar el material (la tela) en sus partes componentes. El corte se realiza por medio de una máquina cortadora recta.

Una vez realizado los cortes, se realiza bultos con los cortes.

5. Transporte al área de separación. Los bultos de cortes se transportan manualmente al área de separación y foleo. El transporte también puede realizarse con carros.

6. Separación y foleo. En este departamento se realiza una división de bultos de acuerdo a la cantidad que se especifique en el control de bultos, esta operación se lleva a cabo auxiliándose de tickes, los cuales llevan impresa la cantidad, talla y número de bulto.

7. Transporte a armado de parche. Los bultos se transportan por medio de carros empujados manualmente al área de armado de parches.

8. Armado de parche. Se pega el delantero y el trasero de la tela. Primero se une la parte delantera y después la parte trasera o posterior de la tela.

9. Transporte a máquina. Una vez teniendo ensamblados la parte delantera con la posterior, se transporta la pieza manualmente a una máquina.

10. Sobre costura. Se realiza sobre una costura de carga sobre la costura de unión en cada pieza.

11. Transporte a máquina resortera. Los bultos de las piezas ensambladas se transportan manualmente a una máquina resortera.

12. Pegado de elástico. Este proceso consiste en pegar el elástico (licra) en cada prenda que lo requiera.

13. Transporte a máquina overlok. Las prendas se transportan a una máquina Overlok. El transporte se realiza manualmente.

14. Cerrar primer costado con etiqueta. Esta operación se realiza en una maquina Overlok y consiste en cerrar uno de los costados y al mismo tiempo coser la etiqueta contiene información sobre los materiales utilizados en su fabricación así como instrucciones de lavado y cuidado de la prenda.

15. Transporte a máquina resortera. Las prendas se transportan manualmente o con carros a una maquina rematadora.

16. Pegar elástico a cintura. En esta actividad los operarios toman con las prendas y lo desamarran, toman una prenda y la posesionan en la maquina rematadora, alinean la prenda, cosen el elástico (licra) alrededor de la cintura y cortan hilos. Al culminar el pegado del elástico se corta el mismo.

17. Transporte a máquina overlok. Las prendas en bultos, se transportan manualmente o con carros a una maquina Overlok.

18. Cerrar segundo costado. Esta operación consiste en cerrar el costado que aún permanece abierto utilizando maquina Overlok. Los operarios toman el bulto con las prendas y lo desamarran, toman una pieza y caza del costado por cerrar, colocan la pieza debajo del prénsatelas, alinean cosen y cortan hilos.

19. Transporte a rematadora. Los bultos se transportan manualmente o con carros a una maquina rematadora.

20. Presillado. La operación consiste en rematar los extremos de las piezas y el segundo costado de la cintura (no se remata, el otro costado ya que este al pegar el elástico en la cintura, le sirve como remate), la máquina utilizada es una máquina de presilla también conocida como rematadora.

En la confección de una prenda de vestir intervendrán varias personas, cada una de ellas realizará sus funciones de acuerdo a sus conocimientos y habilidades.

21. Transporte a mesa de trabajo. Las prendas se transportan manualmente o con carros a una mesa de trabajo.

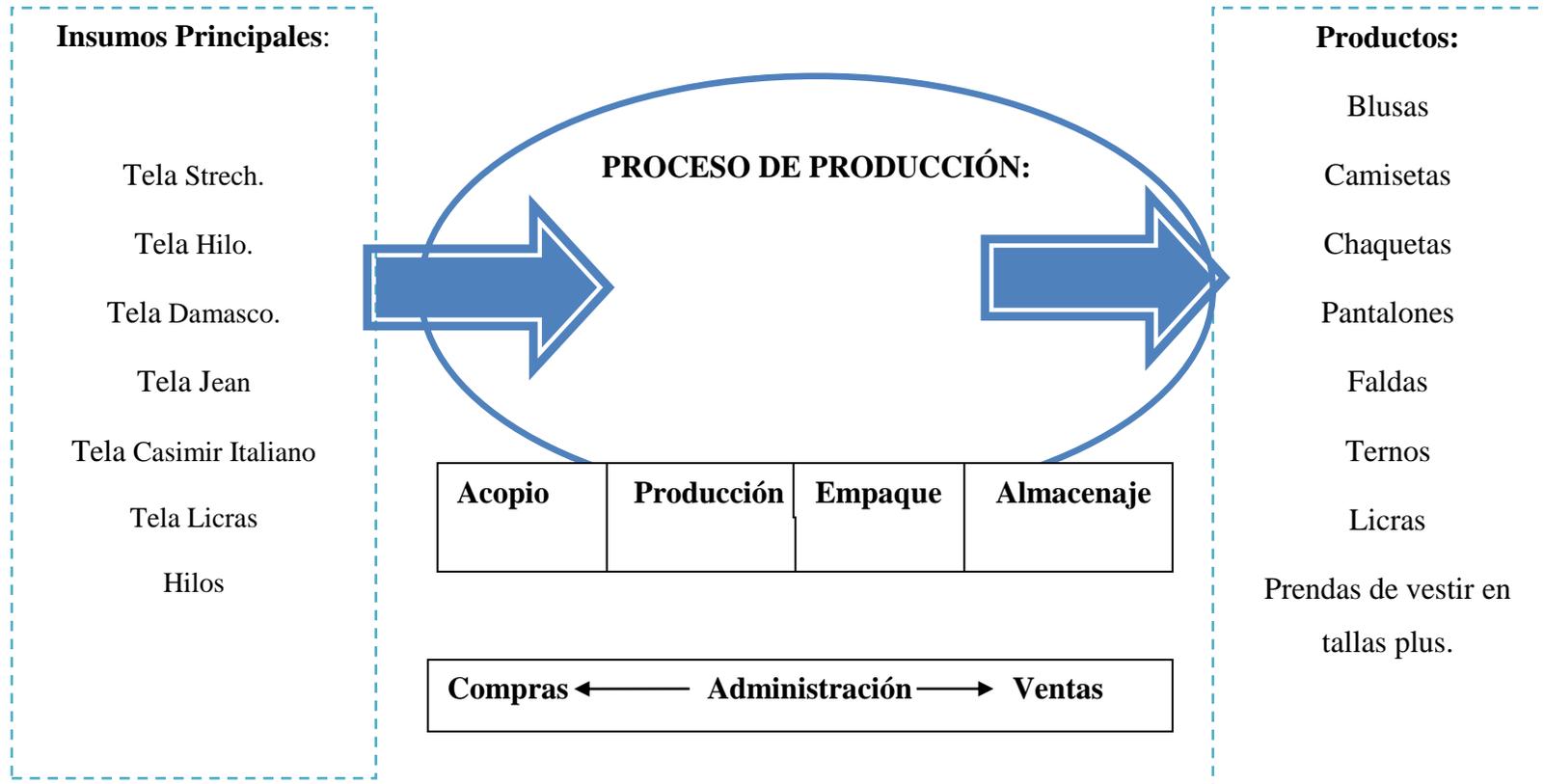
22. Revisado y deshebrado. Esta operación consiste en quitar los hilos sobrantes de la costura y revisar a la vez que no haya defectos como costura suelta, floja, apretada, tela manchada, barrada, picada, con motas o mal teñida.

23. Empaque. Se coloca la prenda ya terminada, clasificada, etiquetada y doblada, en bolsas de polietileno, las cuales a su vez se acomodan en cajas de cartón.

24. Transporte al almacén de producto terminado. Las cajas con las prendas terminadas se transportan por medio de montacargas al almacén de producto terminado.

25. Almacenamiento. El producto terminado se deposita en la bodega para su respectiva distribución.

GRÁFICO 28 Elaboración de prendas de vestir para comercialización



Fuente: Proceso de Producción.
Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

4.4.3. Programa de Producción

El plan de producción debe convertirse en un calendario maestro de producción para programar el acabado de artículos sin demora, según fechas de entrega acordadas; para evitar sobrecargar o tener muy poca carga de los medios de producción; y para utilizar la capacidad de producción eficientemente y obtener bajos costos de producción.

CUADRO 33 Programa de Producción

PRODUCTOS	2014	2015	2016	2017	2018
Blusas	6.500	6.760	7.030	7.312	7.604
Camisetas	6.100	6.344	6.598	6.862	7.136
Chaquetas	2.700	2.808	2.920	3.037	3.159
Pantalones	6.300	6.552	6.814	7.087	7.370
Faldas	4.400	4.576	4.759	4.949	5.147
Ternos	2.700	2.808	2.920	3.037	3.159
Licras	9.100	9.464	9.843	10.236	10.646
TOTAL	37.800	39.312	40.884	42.520	44.221

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

La capacidad de producción depende principalmente de la capacidad de la maquinaria, las maquinarias trabajarán en un 60% de la disponibilidad de los recursos, es por ello que se espera alcanzar cada año, la siguiente producción en cada uno de los 7 productos a confeccionar.

Se comprará cada 10 días materiales para producir las prendas de vestir, mientras que otros materiales se los comprará cada 30 días donde se incluirán también herramientas útiles de oficina y aseo. Los pagos se realizarán cada 7 días tiempo máximo que los proveedores han designado a compras de ese volumen.

4.4.4. Recursos Requeridos

Una vez determinada la inversión inicial del proyecto se establecen que fuentes de financiamiento ayudaran a cubrir y solventar los costos y gastos del proyecto. Los recursos se obtienen de 2 tipos de fuentes que son: la aportación de los socios y mediante un préstamo a la corporación financiera nacional CFN.

Los mismos que ayudaran a cubrir el monto del presupuesto para la realización del proyecto.

4.4.5. Instalaciones Físicas

La empresa Tallitas Plus S.A. contará con diferentes áreas destinadas a la confección de cada una de las prendas de vestir con el fin de satisfacer las diferentes preferencias del cliente, siendo el principal los productos publicitarios exteriores y brindar la asesoría para sus proyectos, detalladas a continuación:

Recepción

Esta área estará destinada para la recepción de pedidos en cuanto a modelos y tallas de las prendas vestir.

Departamento de Logística

En este departamento trabajaran el jefe de contabilidad, y el jefe de almacén quienes serán los encargados de llevar el control de la administración y las finanzas de la empresa Tallitas Plus S.A.

Departamento de Ventas

En esta oficina se encontrara al jefe de ventas, quien se encargara de coordinar el manejo de materiales de los productos desde la fábrica hasta el consumidor, que comprende los costos y métodos de transporte, la localización de almacenes, los costos de manejo, los inventarios, la reducción de reclamos por retrasos y perjuicios de ventas.

Departamento de Producción

Dirigido por el jefe de producción el que se encuentra al tanto de los productos que se confeccionan diariamente y el stock de materiales e insumos que están destinados para la elaboración de los mismos, en conjunto con los operarios que ayudaran en las labores del departamento. Del mismo modo estará el diseñador graficando los diseños de cada una de las prendas a confeccionar.

Área de Maquinarias

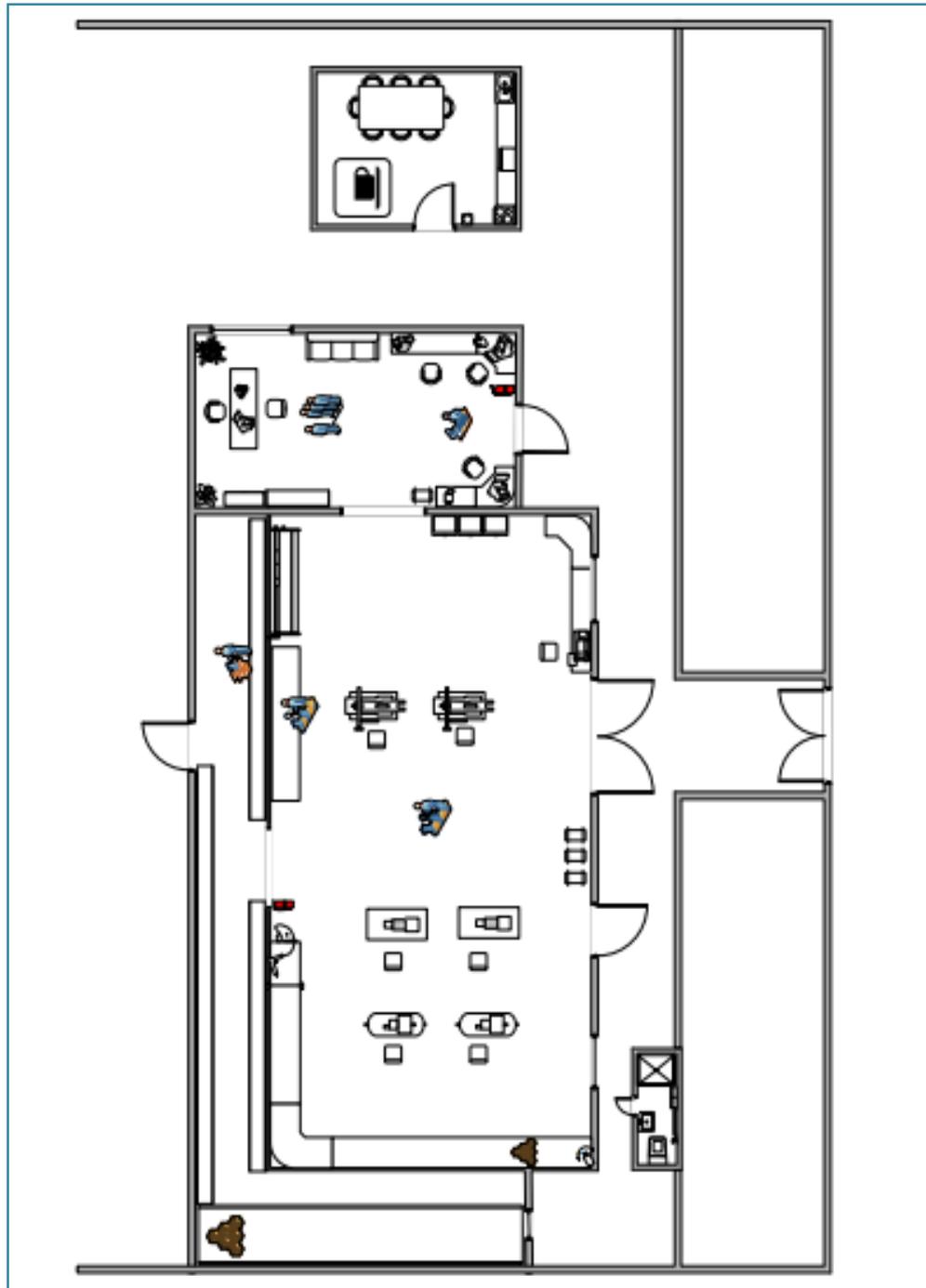
Aquí estarán instaladas las maquinas necesarias para la confección de las prendas de vestir en tallas plus como la cortadora y las máquinas de coser, además de un amplio espacio donde podrán los operarios trabajar eficientemente, ya que el lugar de trabajo estará dividida por secciones de corte, cosido, empaque y almacenamiento.

Almacén

En este lugar se guardara toda la materia prima que se recibirá para poder hacer los trabajos, se podrían aprovechar promociones de nuestros proveedores en ciertas épocas del año y tener un stock surtido.

4.4.5.1. Diseño de la Planta

GRÁFICO 29 Distribución interna de la instalación de la planta



Fuente: Distribución de la planta.
Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

4.4.6. Maquinarias y Equipos

Las maquinarias y equipos se han elegido en base a un análisis del proceso de producción de las prendas de vestir en tallas plus, son de construcción industrial y se ha analizado las cotizaciones más razonables que se han recibido. Los factores que deben tomarse en cuenta para recabar la información son:

- ✓ Proveedores.
- ✓ Precios.
- ✓ Dimensiones.
- ✓ Capacidad.
- ✓ Flexibilidad.
- ✓ Mano de obra necesaria.
- ✓ Costo de Mantenimiento.
- ✓ Costo de energía eléctrica.
- ✓ Infraestructura necesaria.
- ✓ Transporte.
- ✓ Costo de Instalación y puesta en marcha.

Para la realización del proyecto se requiere necesariamente la adquisición de las siguientes maquinarias y equipos:

CUADRO 34 Maquinarias de Producción

MAQUINARIA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
Máquina cortadora EASMAN	2	3.235,00	6.470
Máquina Overlock SIRUBA 700k	3	2.200,00	6.600
Máquina FLAT-LOCK FD-62-07MS-I	2	2.143,00	4.286
Máquina INTERLOCK WX-8803 DE	3	1.167,00	3.501
Herramientas de Trabajo			1.421
TOTAL	10	8.745	22.278

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

Las máquinas mencionadas serán utilizadas para la producción de las diferentes prendas de vestir, las mismas que por su tecnología industrial darán un producto terminado de calidad, logrando la satisfacción del cliente.

4.4.7. Recursos Humanos

Las funciones que se desarrollan en el departamento de recursos humanos varían de una empresa a otra, dependiendo de la dimensión y de la actividad a la que se dedique la entidad.

El recurso humano que se empleara en la administración de la empresa permitirá implantar la estrategia organizacional a través de las personas, quienes son consideradas como los únicos recursos vivos e inteligentes capaces de llevar al éxito organizacional y enfrentar los desafíos que hoy en día se percibe en la fuerte competencia.

4.4.7.1. Mano de Obra Directa

Aquella que interviene directamente en el proceso productivo de los productos se considera a los operarios que se contraten para la confección de cada una de las prendas de vestir.

4.4.7.2. Mano de Obra Indirecta

No depende de manera directa en la transformación de cada uno de los productos pero forman parte de la empresa, no se involucra en el proceso productivo pero forma parte del mismo.

CUADRO 35 Mano de Obra Directa

Cargo	Código	Sueldo	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Aporte Patronal	Fondo de Reserva	Total Beneficios	Total General	TOTAL ANUAL
Jefe de Producción	TOTAL MOI	1.000,00	83,33	22,00	42,67	111,50	83,33	341,83	1.341,83	16.102,00
Operarios*(12)	TOTAL MOD	5.724,00	477,00	405,50	238,50	638,23	477,00	2.281,23	8.005,23	96.062,71
TOTAL GENERAL		11.674,00	972,83	648,42	486,42	1.301,65	972,83	4.382,23	16.056,23	192.674,81

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

CUADRO 36 Mano de Obra Indirecta

Cargo	Código	Sueldo	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Aporte Patronal	Fondo de Reserva	Total Beneficios	Total General	TOTAL ANUAL
Jefe de Producción	TOTAL MOI	1.000,00	83,33	22,00	42,67	111,50	83,33	341,83	1.341,83	16.102,00
Operarios*(12)	TOTAL MOD	5.724,00	477,00	405,50	238,50	638,23	477,00	2.281,23	8.005,23	96.062,71
TOTAL GENERAL		11.674,00	972,83	648,42	486,42	1.301,65	972,83	4.382,23	16.056,23	192.674,81

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

4.4.8. Materias Primas

4.4.8.1. Materiales Directos

Es aquella materia prima que se utiliza principalmente para la confección de cada una de las prendas de vestir, son los rollos de tela y los rollos de hilos, cantidad en metros que se utilizaran en cada producto se detallan en el siguiente cuadro para la respectiva confección.

CUADRO 37 Materiales Directos

MATERIALES DIRECTOS			
DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	VALOR TOTAL POR METROS
Tela Strech	30 Metros	4,20	126,00
Tela de Hilo	30 Metros	4,25	127,50
Tela Damasco	30 Metros	7,25	217,50
Tela Jean Gruesa	30 Metros	4,61	138,30
Tela Jean Liviana	30 Metros	5,00	150,00
Tela Casimir Italiano	30 Metros	13,50	405,00
Tela Licra	30 Metros	5,50	165,00
Hilos	1 Rollo	3,50	3,50
TOTAL			1.332,80

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

4.4.8.2. Materiales Indirectos

Son aquellos materiales secundarios que intervienen en la elaboración del producto, dándole el toque final a cada producto terminado y son aquellos que forman parte del proceso de confección en cada una de las prendas de vestir.

CUADRO 38 Materiales Indirectos

MATERIALES INDIRECTOS			
DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	VALOR TOTAL
Agujas de mano	300	0,02	6,00
Agujas de maquina	500	0,15	75,00
Alfileres	400	0,04	16,00
Planchas	4	85,00	340,00
Dedales	80	0,08	6,40
Acericos	60	0,10	6,00
Juegos de reglas	15	3,00	45,00
Tijeras grandes	12	9,00	108,00
Tijeras mediana	10	4,50	45,00
Tijeras pequeñas	15	3,50	52,50
Cajas de tiza sastres	80	1,20	96,00
Cintas métricas	30	0,50	15,00
Bobinas	30	0,20	6,00
Carretes	30	0,15	4,50
Mesas de corte 210*193	4	150,00	600,00
TOTAL MATERIALES INDIRECTOS			1.421,40

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

4.5. PLAN ECONÓMICO-FINANCIERO

El estudio económico financiero comprende analizar cuál es el monto de recursos económicos en que la empresa Tallitas Plus S.A, debe incurrir para iniciar la actividad productiva, de igual manera conocer el costo total de operación, donde se involucre la actividad administrativa, de ventas y principalmente de la parte productiva. Este estudio reúne estrategias presupuestarias al realizar estimaciones sobre ingresos y egresos, así como también permite determinar aquellas fuentes de

financiamiento que se necesitará para la constitución y apertura de la actividad y por ende durante el desarrollo u operación del proyecto.

4.5.1. Objetivo General

Determinar el monto total de los recursos económicos necesarios para la creación de la empresa de confección y distribución de prendas de vestir en tallas plus, conocer el costo total de la operación de la planta, evaluando a la vez indicadores financieros que permitirán demostrar la viabilidad de la empresa a través de los respectivos estados financieros proyectados.

4.5.2. Objetivos Específicos

- ✓ Determinar métodos financieros aplicables al tipo de actividad de la empresa.
- ✓ Elaborar estados financieros proyectados (flujo de efectivo, estado de resultados, balance general).
- ✓ Medir la rentabilidad de la empresa mediante el respectivo análisis financiero.

4.5.1. Plan de Inversión

La inversión de la empresa Tallitas Plus S.A, concebirá los desembolsos de recursos financieros destinados a la adquisición de maquinaria para la producción tales como maquinarias, material de trabajo, adquisición de muebles y equipos de oficina, compra de bienes informáticos, instalaciones de servicios básicos, capital de trabajo entre otros gastos de inversión.

Se proporcionará de la siguiente forma:

- ✓ Activos Fijos
- ✓ Activos Tangibles
- ✓ Capital de Trabajo

4.5.1.1. Inversión fija tangible

Para llevar a cabo el proyecto se requiere contar con, maquinarias, adquisición de equipos y otros activos. La inversión del proyecto contara con la distribución de capital para realizar diferentes operaciones.

Activos Fijos

La inversión en maquinarias que tendrá la empresa Tallitas Plus S.A, tiene un valor de \$52075,00 los cuales representan los bienes de instalación.

CUADRO 39 Maquinarias de Producción

MAQUINARIA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
Máquina cortadora EASMAN	2	3.235,00	6.470,00
Máquina Overlock SIRUBA 700k	2	2.200,00	6.600,00
Máquina FLAT-LOCK FD-62-07MS-I	2	4.143,00	4.286,00
Máquina INTERLOCK WX-8803 DE	2	2.167,00	3.501,00
Herramientas de Trabajo		1.421,00	1.421,00
TOTAL			22.278,00

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

Las máquinas mencionadas serán utilizadas para la producción de los diferentes prendas de vestir, las mismas que por su tecnología industrial darán un producto terminado de buena calidad, logrando la satisfacción de los clientes del segmento plus.

Los equipos de oficina que tendrá la empresa Tallitas Plus S.A, tienen un costo de \$ 1.590,00 los cuales serán para la adecuación de la empresa.

CUADRO 40 Equipos de Oficina

EQUIPOS DE OFICINA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
Sistema de Alarma	3	250,00	1.050,00
Aire Acondicionado Split	1	270,00	270,00
Adecuación de Oficina	1	270,00	270,00
TOTAL	4	790,00	1.590,00

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

Los muebles de oficina que tendrá la empresa Tallitas Plus S.A, tienen un valor de \$ 2.425,00 para acondicionar cada departamento de la organización.

CUADRO 41 Muebles de Oficina

MUEBLES DE OFICINA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
Escritorios	5	80,00	400,00
Silla Secretaria	3	225,00	675,00
Silla Ejecutiva	3	50,00	150,00
Escritorio Ejecutivo	6	25,00	150,00
Butaca de Espera	1	250,00	250,00
Archivador	1	50,00	50,00
Sillas	3	80,00	240,00
Modulares	2	25,00	50,00
Mostrador de Pedido	1	250,00	250,00
Mostrador de Entrega	1	50,00	50,00
Mesas	2	80,00	160,00
TOTAL	28		2.425,00

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

Los equipos de computación que tendrá la empresa Tallitas Plus S.A, serán útiles para guardar información necesaria y oportuna que servirá para llevar una

adecuada contabilidad, sistema de cobros, modelos y diseños, archivos, y base de datos de los clientes y proveedores dándole mayor funcionalidad al sistema administrativo con un valor de \$4.650,00.

CUADRO 42 Equipo de Computación

EQUIPO DE COMPUTACIÓN			
DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
Computadora	1	750,00	750,00
Impresora HP PHPTOPLUS	1	120,00	120,00
Computadoras	3	900,00	2.700,00
Impresoras	3	120,00	360,00
Laptop	1	600,00	600,00
Impresora	1	120,00	120,00
TOTAL	10		4.650,00

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

El vehículo que tendrá la empresa Tallitas Plus S.A, será utilizado para la compra de materia prima y la distribución del producto con un valor \$ 45.000,00.

CUADRO 43 Vehículos

VEHÍCULO			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
Vehículo	1	20.000,00	20.000,00
Camión Pequeño	1	25.000,00	25.000,00
TOTAL	2		45.000,00

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

El proyecto tiene un horizonte de planeación de 5 años, a continuación se presenta un cuadro con datos representativos de los equipos que al tercer año se recurrirá a la reinversión debido a su vida útil, se contemplan inversiones en las maquinarias debido a que el horizonte de evaluación es de 5 años (**Ver anexo16-17**).

Arriendo

El local que tendrá la empresa Tallitas Plus S.A, deberá tener características que permitan una cómoda y correcta continuidad de las operaciones de la empresa tomando en cuenta esto se proyectó un valor de 8.400,00.

CUADRO 44 Gastos de Arriendo

GASTOS DE ARRIENDO			
CONCEPTO	MENSUAL	TOTAL MENSUAL	ANUAL
Arriendo	12	700,00	8.400,00
TOTAL		700,00	8.400,00

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

4.5.1.2. Activos Intangibles

Son aquellos elementos intangibles necesarios para el funcionamiento de la empresa como son Constitución legal de la empresa, obtención de licencias, permisos, registros, etc., a continuación se detalla cada uno de ellos.

CUADRO 45 Gastos de Constitución

GASTOS DE CONSTITUCIÓN	TOTAL
Tramites	200,00
Escritura	1.000,00
Registro Mercantil	400,00
Permisos	500,00
Asesoría	1.500,00
TOTAL INVERSIÓN EN ACTIVOS DIFERIDOS	3.600,00

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

4.5.1.3. Capital de Trabajo

El Fondo de Maniobra es una magnitud que nos indicará si una empresa dispone de los suficientes recursos para hacer frente a sus deudas más inmediatas. Es decir, nos puede indicar si una empresa es solvente o no. Existen varias formas de definir su cálculo, aunque la más sencilla de entender o de recordar es aquella que establece que el Fondo de Maniobra es igual al Activo Corriente menos el Pasivo Corriente. A continuación se detalla el cálculo del capital de trabajo.

CUADRO 46 Capital de Trabajo

DESCRIPCIÓN	VALOR
Capital de Trabajo	260.000,00
Activos Fijos	79.985,00
Gastos de Constitución	3.600,00
TOTAL	343.585,00

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez

4.5.2. Plan de Financiamiento

Dentro del plan de financiamiento tenemos los recursos propios, siendo aquellas aportaciones de valores por parte de los socios. En el caso de la empresa Tallitas Plus S.A. los socios financiarán el 30% del total de la inversión del proyecto, dividida en partes iguales por cada socio. Para poder financiar el 70% restante del total de la inversión, la empresa recurrirá a un préstamo bancario, a 5 años plazo con un interés del 12% anual o de acuerdo a la tasa del banco central del Ecuador.

CUADRO 47 Plan de Financiamiento

CONCEPTO	%	Aportes	Costo de Capital	CCPP
Acciones Comunes	30%	103.075,50	25,00%	8
Préstamos Bancario	70%	240.509,50	12,00%	8
TOTAL	100%	343.585,00	37%	16%

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

Préstamo Bancario y Tabla de Amortización

La inversión que se requiere para iniciar la empresa Tallitas Plus S.A, se beneficiara mediante un préstamo de 240.509,50 a 5 años plazo, con una tasa de interés del 12%, se presenta la forma como se irá pagando las anualidades, el valor principal del préstamo, el interés anual, la tasa de dividendos el número de años, por el préstamo realizado (**Ver anexo11**).

4.5.3. Plan de Acción

El plan de acción se basa en cuatro perspectivas básicas para llevar a cabo los objetivos que son:

La perspectiva financiera relacionado con la rentabilidad de la organización, la perspectiva del cliente de cómo ven la organización.

La perspectiva de los procesos internos que resalta los procesos en los cuales la organización debe ser excelente.

La perspectiva de innovación y aprendizaje relacionado con la capacidad que tiene la organización para mejorar continuamente y prepararse para el futuro, busca estrategias y acciones equilibradas en todas las perspectivas que afectan al negocio de la organización el cual permite dar soluciones y encaminar los esfuerzos para dar mayor competencia.

CUADRO 48 Plan de Acción

Problema Principal:				
¿La poca y escasa comercialización de prendas de vestir en tallas plus en la península de Santa Elena?				
Fin del Proyecto:				
Elaborar un proyecto de inversión para la creación de una empresa de confección y distribución de prendas de vestir en tallas plus en el cantón La Libertad.				
Propósito del proyecto:				
Satisfacer las necesidades insatisfechas de las personas con sobrepeso, de una manera eficiente, mediante una línea de vestuario enfocado solamente al segmento plus.				
Coordinador del proyecto				
Objetivos	Estrategias	Acciones	Metas	Indicadores
Crear una línea de vestuario en tallas plus que satisfagan los requerimientos de las personas con sobrepeso.	Crear innovadores diseños	Contratación de diseñadores capacitados.	Cubrir el mercado meta	Cientes plus insatisfechos.
	Materia prima e insumos de calidad.	Análisis de proveedores.		Preferencia de las empresas por nuestro servicio.
	Satisfacción de expectativas y necesidades.	Investigación y estudio de mercado.		
Propagar los servicios de la empresa como, la calidad, precios, garantías para captar un mayor número de clientes.	Ofrecer productos únicos	Determinar clientes actuales y potenciales.	Fomentar el desarrollo productivo del sector	Frecuencia de compra
	Objetivos solo el segmento plus.	Determinar características y ventajas de las prendas de vestir.		# de clientes actuales .
Ampliar el mercado meta mediante alianzas estratégicas con los principales distribuidores de productos.	Realizar procesos de clasificación y selección de clientes actuales.	Determinación de los productos dependiendo al mercado a que va dirigido.	Incrementar a un 4% del volumen de ventas.	Fidelización de la empresa.
	Analizar canal de distribución.	Verificar si la localización de la empresa es óptima.		Aumento de ventas.
Elaborar un plan de publicidad y promoción para captar al mercado objetivo.	Insertar la marca en las personas plus.	Crear publicidad agresiva para dar a conocer la empresa.	Dara conocer a la empresa	Nuevos canales de distribución.
	Auspiciar eventos.	Patrocinar eventos empresariales y sociales.		Eficiencia y productividad.
	Explotar al máximo los medios de promoción y descuentos y definir nuevos.	Premiar a los clientes frecuentes.		# de personas que visiten la empresa.
				Fidelización de la empresa.
				Mayor # de clientes.

Fuente: Estudio Organizacional

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez

4.5.4. Costo de Operación

El proyecto para su funcionamiento, necesitara de trabajadores, mantenimiento, equipo de oficina, papelería, agua, energía, teléfono, etc. Estos costos se consumen mensualmente, por lo que hace necesario considerarlos dentro del rubro de costos. **(Ver anexo 3).**

4.5.5. Ingresos

Es el total de ingresos de las ventas en dólares que se obtiene cada año, no son necesariamente iguales cada año estos varían dependiendo de las ventas y de su incremento cada año. Los ingresos se encuentran ligados a la producción y distribución de prendas de vestir en tallas plus el presupuesto es la presentación de una estimación programada de las ventas y proyectadas a 5 años **(Ver anexo 5).**

4.6. EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación financiera es aquella investigación profunda del flujo de fondos y los riesgos, con el fin de determinar un eventual rendimiento de la inversión realizada en el proyecto.

4.6.1. Estados Financieros Proyectados

4.6.1.1. Estado de Pérdidas y Ganancias

El estado de resultados es aquel que demuestra los resultados obtenidos en el desarrollo de la actividad económica de la empresa, en él se reflejan los ingresos y gastos incurridos por la entidad.

El Estado de resultados proyectado demuestra que para el primer año se obtiene una utilidad bruta en ventas de \$370.523,03 y que durante los años de vida del proyecto se incrementa por la demanda de nuestros productos, a este valor se le otorga los respectivos descuentos que en su caso son todos los gastos de operación y financieros incurridos durante ese año cuyo valor es de \$140.884,30 se reparte el 15% por la participación de los trabajadores y el 22% de pago por el impuesto a la renta dando así una utilidad neta de \$131.408,93 para el primer año.

Lo que significa que para el primer año de actividades económicas se percibe una ganancia y como observamos se obtienen utilidades durante todo el horizonte de la planeación (**Ver anexo 12**).

4.6.1.2. Flujo de Efectivo

La información obtenida de los flujos de efectivo del proyecto le servirá de gran utilidad para el contador general de la empresa porque le suministrara las bases para evaluar la capacidad que tiene la empresa para generar efectivo y equivalentes al efectivo, así como sus necesidades de liquidez y para tomar decisiones económicas.

Dando un previo preámbulo esta herramienta nos mostrará la posición de efectivo dentro de la empresa y como esta varía durante el período del estado de resultado.

Describiendo nuestro flujo de efectivo tenemos una proyección a cinco años, donde mostramos los ingresos que se van a percibir, así como los gastos en los que se va a incurrir, ambos con sus respectivas proyecciones.

A partir de este estado financiero se puede observar, que en el primer año se obtiene un flujo de efectivo positivo, debido a la fluidez de dinero con el que se cuenta al inicio de las operaciones proveniente del préstamo bancario y las aportaciones de los socios hasta llegar al año 5, donde la empresa logra una total consolidación y contando con el dinero para aumentar su liquidez (**Ver anexo13**).

4.6.1.3. Balance General

En el balance general se muestra cómo están distribuidos los recursos financieros del negocio, principalmente con lo que cuenta la empresa, entre las cuentas de activos pasivos y capital. A partir de los balances generales mostrados, se puede observar en el tercer año del proyecto se realiza una reinversión en activos fijos pues estos se deprecian cada 3 años.

Además se puede observar claramente como en los pasivos la deuda a largo plazo se termina de pagar al término del 5 año lo cual demuestra su capacidad de endeudamiento (**Ver anexo 14**).

4.6.2. Indicadores de Rentabilidad de la Inversión

4.6.2.1. Tasa Interna de Retorno

La Tasa Interna de Retorno consiste en evaluar el proyecto en función de una tasa de rendimiento o interés más alta que los inversionistas pagarían sin tener que perder su inversión, la tasa de descuento hace que el valor presente neto de un flujo de caja será igual a cero.

La Tasa Interna de Retorno del proyecto es de 36%, en el primer año lo que demuestra que el proyecto de inversión es rentable.

CUADRO 49 Tasa Interna de Retorno

TIR	%
(Tasa Interna de Retorno)	36%

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

4.6.2.2. Valor Presente Neto

Mide la riqueza generada por el proyecto en valores monetarios que exceden a la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión. Para ello, se calcula el valor actual de todos los flujos futuros de caja proyectados a partir del primer período de operación y le resta la inversión total expresada en el momento cero.

La empresa de confección y distribución de prendas de vestir en tallas plus rindió un Valor Actual Neto de \$186.522,54 donde ya se encuentra disminuida la inversión inicial de la empresa, la misma que es de \$343.585,00. Para la determinación de este valor, se consideró un costo de capital del 15,90 %. El valor es significativo, ya que es el dinero que se obtendrá una vez finalizado la vida útil del proyecto que es de 5 años.

Para este cálculo se tomó en consideración el método de factibilidad, donde se incluye directamente la inversión en capital de trabajo y de los activos fijos con sus valores de rescate y finalmente el flujo de caja o flujo de fondos.

Para este cálculo se tomó en consideración el método de factibilidad, donde se incluye directamente la inversión en capital de trabajo y de los activos fijos con sus valores de rescate y finalmente el flujo de caja o flujo de fondos. El valor

Actual Neto permite también conocer el año de retorno de la inversión inicial, para lo cual en los resultados de la empresa Tallitas Plus demuestra que dicho capital se recupera en el tercer año de operación.

CUADRO 50 Valor Actual Neto

VAN	
(Valor actual neto)	186.522,54

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

4.6.2.3. Periodo de Retorno de la Inversión

También denominado el periodo de maduración, es una técnica utilizada por muchas empresas para hacerse una idea de cuándo se recuperará el desembolso inicial. A continuación la siguiente tabla demuestra el capital invertido en el proyecto donde la recuperación se da en 3 años aproximadamente.

Ante la presentación de los resultados presentados se refleja la factibilidad con el VAN, ya que es mayor a cero, se recupera la inversión y se obtiene ganancia, esto lo confirma la TIR que refleja que es mayor a la tasa de descuento, en consideración que la recuperación de la inversión se la hará en un periodo de 3 años iniciadas las operaciones de la empresa.

CUADRO 51 Recuperación de la Inversión

RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	TOTAL
Tasa de Descuento (CcPPP)	15,90%
Inversión Inicial	343.585,00
TIEMPO PROMEDIO DE RECUPERACIÓN	3 AÑOS

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez

4.6.2.4. Análisis de Sensibilidad

En lo que respecta al análisis de sensibilidad podemos diferenciar los escenarios y los posibles resultados que se obtuvieron, en este resumen podemos diversificar los escenarios y los posibles resultados:

CUADRO 52 Análisis de Sensibilidad

ESCENARIOS	PROBABILIDAD	RENDIMIENTO K
OPTIMISTA	0,45	25
PROBABLE	0,30	19
PESIMISTA	0,25	12
INTERVALO		13

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

El riesgo que se corre al invertir en la empresa Tallitas Plus S.A, es del 13% (**Ver anexo15**).

4.6.2.5. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es el nivel de producción en el que los beneficios por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables. Es decir, el nivel de actividad para el cual no hay pérdidas ni ganancias. En el punto de equilibrio, los ingresos se igualan a los costos totales. Se aplicara la mezcla de venta porque existe variedad de productos.

En el presente proyecto para conocer el punto de equilibrio se utilizó el método de mezcla de ventas por la necesidad de identificar el punto de equilibrio para cada uno de los siete productos que se ofertan. Los valores que arrojaron los cálculos son favorables para la empresa ya que su punto de equilibrio se encuentra por

debajo de su producción, y es de 140.884 unidades, la producción planificada para el primer año es de 37.800 lo cual se detalla en el siguiente cuadro el Punto de Equilibrio en Mezcla de Ventas de la empresa Tallitas Plus S.A.

CUADRO 53 Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO							
MEZCLA DE VENTAS							
Unidades producidas	6.500	6.100	2.700	6.300	4.400	2.700	9.100
PRODUCTOS	Blusas	Camisetas	Chaquetas	Pantalones	Faldas	Ternos	Licras
Precio de venta	18,00	15,00	35,00	25,00	18,00	85,00	15,00
Costo de venta	11,31	11,11	24,93	15,20	12,20	69,91	11,40
Contribución marginal	7	4	10	10	6	15	4
Mezcla de ventas	25%	15%	5%	25%	10%	5%	15%
Contribución ponderada	167%	58%	50%	245%	58%	75%	54%
Cont. Ponderada Total	708%						
Costos fijos	140.884						
Punto de equilibrio mezcla de ventas	19.888						
Punto de equilibrio por productos	4.972	2.983	994	4.972	1.989	994	2.983

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

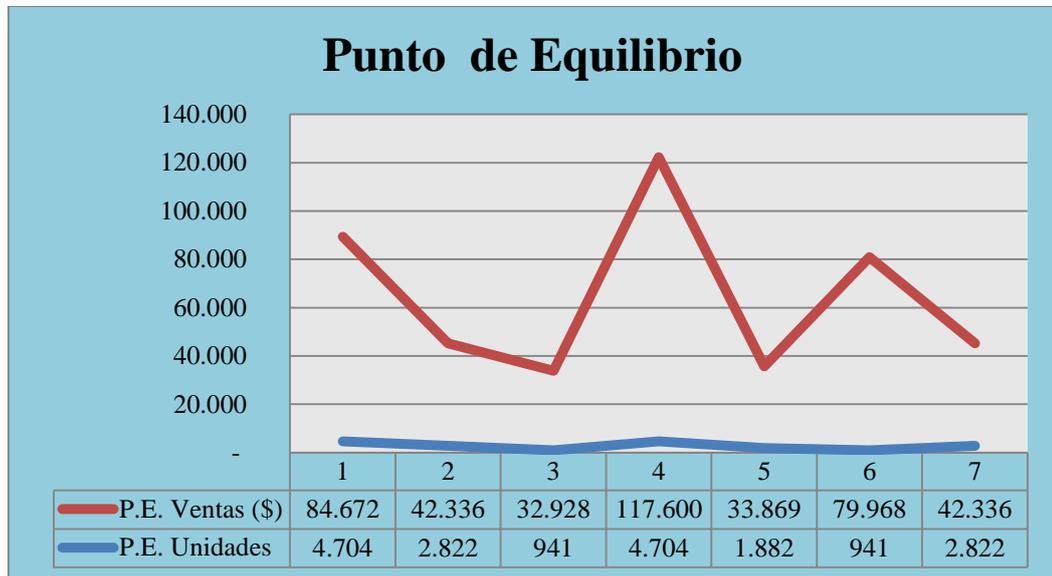
CUADRO 54 Punto de Equilibrio por Unidades

PRODUCTOS	PORCENTAJE	P.E. UNIDADES	P.E. VENTAS (\$)
Blusas	25%	4.704	84.672
Camisetas	15%	2.822	42.336
Chaquetas	5%	941	32.928
Pantalones	25%	4.704	117.600
Ternos	5%	941	79.968
Faldas	5%	1.882	33.869
Licras	15%	2.822	42.336
TOTAL		18.816	433.707

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

GRÁFICO 30 Punto de Equilibrio



Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

4.6.3. Coeficiente de Rentabilidad Nacional

4.6.3.1. Valor Agregado

El valor agregado de un proyecto está referido a la remuneración de los factores de producción, netamente nacionales obtenidos en el proyecto, o se puede señalar como el valor bruto de la producción menos el consumo intermedio.

A tal efecto, se utiliza la siguiente fórmula:

$$VA = VBP - CI$$

Dónde:

VA = Valor Agregado.

VBP = Valor Bruto de Producción.

CI = Consumo Intermedio.

4.6.3.2. Generación de Empleos

La empresa Tallitas Plus S.A, dentro de su estructura presenta oportunidades de empleo a peninsulares con experiencia en la rama de corte y confección contribuyendo con el desarrollo de la provincia con el fin de contrarrestar las competencias de otros países en cuanto a vestimenta, en la península se cuenta con la suficiente mano de obra calificada, con destrezas adecuadas y competitivas para ocupar plazas de trabajo dentro de las empresas competitivas de la provincia.

4.6.3.3. Beneficios Socio Económico

El impacto socioeconómico que causara la empresa Tallitas Plus S.A, dentro del cantón La Libertad, será la reactivación comercial en el segmento plus, el incremento de nuevas plazas de trabajo siendo las empresas y la comunidad favorecidas al verse cada vez con la necesidad de confeccionar nuevos e innovadores productos en tallas plus que originaran una mayor demanda.

Básicamente está orientado a identificar y cuantificar las necesidades más relevantes del segmento, tanto por el lado de los beneficios como por el de los costos; así mismo estudia las características y comportamiento en el mercado con la ampliación de la oferta de bienes y/o servicios, productos de la ejecución del proyecto.

CONCLUSIONES

En la Provincia de Santa Elena cada día incrementa la necesidad de contar con nuevos servicios y productos.

- ★ La finalidad principal de este proyecto es satisfacer las necesidades del segmento plus con un producto innovador que esté a la vanguardia de la tendencia de la moda plus.
- ★ Al ser pioneros en el mercado tenemos la ventaja de la diferenciación y por medio de la investigación de mercado se obtuvo información necesaria y se pudo conocer que el proyecto goza de un 91% de aceptación lo que permite asegurar que si existe un mercado por satisfacer lo que forma parte de nuestro mercado potencial.
- ★ Con la ejecución de este estudio permite tener un criterio bastante claro para realizar inversiones y mantenerse en el mercado con un producto de buena calidad y con precios muy competitivos ya que el proyecto es viable y nos muestra un TIR de 36% y un VAN de \$186.522,54.
- ★ El estudio técnico ha permitido concluir que la implementación de la empresa Tallitas Plus S.A, sea en el cantón La Libertad por ser el corazón comercial de la región peninsular y constituirse en el sitio estratégico para su respectiva distribución.
- ★ Al concluir este trabajo, es preciso registrar que además de obtener el retorno de capital invertido con su respectiva utilidad, la empresa se mantendrá en el mercado local, con un crecimiento sostenido de fuentes directas e indirectas de trabajo, crea la expectativa, de que con una clara visión se proyecta a la formación de una sólida y gran empresa de confección y distribución.

RECOMENDACIONES

Como recomendación principal se pide la puesta en marcha del Proyecto de inversión, debido a la poca comercialización de la misma.

- ★ Por medio de la investigación de mercado se puede mencionar como recomendación para los inversionistas que inviertan su capital en este tipo de empresa ya que existe un mercado nuevo por satisfacer.
- ★ Al ser las prendas de vestir en tallas plus un producto nuevo en la península de Santa Elena se recomienda llegar a este nicho de mercado por medio de la aplicación correcta del plan de marketing que dé a conocer la empresa.
- ★ La empresa debe de centrar sus esfuerzos para establecer un posicionamiento y una diferenciación con respecto a sus clientes y los servicios que ofrece eligiendo correctamente a los proveedores de materia prima e insumos de materiales que se requiere para la elaboración de los productos.
- ★ En síntesis, se recomienda implementar el presente proyecto en el Cantón La Libertad por su alta rentabilidad económica brindando mayores plazas de trabajo así como participar del desarrollo socioeconómico de la provincia.
- ★ Mediante el proceso de desarrollo del proyecto se ha demostrado que su factibilidad es rentable, por lo que brindara a los inversionistas fructíferos rendimientos por su capital, se recomienda la aplicación, además de que se siga fomentando este tipo de proyectos de creación de empresas que permitan el desarrollo para la sociedad.

BIBLIOGRAFÍA

- ✓ ARRIAGADA, R., 2010. Diseño de un sistema de medición de desempeño para evaluar la gestión empresarial: Una propuesta metodológica. Santiago de Chile: ILPES, Naciones Unidas CEPAL.

- ✓ ASAMBLEA Nacional Constituyente (2008), Constitución del Ecuador, Artículos de derechos y garantías constitucionales de los ciudadanos. Ecuador.

- ✓ ASAMBLEA, Nacional (2010), Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones.

- ✓ BERASTAIN Luis, 2009. Aprender a innovar en una PYME Editorial Cidel, España.

- ✓ BERNAL TORRES César Augusto, 2010. Metodología de la Investigación para Administración, Economía, Humanidades y Ciencias Sociales, Tercera edición, Pearson, educación mexicana S.A.

- ✓ BERNAL TORRES César Augusto, 2010. Metodología de la Investigación, Pearson– Prentice Hall.

- ✓ CÁMARA DE COMERCIO PENÍNSULA DE SANTA ELENA Julio/12. Economía y Negocios en la Península.

- ✓ CORDOBA PADILLA Marcial, (2006). Formulación y evaluación de proyectos. Bogota: Ecoe Ediciones 2006.

- ✓ FONDEPYME. (2010), Programas de Ministerio de Industrias y Productividad – MIPRO. Ecuador.
- ✓ GÓMEZ GALÁN Manuel, 2009. Las microempresas como agentes de desarrollo en el Sur. ed. lit. Cideal. Centro de Investigación Europa-España-América Latina.
- ✓ HERNANDES VILLALOBOS, Abrahám, 2011. Aprender a innovar en una PYME Editorial Cidel, España.
- ✓ HERNANDEZ VILLALOBOS Abrahám, 2011. Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión, Thompson Learning.
- ✓ KOTLER, Philip (2001), Dirección de Marketing. Décima Edición. Editorial Pearson Educación. México.
- ✓ MÉNDEZ Rafael, 2010. Formulación y Evaluación de proyectos. Enfoque para emprendedores. Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación-ICONTEC.
- ✓ PAREDES GARCES Wilson Gonzalo, MSc., (2009). Como desarrollar una tesis.
- ✓ PLAN Nacional Del Buen Vivir; (2009), SENPLADES.
- ✓ SANTANDREU Eliseu, 2004. Economía y finanzas al alcance de todos Ediciones Granica, S.A. 1ª ed.

BIBLIOGRAFÍA ELECTRÓNICA

<http://www.aite.com.ec/index.php?option=com.content&view=article&id=7&Itemid=12> (Enero, 2012).(Asociación de Industrias Textiles en el Ecuador).

[http://www.eruditos.net/mediawiki/index.php?title=Derechos del buen vivir](http://www.eruditos.net/mediawiki/index.php?title=Derechos%20del%20buen%20vivir)

http://www.eruditos.net/mediawiki/index.php?title=Poblaci%C3%B3n_del_Cant%C3%B3n_Santa_Elena_por_edad.

<http://ropa.todotelas.cl/contacto.htm>

www.mitecnol%C3%B3gico.com

www.ecuanex.apc.org

www.corpei.com

www.monografias.com

http://es.wikipedia.org/wiki/ropa_tallas_grandes

[Http://es.wikipedia.org/wiki/santa_elena_\(provincia\)](http://es.wikipedia.org/wiki/santa_elena_(provincia))

<http://www.hyphop.com/fashion/>).

<http://www.infomipyme.com/docs/gt/offline/marketing/mercadeo.htm>

<http://www.gob.ec>

www.inec.gob.ec

www.cfn.fin.ec

<http://www.educar.org/inventos/lavestimenta.asp>.

ANEXOS

ANEXO 1 Formato de encuesta dirigida a la población de la provincia de Santa Elena.



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE INGENIERIA EN DESARROLLO
EMPRESARIAL**

**ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN DE LA PROVINCIA DE
SANTA ELENA.**

Objetivo: Obtener información sobre la demanda potencial del producto, aplicando encuestas a los habitantes de la provincia de Santa Elena, identificando la necesidad de implementar una empresa dedicada a la confección y distribución de prendas de vestir en Tallas Plus en el Cantón La Libertad.

Género: Femenino Masculino

Edad: 16-22 años ____ 23-27 años ____ 28-32 años ____ 33-37 años ____
38-42 años ____ 43-47 años ____ 48 en adelante ____

Lugar de Residencia: Salinas La Libertad Santa Elena

1. ¿Considera que su imagen es de suma importancia para su vida cotidiana?

Importante Poco importante
Muy importante Nada importante

2. ¿De cuántos miembros se compone su familia?

3. ¿Dentro de su círculo familiar existe alguna persona que sea de contextura Plus?

SI NO

4. ¿Al momento de adquirir sus prendas de vestir, el aspecto más importante para Ud. es?

Atención al cliente Calidad Precio

Diseño (Tallas, modelos, tela, color) Ubicación

5. ¿Qué tipos de prendas le gusta adquirir?

Blusas Pantalones

Camisas Faldas

Chaquetas Ternos

6. ¿Qué servicios adicionales le gustaría recibir?

Exclusividad

Variedad

Atención Personalizada

Accesorios

Otros _____

7. ¿Qué almacén visita actualmente para la adquisición de prendas de vestir en tallas grandes?

C.C Buenaventura Moreno Paseo Shopping

Almacenes y Boutiques Mercados Municipales

Catálogos Otros

Especifique _____

8. ¿Con que frecuencia adquieren nuevas prendas de vestir?

Semanal	<input type="checkbox"/>	Quincenal	<input type="checkbox"/>
Cada mes	<input type="checkbox"/>	Cada tres meses	<input type="checkbox"/>
Cada seis meses	<input type="checkbox"/>	Cada año	<input type="checkbox"/>

9. ¿Conoce usted algún almacén o centro comercial que se dedique a la venta o comercialización de prendas de vestir en tallas plus o extra grandes?

SI NO

10. ¿Le gustaría que en la provincia de Santa Elena existiera un lugar donde se comercialice y distribuya prendas de vestir en tallas plus o extras grandes?

SI NO

11. ¿De existir esta empresa adquiriría esta clase de vestimenta?

SI NO

Termina la encuesta

12. ¿Dentro de que tallas se encuentra?

L	<input type="checkbox"/>
XL	<input type="checkbox"/>
XXL	<input type="checkbox"/>
XXXL	<input type="checkbox"/>
PLUS	<input type="checkbox"/>
EXTRA PLUS	<input type="checkbox"/>

Gracias por su colaboración.....

ANEXO 2 Formato de entrevista dirigida a las empresas



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL

Entrevista Dirigida a las Empresas de Venta Directa de Ropa.

- Centro Comercial El Paseo Shopping.
- Centro Comercial Buenaventura Moreno.
- Mercados Municipales.
- Boutique Mar Nic.
- Boutique Las Maris.
- Artesanías Pilar Diseños de ropa.
- Isla de moda.
- Venta de ropa en catálogos.

¿Qué almacén visita usted con mayor frecuencia para la adquisición de prendas de vestir?

¿A qué precio usted adquiere cada una de las prendas de vestir?

- | | |
|------------|-----|
| Blusas | () |
| Camisetas | () |
| Chaquetas | () |
| Pantalones | () |
| Faldas | () |
| Ternos | () |
| Licras | () |

¿Usted aceptaría una empresa nueva de confección y distribución de prendas de vestir en tallas plus en el cantón La Libertad?

ANEXO 3 Gastos de Administración

CUENTAS	2014	2015	2016	2017	2018	Acumulado
GASTOS DE PERSONAL	50.808,60	52.586,90	54.427,44	56.332,40	58.304,04	272.459,38
Sueldos	32.400,00	33.534,00	34.707,69	35.922,46	37.179,75	173.743,89
Beneficios Sociales	11.418,60	11.818,25	12.231,89	12.660,01	13.103,11	61.231,85
Capacitación	4.650,00	4.812,75	4.981,20	5.155,54	5.335,98	24.935,47
Alimentación	2.340,00	2.421,90	2.506,67	2.594,40	2.685,20	12.548,17
GASTOS DE REPRESENTACIÓN	6.300,00	6.520,50	6.748,72	6.984,92	7.229,39	33.783,54
Viáticos	2.000,00	2.070,00	2.142,45	2.217,44	2.295,05	10.724,93
Hoteles	2.000,00	2.070,00	2.142,45	2.217,44	2.295,05	10.724,93
Boletos Aéreos	1.500,00	1.552,50	1.606,84	1.663,08	1.721,28	8.043,70
Trasporte y Movilización	800,00	828,00	856,98	886,97	918,02	4.289,97
HONORARIOS PROFESIONALES	4.000,00	4.140,00	4.284,90	4.434,87	4.590,09	21.449,86
Asesoría Legal	2.500,00	2.587,50	2.678,06	2.771,79	2.868,81	13.406,16
Asesoría Financiera		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Asesoría Tributaria	1.500,00	1.552,50	1.606,84	1.663,08	1.721,28	8.043,70
SERVICIOS BÁSICOS	2.795,00	2.892,83	2.994,07	3.098,87	3.207,33	14.988,09
Energía Eléctrica	2.240,00	2.318,40	2.399,54	2.483,53	2.570,45	12.011,92
Agua Potable	275,00	284,63	294,59	304,90	315,57	1.474,68
Telefonía	280,00	289,80	299,94	310,44	321,31	1.501,49
MANTENIMIENTO	4.625,00	4.786,88	4.954,42	5.127,82	5.307,29	24.801,40
Mantenimiento	4.625,00	4.786,88	4.954,42	5.127,82	5.307,29	24.801,40
DEPRECIACIONES	5.262,50	5.262,50	5.262,50	4.242,50	4.242,50	24.272,50
Depreciaciones	5.262,50	5.262,50	5.262,50	4.242,50	4.242,50	24.272,50
ALQUILERER	1.680,00	1.738,80	1.799,66	1.862,65	1.927,84	9.008,94
Alquileres	1.680,00	1.738,80	1.799,66	1.862,65	1.927,84	9.008,94
IMPUESTOS Y CONTIBUCIONES	770,00	796,95	824,84	853,71	883,59	4.129,10
Patente	100,00	103,50	107,12	110,87	114,75	536,25
1.5 x mil a los Activos Totales	400,00	414,00	428,49	443,49	459,01	2.144,99
Junta de Beneficencia	150,00	155,25	160,68	166,31	172,13	804,37
Cuerpo de Bomberos	50,00	51,75	53,56	55,44	57,38	268,12
Tasa de Habilitación	70,00	72,45	74,99	77,61	80,33	375,37
OTROS	4.609,70	4.771,04	4.938,03	5.110,86	5.289,74	24.719,36
Papelería y Suministros	2.400,00	2.484,00	2.570,94	2.660,92	2.754,06	12.869,92
Matriculación de Vehículos	200,00	207,00	214,25	221,74	229,50	1.072,49
Cafetería	500,00	517,50	535,61	554,36	573,76	2.681,23
Seguros	509,70	527,54	546,00	565,11	584,89	2.733,25
Otros (Imprevistos)	1.000,00	1.035,00	1.071,23	1.108,72	1.147,52	5.362,47
AMORTIZACIONES	720,00	720,00	720,00	720,00	720,00	3.600,00
Gastos de Constitución	720,00	720,00	720,00	720,00	720,00	3.600,00
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	81.570,80	84.216,39	86.954,58	88.768,60	91.701,81	433.212,18

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

ANEXO 4 Costo de Producción por Producto

Materiales para la confección de Blusas

Blusas	Unidad de Medida	Precio Unitario	Cantidad	Valor
Tela Strech	Metros	4,20	1 1/2	6,30
Hilo	Metros	0,03	26	0,78
Apliques	Unidad	0,30	3	0,90
Lentejuelas	Metro	0,10	1/3	0,04
Etiquetas	Unidad	0,10	1	0,10
Empaque	Unidad	0,10	1	0,10
TOTAL				8,22

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

Materiales para la confección de Camisetas

Camisetas	Unidad de Medida	Precio Unitario	Cantidad	Valor
Tela Algodón	Metros	4,25	1 1/2	6,38
Hilo	Metros	0,03	22	0,66
Botones	Unidad	0,03	14	0,42
Pellón	Metros	2,55	1/7	0,36
Etiquetas	Unidad	0,10	1	0,10
Empaque	Unidad	0,10	1	0,10
TOTAL				8,02

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

Materiales para la confección de Chaquetas

Chaquetas	Unidad de Medida	Precio Unitario	Cantidad	Valor
Tela Damasco	Metros	7,25	2 1/2	18,13
Hilo	Metros	0,03	30	0,90
Cierres	Unidad	0,58	1	0,58
Botones	Unidad	0,04	12	0,48
Etiquetas	Unidad	0,10	1	0,10
Empaque	Unidad	0,10	1	0,10
TOTAL				20,29

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

Materiales para la confección de Pantalones

Pantalones	Unidad de Medida	Precio Unitario	Cantidad	Valor
Tela	Metros	4,61	2 1/2	11,53
Hilo	Metros	0,03	27	0,81
Cierres	Unidad	0,40	1	0,40
Botones	Unidad	0,05	4	0,20
Etiquetas	Unidad	0,10	1	0,10
Empaque	Unidad	0,10	1	0,10
TOTAL				13,14

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

Materiales para la confección de Faldas

Faldas	Unidad de Medida	Precio Unitario	Cantidad	Valor
Tela Jean	Metros	5,00	1 1/2	7,50
Hilo	Metros	0,03	32	0,96
Cierre	Unidad	0,35	1	0,35
Botón	Unidad	0,10	1	0,10
Etiqueta	Unidad	0,10	1	0,10
Empaque	Unidad	0,10	1	0,10
TOTAL				9,11

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

Materiales para la confección de Licras

Licras	Unidad de Medida	Precio Unitario	Cantidad	Valor
Tela Licra	Metros	5,50	1 1/2	8,25
Hilo	Metros	0,03	20	0,60
Elástico	Metros	0,58	1/2	0,29
Etiquetas	Unidad	0,10	1	0,10
Empaque	Unidad	0,10	1	0,10
TOTAL				9,34

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

Materiales para la confección de Ternos

Ternos	Unidad de Medida	Precio Unitario	Cantidad	Valor
Tela Casimir Italiano	Metros	13,50	3 1/2	47,25
Tela de Seda	Metros	1,45	3/4	1,09
Hilo	Metros	0,03	1/2	0,02
Pellón	Metros	0,70	1/4	0,18
Cierre	Unidad	0,25	1	0,25
Botones Pequeños	Unidad	0,03	7	0,21
Botones Grandes	Unidad	0,05	8	0,40
T Brámate	Metros	1,60	1/2	0,80
Pretinera	Unidad	0,70	1	0,70
Ganchos	Unidad	0,05	1	0,05
Hombreras	Unidad	0,10	2	0,20
Etiquetas	Unidad	0,10	1	0,10
Empaque	Unidad	0,10	1	0,10
TOTAL				51,34

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

Materia Prima Costo Unitario por Año

PRODUCTOS	2014	2015	2016	2017	2018
Blusas	8,22	8,50	8,80	9,11	9,43
Camisetas	8,02	8,30	8,59	8,89	9,20
Chaquetas	20,29	20,99	21,73	22,49	23,28
Pantalones	13,14	13,59	14,07	14,56	15,07
Faldas	9,11	9,43	9,76	10,10	10,45
Ternos	51,34	53,13	54,99	56,92	58,91
Licras	9,34	9,67	10,01	10,36	10,72

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

**ANEXO 5 Presupuesto de Ventas en Unidades
Demanda**

PRODUCTOS	2014	2015	2016	2017	2018	Total
Blusas	6.500	6.760	7.030	7.312	7.604	35.206
Camisetas	6.100	6.344	6.598	6.862	7.136	33.040
Chaquetas	2.700	2.808	2.920	3.037	3.159	14.624
Pantalones	6.300	6.552	6.814	7.087	7.370	34.123
Faldas	4.400	4.576	4.759	4.949	5.147	23.832
Ternos	2.700	2.808	2.920	3.037	3.159	14.624
Licras	9.100	9.464	9.843	10.236	10.646	49.289
TOTAL	37.800	39.312	40.884	42.520	44.221	204.737

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

Precio Unitario por producto

PRODUCTOS	2014	2015	2016	2017	2018
Blusas	18,00	18,63	19,28	19,96	20,66
Camisetas	15,00	15,53	16,07	16,63	17,21
Chaquetas	35,00	36,23	37,49	38,81	40,16
Pantalones	25,00	25,88	26,78	27,72	28,69
Faldas	18,00	18,63	19,28	19,96	20,66
Ternos	85,00	87,98	91,05	94,24	97,54
Licras	15,00	15,53	16,07	16,63	17,21

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

Total en miles de dólares

PRODUCTOS	2014	2015	2016	2017	2018	Total
Blusas	117.000,00	125.938,80	135.560,52	145.917,35	157.065,43	681.482,11
Camisetas	91.500,00	98.490,60	106.015,28	114.114,85	122.833,22	532.953,96
Chaquetas	94.500,00	101.719,80	109.491,19	117.856,32	126.860,54	550.427,86
Pantalones	157.500,00	169.533,00	182.485,32	196.427,20	211.434,24	917.379,76
Faldas	79.200,00	85.250,88	91.764,05	98.774,82	106.321,22	461.310,96
Ternos	229.500,00	247.033,80	265.907,18	286.222,49	308.089,89	1.336.753,36
Licras	136.500,00	146.928,60	158.153,95	170.236,91	183.243,01	795.062,46
TOTAL	905.700,00	974.895,48	1.049.377,49	1.129.549,94	1.215.847,55	5.275.370,46

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

ANEXO 6 Gastos de Ventas

CUENTAS	2014	2015	2016	2017	2018	Acumulado
GASTOS DE PERSONAL	43.971,50	45.510,50	47.103,37	48.751,99	50.458,31	235.795,67
Sueldos	27.000,00	27.945,00	28.923,08	29.935,38	30.983,12	144.786,58
Beneficios Sociales	9.691,50	10.030,70	10.381,78	10.745,14	11.121,22	51.970,34
Capacitación	4.160,00	4.305,60	4.456,30	4.612,27	4.773,70	22.307,86
Alimentación	3.120,00	3.229,20	3.342,22	3.459,20	3.580,27	16.730,89
SERVICIOS BÁSICOS	915,00	947,03	980,17	1.014,48	1.049,98	4.906,66
Energía Eléctrica	280,00	289,80	299,94	310,44	321,31	1.501,49
Agua Potable	275,00	284,63	294,59	304,90	315,57	1.474,68
Telefonía	360,00	372,60	385,64	399,14	413,11	1.930,49
MANTENIMIENTO	1.565,00	1.619,78	1.676,47	1.735,14	1.795,87	8.392,26
Mantenimiento	1.565,00	1.619,78	1.676,47	1.735,14	1.795,87	8.392,26
DEPRECIACIONES	5.313,00	5.313,00	5.313,00	5.073,00	5.073,00	26.085,00
Depreciaciones	5.313,00	5.313,00	5.313,00	5.073,00	5.073,00	26.085,00
ALQUILERES	2.520,00	2.608,20	2.699,49	2.793,97	2.891,76	13.513,41
Alquileres	2.520,00	2.608,20	2.699,49	2.793,97	2.891,76	13.513,41
IMPUESTOS Y CONTRIBUCIONES	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Patente		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
1.5 x mil a los Activos Totales		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Junta de Beneficencia		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Cuerpo de Bomberos		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Tasa de Habilitación		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
OTROS	5.029,00	5.205,02	5.387,19	5.575,74	5.770,89	26.967,84
Papelería y Suministros	1.800,00	1.863,00	1.928,21	1.995,69	2.065,54	9.652,44
Matriculación de Vehículos	300,00	310,50	321,37	332,62	344,26	1.608,74
Cafetería		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Seguros	529,00	547,52	566,68	586,51	607,04	2.836,74
Otros (Imprevistos)	2.400,00	2.484,00	2.570,94	2.660,92	2.754,06	12.869,92
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	59.313,50	61.203,52	63.159,69	64.944,32	67.039,82	315.660,84

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

ANEXO 7 Costos Indirectos de Fabricación (CIF) Expresado en Unidades

CONCEPTO	2014	2015	2016	2017	2018	Total
Mano de obra Indirecta	16.102,00	16.665,57	17.248,86	17.852,58	18.477,42	86.346,43
Materiales Indirectos	1.421,40	1.471,15	1.522,64	1.575,93	1.631,09	7.622,21
Servicios básicos	990,00	1.024,65	1.060,51	1.097,63	1.136,05	5.308,84
Depreciación	3.008,00	3.008,00	3.008,00	2.718,00	2.718,00	14.460,00
Seguros	561,00	580,64	600,96	621,99	643,76	3.008,34
Alquileres	4.200,00	4.347,00	4.499,15	4.656,62	4.819,60	22.522,36
Mantenimiento	850,00	879,75	910,54	942,41	975,39	4.558,10
Otros (Imprevistos)	600,00	621,00	642,74	665,23	688,51	3.217,48
TOTAL	27.732,40	28.597,75	29.493,40	30.130,38	31.089,82	147.043,75

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

Costos Indirectos de Fabricación (CIF) por Producto

PRODUCTOS	2014	2015	2016	2017	2018	Total
Blusas	4.990,70	5.146,43	5.307,60	5.422,24	5.594,90	26.461,86
Camisetas	5.860,29	6.043,15	6.232,41	6.367,02	6.569,76	31.072,64
Chaquetas	1.531,24	1.579,02	1.628,47	1.663,64	1.716,62	8.118,98
Pantalones	6.503,03	6.705,95	6.915,97	7.065,34	7.290,32	34.480,61
Faldas	1.984,94	2.046,87	2.110,98	2.156,57	2.225,24	10.524,60
Ternos	3.913,16	4.035,27	4.161,64	4.251,53	4.386,91	20.748,50
Licras	2.949,05	3.041,07	3.136,31	3.204,05	3.306,07	15.636,55
TOTAL	27.732,40	28.597,75	29.493,40	30.130,38	31.089,82	147.043,75

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

ANEXO 8 Presupuesto de Costos de Venta en Dólares

Blusas	2014	2015	2016	2017	2018	Total
Materia Prima	54.225,60	57.484,07	61.875,85	66.603,16	71.691,64	311.880,32
Mano de obra Directa	17.287,36	17.892,42	18.518,65	19.166,80	19.837,64	92.702,87
Costos indirectos de Fabricación.	4.990,70	5.146,43	5.307,60	5.422,24	5.594,90	26.461,86
TOTAL	76.503,66	80.522,91	85.702,10	91.192,20	97.124,18	431.045,06

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

Camisetas	2014	2015	2016	2017	2018	Total
Materia Prima	49.719,57	52.654,95	56.677,79	61.007,97	65.668,98	285.729,26
Mano de obra Directa	20.299,55	21.010,03	21.745,39	22.506,47	23.294,20	108.855,65
Costos indirectos de Fabricación.	5.860,29	6.043,15	6.232,41	6.367,02	6.569,76	31.072,64
TOTAL	75.879,41	79.708,14	84.655,59	89.881,47	95.532,95	425.657,55

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

Chaquetas	2014	2015	2016	2017	2018	Total
Materia Prima	36.513,00	58.953,89	63.457,97	68.306,16	73.524,75	300.755,76
Mano de obra Directa	5.304,08	5.489,72	5.681,86	5.880,72	6.086,55	28.442,93
Costos indirectos de Fabricación.	1.531,24	1.579,02	1.628,47	1.663,64	1.716,62	8.118,98
TOTAL	43.348,31	66.022,63	70.768,30	75.850,52	81.327,91	337.317,67

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

Pantalones	2014	2015	2016	2017	2018	Total
Materia Prima	112.961,00	89.072,64	95.877,79	103.202,85	111.087,55	512.201,83
Mano de obra Directa	22.525,95	23.314,36	24.130,36	24.974,93	25.849,05	120.794,65
Costos indirectos de Fabricación.	6.503,03	6.705,95	6.915,97	7.065,34	7.290,32	34.480,61
TOTAL	141.989,98	119.092,95	126.924,12	135.243,12	144.226,92	667.477,09

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

Faldas	2014	2015	2016	2017	2018	Total
Materia Prima	31.885,00	43.146,42	46.442,80	49.991,03	53.810,35	225.275,60
Mano de obra Directa	6.875,65	7.116,30	7.365,37	7.623,16	7.889,97	36.870,46
Costos indirectos de Fabricación.	1.984,94	2.046,87	2.110,98	2.156,57	2.225,24	10.524,60
TOTAL	40.745,59	52.309,59	55.919,16	59.770,77	63.925,56	272.670,67

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

Ternos	2014	2015	2016	2017	2018	Total
Materia Prima	92.407,50	149.201,15	160.600,12	172.869,97	186.077,23	761.155,96
Mano de obra Directa	13.554,86	14.029,28	14.520,31	15.028,52	15.554,52	72.687,48
Costos indirectos de Fabricación.	3.913,16	4.035,27	4.161,64	4.251,53	4.386,91	20.748,50
TOTAL	109.875,52	167.265,70	179.282,07	192.150,01	206.018,65	854.591,95

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

Licras	2014	2015	2016	2017	2018	Total
Materia Prima	48.568,00	91.487,54	98.477,19	106.000,85	114.099,31	458.632,89
Mano de obra Directa	10.215,26	10.572,79	10.942,84	11.325,84	11.722,24	54.778,97
Costos indirectos de Fabricación.	2.949,05	3.041,07	3.136,31	3.204,05	3.306,07	15.636,55
TOTAL	61.732,31	105.101,40	112.556,34	120.530,73	129.127,63	529.048,42

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

	2014	2015	2016	2017	2018	Total
Materia Prima	426.279,67	542.000,65	583.409,50	627.981,99	675.959,81	2.855.631,63
Mano de obra Directa	96.062,71	99.424,91	102.904,78	106.506,45	110.234,17	515.133,02
Costos indirectos de Fabricación.	27.732,40	28.597,75	29.493,40	30.130,38	31.089,82	147.043,75
TOTAL	550.074,78	670.023,31	715.807,68	764.618,82	817.283,80	3.517.808,40

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

ANEXO 9 Presupuesto de Costo de Venta por Producto

Blusas	2014	2015	2016	2017	2018
Materia Prima	8,22	8,50	8,80	9,11	9,43
Mano de obra Directa	2,62	2,65	2,63	2,62	2,61
Costos indirectos de Fabricación.	0,76	0,76	0,75	0,74	0,74
TOTAL	11,59	11,91	12,19	12,47	12,77

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

Camisetas	2014	2015	2016	2017	2018
Materia Prima	8,02	8,30	8,59	8,89	9,20
Mano de obra Directa	3,27	3,31	3,30	3,28	3,26
Costos indirectos de Fabricación.	0,95	0,95	0,94	0,93	0,92
TOTAL	12,24	12,56	12,83	13,10	13,39

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

Chaquetas	2014	2015	2016	2017	2018
Materia Prima	20,29	20,99	21,73	22,49	23,28
Mano de obra Directa	2,95	1,96	1,95	1,94	1,93
Costos indirectos de Fabricación.	0,85	0,56	0,56	0,55	0,54
TOTAL	24,08	23,51	24,23	24,97	25,75

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

Pantalones	2014	2015	2016	2017	2018
Materia Prima	13,14	13,59	14,07	14,56	15,07
Mano de obra Directa	2,62	3,56	3,54	3,52	3,51
Costos indirectos de Fabricación.	0,76	1,02	1,01	1,00	0,99
TOTAL	16,51	18,18	18,63	19,08	19,57

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

Faldas	2014	2015	2016	2017	2018
Materia Prima	9,11	9,43	9,76	10,10	10,45
Mano de obra Directa	1,96	1,56	1,55	1,54	1,53
Costos indirectos de Fabricación.	0,57	0,45	0,44	0,44	0,43
TOTAL	11,64	11,43	11,75	12,08	12,42

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

Ternos	2014	2015	2016	2017	2018
Materia Prima	51,34	53,13	54,99	56,92	58,91
Mano de obra Directa	7,53	5,00	4,97	4,95	4,92
Costos indirectos de Fabricación.	2,17	1,44	1,43	1,40	1,39
TOTAL	61,04	59,57	61,39	63,27	65,22

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

Licras	2014	2015	2016	2017	2018
Materia Prima	9,34	9,67	10,01	10,36	10,72
Mano de obra Directa	1,96	1,12	1,11	1,11	1,10
Costos indirectos de Fabricación.	0,57	0,32	0,32	0,31	0,31
TOTAL	11,87	11,11	11,44	11,77	12,13

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

ANEXO 10 Mano de Obra Directa

Costo de Mano de Obra Directa Total	169.745,44	169.738,02	169.344,19	167.244,08	110.234,17
-------------------------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------

PRODUCTOS	2014	2015	2016	2017	2018
Blusas	30.547,24	30.545,90	30.475,03	30.097,09	19.837,64
Camisetas	35.869,86	35.868,29	35.785,07	35.341,28	23.294,20
Chaquetas	9.372,45	9.372,04	9.350,29	9.234,34	6.086,55
Pantalones	39.803,98	39.802,24	39.709,89	39.217,43	25.849,05
Faldas	12.149,47	12.148,94	12.120,75	11.970,44	7.889,97
Ternos	23.951,81	23.950,76	23.895,19	23.598,86	15.554,52
Licras	18.050,64	18.049,85	18.007,97	17.784,65	11.722,24
TOTAL	169.745,44	169.738,02	169.344,19	167.244,08	110.234,17

PRODUCTOS	TIEMPO MM	P	Total	%
Blusas	40,00	6.600,00	264.000,00	18,00%
Camisetas	50,00	6.200,00	310.000,00	21,13%
Chaquetas	45,00	1.800,00	81.000,00	5,52%
Pantalones	40,00	8.600,00	344.000,00	23,45%
Faldas	30,00	3.500,00	105.000,00	7,16%
Ternos	115,00	1.800,00	207.000,00	14,11%
Licras	30,00	5.200,00	156.000,00	10,63%
TOTAL			1.467.000,00	100,00%

Horas	24.450,00	2080
		11,75

Hombres	12
días Semanas	5
Horas diarias	8
Semanas	52
	24.960,00
	510

Fuente: Estudio Financiero.
Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

ANEXO 11 Tabla de Amortización y Pagos de Préstamo Bancario

AÑOS	SALDO INICIAL	INTERESES	TASA	12%
			DIVIDENDOS	SALDO FINAL
AÑO 1	240.509,50	28.861,14	66.719,68	202.650,96
AÑO 2	202.650,96	24.318,12	66.719,68	160.249,40
AÑO 3	160.249,40	19.229,93	66.719,68	112.759,66
AÑO 4	112.759,66	13.531,16	66.719,68	59.571,14
AÑO 5	59.571,14	7.148,54	66.719,68	-0,00
TOTAL		93.088,88	333.598,38	

INTERÉS	CAPITAL	TOTAL DIVIDENDO
28.861,14	37.858,54	66.719,68
24.318,12	42.401,56	66.719,68
19.229,93	47.489,75	66.719,68
13.531,16	53.188,52	66.719,68
7.148,54	59.571,14	66.719,68
93.088,88		

Fuente: Estudio Financiero.
Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

CONCEPTO	2014	2015	2016	2017	2018	TOTAL
INTERESES	28.861,14	24.318,12	19.229,93	13.531,16	7.148,54	93.088,88
CAPITAL	37.858,54	42.401,56	47.489,75	53.188,52	59.571,14	240.509,50
SALDO	202.650,96	160.249,40	112.759,66	59.571,14	-0,00	

Fuente: Estudio Financiero.
Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

ANEXO 12 Estado de Resultados

CUENTAS	2014	2015	2016	2017	2018	Acumulado
Ventas	905.700,00	974.895,48	1.049.377,49	1.129.549,94	1.215.847,55	5.275.370,46
Costo de Ventas	535.176,97	670.023,31	715.807,68	764.618,82	817.283,80	3.502.910,59
UTILIDAD BRUTA	370.523,03	304.872,17	333.569,82	364.931,12	398.563,75	1.772.459,87
GASTOS DE OPERACIÓN	140.884,30	145.419,91	150.114,26	153.712,92	158.741,63	748.873,02
Gastos de Administración	81.570,80	84.216,39	86.954,58	88.768,60	91.701,81	433.212,18
Gastos de Venta	59.313,50	61.203,52	63.159,69	64.944,32	67.039,82	315.660,84
Utilidad antes de intereses e impuestos	229.638,73	159.452,26	183.455,56	211.218,20	239.822,12	1.023.586,86
Intereses Pagados	28.861,14	24.318,12	19.229,93	13.531,16	7.148,54	93.088,88
Intereses Ganados		48.638,97	51.111,20	58.226,99	66.810,15	224.787,31
Utilidad antes de impuestos	200.777,59	183.773,11	215.336,83	255.914,03	299.483,74	1.155.285,29
Participación de trabajadores	30.116,64	27.565,97	32.300,52	38.387,10	44.922,56	173.292,79
Impuestos	39.252,02	34.365,57	40.267,99	47.855,92	56.003,46	217.744,96
UTILIDAD NETA	131.408,93	121.841,57	142.768,32	169.671,00	198.557,72	764.247,54

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

Estado de Utilidades Retenidas

CUENTAS	2014	2015	2016	2017	2018	Acumulado
Saldo Inicial						
Utilidades Año Anterior	131.408,93	121.841,57	142.768,32	169.671,00	198.557,72	764.247,54
Reservas Legales	6.570,45	6.092,08	7.138,42	8.483,55	9.927,89	38.212,38
Reservas Facultativas	19.711,34	18.276,24	21.415,25	25.450,65	29.783,66	114.637,13
Reservas Estatutarias	13.140,89	12.184,16	14.276,83	16.967,10	19.855,77	76.424,75
Dividendos Comunes	65.704,46	60.920,79	71.384,16	84.835,50	99.278,86	382.123,77
Saldo Final	26.281,79	24.368,31	28.553,66	33.934,20	39.711,54	152.849,51
Utilidades Acumuladas por Repartir		26.281,79	50.650,10	79.203,76	113.137,96	152.849,51

97.473,26	114.214,65	135.736,80	158.846,17	611.398,03
121.841,57	142.768,32	169.671,00	198.557,72	764.247,54
24.368,31	28.553,66	33.934,20	39.711,54	152.849,51
	52.921,98	86.856,18	126.567,72	279.417,23

Reservas Legales Acumuladas	6.570,45	12.662,53	19.800,94	28.284,49	38.212,38	76.424,75
Reservas Facultativas Acumuladas	19.711,34	37.987,58	59.402,82	84.853,47	114.637,13	229.274,26
Reservas Estatutarias Acumuladas	13.140,89	25.325,05	39.601,88	56.568,98	76.424,75	152.849,51

Fuente: Estudio Financiero.
Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

ANEXO 13 Flujo de Efectivo

CUENTAS	2014	2015	2016	2017	2018	Acumulado
Saldo Inicial		17.000,00	17.000,00	17.000,00	17.000,00	
INGRESOS						
Cuentas x Cobrar	905.700,00	974.895,48	1.049.377,49	1.129.549,94	1.215.847,55	5.275.370,46
Préstamos Bancarios	240.509,50					240.509,50
Aporte de Accionistas	103.075,50					103.075,50
Intereses Recibidos		48.638,97	51.111,20	58.226,99	66.810,15	224.787,31
TOTAL INGRESOS	1.249.285,00	1.023.534,45	1.100.488,70	1.187.776,93	1.282.657,70	5.843.742,77
EGRESOS						
Materia Prima	426.279,67	542.000,65	583.409,50	627.981,99	675.959,81	2.855.631,63
Mano de Obra	96.062,71	99.424,91	102.904,78	106.506,45	110.234,17	515.133,02
Costos Indirectos de Fabricación	24.724,40	25.589,75	26.485,40	27.412,38	28.371,82	132.583,75
Gastos de Administración	75.588,30	78.233,89	80.972,08	83.806,10	86.739,31	405.339,68
Gastos de Venta	54.000,50	55.890,52	57.846,69	59.871,32	61.966,82	289.575,84
Activos	79.985,00					79.985,00
Gastos de Constitución	3.600,00					3.600,00
15 % Participación		30.116,64	27.565,97	32.300,52	38.387,10	128.370,23
Impuestos		39.252,02	34.365,57	40.267,99	47.855,92	161.741,50
Préstamos Bancarios(Principal)	37.858,54	42.401,56	47.489,75	53.188,52	59.571,14	240.509,50
Préstamos Bancarios(Intereses)	28.861,14	24.318,12	19.229,93	13.531,16	7.148,54	93.088,88
Dividendos Comunes		65.704,46	60.920,79	71.384,16	84.835,50	282.844,91
						0,00
TOTAL EGRESOS	826.960,26	1.002.932,52	1.041.190,44	1.116.250,58	1.201.070,14	5.188.403,94
Disponible	422.324,74	37.601,93	76.298,26	88.526,34	98.587,57	655.338,84
Inversión o Financiamiento	405.324,74	20.601,93	59.298,26	71.526,34	81.587,57	638.338,84
SALDO FINAL	17.000,00	17.000,00	17.000,00	17.000,00	17.000,00	17.000,00

Inversiones Temporales Acumuladas	405.324,74	425.926,67	485.224,93	556.751,27	638.338,84
Intereses Ganados		48.638,97	51.111,20	58.226,99	66.810,15

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

ANEXO 14 Balance General

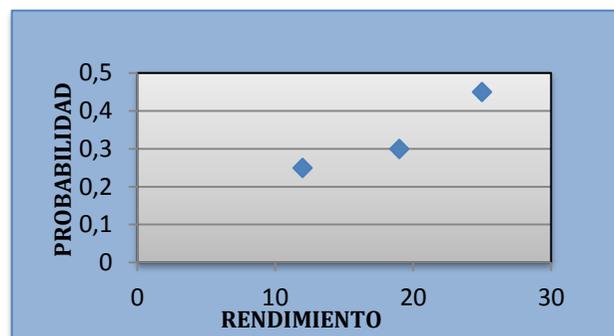
	2014	2015	2016	2017	2018
ACTIVOS					
ACTIVO CORRIENTE	437.222,55	457.824,48	517.122,74	588.649,08	670.236,65
DISPONIBLE	422.324,74	442.926,67	502.224,93	573.751,27	655.338,84
Bancos	17.000,00	17.000,00	17.000,00	17.000,00	17.000,00
Inversiones Temporales	405.324,74	425.926,67	485.224,93	556.751,27	638.338,84
REALIZABLE	14.897,81	14.897,81	14.897,81	14.897,81	14.897,81
Productos Terminados	14.897,81	14.897,81	14.897,81	14.897,81	14.897,81
ACTIVO NO CORRIENTE	69.281,50	54.978,00	40.674,50	27.921,00	15.167,50
ACTIVO FIJO	66.401,50	25.651,00	-1.516,00	-25.583,00	-49.650,00
ACTIVO COSTO	79.985,00	52.818,00	39.234,50	27.201,00	15.167,50
Equipos de Computación	4.650,00	4.650,00	4.650,00	4.650,00	4.650,00
Muebles de oficina	2.425,00	2.425,00	2.425,00	2.425,00	2.425,00
Vehículos	45.000,00	45.000,00	45.000,00	45.000,00	45.000,00
Equipo de oficina	1.590,00	1.590,00	1.590,00	1.590,00	1.590,00
Maquinarias	26.320,00	26.320,00	26.320,00	26.320,00	26.320,00
Depreciación Acumulada	-13.583,50	-27.167,00	-40.750,50	-52.784,00	-64.817,50
OTROS ACTIVOS					
PAGOS ANTICIPADOS					
Gastos de Constitución	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00
Amortización Gastos de Constitución	-720,00	-1.440,00	-2.160,00	-2.880,00	-3.600,00
TOTAL GASTOS PAGADOS X ANTICIPADOS	2.880,00	2.160,00	1.440,00	720,00	0,00
TOTAL ACTIVO	506.504,05	512.802,48	557.797,24	616.570,08	685.404,15
PASIVOS					
PASIVO CORRIENTE	135.073,12	122.852,32	143.952,67	171.078,53	200.204,88
CUENTAS POR PAGAR	135.073,12	122.852,32	143.952,67	171.078,53	200.204,88
Cuentas por pagar proveedores					
15% Participación	30.116,64	27.565,97	32.300,52	38.387,10	44.922,56
Impuestos por pagar	39.252,02	34.365,57	40.267,99	47.855,92	56.003,46
Dividendos Por Pagar	65.704,46	60.920,79	71.384,16	84.835,50	99.278,86
PASIVOS A LARGO PLAZO	202.650,96	160.249,40	112.759,66	59.571,14	0,00
Préstamos Bancarios	202.650,96	160.249,40	112.759,66	59.571,14	0,00
TOTAL PASIVO	337.724,08	283.101,73	256.712,33	230.649,67	200.204,88
PATRIMONIO					
Capital Social (Acciones Comunes)	103.075,50	103.075,50	103.075,50	103.075,50	103.075,50
Reservas Legales	6.570,45	12.662,53	19.800,94	28.284,49	38.212,38
Reservas Facultativas	19.711,34	37.987,58	59.402,82	84.853,47	114.637,13
Reservas Estatutarias	13.140,89	25.325,05	39.601,88	56.568,98	76.424,75
Utilidades Retenidas		26.281,79	50.650,10	79.203,76	113.137,96
Utilidad Perdida Ejercicio	26.281,79	24.368,31	28.553,66	33.934,20	39.711,54
TOTAL PATRIMONIO	168.779,96	229.700,75	301.084,91	385.920,41	485.199,27
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	506.504,05	512.802,48	557.797,24	616.570,08	685.404,15

Fuente: Estudio Financiero.
Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

ANEXO 15 Análisis de Sensibilidad Desviación Estándar
Distribución de Probabilidades

Intervalo

ESCENARIOS	PROBABILIDAD	RENDIMIENTO K
OPTIMISTA	0,45	25
PROBABLE	0,3	19
PESIMISTA	0,25	12
INTERVALO		13



Desviación Estándar

ESCENARIOS	PROBABILIDAD	RENDIMIENTO K		VALOR ESPERADO K	K-K	(K-K) ²	(K-K) ² *pr
OPTIMISTA	0,45	25	11	20	5,05	25,5025	11,476125
PROBABLE	0,3	19	6	20	-0,95	0,9025	0,27075
PESIMISTA	0,25	12	3	20	-7,95	63,2025	15,800625
TOTAL	1	56	19,95				27,5475
						0	5,248571234
					Coefficiente de Variación	CV	0,263086277

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

ANEXO 16 Método de Depreciación 1

ACTIVO	CANTIDAD	V. UNITARIO	V.TOTAL	% DEPRECIACIÓN	AÑOS DEPRECIACIÓN	2014	2015	2016	2017	2018	ACUMULADO
Equipo Computación	1	750	750,00	33,33%	3	250,00	250,00	250,00			750,00
Equipo Computación	1	120	120,00	33,00%	3	40,00	40,00	40,00			120,00
Equipo Computación	3	900	2.700,00	33,33%	3	900,00	900,00	900,00			2.700,00
Equipo Computación	3	120	360,00	33,33%	3	120,00	120,00	120,00			360,00
Equipo Computación	1	600	600,00	33,33%	3	200,00	200,00	200,00			600,00
Equipo Computación	1	120	120,00	33,33%	3	40,00	40,00	40,00			120,00
TOTAL EQUIPO COMP			4.650,00			1.550,00	1.550,00	1.550,00	0,00	0,00	4.650,00
Equipo Oficina	3	350	1.050,00	10,00%	10	105,00	105,00	105,00	105,00	105,00	525,00
Equipo Oficina	1	270	270,00	10,00%	10	27,00	27,00	27,00	27,00	27,00	135,00
Equipo Oficina	1	270	270,00	10,00%	10	27,00	27,00	27,00	27,00	27,00	135,00
TOTAL EQUIPO OFIC			1.590,00			159,00	159,00	159,00	159,00	159,00	795,00
Maquinaria	2	3235	6.470,00	10,00%	10	647,00	647,00	647,00	647,00	647,00	3.235,00
Maquinaria	2	2200	4.400,00	10,00%	10	440,00	440,00	440,00	440,00	440,00	2.200,00
Maquinaria	2	4143	8.286,00	10,00%	10	828,60	828,60	828,60	828,60	828,60	4.143,00
Maquinaria	2	2161	4.322,00	10,00%	10	432,20	432,20	432,20	432,20	432,20	2.161,00
Maquinaria	2	1421	2.842,00	10,00%	10	284,20	284,20	284,20	284,20	284,20	1.421,00
TOTAL MAQUINARIA			26.320,00			2.632,00	2.632,00	2.632,00	2.632,00	2.632,00	13.160,00
Muebles y Enseres	5	80	400,00	10,00%	10	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	200,00
Muebles y Enseres	3	225	675,00	10,00%	10	67,50	67,50	67,50	67,50	67,50	337,50
Muebles y Enseres	3	50	150,00	10,00%	10	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	75,00
Muebles y Enseres	6	25	150,00	10,00%	10	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	75,00
Muebles y Enseres	1	250	250,00	10,00%	10	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	125,00
Muebles y Enseres	1	50	50,00	10,00%	10	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	25,00
Muebles y Enseres	3	80	240,00	10,00%	10	24,00	24,00	24,00	24,00	24,00	120,00
Muebles y Enseres	2	25	50,00	10,00%	10	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	25,00
Muebles y Enseres	1	250	250,00	10,00%	10	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	125,00
Muebles y Enseres	1	50	50,00	10,00%	10	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	25,00
Muebles y Enseres	2	80	160,00	10,00%	10	16,00	16,00	16,00	16,00	16,00	80,00
TOTAL MUEBLES Y E			2.425,00			242,50	242,50	242,50	242,50	242,50	1.212,50
Vehículo	1	20000	20.000,00	20,00%	5	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	20.000,00
Vehículo	1	25000	25.000,00	20,00%	5	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	25.000,00
TOTAL VEHÍCULO			45.000,00			9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	45.000,00
TOTAL GENERAL			79.985,00			13.583,50	13.583,50	13.583,50	12.033,50	12.033,50	64.817,50

Fuente: Estudio Financiero. Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

ANEXO 17 Método de Depreciación 2

ACTIVO	CANTIDAD	V. UNITARIO	V.TOTAL	% DEPRECIACIÓN	AÑO DEPRECIACIÓN	2014	2015	2016	2017	2018	ACUMULADO
Equipo Computación	3	900,00	2.700,00	33,33%	3	900,00	900,00	900,00			2.700,00
Equipo Computación	3	120,00	360,00	33,33%	3	120,00	120,00	120,00			360,00
Equipo Oficina	3	350,00	1.050,00	10,00%	10	105,00	105,00	105,00	105,00	105,00	525,00
Muebles y Enseres	5	80,00	400,00	10,00%	10	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	200,00
Muebles y Enseres	3	225,00	675,00	10,00%	10	67,50	67,50	67,50	67,50	67,50	337,50
Muebles y Enseres	3	50,00	150,00	10,00%	10	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	75,00
Muebles y Enseres	6	25,00	150,00	10,00%	10	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	75,00
Vehículo	1	20.000,00	20.000,00	20,00%	5	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	20.000,00
TOTAL ADM			25.485,00	136,66%		5.262,50	5.262,50	5.262,50	4.242,50	4.242,50	24.272,50
Equipo Computación	1	750,00	750,00	33,33%	3	250,00	250,00	250,00			750,00
Equipo Computación	1	120,00	120,00	33,00%	3	40,00	40,00	40,00			120,00
Equipo Oficina	1	270,00	270,00	10,00%	10	27,00	27,00	27,00	27,00	27,00	135,00
Maquinaria	2	3.235,00	6.470,00	10,00%	10	647,00	647,00	647,00	647,00	647,00	3.235,00
Maquinaria	2	2.200,00	4.400,00	10,00%	10	440,00	440,00	440,00	440,00	440,00	2.200,00
Maquinaria	2	4.143,00	8.286,00	10,00%	10	828,60	828,60	828,60	828,60	828,60	4.143,00
Maquinaria	2	2.161,00	4.322,00	10,00%	10	432,20	432,20	432,20	432,20	432,20	2.161,00
Maquinaria	2	1.421,00	2.842,00	10,00%	10	284,20	284,20	284,20	284,20	284,20	1.421,00
Muebles y Enseres	1	250,00	250,00	10,00%	10	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	125,00
Muebles y Enseres	1	50,00	50,00	10,00%	10	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	25,00
Muebles y Enseres	3	80,00	240,00	10,00%	10	24,00	24,00	24,00	24,00	24,00	120,00
Muebles y Enseres	2	25,00	50,00	10,00%	10	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	25,00
TOTAL PRODUCCIÓN			28.050,00	166,33%		3.008,00	3.008,00	3.008,00	2.718,00	2.718,00	14.460,00
Equipo Computación	1	600,00	600,00	33,33%	3	200,00	200,00	200,00			600,00
Equipo Computación	1	120,00	120,00	33,33%	3	40,00	40,00	40,00			120,00
Equipo Oficina	1	270,00	270,00	10,00%	10	27,00	27,00	27,00	27,00	27,00	135,00
Muebles y Enseres	1	250,00	250,00	10,00%	10	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	125,00
Muebles y Enseres	1	50,00	50,00	10,00%	10	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	25,00
Muebles y Enseres	2	80,00	160,00	10,00%	10	16,00	16,00	16,00	16,00	16,00	80,00
Vehículo	1	25.000,00	25.000,00	20,00%	5	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	25.000,00
TOTAL VENTAS			26.450,00	126,66%		5.313,00	5.313,00	5.313,00	5.073,00	5.073,00	26.085,00
TOTAL GENERAL			79.985,00	429,65%		13.583,50	13.583,50	13.583,50	12.033,50	12.033,50	64.817,50

Fuente: Estudio Financiero Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez

ANEXO 18 Evaluación Financiera

CUENTAS	2014	2015	2016	2017	2018	Acumulado
Utilidades de Ejercicio	131.408,93	121.841,57	142.768,32	169.671,00	198.557,72	764.247,54
Depreciación	13.583,50	13.583,50	13.583,50	12.033,50	12.033,50	64.817,50
Amortizaciones	720,00	720,00	720,00	720,00	720,00	3.600,00
Flujos Futuros	145.712,43	136.145,07	157.071,82	182.424,50	211.311,22	832.665,04

Determinación de Flujos Futuros

Flujos Futuros	Valores
1	145.712,43
2	136.145,07
3	157.071,82
4	182.424,50
5	211.311,22

Línea de Tiempo

1	2	3	4	5
145.712,43	136.145,07	157.071,82	182.424,50	211.311,22

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

ANEXO 19 Método de Recuperación de la Inversión

Tasa de Descuento	15,90%		
Inversión Inicial	343.585,00		
Tiempo promedio de recuperación	3 AÑOS		
Inversión Inicial	343.585,00		2,36
Flujos Futuros	Valores		
1	145.712,43	145.712,43	28.295,60
2	136.145,07		0,00
3	157.071,82		0
4	182.424,50		8,7
5	211.311,22		

VALOR ACTUAL NETO	186.522,54
TASA INTERNA DE RETORNO	36%
DECISIÓN DE INVERSIÓN	ACEPTAR_PROYECTO
PRI	3

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

Fuente: Estudio Financiero.
Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

ANEXO 20 Rol de Pago

Cargo	Código	Sueldo	Décimo tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Aporte Patronal	Fondo de Reserva	Total Beneficios	Total General	2014	2015	2016	2017	2018	Acumulado
Gerente General	ADM	1.000,00	83,33	22,00	41,67	111,50	83,33	341,83	1.341,83	16.102,00	16.665,57	17.248,86	17.852,58	18.477,42	86.346,43
Jefe Financiero	ADM	900,00	75,00	22,00	37,50	100,35	75,00	309,85	1.209,85	14.518,20	15.026,34	15.552,26	16.096,59	16.659,97	77.853,35
Secretaria	ADM	450,00	37,50	22,00	18,75	50,18	37,50	165,93	615,93	7.391,10	7.649,79	7.917,53	8.194,64	8.481,46	39.634,52
Guardia	ADM	350,00	29,17	22,00	14,58	39,03	29,17	133,94	483,94	5.807,30	6.010,56	6.220,92	6.438,66	6.664,01	31.141,45
	TOTAL ADM	2.700,00	225,00	88,00	112,50	301,05	225,00	951,55	3.651,55	43.818,60	45.352,25	46.939,58	48.582,47	50.282,85	234.975,75
Jefe de Ventas	VTA	1.000,00	83,33	22,00	41,67	111,50	83,33	341,83	1.341,83	16.102,00	16.665,57	17.248,86	17.852,58	18.477,42	86.346,43
Vendedor 1	VTA	400,00	33,33	22,00	16,67	44,60	33,33	149,93	549,93	6.599,20	6.830,17	7.069,23	7.316,65	7.572,73	35.387,98
Chofer	VTA	500,00	41,67	22,00	20,83	55,75	41,67	181,92	681,92	8.183,00	8.469,41	8.765,83	9.072,64	9.390,18	43.881,06
Repartidor	VTA	350,00	29,17	22,00	14,58	39,03	29,17	133,94	483,94	5.807,30	6.010,56	6.220,92	6.438,66	6.664,01	31.141,45
	Total VTA	2.250,00	187,50	88,00	93,75	250,88	187,50	807,63	3.057,63	36.691,50	37.975,70	39.304,85	40.680,52	42.104,34	196.756,92
Jefe de producción	MOI	1.000,00	83,33	22,00	41,67	111,50	83,33	341,83	1.341,83	16.102,00	16.665,57	17.248,86	17.852,58	18.477,42	86.346,43
	TOTAL MOI	1.000,00	83,33	22,00	41,67	111,50	83,33	341,83	1.341,83	16.102,00	16.665,57	17.248,86	17.852,58	18.477,42	86.346,43
Obreros (x 12)	MOD	5.724,00	477,00	450,50	238,50	638,23	477,00	2.281,23	8.005,23	96.062,71	99.424,91	102.904,78	106.506,45	110.234,17	515.133,02
	TOTAL MOD	5.724,00	477,00	450,50	238,50	638,23	477,00	2.281,23	8.005,23	96.062,71	99.424,91	102.904,78	106.506,45	110.234,17	515.133,02
	TOTAL GENERAL	11.674,00	972,83	648,50	486,42	1.301,65	972,83	4.382,23	16.056,23	192.674,81	199.418,43	206.398,08	213.622,01	221.098,78	1.033.212,10

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Gisella Toro Rodríguez.

ANEXO 21 Fotografías de las maquinaria de la empresa de confección Tallitas Plus S.A.

	<p style="text-align: center;">Cortadora</p> <p>La Cortadora servirá para cortar de manera uniforme las tallas de cada una de las prendas a confeccionar, velocidad variable hasta 32 CM de altura de corte, ideal para cualquier tipo de telas con velocidad variable para cada tipo de telas.</p>
	<p style="text-align: center;">Maquina Overlock Siruba 700k</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Alta velocidad 1, 700 - 1, 900 r.p.m. ✓ Agarradera aislante de plástico para seguridad del operario. ✓ Sistema de lubricación con bomba lubricadora. ✓ Líneas directas de lubricación a todas las partes movibles principales. ✓ Levas de Acero. ✓ Corte de hilo Automático. ✓ Mínimo mantenimiento características nuevas y avanzadas. ✓ Sistema de lubricación mejorado. ✓ Dimensiones: 30 cm. alto, 22 cm ancho, 33 cm. Largo. ✓ 1800 puntadas por minuto. ✓ Requerimientos eléctricos: 220 V. AC 1.3 A.
	<p style="text-align: center;">Máquina Flat-Lock Fd-62-07ms-1 Marca Yamato</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Máquina Flat lock de 6 hilos de cama cilíndrica con puller y gauge de costura de 6.0 mm. Velocidad máxima de costura de 4,200 r,p,m. ✓ Especial para cerrar puente de pantalones y licras. ✓ La serie de máquinas Flat-Lock de ✓ YAMATO provee costuras planas, durables, elásticas y costuras de confort. ✓ Su tipo de cama ayuda a un mejor manejo del material. Son máquinas de alta producción con excelente calidad. ✓ Existe una gran variedad de sub-modelos que se adaptan a sus necesidades.



Máquina Interlock Modelo Wx-8803 de Marca Kansai

- ✓ De 3 agujas de cama plana, tramado superior e inferior especial para coser elástico Gauge de costura de 6.4 mm.
- ✓ Velocidad máxima de costura de 5,500 r.p.m. Incluye aditamento para insertar elástico.



Telas

Los diferentes tipos de telas que se usaran para la confección de cada una de las prendas de vestir.



Herramientas de costura

- ✓ Hilos
- ✓ Agujas de mano
- ✓ Agujas de maquina
- ✓ Tijeras
- ✓ Alfileres
- ✓ Cierres
- ✓ Botones
- ✓ Encajes
- ✓ Elástico
- ✓ Lentejuelas
- ✓ Apliques
- ✓ Reglas de corte

ANEXO 22 Área de Corte



ANEXO 23 Planta de Confección



ANEXO 24 Carta Aval para la creación de una empresa dedicada a la confección y distribución de prendas de vestir en tallas plus en el cantón La Libertad provincia de Santa Elena año, 2013.



**CENTRO DE DESARROLLO EMPRESARIAL
Y APOYO AL EMPRENDIMIENTO**



OFICIO-CIDE-AT-0024-2013

La Libertad, diciembre 02 del 2013

Señora Ingeniera
MERCEDES FREIRE RENDÓN, MSc.
DECANA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS DE LA UPSE
En su despacho.-

Por medio del presente, comunico a usted que, luego de la evaluación de Proyecto presentado por el estudiante **TORO RODRIGUEZ GISELLA**, denominado “**CREACION DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA CONFECCION Y DISTRIBUCION DE PRENDAS DE VESTIR EN TALLAS PLUS EN EL CANTON LA LIBERTAD PROVINCIA DE SANTA ELENA AÑO 2013**”, se encuentra dentro de los sectores priorizados de la agenda de desarrollo productivo del Gobierno Nacional, por lo tanto a través del Centro y con el apoyo de las diferentes entidades de Gobierno, es posible la puesta en marcha de dicho proyecto.

Atentamente

Ing. Soraya Linzán Rodríguez, MSc.
CENTRO DE DESARROLLO EMPRESARIAL
Y APOYO AL EMPRENDIMIENTO

ANEXO 25 Certificado de Gramatólogo

CERTIFICADO GRAMATÓLOGO

En mi calidad de Gramatólogo, he procedido a la revisión del trabajo de titulación de la egresada Gisella Alexandra Toro Rodríguez, con el tema "Creación de una empresa dedicada a la confección y distribución de prendas de vestir en tallas plus, en el Cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena", el mismo que realizado los ajustes respectivos por parte de la interesada, CERTIFICO que la tesis cumple con las normativas ortográficas, redacción y sintaxis.

Es todo cuanto puedo certificar, pudiendo la interesada dar el uso que estime conveniente.

Atentamente,



Ing. Arturo Benavides Rodríguez. MSc.

C.I. 0908374416.

C.C. Archivo.

GLOSARIO

Aprendiz, m. y. f. Persona que aprende algún arte u oficio.

2. Persona que, a efectos laborales, se halla en el primer grado de una profesión manual, antes de pasar a oficial.

Capacidad f. Espacio vacío de alguna cosa, suficiente para contener otra u otras.

2. Extensión o espacio de algún sitio o local.

3. Volumen interno de un recipiente.

Costo m. Cantidad que se da o se paga por algo.

Credibilidad. (Del lat. *credibilis*, creíble), f. Cualidad de creíble.

Demanda. Econ. Cuantía global de las compras de bienes y servicios realizados o previstos por una colectividad.

Diagrama de flujo m. Representación gráfica de una sucesión de hechos u operaciones en un sistema, como el que refleja una cadena de montaje de automóviles.

Dimensión m. Maí. Número que indica los grados de libertad en el movimiento de un punto en un espacio.

2. Fís. Cada uno de las magnitudes física fundamentales (espacio, masa, tiempo).

3. Expresión de cualquier magnitud física en función de las magnitudes fundamentales.

Étnico f. Comunidad humana definida por afinidades raciales, lingüísticas, culturales, etc.

Factibilidad f. Cualidad o condición de factible.

Flexibilidad fig. Qué sede o se acomoda al dictamen de otro.

Higiene f. Parte de la medicina que tiene por objeto la conservación de la salud y la prevención de enfermedades.

Homogéneo, a. adj. Perteneciente o relativo a un mismo género, poseedor de iguales caracteres.

2. Dicho de una sustancia o de una mezcla de varias: De composición y estructura uniformes.

3. Dicho de un conjunto: Formado por elementos iguales.

Sastrería, f. Oficio de sastre.

2. Tienda y taller de sastre.

Textil adj. Dicho de una materia: Capaz de reducirse a hilos y ser tejida. U. t. c. s.

2. Perteneciente o relativo a los tejidos.

Oferente, adj, y s. Que ofrece

Operarios. (Del lat. operarius). m. y f. obrero (II trabajador manual).

Proveedor, ra. m. y f. Persona o empresa que provee o abastece de todo lo necesario para un fin a grandes grupos, asociaciones, comunidades, etc.

Precio m. Valor pecuniario en que se estima algo.

1. fig. Estimación o crédito,

2. 3 fig. Esfuerzo o sufrimiento que sirve de medio para conseguir una cosa, o que se presta y padece por ella.

ABREVIATURAS

AITE Asociación de Industriales Textiles del Ecuador.

ART Artículo.

CFN Corporación Financiera Nacional.

COPCI Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversión

FM Fondo Monetario.

IESS Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.

INEC Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

IVA Impuesto al Valor Agregado.

MR Método de Recuperación.

MTR Metro.

PEA Población Económicamente Activa.

PMM Periodo Medio de Maduración.

PE Punto de Equilibrio.

RUC Registro Único de Contribuyentes.

SRI Servicio de Rentas Internas

TIR Tasa Interna de Retorno.

VAN Valor Actual Neto.