



UNIVERSIDAD ESTATAL

PENÍNSULA DE SANTA ELENA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA CREACIÓN
DE UNA FÁBRICA DE JEANS, EN EL CANTÓN LA
LIBERTAD, PROVINCIA DE
SANTA ELENA
AÑO 2013”**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previo a la obtención del Título de:

INGENIERO EN DESARROLLO EMPRESARIAL

AUTOR: STALIN LENIN CAÑARTE FERNÁNDEZ

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

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA CREACIÓN
DE UNA FÁBRICA DE JEANS, EN EL CANTÓN LA
LIBERTAD, PROVINCIA DE
SANTA ELENA
AÑO 2013”**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previo a la obtención del Título de:

INGENIERO EN DESARROLLO EMPRESARIAL

AUTOR: STALIN LENIN CAÑARTE FERNÁNDEZ

TUTOR: ING. JOHNNY REYES DE LA CRUZ, MSC

LA LIBERTAD – ECUADOR

2013

La Libertad, Noviembre del 2013

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del trabajo de investigación, “**TEMA: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE FÁBRICA DE JEANS EN EL CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013.**” elaborado por el Sr. Stalin Lenin Cañarte Fernández, egresado de la Carrera de 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 Ingeniero 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

Primero a Dios todopoderoso, a mis abuelos y mi madre quienes son el pilar fundamental de mi vida, quienes con su apoyo, dedicación y comprensión hicieron posible alcanzar esta meta, a mi novia que fue mi apoyo incondicional en cada momento de mi vida. Y a todos aquellos que fueron partícipes en la formación de mi profesión

Stalin Cañarte F.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios Todopoderoso, por su luz divina que me ha guiado por el buen camino y ha permitido culminar mis estudios.

A la Universidad Estatal Península de Santa Elena y a quienes la componen, por los conocimientos adquiridos y ser formadores de Profesionales.

A mis docentes, compañeros y amistades que día a día me dieron su apoyo incondicional para poder superar los obstáculos de la vida.

Stalin Cañarte F.

TRIBUNAL DE GRADO

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

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

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

Econ. Hermelinda Cochea Tómalala.
PROFESOR DEL ÁREA

Ab. Milton Zambrano Coronado MSc.
SECRETARIO GENERAL - PROCURADOR

UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE FÁBRICA DE
JEANS EN EL CANTÓN LA LIBERTAD,
PROVINCIA DE SANTA ELENA,
AÑO 2013.

Autor: Sr. Stalin Cañarte Fernández

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

RESUMEN EJECUTIVO

El desarrollo del presente trabajo constituye la realización del ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE FÁBRICA DE JEANS EN EL CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, 2013; donde se tomaron en cuenta las necesidades insatisfechas de los comerciantes de Jeans del Cantón La Libertad, esto debido a la lejanía de sus proveedores, donde debían incurrir en varios costos de logísticas haciendo que esto provoque un encarecimiento del producto, como objetivo principal de la propuesta fue que con la ejecución de la misma, estos problemas sean resueltos, ya que así tendrían a su proveedor en un lugar cerca y la producción de los pantalones sean acorde a los gustos y preferencias del sector. La metodología utilizada para nuestro trabajo investigativo, se fundamentó en la investigación cualitativa, bibliográfica y de campo cuya finalidad fue la obtención de información veraz, de la misma manera se hizo uso de las técnicas e instrumentos de investigación; entre las que mencionamos la encuesta. Se realizó las encuestas para determinar la aceptación de la propuesta y se obtuvo como resultado favorable que del total de encuestados el 87% está de acuerdo con la creación de la fábrica de pantalones jeans y un nivel de interés de compra del 76%, dando estos resultados luz verde para la elaboración del estudio de factibilidad. El desarrollo del estudio se inició bajo la elaboración del Estudio de Mercado; Estudio Técnico, Estudio Organizacional y el Estudio Financiero, una vez desarrollados cada uno de ellos, se realizó la evaluación financiera, dándonos que el proyecto es viable financieramente con una VAN de 109.743,04 USD teniendo una TMAR del 11,09% y un TIR de 26,03%, recuperando la inversión inicial en 3 años, o meses, 8 días tiempo aceptable para un empresa que ingresa a posicionarse en el mercado.

ÍNDICE GENERAL

Aprobación del tutor	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Tribunal de grado	v
Resumen ejecutivo	vi
Índice general	vii
Índice de cuadros.....	xv
Índice de gráficos	xvi
Índice de anexos	xvii
Introducción	1
Problema de Investigación	2
Planteamiento del Problema.....	2
Formulación del Problema	3
Sistematización del Problema	3
Objetivos	3
Objetivo General	4
Objetivos Específicos.....	4
Justificación.....	4
Fundamentación Teórica.....	5
Estudio de Factibilidad.....	5
Estudio de Mercado.....	6
Producto	6
Mercado.....	6
Demanda	7
Oferta.....	7
Precio.....	7
Estudio Técnico.....	8
Elementos del Estudio de Factibilidad.....	8

Localización de la planta.....	9
Ingeniería básica.....	9
Estudio Administrativo-Legal.....	10
Elementos de estudio administrativo	10
Estudio Financiero	12
Definición de pantalón jeans.....	12
Concepto de Calidad	12
Definición de Procesos de Producción.....	13
Hipótesis.....	13
Identificación de variables	14
Operacionalización de variables	14
CAPÍTULO I	
MARCO TEÓRICO DE ESTUDIO	16
1.1.ANTECEDENTES DEL PANTALÓN JEANS	16
1.1.1. Reseña histórica del pantalón jeans	17
1.1.2. Organización territorial del cantón la libertad	18
1.1.2.1.Geografía.....	18
1.1.2.2.Límites	18
1.1.3. Características demográficas del cantón la libertad	19
1.1.3.1.Transporte	19
1.1.3.2.Avenidas principales	19
1.1.3.3.Economía.....	19
1.1.3.4.Clima.....	20
1.1.4. Análisis socioeconómico del Cantón La Libertad	20
1.1.4.1.PIB del sector textil.....	21
1.1.4.2.Inflación	22
1.1.5. Procedencia de la materia prima	22
1.1.6. Residuos de materias primas.....	23
1.2.MARCO LEGAL	24
1.2.1. Normas ISO.....	24
1.2.1.1.ISO 9000	25

1.2.1.2.ISO14000	26
1.3.FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	27
1.3.1. Estudio de Factibilidad.....	27
1.3.2. Estudio de Mercado.....	27
1.3.2.1.Producto	28
1.3.2.2.Mercado.....	28
1.3.2.3.Demanda	28
1.3.2.4.Oferta.....	28
1.3.2.5.Precio.....	28
1.3.3. Estudio Técnico.....	29
1.3.3.1.Alcance del Estudio Técnico.....	30
1.3.3.2.Elementos del Estudio Técnico	30
1.3.3.3.Localización de la Planta	31
1.3.3.4.Factores de Localización.....	31
1.3.3.5.Métodos de Localización	32
1.3.3.6.Ingeniería básica.....	32
1.3.3.7.Cálculo de la producción.....	32
1.3.4. Estudio Administrativo	33
1.3.4.1.Misión	33
1.3.4.2.Visión	33
1.3.4.3.Estructura organizacional.....	33
1.3.5. Estudio Financiero	35
1.3.5.1.Período de Recuperación.....	35
1.3.5.2.Valor Presente Neto	35
1.3.5.3.Tasa Interna de Retorno	36
CAPÍTULO II	
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	38
2.1.DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	38
2.1.1. Investigación Cualitativa.....	39
2.1.2. Investigación Cuantitativa.....	39
2.1.3. Diferencia entre Investigación Cuantitativa y Cualitativa	40

2.2.TIPOS DE INVESTIGACIÓN	40
2.2.1. Investigación Documental.....	41
2.2.2. Investigación de Campo	41
2.2.3. Investigación Experimental.....	41
2.3.MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN	42
2.3.1. Métodos Analítico.....	42
2.3.2. Métodos Sintético	42
2.3.3. Métodos Deductivo	43
2.4.TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	43
2.5.POBLACIÓN Y MUESTRA.....	44
2.5.1. Población.....	45
2.5.2. Muestra.....	46
2.6.PROCEDIMIENTO Y PROCESAMIENTO.....	47
2.6.1. Procedimiento	47
2.6.2. Procesamiento	48
CAPÍTULO III	
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS	50
3.1.ANÁLISIS Y RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS.....	51
3.2.CONCLUSIONES	63
3.3.RECOMENDACIONES	64
CAPÍTULO IV	
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FÁBRICA DE JEANS	65
4.1.PREÁMBULO	65
4.2.OBJETIVO GENERAL	66
4.2.1. Objetivos Específicos.....	66
4.3.ESTUDIO DE MERCADO	66
4.3.1. Objetivo Estudio de Mercado	67
4.3.1.1.Objetivos Específicos.....	67
4.3.2. Definición de producto.....	68
4.3.3. Los problemas que generan la idea de negocio.....	69

4.3.4. Naturaleza del Producto	69
4.3.5. Análisis de la Demanda.....	69
4.3.5.1. Clasificación de la Demanda.....	70
4.3.6. Base de decisión de compra de los clientes	71
4.3.7. Poder adquisitivo de los consumidores	71
4.3.8. Análisis de la Oferta.....	72
4.3.8.1. Factores que afectan la Oferta.....	73
4.3.9. Atributos del producto.....	73
4.3.10. Análisis de precios	74
4.3.11. Análisis del sector	74
4.3.11.1. Tendencias económicas	75
4.3.11.2. Tendencias socioeconómicas.....	75
4.3.12. Análisis FODA.....	75
4.3.13. Comercialización del producto	76
4.3.13.1. Promoción.....	77
4.3.14. Segmentación del Mercado	77
4.3.14.1. Mercado Meta.....	78
4.3.15. Estrategias de mercadotecnia	79
4.3.15.1. Estrategia de precio	79
4.3.15.2. Estrategia de promoción	80
4.3.15.3. Estrategia de producto y/o servicio	80
4.3.15.3.1. Calidad	80
4.3.15.3.2. Moda	81
4.3.15.4. Estrategia de Plaza.....	81
4.3.15.5. Estrategia de Distribución	81
4.4. ESTUDIO TÉCNICO	82
4.4.1. Tamaño del proyecto.....	82
4.4.2. Factores determinantes del proyecto	82
4.4.2.1. El mercado	82
4.4.2.2. Disponibilidad de Recursos Financieros.....	83
4.4.2.3. Disponibilidad de Mano de Obra	83

4.4.2.4.Economías de escalas	84
4.4.2.5.Disponibilidad de maquinarias.....	85
4.4.2.6.Disponibilidad de insumos, materia prima y materiales	85
4.4.3. Definición de la capacidad de producción	86
4.4.4. Localización del proyecto	87
4.4.5. Factores Ambientales	88
4.4.6. Procesos de producción.....	89
4.4.6.1.Adquisición de materia prima	89
4.4.6.2.Diseño	90
4.4.6.3.Dibujo.....	90
4.4.6.4.Tendido	90
4.4.6.5.Corte.....	91
4.4.6.6.Confección	91
4.4.6.7.Lavado.....	91
4.4.6.8.Terminado	92
4.4.6.9.Revisión	92
4.4.6.10. Acabados	92
4.4.6.11. Almacenamiento y embalaje	92
4.4.7. Proceso de la producción del pantalón jean's	93
4.4.7.1.Flujograma de procesos.....	94
4.4.8. Requerimientos de maquinarias y equipos.....	95
4.4.9. Requerimientos de insumos y materias primas.....	96
4.4.10. Determinación de la inversión	98
4.4.11. Distribución de la planta	98
4.5.ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....	99
4.5.1. Constitución de la empresa	99
4.5.2. Razón social, logotipo y slogan	99
4.5.3. Visión	100
4.5.4. Misión	100
4.5.5. Objetivos estratégicos	100
4.5.6. Principios y valores	101

4.5.6.1.Principios	101
4.5.6.2.Trabajo en equipo.....	101
4.5.6.3.Creatividad	101
4.5.6.4.Orden y disciplina	101
4.5.6.5.Responsabilidad social	101
4.5.6.6.Valores	102
4.5.6.7.Honestidad	102
4.5.6.8.Responsabilidad	102
4.5.6.9.Compromiso.....	102
4.5.6.10. Lealtad	102
4.5.6.11. Respeto	103
4.5.7. Estructura organizacional.....	103
4.5.7.1.Organigrama.....	103
4.5.7.2.Nivel Directivo.....	103
4.5.7.3.Nivel Ejecutivo.....	103
4.5.7.4.Nivel Operativo	103
4.5.8. Responsabilidades	105
4.5.8.1.Junta general de accionistas	105
4.5.8.2.Gerente General	105
4.5.8.3.Gerente de Producción	105
4.5.8.4.Gerente de Administración	106
4.5.8.5.Contador General	106
4.5.8.6.Auxiliar de Gerencia	107
4.5.8.7.Jefe de Ventas	107
4.5.8.8.Jefe de Recursos Humanos.....	107
4.5.8.9.Diseñador	108
4.5.8.10. Mantenimiento.....	108
4.5.8.11. Operarios	109
4.5.9. Gastos de Administración	109
4.5.10. Gastos de Ventas	109
4.6.ESTUDIO FINANCIERO ECONÓMICO	111

4.6.1. Presupuesto	111
4.6.1.1.Presupuesto de inversión inicial.....	111
4.6.2. Activos Fijos	112
4.6.3. Depreciación	112
4.6.4. Mantenimiento de Maquinaria	113
4.6.5. Capital de Trabajo	113
4.6.6. Cuentas por Cobrar	114
4.6.7. Cuentas por Pagar Proveedores.....	114
4.6.8. Estructura de Financiamiento.....	115
4.6.9. Estado de Costos de Producción	116
4.6.10. Estado de Resultados Proyectados	116
4.6.11. Flujo de Efectivo Proyectados	116
4.6.12. Repartición de Utilidades y Reservas	116
4.6.13. Estado Situación Financiera Proyectado.....	117
4.6.14. Evaluación Financiera.....	118
4.6.14.1. Período de Recuperación de la Inversión	118
4.6.14.2. Valor Actual Neto.....	119
4.6.14.3. Tasa Interna de Retorno.....	120
CONCLUSIONES	122
RECOMENDACIONES	123
BIBLIOGRAFÍA	124
PÁGINAS WEB	125
GLOSARIO	142
ABREVIATURAS	144

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO 1 Operacionalización de las variables	15
CUADRO 2 Demografía.....	19
CUADRO 3 P.I.B Por Actividad Económica	21
CUADRO 4 P.I.B Histórico.....	22
CUADRO 5 Diferencia entre I. Cualitativa y Cuantitativa	40
CUADRO 6 Datos de Mercado.....	45
CUADRO 7 Muestreo.....	47
CUADRO 8 Demanda Proyectada.....	70
CUADRO 9 Precios Proyectados	74
CUADRO 10 Segmentación De Mercado	78
CUADRO 11 Delimitación Del Mercado	79
CUADRO 12 Requerimiento De Mod.....	84
CUADRO 13 Materia Prima Directa	85
CUADRO 14 Materia Prima Indirecta.....	86
CUADRO 15 Equipos De Computación.....	95
CUADRO 16 Maquinaria	95
CUADRO 17 Muebles Y Enseres.....	96
CUADRO 18 Vehículo	96
CUADRO 19 Requerimiento de MPD.....	97
CUADRO 20 Requerimiento de MPI	97
CUADRO 21 Inversiones	98
CUADRO 22 Rol De Pagos Empleados Presentado En Dólares.....	110
CUADRO 23 Inversiones	111
CUADRO 24 Detalle de cuentas por cobrar	114
CUADRO 25 Detalle de cuentas por pagar	114
CUADRO 26 Estructura de Financiamiento.....	115
CUADRO 27 TABLA De Amortización Presentado En Dólares	115
CUADRO 28 Repartición Utilidades Y Reservas	117
CUADRO 29 Periodo de recuperación	118
CUADRO 30 VAN.....	119

CUADRO 31 TIR 120

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA1 Género.....	51
TABLA2 Edad	52
TABLA3 Tiempo en la actividad de comercializar jeans	53
TABLA4 Promedio de ventas mensuales	54
TABLA 5 Número de empleados que laboran.....	55
TABLA 6 Ubicación de los Proveedores	56
TABLA 7 Ventas diarias de pantalones jeans	57
TABLA 8 Precio de compra de pantalones jeans	58
TABLA 9 Atributos principales del pantalón jeans.....	59
TABLA 10 Nivel de aceptación de creación de fábrica	60
TABLA 11 Interés por comprar en fábrica de localidad.....	61
TABLA 12 Cambio de proveedor actual	62

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 Género	51
GRÁFICO 2 Edad	52
GRÁFICO 3 Tiempo en la actividad de comercializar jeans.....	53
GRÁFICO 4 Promedio de ventas mensuales	54
GRÁFICO 5 Número de empleados que laboran	55
GRÁFICO 6 Ubicación de los proveedores.....	56
GRÁFICO 7 Ventas diarias de pantalones jeans	57
GRÁFICO 8 Precio de compra de pantalones jeans	58
GRÁFICO 9 Atributos principales del pantalón jeans.....	59
GRÁFICO 10 Nivel de aceptación de creación de fábrica	60
GRÁFICO 11 Interés por comprar en fábrica de localidad	61
GRÁFICO 12 Cambio de proveedor actual	62
GRÁFICO 13 Pantalón Jean Básico	68
GRÁFICO 14 Mercado Meta.....	79
GRÁFICO 15 Macro Localización	87
GRÁFICO 16 Micro Localización.....	87
GRÁFICO 17 Proceso De Producción Pantalón Jeans	89
GRÁFICO 18 Distribución de la Planta	98
GRÁFICO 19 Logotipo	99
GRÁFICO 20 Organigrama	104

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1 Activos Fijos	127
ANEXO 2 Mantenimiento de Activos Fijos	128
ANEXO 3 Alquiler de Edificio.....	129
ANEXO 4 Servicios Básicos	129
ANEXO 5 Resumen de CIF.....	130
ANEXO 6 Estado de Costos de Producción	131
ANEXO 7 Gastos Administrativos	132
ANEXO 8 Gastos de Ventas	133
ANEXO 9 Capital de Trabajo	134
ANEXO 10 Estado de Resultado Proyectado	135
ANEXO 11 Reparto de Utilidades y Reservas	136
ANEXO 12 Flujo de Efectivo Proyectado	137
ANEXO 13 Estado de Situación Financiera Proyectado	138
ANEXO 14 Cuestionario	139
ANEXO 15 Carta Aval Corporación Financiera Nacional “CFN”	141

INTRODUCCIÓN

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, en este cantón La Libertad viven 95.942 personas según el VII Censo de Población.

La propuesta es convertirse en la Fábrica de Pantalones Jeans posicionada en el Cantón La Libertad, con una visión hacia toda la provincia y el país.

CAPÍTULO 1 MARCO TEÓRICO.-En este capítulo detallamos los antecedentes del Cantón La Libertad, los recursos naturales, las características principales de los pantalones jeans, la sustentación teórica de los principales temas de la propuesta.

CAPÍTULO 2 METODOLOGÍA.- Comprende la metodología, se fundamenta en las respectivas técnicas de recolección de datos como encuestas las cuales fueron aplicadas a los clientes potenciales.

CAPÍTULO 3 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.- Contiene, el análisis interno e interpretación de los datos obtenidos mediante la aplicación de la encuesta, para así poder dar las conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO 4 PROPUESTA.- Este capítulo Inicia con el Estudio de Mercado, es aquí donde se obtienen la información de clientes, proveedores; competencia, gustos y preferencias; en el Estudio Técnico, se detalla los activos fijos que se van a necesitar, la materia prima e insumos en la producción, capacidad instalada; Estudio Administrativo, se basa en toda la parte organizacional de la empresa, sueldos; organigrama, visión, misión; Estudio Financiero-Económico, es el análisis de los ingresos, egresos; gastos, costo y la elaboración de los estados financieros para la respectiva evaluación financiera, a través de los métodos del tiempo de recuperación, VAN y TIR los mismo que ayudaran a determinar la viable financieramente.

TEMA: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FÁBRICA DE JEANS EN EL CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, 2013.

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Planteamiento del problema

La Industria Textilera, con el pasar del tiempo va teniendo gran importancia en las personas, estas empresas están dedicadas a la confección y distribución de vestimenta, cada año las necesidades de vestimenta van agrandando, debido al aumento de la población y los cambios constantes de las preferencias.

En la Provincia de Santa Elena actualmente no existe este tipo de industria, aun así las actividades del comercio de ropa es muy grande, debido a los 238.889 pobladores que hay que cubrir la necesidad, es contradictorio lo mencionado anteriormente porque con una gran demanda que existe, no haya una industria en el medio.

La falta de industria afecta a la población ya que los comerciantes tienen que invertir el tiempo y dinero en la adquisición de mercadería. Existen pequeños negocios que confeccionan ropa, pero en poca oferta, no a un nivel industrial.

Sin la instalación de una industria textil en la Provincia de Santa Elena los comerciantes de ropa (Principalmente de C.C Buenaventura Moreno) tendrían que seguir incurriendo en gastos extras para la adquisición de sus inventarios, debido que tendrán que buscar fuera de la localidad, por lo que los costos se elevan por varios factores (movilización, viáticos, etc.)

El campo textil no se verá desarrollado en nuestra provincia, la tasa de desempleo probablemente se mantendría, las inversiones no serían de bien para nuestra localidad.

Los problemas ya existentes se incrementarían debido a la mayor necesidad de los consumidores, las posibles soluciones serían principalmente que las personas que residan en la provincia tengan ese espíritu emprendedor para que se implante la industria, que pueda resolver en gran parte los problemas existentes, se prevé que con la puesta en marcha de este proyecto sea una forma de ayuda al desarrollo de esta provincia joven, los beneficios y oportunidades equitativas que brindarían serán de ayuda, teniendo como esperanza en una empresa con una visión realista que puede hacer resaltar su localidad.

Formulación del Problema

¿En qué aspecto influye la falta de una Fábrica de Pantalones Jeans a los comerciantes de jeans del Cantón La Libertad?

Sistematización del Problema

- ¿Cuál es la situación actual de los comerciantes de Jeans del Cantón La Libertad?
- ¿Cómo afecta el desarrollo de los negocios de venta de jeans la compra de mercadería en otras localidades?
- ¿Qué técnicas de recolección de datos se deben aplicar para el estudio de Mercado?
- ¿Qué Técnicas de Evaluación Financiera se deberán aplicar para medir la viabilidad financiera del proyecto?

Objetivos

Los objetivos se los conoce como, lo que la organización desea alcanzar, estos son; objetivo general y específicos, el uno parte de lo macro y el otro de lo micro

Objetivo General

Evaluar la influencia de la creación de una fábrica de pantalones jeans en los comerciantes del Cantón La Libertad, a través de la elaboración de un Estudio de Factibilidad que determine la viabilidad de la propuesta.

Objetivos Específicos

- Diagnosticar la situación actual del Mercado de Comercialización de Jeans del Cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena.
- Justificar la propuesta a través del análisis del problema
- Determinar la hipótesis de estudios a ser verificada con la investigación
- Operacionalizar la variable dependiente e independiente
- Elaborar el estudio de mercado direccionado a los comerciantes de jeans del Cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena.
- Determinar la viabilidad financiera de la propuesta a través de las técnicas de evaluación financieras de proyectos de factibilidad.

Justificación

En Ecuador, la pequeña y mediana industria basa sus posibilidades de inversión en razones prácticas que de ninguna manera cumplen con el objetivo de tomar decisiones correctas antes de comprometer recursos en el proyecto; es así como se da la necesidad de hacer una evaluación correcta, y determinar qué tipo de información es fundamental para llevar a cabo el análisis del proyecto, que va desde los datos de producción, las fuentes de financiamiento, la tecnología de manufactura, así como el entorno económico.

El proyecto surge de la necesidad de incrementar la producción nacional de prendas de vestir como son los pantalones jeans, se cree que es necesaria la

implantación de una fábrica de pantalones, debido a que el mercado se encuentra invadido de este producto, el cual es de origen extranjero, por esto es necesario impulsar el mercado nacional textil con productos de calidad, precios competitivos, así como el de aprovechar la mano de obra desempleada, con lo que se puede generar más fuentes de empleo dentro de la provincia y el país.

Lo anterior está basado en que se ha podido observar que las imitaciones de los pantalones jeans de marcas nacionales y extranjeras tienen las características de ser de baja calidad, no son muy durables y por lo tanto, difícilmente satisfacen las necesidades del consumidor.

Es importante realizar el estudio de este proyecto por lo que se ha visto que ha habido una creciente demanda en los últimos años debido al crecimiento de la población, y a las necesidades insatisfechas de encontrar un producto acorde los requerimientos del mercado, los comerciantes deben dirigirse hasta otras localidades para abastecerse de mercadería, incurriendo en varios costos de logística que encarecen el producto, he ahí la oportunidad de negocio y la necesidad de la elaboración de la propuesta.

Fundamentación Teórica

Estudio de Factibilidad

Un Estudio de Factibilidad es un análisis comprensivo que sirve para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y en base a ello tomar la mejor decisión y así procede a su implementación. Este estudio consta de las siguientes partes:

- Estudio de Mercado
- Estudio Técnico

- Estudio Administrativo
- Estudio Legal
- Estudio Financiero

Estudio de Mercadeo

El Estudio de Mercado consiste en determinar si una determinada idea de negocio tiene viabilidad. El estudio de mercado consta de 5 grandes análisis importantes:

- Análisis de los Clientes
- Análisis de los Competidores
- Análisis de los proveedores
- Análisis del Producto
- Análisis de los canales de comercialización

Producto

Conjunto de atributos tangibles e intangibles, que incluye entre otras cosas: empaque, color, formato, precio, calidad y marca. Un producto puede ser un bien, un servicio, un lugar, una persona o una idea.

Es importante identificar cual será el producto y cual o cuales sus subproductos, señalar la existencia y características de los productos que sustituyan a los del proyecto en desarrollo, de acuerdo con las características de los productos del proyecto, precisar si su uso está condicionado a la existencia de otro producto en el mercado.

Mercado

Área en que confluyen las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados. Se pretende mediante este estudio generar una idea del mercado en el que se va a colocar el producto.

Demanda

Cantidad del bien o del servicio que es solicitado por el cliente. Depende de la demanda la cantidad de bien o servicio a producir o brindar.

Oferta

Capacidad que se tenga para satisfacer la demanda. Cuando se habla de capacidad se refiere al manejo de los recursos y a la capacidad instalada con la que una empresa cuenta para poder satisfacer la demanda.

Precio

Cantidad de dinero o de otros objetos con utilidad necesaria para satisfacer una necesidad que se requiere para adquirir un producto/servicio que se ofrece en un mercado.

El precio variará de acuerdo al juego de oferta y demanda, o si éste es regulado por el organismo que lo controla.

Para establecer un precio se deben tomar en cuenta los siguientes factores que podrían afectar en la decisión:

- Precios de venta de la competencia
- Poder adquisitivo de los consumidores
- Reacción esperada de la competencia con la introducción del producto
- Que el producto sea nuevo en el mercado
- Que el producto exista en el mercado pero sea nuevo para la empresa
- La promoción
- La manufactura
- Los canales de distribución que se utilicen
- Versatilidad del producto
- Servicios auxiliares del producto (complementarios)

- Que el producto sea necesario en el mercado.

Estudio Técnico

El Estudio Técnico tiene como objetivo fundamental de proveer de información referente a la parte física de las instalaciones, producción y/o fabricación de un producto, entre los temas constan:

- Maquinaria
- Instalaciones
- Programa de producción
- Distribución física
- Ingeniería en procesos
- Localización de la planta

Todos estos factores una vez determinados se pueden establecer con base firme un proceso de producción confiable.

Elementos del Estudio Técnico

- Descripción del producto
- Descripción del proceso de manufactura elegido
- Determinación del tamaño de planta y programa de producción
- Selección de maquinaria y equipo
- Localización de la planta
- Distribución de planta
- Disponibilidad de materiales
- disponibilidad de maquinaria
- Requerimientos de mano de obra
- Desperdicios
- Flujograma de procesos
- Estimación del costo de inversión y producción de la planta

Localización de la planta

La localización tiene por objetivo analizar los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto, con el fin de determinar el lugar donde se obtenga la máxima ganancia, si es una empresa privada, o el mínimo costo unitario si se trata de un proyecto desde el punto de vista social. Existen ciertos factores que determinan la ubicación, los cuales son llamados fuerzas de localización y se clasifican en 3 categorías:

- Por costos de transferencia a la cuenta de fletes: comprende la suma de costos de transporte de insumos y productos.
- Disponibilidad y costos relativos a los factores de servicios e insumos.
- Otros factores

Ingeniería Básica

Consiste en definir y especificar técnicamente los factores fijos (edificios, equipos, etc.) y los variables (mano de obra, materias primas, etc.) que componen el sistema. En la ingeniería básica es necesario conocer:

- a) Bien o servicio:** Conocer o describir las características de los bienes o los servicios.
- b) Programa de producción:** Indica los índices de rendimiento y la eficiencia de los equipos en términos físicos.
- c) Cálculo de la producción:** Se puede llevar a cabo por dos sistemas:
 - Con base en el mercado: conocer el volumen de producto final que es necesario entregar al mercado.
 - Con base en la materia prima dada: precisar la cantidad de materia prima necesaria para la producción.
- d) Requisitos de mano de obra e insumos.**
- e) Especificación de las características de los equipos a utilizar**
- f) Distribución en planta:** Definido el proceso productivo y los equipos a utilizar, debe hacerse la distribución de los mismos dentro del edificio

Estudio Administrativo-Legal

El Estudio Administrativo consiste en determinar los factores propios de la actividad ejecutiva de la administración que deberá considerar una nueva empresa para su establecimiento.

Así mismo los elementos administrativos tales como la planeación estratégica que defina el rumbo y las acciones a realizar para alcanzar los objetivos de la empresa, por otra parte se definen otras herramientas como el organigrama y la planeación de los recursos humanos con la finalidad de proponer un perfil adecuado y seguir en la alineación del logro de las metas empresariales.

El Estudio Legal es aquel que busca determinar la viabilidad de un proyecto a la luz de las normas que lo rigen en cuanto a la localización, utilización de productos, subproductos y patentes. También toma en cuenta la legislación laboral y su impacto a nivel de sistemas de contratación, prestaciones sociales y demás obligaciones laborales.

Elementos del Estudio Administrativo

a) Antecedentes:

Breve reseña de los orígenes de la empresa y un esquema tentativo de la organización que se considera necesaria para el adecuado funcionamiento administrativo del proyecto.

b) Organización de la empresa

Se debe presentar un organigrama de la institución, donde se muestre su estructura, dirección y control de funciones para el correcto funcionamiento de la entidad.

Los puestos creados deberán contar con los perfiles necesarios para evitar confusiones en la asignación de tareas y hacer más eficiente dicha tarea del individuo en el puesto

c) Aspecto legal:

Investigar todas las leyes que tengan injerencia directa o indirecta en la diaria operación de la empresa: ley de contrato de trabajo; convenios colectivos; leyes sobre impuestos; etc.

d) Aspecto ecológico:

Reglamentos en cuanto a la prevención y control de la contaminación del agua, aire y en materia de impacto ambiental.

e) Marco legal:

Dentro de cualquier actividad en la que se quiera participar existen ciertas normas que se deben seguir para poder operar, las que son obligatorias y equitativas. Entre las principales se encuentran, las siguientes:

- **Mercado:** Legislación sanitaria; contratos con proveedores y clientes; Transporte del producto.
- **Localización:** Títulos de bienes raíces; contaminación ambiental; apoyos fiscales; trámites diversos.
- **Estudio técnico:** Transferencia de tecnología; marcas y patentes; aranceles y permisos.
- **Administración y organización:** Contratación de personal; prestaciones a los trabajadores; seguridad industrial

- **Aspecto financiero y contable:** Impuestos; financiamiento

Estudio Financiero

El Estudio Financiero es en donde se agrupa toda la información cuantitativa de los estudios antes realizados, este se lo clasifica y se lo presenta en estados financieros y sus anexos, lo que permite determinar la viabilidad financiera de un proyecto.

Definición Pantalón Jeans

Este pantalón; es un tipo del pantalón hecho con un tejido de algodón bastante resistente llamado mezclilla o denim. Originalmente esta era una prenda de trabajo, pero a partir de la década de 1950 se empezaron a imponer como prenda juvenil.

Actualmente, los términos blue jean o jeans son anglicismos aceptados por las Academias de la Lengua Española, siempre y cuando se escriban con la grafía adaptada "bluyín" o "yin

Concepto de Calidad

La palabra calidad tiene múltiples significados. De forma básica, se refiere al conjunto de propiedades innatas a un objeto que le confieren la capacidad para satisfacer las necesidades. Por otro lado, la calidad de un producto o servicio es la percepción (subjetivo) que el cliente tiene del mismo, es una fijación mental del consumidor que asume conformidad con dicho producto o servicio y la capacidad del mismo para satisfacer sus necesidades.

Para poder entender la palabra calidad se debe ver los parámetros:

- **Calidad de diseño:** Es el grado en el que un producto o servicio se ve reflejado en su diseño.
- **Calidad de conformidad:** Es el grado de fidelidad con el que es reproducido un producto o servicio respecto a su diseño.
- **Calidad de uso:** El producto ha de ser fácil de usar, seguro, fiable, etc.
- **El cliente es el nuevo objetivo:** La calidad de un producto no se va a determinar solamente por parámetros puramente objetivos sino incluyendo las opiniones de un cliente que usa determinado producto o servicio.

Definición de Procesos de Producción

Es un sistema de acciones que se encuentran interrelacionadas de forma dinámica y que se orientan a la transformación de ciertos elementos. De esta manera, los elementos de entrada (conocidos como factores) pasan a ser elementos de salida (productos), tras un proceso en el que se incrementa su valor. Entre los tipos de procesos destacan los siguientes:

- Por proyecto
- Por pedido
- Continua
- Just in Time – justo a tiempo
- Por Procesos

Hipótesis

Con la elaboración de un Estudio de Factibilidad se determinará la viabilidad financiera para la Creación de una Fábrica de Pantalones jeans en el Cantón la Libertad.

Ho: La creación de una Fábrica de Pantalones Jeans depende de la Viabilidad que demuestre el Estudio de Factibilidad.

Ha: La creación de una Fábrica de Pantalones Jeans no depende de la Viabilidad que demuestre el Estudio de Factibilidad.

Identificación de variables

Variable dependiente

Creación de una fábrica de pantalones jeans en el cantón la libertad

Variable independiente

Estudio de Factibilidad.

CUADRO 1 Operacionalización de las variables

<p>DEPENDIENTE</p> <p>Creación de una Fábrica de Pantalones Jeans en el Cantón La Libertad</p>	<p>Puesta en marcha de un negocio de una actividad industrial-comercial</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Demografía • Ventas • Compras • Principales proveedores • Niveles de precios 	<ul style="list-style-type: none"> • Distribución de datos demográficos • Valor de las ventas en dólares y cantidades • Valor en compras • Historial de precios 	<ul style="list-style-type: none"> • Sexo • Edad • Tiempo en la actividad • Promedio de ventas • Número de empleados • Cantidad de pantalones vendidos • Precio de costo de los pantalones
<p>INDEPENDIENTE</p> <p>Estudio de Factibilidad</p>	<p>El Estudio de factibilidad es el análisis amplio de los resultados financieros, económicos y sociales de una inversión</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Estudio de mercado • Estudio administrativo organizacional • Estudio técnico • Estudio Económico-Financiero 	<ul style="list-style-type: none"> • El producto, el mercado y canales de distribución, precio. • Perfil del empleado, organigrama, funciones, rol • Localización, tamaño del proyecto, maquinaria, insumos, MOD, costos • Elaboración presupuestos, Estados financieros, evaluación financiera. 	<ul style="list-style-type: none"> • Localización de sus proveedores actuales • Esta de acuerdo con la creación de una Fábrica de Jeans en el Cantón La Libertad. • Grado de interés de compra en la Fábrica

Fuente: Matriz operacional de variables
 Elaborado por: Stalin Cañarte Fernández.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO DE ESTUDIO

1.1 ANTECEDENTES DEL PANTALÓN JEANS

El alimento, el alojamiento y vestido son necesidades básicas del hombre. Todas las prendas de vestir están fabricadas de textiles y los alojamientos se hacen más cómodos y atractivos por el uso de estos materiales. Cada individuo está rodeado por textiles desde su nacimiento hasta su muerte. Se camina sobre productos textiles o uno se viste con ellos; los textiles lo protegen del sol, del fuego, del frío.

Los textiles en los vestidos dan apariencia estética y varían en color, diseño y textura. Se dispone de materiales de muy diversos precios. Los textiles siempre cambian, cambian con la moda y para hacer frente a las necesidades del estilo de vida variable de las personas. La industria textil se desarrolló desde ser una artesanía perpetuada por los gremios en los primeros siglos a través de la revolución industrial en los siglos dieciocho y diecinueve, cuando se trataba de mecanizarlo todo con producción masiva, hasta el siglo veinte con su adelanto científico y tecnológico.

En este siglo se desarrollaron fibras artificiales y se crearon hilos con textura modificada. Se desarrollaron nuevos métodos de fabricación de tela y se incrementó la producción de tejidos de punto; se desarrollaron muchos acabados y la producción textil se hizo compleja estableciéndose nuevos sistemas de comercialización. Las fibras artificiales y el planchado permanente han hecho que casi todos los vestidos sean de “cuidado fácil”.

Contribuyen al tacto, textura y aspecto de las telas; influyen y contribuyen en el funcionamiento de las mismas, determinan en un alto grado la cantidad y tipo de servicio que se requiere de una tela y repercuten en su costo.

1.1.1. Reseña histórica del pantalón jeans

El pantalón vaquero, de mezclilla, tejano, yin, pitusa, mahones, jeans (pronunciado /jins/) o blue jean, adaptado al español como bluyín, son un tipo de pantalón hecho con un tejido de algodón bastante resistente llamado mezclilla o denim. Originalmente esta era una prenda de trabajo, pero a partir de la década de 1950 se empezaron a imponer como prenda juvenil. Actualmente, los términos blue jean o jeans son anglicismos aceptados por las Academias de la Lengua Española, siempre y cuando se escriban con la grafía adaptada “bluyín” o “yin”

El primer antecedente de las prendas vaqueras aparece en Génova (Italia) en el siglo XII, el *fustaneum* ('fustán' o fustán genovés; conocido como *gene* en Francia (de Gênes, Génova en francés), de donde derivó en Inglaterra a *jene* y *jean*), por ser originario de Al-Fustat (Egipto), en el tiempo en que ésta era una república independiente y una potencia naval. Se trataba de un tejido resistente de algodón. Los primeros pantalones jeans, como los conocemos hoy, se hicieron para la armada genovesa, porque necesitaban un pantalón de todo-uso para sus marineros que pudiera llevarse tanto seco como mojado, y cuyas perneras se pudieran remangar fácilmente para no entorpecer las piernas al limpiar.

Estos pantalones se podían lavar arrastrándolos en grandes redes bajo el barco y el agua marina los dejaba blancos. Poco después los genoveses se encargaron de teñir la tela en un característico color azul índigo procedente de la India. El primer denim era originario de Nîmes (Francia) y de ahí el nombre. Los pantalones vaqueros o jeans como se los conoce en la actualidad comúnmente se desarrollaron en Estados Unidos alrededor de 1872.

Levi Strauss era por entonces un comerciante que vivía en San Francisco, pensó en utilizar las lonas que se utilizaban en la fabricación de tiendas de campaña para hacer ropas de trabajo a los mineros, ropas que resistieran la vida a la intemperie y el peso en los bolsillos del mineral encontrado, eran todos del color marrón usado para las tiendas y sin bolsillos.

1.1.2. Organización territorial del Cantón La Libertad

1.1.2.1. Geografía

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 montañosos llamado La Caleta. Esta zona es muy seca, por lo que posee pampas salineras y las lluvias son algo escasas.

1.1.2.2. Límites

Los límites es la demarcación de un territorio, es decir el espacio de propiedad del mismo.

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.

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.

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.

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.

1.1.3. Características demográficas del Cantón La Libertad

En el cantón La Libertad viven 95.942 personas según el VII Censo de Población realizado por el INEC en el 2010.

CUADRO 2 Demografía

Demografía	
Hombres	48030
Mujeres	47912
Total	95942

Fuente: INEC 2012

Elaborado por: Stalin Cañarte Fernández

1.1.3.1. Transporte

El transporte cantonal está liderado principalmente por las CIA. Horizonte Peninsular, Transcisa y Trunsa quienes transportan desde el Cantón Santa Elena hasta Salinas, entre los interprovinciales están Liberpesa, CLP, CICA.

1.1.3.2. Avenidas importantes

Avenida Doceava

Avenida Octava

Avenida 9 de Octubre

1.1.3.3. Economía

La Libertad es 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 y el petróleo.

1.1.3.4. Clima

El clima de La Libertad es seco, con escasas precipitaciones pluviométricas que promedian los cien milímetros para los últimos años, considerando los valores extremos anuales de 8,9 para el año 1.968 y 299 milímetros en el año 1971, en la actualidad el buen clima que se vive en el cantón es el imán que atrae a cientos de turistas año a año, tanto nacionales como extranjeros.

1.1.4. Análisis socioeconómico del Cantón La Libertad

La población del cantón es mayoritariamente joven, menor de 20 años, 41.938, que representa el 43,71 % de la población del cantón La Libertad, con una alta tasa de fecundidad, para jóvenes entre 12 y 19 años es de 31.34% y para las jóvenes entre 19 y 25 es de 43.42 %. El nivel de instrucción de la población en el área del proyecto es mayoritariamente secundario, es decir, posee una instrucción media.

Existe una deficiencia en la provisión de servicios para la población. El saneamiento ambiental, agua segura, energía eléctrica y telefonía convencional, son servicios a los cuales no tienen acceso todos los segmentos poblacionales de la urbe, especialmente de los sectores urbanos marginales.

La población que se ubica en el centro urbano, es mejor dotada de los servicios básicos, sobre todo en el sector céntrico y hacia el oeste de la Refinería La Libertad, de igual manera cuenta con un sistema de salud y de educación bastante amplio, sin embargo, no cubre todas las demandas de la población. En cuanto a los niveles de incidencia de la indigencia, en cambio, lucen relativamente bajos.

En lo educativo la presencia de la Universidad Península de Santa Elena, UPSE marca nuevas expectativas para la juventud del cantón y cambia el nivel de migración de los jóvenes para realizar sus estudios universitarios en Quito o Guayaquil.

En el aspecto económico, La Libertad 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, su movimiento es muy dinámico brindando trabajo a la población durante el año, aunque en su mayoría se trata de un comercio informal, que ocasiona un desorden en la ciudad.

Las actividades turísticas asimismo y aunque en menor escala, están siendo potencialmente destinadas hacia el entretenimiento y diversión. En la industria, la refinera de petróleo de La Libertad constituye una actividad que aporta con sus derivados al país, y genera fuentes de trabajo para sus habitantes.

La pesca, constituye otra de las ramas económicas que ha permitido dinamizar la economía local y de la provincia de Santa Elena.

1.1.4.1 PIB del sector textil

La fabricación de productos textiles, prendas de vestir aportan con el 1.9% al PIB del Ecuador es decir con 443.043 miles de Dólares. Podemos decir que es un sector en auge y se puede aprovechar las condiciones actuales para seguir con el crecimiento de la industria en el Ecuador, podríamos incrementar las plazas de trabajo beneficiando a las familias en forma directa e indirectamente.

CUADRO 3 P.I.B Por Actividad Económica

Producto interno bruto por clase de actividad económica	
AÑO	% PIB
2008	2.10
2009	2.00
2010	2.00
2011	1.90
2012	1.90

Fuente: BCE.

Elaborado por: Stalin Cañarte Fernández

1.1.4.6 Inflación

La inflación es medida estadísticamente a través del Índice de Precios al Consumidor del Área Urbana (IPCU), a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de hogares, para determinar el costo de vida anual de las familias, esto sirve al estado para tomar las medidas económicas que regirán al país en un año.

CUADRO 4 P.I.B Histórico

Producto interno bruto histórico	
AÑO	% PIB
2009	5.20
2010	3.56
2011	4.66
2012	5.11
2013	2.27

Fuente: BCE.

Elaborado por: Stalin Cañarte Fernández.

La tasa anual de inflación del Ecuador se desaceleró levemente a 2,27% en los últimos 12 meses hasta agosto, pese a una subida de los precios al consumidor de un 0,17% en el octavo mes del año, esto dado por una economía dolarizada que mantiene el país desde el año 2000.

1.1.5. Procedencia de la materia prima

En el mercado local existen empresas que producen y comercializan tela Jeans a nivel nacional, principal materia prima para el producto de nuestro proyecto, empresas tales como:

- La Internacional, (Ecuador)
- Textil Ecuador, (Ecuador)

Mediante las cuales la empresa podrá adquirir la materia prima necesaria para la confección de pantalones jeans de excelente calidad. Cabe recalcar, que los proveedores cuentan con una amplia experiencia en el mercado y además son reconocidos por la calidad de sus telas.

La disponibilidad de insumos, materias primas y materiales en el sector de la confección de pantalones jeans es amplia ya que se puede encontrar productos de fabricación nacional como importados. Las formas de pago de cada una de estas se las pueden hacer de acuerdo a una negociación, puede ser en efectivo o a crédito.

Los materiales necesarios para la confección de pantalones jeans tales como: botones, cierres, hebillas, remaches y demás, se los podrá adquirir fácilmente, debido a que existen varias empresas que fabrican y comercializan este tipo de insumos, que además se los puede adquirir a precios convenientes y con buena calidad en un alto porcentaje son de importación aunque existen firmas locales que abastecen dentro de ciertos límites de calidad y surtido.

1.1.6. Residuos de materia prima

En la producción de pantalones jeans, existen residuos de tela e hilos que no son peligrosos y por lo tanto no contaminan el medio ambiente, ya que éstos son eliminados a través de camiones recolectores de basura, sin poner en riesgo el entorno dentro del cual se desenvuelve la empresa.

Los retazos de tela incluso se los recicla para la elaboración de relleno de diferentes productos e incluso en la elaboración de colchones, esto se lo comercializa por peso, las personas que realizan esta actividad van directamente a cada empresa y llevan a su planta de fabricación.

Los botones metálicos y cierres, frecuentemente contienen componentes contaminantes; es por esta razón que la empresa tendrá mucho cuidado en la

eliminación de estos desechos, para así no causar daños al ecosistema, estas piezas también se las recicla ya que gran parte de estos contienen cobre y hierro.

Los desperdicios de estas partes no se dan en gran magnitud pero de igual manera se tendrá la responsabilidad necesaria para dar el trato adecuado.

1.2. MARCO LEGAL

El estado ecuatoriano cuenta con numerosas leyes ordinarias que regulan las actividades empresariales de toda empresa que desee instalarse en el territorio ecuatoriano, entre las principales que están:

- **Constitución del Ecuador:** Este es el marco legal superior a cualquier ley en el Ecuador, no esta de manera específica, pero si nos orienta hacia los objetivos que busca el buen vivir.
- **Código orgánico de la producción, comercio e inversiones:** Que regula la creación de negocios y crea un marco jurídico para la cual las empresas han de desenvolverse adaptándose a los fines que persigue el estado ecuatoriano.
- **Ley de compañías:** Aquella que regirá y asesorará sobre los derechos y obligaciones de los socios, según la especie de compañía que se decida crear, mediante común acuerdo de sus socios.
- **Código de Trabajo:** Regula los contratos del personal dela empresa, y las diferentes obligaciones y derechos patronales y de los empleados.
- **Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno (LORTI):** Esta regula todo lo referente a lo tributario, que mantenga en orden su informacion tributaria la misma que debe ser presentada ante en SRI.

1.2.1. Normas ISO

Las Normas ISO son también conocida como NORMAS DE CALIDAD, las empresas deben afrontar que los clientes son cada vez más exigentes, en cuanto a la calidad de los productos, las prestaciones y la fiabilidad. La mejor calidad no es siempre la más cara, si no la que más se adapta en características y precio a las necesidades del cliente.

La organización internacional de normalización (ISO), comenzó a trabajar oficialmente el 23 de febrero de 1947. Su sede está en Ginebra, Suiza. Su misión es promover el desarrollo de la normalización y las actividades relacionadas con todo el mundo, para facilitar el intercambio internacional de bienes y servicios y desarrollar la cooperación en las actividades económicas, tecnológicas, científicas e intelectuales. Por ejemplo: el formato de las tarjetas de crédito, las dimensiones de los contenedores para el comercio internacional, etc.

ISO es una federación mundial de cuerpos nacionales de normalización de 135 países. Es una organización no gubernamental, integrada por un miembro por país. El miembro integrante del ISO es el mas representativo de la normalización en su país. En la Argentina, el miembro de ISO es el Instituto Argentino de Normalizacion (IRAM).

1.2.1.1 ISO 9000

Esta serie de normas hace énfasis en la normalización de la administración de los Sistemas de Calidad, esta compuesta por las siguientes normas:

- **Iso 9000.-** Normas para la administración de la calidad y aseguramiento de la calidad, conformada por las siguientes cuatro (4) partes:

- **Iso 9001.-** Modelo para el aseguramiento de la calidad en el diseño/desarrollo, producción, instalación y servicio.

- **Iso 9002.-** Modelo para el aseguramiento de la calidad en producción e instalación, servicio.
- **Iso 9003.-** Modelo para aseguramiento de la calidad en inspección final y pruebas.
- **Iso 9004.-** Elementos para la gestión de administración de la calidad y lineamientos de sistemas de calidad.

1.2.1.2 ISO 14000

La norma ISO 14000 es un estándar internacional de gestión ambiental, que se comenzó a publicar en 1996, tras el éxito de la serie de normas ISO 9000 para sistemas de gestión de la calidad en la administración y desempeño ambiental, teniendo como objetivo principal que las empresas manejen de manera eficiente los residuos que se producen en la producción de la actividad de la empresa, conformada por los siguientes sub-grupos que detallan de manera más clara la información de esta norma:

- **Iso 14001.-** Sistemas de administración ambiental en una organización, requisitos con el propósito de certificación y registro.
- **Iso 14004.-** Sistemas para la implementación de un Sistema de Administración Ambiental (SAA).
- **ISO 14010.-** Principios generales y directrices para la Auditoría Ambiental.
- **ISO 14011.-** Procedimientos de auditoría, directrices para la Auditoría de Sistemas de Administración Ambiental.
- **ISO 14012.-** Criterios de calificación para los Auditores Ambientales.

1.3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.3.1 Estudio de Factibilidad

Un Estudio de Factibilidad es un 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 así se procede a su desarrollo o implementación.

Este estudio consta de las siguientes partes:

- Estudio de Mercado
- Estudio Técnico
- Estudio Administrativo
- Estudio Legal
- Estudio Financiero

1.3.2 Estudio de Mercado

Malhotra N. (2004), sostiene que “La investigación de mercados es la función que vincula a consumidores, clientes y público con el mercado, mediante información que sirve para identificar y definir las oportunidades y los problemas del marketing.”(Pág. 7). El estudio de mercado consiste en determinar si una determinada idea de negocio tiene viabilidad comercial de una actividad económica. El estudio de mercado consta de 5 grandes análisis importantes:

- Análisis de los Clientes
- Análisis de los Competidores
- Análisis de los Proveedores
- Análisis del Producto
- Análisis de los Canales de Comercialización

1.3.2.1 Producto

Conjunto de atributos tangibles e intangibles, que incluye entre otras cosas: empaque, color, formato, precio, calidad y marca. Un producto puede ser un bien, un servicio, un lugar, una persona o una idea.

Es importante identificar cual será el producto y cual o cuales sus subproductos, señalar la existencia y características de los productos que sustituyan a los del proyecto en desarrollo, de acuerdo con las características de los productos del proyecto, precisar si su uso está condicionado a la existencia de otro producto en el mercado.

1.3.2.2 Mercado

Área en que confluyen las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados. Se pretende mediante este estudio generar una idea del mercado en el que se va a colocar el producto o brindar el servicio.

1.3.2.3 Demanda

Cantidad del bien o del servicio que es solicitado por el cliente. Depende de la demanda la cantidad de bien o servicio a producir o brindar.

1.3.2.4 Oferta

Capacidad que se tenga para satisfacer la demanda. Cuando se habla de capacidad se refiere al manejo de los recursos y a la capacidad instalada de la competencia.

1.3.2.5 Precio

Cantidad de dinero o de otros objetos con utilidad necesaria para satisfacer una necesidad que se requiere para adquirir un producto/servicio.

El precio variará de acuerdo al juego de oferta y demanda, o si éste es regulado por el organismo que lo controla.

Para establecer un precio se deben tomar en cuenta los siguientes factores:

- Precios de venta de la competencia
- Poder adquisitivos de los consumidores
- Reacción esperada de la competencia con la introducción del producto
- Que el producto sea nuevo en el mercado
- Que el producto exista en el mercado pero sea nuevo para la empresa
- La promoción
- La manufactura
- Los canales de distribución que se utilicen
- Versatilidad del producto
- Servicios auxiliares del producto (complementarios)

1.3.3 Estudio Técnico

El Estudio Técnico tiene como objetivo fundamental de proveer de información referente a la producción y/o fabricación de un producto, entre los temas constan:

- Maquinaria
- Instalaciones
- Programa de producción
- Distribución física
- Ingeniería en procesos
- Localización de la planta

Todos estos factores una vez determinados se pueden establecer con bases firme un proceso de producción confiable.

1.3.3.1 Alcance del Estudio Técnico.

El estudio de ingeniería debe llegar a determinar la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para la producción del bien o servicio deseado.

El cálculo de los costos de operación, de mano de obra, insumos diversos, reparaciones, mantenimiento y otros, se obtendrá directamente del estudio del proceso productivo seleccionado.

El estudio técnico, no se realiza en forma aislada del resto. El estudio de mercado definirá ciertas variables relativas a características del producto, demanda proyectada a través del tiempo, estacionalidad en las ventas, abastecimiento de materias primas y sistema de comercialización adecuado, entre otras, información que deberá tomarse en consideración al seleccionar el proceso productivo.

1.3.3.2 Elementos de Estudio Técnico

- Descripción del producto
- Descripción del proceso de manufactura elegido
- Determinación del tamaño de planta y programa de producción
- Selección de maquinaria y equipo
- Localización de la planta
- Distribución de planta
- Disponibilidad de materiales e instalaciones
- Requerimientos de mano de obra
- Desperdicios
- Estimación del costo de inversión y producción de la planta

1.3.3.3 Localización de la Planta

Al estudiar la localización de un proyecto se puede concluir que hay más de una solución factible adecuada, y más todavía cuando el análisis se realiza en nivel de pre-factibilidad, donde las variables relevantes no son calculadas en forma concluyente.

De igual manera, una localización que se ha determinado como óptima en las condiciones vigentes puede no serlo en el futuro. Por tanto, la selección de la ubicación debe tener en cuenta su carácter definitivo o transitorio y optar por aquella que permita obtener el máximo rendimiento del proyecto.

1.3.3.4 Factores de Localización

Los factores que influyen más comúnmente en la decisión de la localización de un proyecto son los siguientes:

1. Medios y costos de transporte
2. Disponibilidad y costo de mano de obra
3. Cercanía de las fuentes de abastecimiento
4. Factores ambientales
5. Cercanía del mercado
6. Costo y disponibilidad de terrenos
7. Topografía de suelos
8. Estructura impositiva y legal
9. Disponibilidad de agua, energía y otros suministros

10. Comunicaciones

11. Posibilidad de desprenderse de desechos

1.3.3.5 Métodos de Localización

La elección del método es de vital importancia para la localización de la planta, ya que cada uno se analiza desde varios puntos de vista, a continuación se detallan los más comunes:

- Métodos de evaluación por factores no cuantificables
 - ✓ Método de antecedentes industriales
 - ✓ Criterio preferencial
 - ✓ Criterio del factor dominante
- Método cualitativo por puntos
- Método de Brown y Gibson

1.3.3.6 Ingeniería básica

Consiste en definir y especificar técnicamente los factores fijos (edificios, equipos, etc.) y los variables (mano de obra, materias primas, etc.) que componen el sistema. En la ingeniería básica es necesario conocer:

1.3.3.7 Cálculo de la producción:

Se puede llevar a cabo por dos sistemas:

- **Con base en el mercado:** conocer el volumen de producto final que es necesario entregar al mercado.
- **Con base en la materia prima dada:** precisar la cantidad de materia prima necesaria para la producción.

1.3.4 Estudio Administrativo - Organizacional

El Estudio Administrativo consiste en determinar los factores propios de la actividad ejecutiva de la administración que deberá considerar una nueva empresa para su establecimiento.

Así mismo los elementos administrativos tales como la planeación estratégica que defina el rumbo y las acciones a realizar para alcanzar los objetivos de la empresa, por otra parte se definen otras herramientas como el organigrama y la planeación de los recursos humanos con la finalidad de proponer un perfil adecuado y seguir en la alineación del logro de las metas empresariales.

Finalmente se muestra el aspecto legal, fiscal, laboral y ecológico que debe tomar en cuenta toda organización para iniciar sus operaciones.

1.3.4.1 Misión

Es la razón de ser de la empresa, el motivo por el cual existe. Así mismo es la determinación de la/las funciones básicas que la empresa va a desempeñar en un entorno determinado para conseguir tal misión.

1.3.4.2 Visión

Se refiere a lo que la empresa quiere crear, la imagen futura de la organización, la importancia de la visión radica en que es una fuente de inspiración para el negocio, representa la esencia que guía la iniciativa, de él se extraen fuerzas en los momentos difíciles y ayuda a trabajar por un motivo y en la misma dirección a todos los que se comprometen en el negocio.

1.3.4.3 Estructura Organizacional

La estructura organizacional se refiere a la forma en que se dividen, agrupan y coordinan las actividades de la organización en cuanto a las relaciones entre los

gerentes y los empleados, entre gerentes y gerentes y entre empleados y empleados. Los departamentos de una organización se pueden estructurar, formalmente, en tres formas básicas: por función, por producto/mercado o en forma de matriz.

➤ **Por función**

Este tipo de estructura es la más empleada, en ella los departamentos o áreas funcionales representan tareas sustantivas de la empresa, como es realmente muy simple, se utiliza en empresas que trabajan en condiciones estables y que tengan pocos productos o servicios y que sus tareas sean rutinarias.

Lo importante de esta estructura es que agrupa a personas que tienen una posición similar dentro de la organización o que desarrollan funciones semejantes, utilizando recursos y habilidades del mismo estilo.

➤ **Por Producto/Mercado**

Se presenta en las organizaciones que agrupan las actividades con base en los productos o servicios que comercializan. Es muy común verla en empresas que tienen gran cantidad de productos y que por ser estos tan extensos resulta incontrolable organizarse como en el caso anterior.

Las empresas adoptan este tipo de estructura cuando el crecimiento hace indispensable que se nombre a varios gerentes divisionales, con autoridad sobre las funciones de producción, ventas y servicio respecto a sus líneas de productos.

➤ **Forma de Matriz**

La estructura matricial agrupa a las personas simultáneamente por funciones y divisiones; es decir, combina las estructuras funcional y divisional.

El objetivo principal de este tipo de estructuración es la de buscar la mayor integración de recursos especializados, lo cual es de gran utilidad cuando se desarrollan proyectos con tiempo definidos, en cuanto a su elaboración o entrega.

A diferencia de los demás tipos de estructuras organizacionales, ésta no es aplicable en cualquier tipo de empresa, ya que está pensada para desarrollarse en aquellas que trabajan en proyectos.

1.3.5 Estudio Financiero

El Estudio Financiero es en donde se agrupa toda la información cuantitativa de los estudios antes realizados, este lo clasifica y lo presenta en estados financieros y sus anexos, lo que permite determinar la viabilidad financiero de un proyecto.

1.3.5.1 Período de Recuperación (Payback – PB)

El período de recuperación es el plazo que transcurre antes de que se recupere el costo original (A) de una inversión a partir de los flujos de efectivo esperados.

Este es el método más sencillo y quizás el método formal más antiguo utilizado para evaluar los proyectos de presupuesto de capital.

- Si los flujos netos son constantes $Q_1 = Q_2 = Q_3 = \dots = Q_n$ el período o plazo de recuperación viene dado por: $p = A / Q$
- Si los flujos de caja no son constantes, el período de recuperación se calcula acumulando los sucesivos flujos de caja hasta que la suma sea igual al desembolso inicial.

Según este criterio, el proyecto es conveniente cuando el período de recuperación es menor que el horizonte económico de la inversión, dado que se recupera la inversión inicial antes de finalizado el plazo total.

1.3.5.2 Valor Presente Neto (VPN)

El método del valor presente (VPN) es utilizado para evaluar las propuestas de las inversiones de capital, mediante la determinación del valor presente de los flujos

netos futuros de efectivo, descontados a la tasa de rendimiento requerida por la empresa. Se basa en las técnicas del flujo de efectivo descontado (FED), es decir, consideran el valor del dinero a través del tiempo.

Para calcular el VPN de un proyecto de inversión debe determinar el VPN de todos los flujos futuros de efectivo que se espera que genere un proyecto, y luego sustraer (añadir el flujo de efectivo negativo) la inversión original (su costo original) para precisar el beneficio neto que la empresa obtendrá del hecho de invertir en el proyecto.

El VPN se calcula por medio de la siguiente ecuación:

$$VPN = -A + \sum_{t=1}^n \frac{Q_t}{(1+k)^t}$$

1.3.5.3 Tasa Interna de Retorno (TIR)

La tasa interna de rendimiento (TIR) es la tasa de descuento que obliga al valor presente de los flujos de efectivo esperados de un proyecto igualar su costo inicial. La tasa interna de rendimiento (TIR) es similar al rendimiento de vencimiento (RAV) de un bono.

En tanto la tasa interna de rendimiento del proyecto, TIR, la cual es su rendimiento esperado, sea mayor que la tasa de rendimiento requerida por la empresa para tal inversión, el producto será aceptable.

Se puede utilizar la siguiente fórmula para calcular la TIR de un proyecto:

$$VPN = -A + \sum_{t=1}^n \frac{Q_t}{(1+TIR)^t} = 0$$

Sí la TIR es mayor que su tasa esperada de rendimiento, y si esta es superior a los costos de los fondos empleados para financiar el proyecto, después de recuperar los fondos, resulta un sobrante que se acumula para los accionistas de la empresa.

Por otro lado, si la TIR es inferior a los costos de los fondos, llevar a cabo el proyecto impone un costo a los accionistas.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

En el presente capítulo se describe el diseño metodológico empleado en el trabajo de investigación, precisando el tipo y método de investigación, las técnicas e instrumentos, la población y muestra considerada para el desarrollo de nuestro trabajo.

La investigación que se realizó en la elaboración del proyecto será de tipo descriptivo, no se limitará a la recolección de información sino que esta investigación nos permitirá establecer relaciones entre dos o más variables con el fin de llegar a una conclusión para utilizarla y resolver el problema planteado.

Las técnicas e instrumentos juegan un papel fundamental, consideradas de gran utilidad para nuestro trabajo de investigación, es así que se utilizará la Encuesta. La misma que es una herramienta que nos proporciona información primaria, este es el medio más adecuado para conformar información descriptiva. Mediante este mecanismo obtendremos información sobre el conocimiento, los gustos, preferencias o el comportamiento de compra del consumidor.

La población y muestra considerada para la realización de las encuestas es el **muestreo probabilístico aleatorio simple** porque se utilizó en poblaciones que se caracteriza por que sus elementos presentan homogeneidad, en esta muestra son los comerciantes de pantalones jeans del Centro Comercial “Buenaventura Moreno”, del Cantón La Libertad. Provincia de Santa Elena.

2.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El diseño de la Investigación para la aplicación del estudio de factibilidad para la creación de una Fábrica de Pantalones Jean en el Cantón La Libertad fueron los

dos enfoques el cuantitativo y cualitativo son paradigmas de la investigación científica, pues ambos emplean procesos cuidadosos, sistemáticos y empíricos en su esfuerzo por generar conocimiento y utilizan, en general, cinco fases similares y relacionadas entre sí.

2.1.1 Investigación Cualitativa

La metodología cualitativa, como indica su propia denominación, tiene como objetivo la descripción de las cualidades de un fenómeno. Busca un concepto que pueda abarcar una parte de la realidad. No se trata de probar o de medir en qué grado una cierta cualidad se encuentra en un cierto acontecimiento dado, sino de descubrir tantas cualidades como sea posible.

Pérez Serrano (2008); “La investigación cualitativa se considera como un proceso activo, sistemático y riguroso de la indagación dirigida en el cual se toman decisiones sobre lo investigable en tanto está en el campo de estudio. El foco de atención de los investigadores está en descripciones detalladas de situaciones, eventos, personas, interacciones y comportamientos que son observables incorporando la voz de los participantes, sus experiencias, actitudes, creencias y reflexiones tal como son esperadas por ellos mismos” Pág. 46

Esta investigación se la usó para determinar los problemas en base a la observación y determinación de la propuesta, así mismo sirvió para el análisis e interpretación de los datos obtenidos en el cuestionario de preguntas.

2.1.2 Investigación Cuantitativa

Hurtado y Toro (1998). "Dicen que la investigación Cuantitativa tiene una concepción lineal, es decir que haya claridad entre los elementos que conforman el problema, que tenga definición, limitarlos y saber con exactitud donde se inicia el problema, también le es importante saber qué tipo de incidencia existe entre sus elementos".

La investigación cuantitativa se la desarrolló en la tabulación de las encuestas realizadas a los comerciantes de pantalones jeans en el Cantón La Libertad, la misma que se representó en tablas de datos y en gráficos, esto para una mejor apreciación de los datos obtenidos en el cuestionario.

2.1.3 Diferencia entre la Investigación Cualitativa y Cuantitativa

CUADRO 5 Diferencia entre I. Cualitativa y Cuantitativa

Investigación cualitativa	Investigación cuantitativa
Centrada en la fenomenología y comprensión	Basada en la inducción probabilística del positivismo lógico
Observación naturista sin control	Medición penetrante y controlada
Subjetiva	Objetiva
Inferencias de sus datos	Inferencias más allá de los datos
Exploratoria, inductiva y descriptiva	Confirmatoria, inferencial, deductiva
Orientada al proceso	Orientada al resultado
Datos "ricos y profundos"	Datos "sólidos y repetibles"
No generalizable	Generalizable
Holista	Particularista
Realidad dinámica	Realidad estática

Fuente: Hurtado y Toto (1998)

Elaborado por: Stalin Cañarte Fernández.

2.2 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

Para el desarrollo del trabajo de titulación se utilizarán los siguientes tipos de investigación:

2.2.1 Investigación Documental

Este tipo de investigación se la realizo apoyándose en fuentes de carácter documental, esto es, en documentos de cualquier especie.

Moran Delgado G. y Alvarado D. (2010), sostienen que “La investigación documental se basa en la información acumulada en documentos” (Pág., # 8)

Como subtipos de esta investigación están la investigación bibliográfica, la hemerográfica y la archivística; la primera se la realizó por la consulta de libros, la segunda en artículos o ensayos de revistas y periódicos que sirvieron el desarrollo de la propuesta, y la tercera en documentos que se encuentran en los archivos, como cartas, oficios, circulares, expedientes que registraban en la Cámara de Comercio y la Administración de Centro Comercial Buenaventura Moreno.

2.2.2 Investigación de Campo

Este tipo de investigación se apoya en informaciones que provienen entre otras, de entrevistas, cuestionarios, encuestas y observaciones. En esta se obtiene la información directamente en la realidad en que se encuentra, por lo tanto, implicó observación directa y un acercamiento a la realidad de la propuesta, se basó en esta investigación para la realización principalmente de la encuesta

Moran Delgado G. y Alvarado D. (2010), sostienen que “La investigación de campo se caracteriza porque el mismo objeto de estudio sirve de fuente de información” (Pág.#8)

2.2.3 Investigación Experimental

Es la investigación en la que se obtuvo la información por medio de la observación de los hechos, y que se encuentra dirigida a modificar la realidad con el propósito de estudiarla en circunstancias en las que normalmente no se

encuentran, con el fin de describir y analizar lo que ocurriría en determinadas condiciones, como se conoce la observación también es técnica de recolección de datos, y en muchas ocasiones ésta recoge información más precisa al fenómeno que este aconteciendo.

2.3 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

A continuación se determinarán los métodos que se utilizaron en esta investigación con la finalidad de conseguir la constatación de la hipótesis planteada, por lo que se han establecido los siguientes métodos a utilizar:

- Método Analítico
- Método Sintético
- Método Deductivo

2.3.1 Método Analítico

Este método de investigación se lo utilizó en la separación de un todo (problema general), es decir se lo descompuso en sus partes o elementos con el objetivo de poder observar las causas y efectos, puesto que es fue conocer la naturaleza del fenómeno y objetivo que se estaba estudiando de tal forma poder establecer nuevas teorías.

Moran G. y Cervantes D. (2010), sostiene que “El Método Analítico, es un proceso cognoscitivo que consiste en descomponer un objeto de estudio mediante a separación de cada una de las partes del todo para estudiarlas en forma individual”. (Pág. # 12)

2.3.2 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.

Bernal Cesar A. (2010) afirma que “El método sintético integra los componentes dispersos de un objeto de estudio para estudiarlo en su totalidad” (Pág. # 60)

2.3.3 Método Deductivo

Para el trabajo de titulación, se manejó este método necesario porque va de lo general a lo particular de tal forma que se puede decir que el método deductivo parte de los datos generales aceptados como valederos, que ayudo a 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.

Bernal Cesar A. (2010) afirma que “Método de razonamiento que consiste en tomar conclusiones generales para obtener explicaciones particulares. El método se inicia con el análisis de los postulados, teoremas, leyes principios, etc., de aplicación universal y de comprobada validez, para aplicarlos a soluciones o hechos particulares” (Pág. # 59)

2.4 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

Para el desarrollo de la investigación se usó las dos principales fuentes de información:

- Fuentes Primarias
- Fuentes Secundarias

Las Fuentes Primarias

Méndez Álvarez Carlos E. (2006) afirma que “Es posible que el desarrollo de la investigación propuesta dependa de la

información que el investigador debe recoger directamente. Cuando esto sucede, se habla de la fuente primaria, e implica utilizar técnicas y procedimientos que suministren la información adecuada”. (Pág. # 250)

Es la información oral o escrita que será recopilada a través de los relatos o escritos, para esta fuente utilizaremos las siguientes técnicas:

- Observación
- Encuestas/ Cuestionario

Observación, se utilizó esta técnica porque mientras se hace el recorrido en las microempresas se fijara el fenómeno (problema) y así se procederá a recolectar la información y a registrarla para su posterior análisis.

Encuesta, se la usó con las personas que nos dio en la muestra para la obtención de información referente al problema por medio del Cuestionario de preguntas que se empleara. (**Ver anexo #12**)

Fuentes Secundarias

Michael R. Czinkota, Iilkka A. Ronkainen (2008), manifiestan “Se debe hacer una evaluación de la calidad de los datos reales, la que debe incluir que se determine la precisión, confiabilidad y actualidad de los mismos, es obvio que los datos que no están actualizados pueden empeorar en lugar de mejorar el proceso de toma de decisiones. Además también hay que considerar la compatibilidad y posibilidad de comparación de los datos”. (Pág. 252).

También se ha manejado las **fuentes secundarias**, ya que muchas veces no solo bastan con los primarios y es necesario acceder a las secundarias, entre las cuales se usarán las siguientes:

- Libros
- Revistas
- Otros (Internet)

Libros, para la obtención del planteamiento, justificación del problema y marco teórico se ha buscado gran información en libros como Metodología de Investigación, Administración entre otros.

Revistas, es una fuente que se obtiene poca información pero igual se ha tomado en cuenta ya que en ocasiones se encontró información interesante y de interés para el estudio.

Otros, otros recursos para la obtención de datos fue el Internet, ya que hay podemos encontrar libros o modelos de investigación que nos guio a realizar la investigación para el desarrollo de la propuesta.

2.5 POBLACIÓN Y MUESTRA

2.5.1 Población

La población para el estudio, se la definió como los 120 Comerciantes de pantalones JEANS en el Cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena en el año 2013.

CUADRO 6 Datos de Mercado

DATOS DE MERCADO	
GEOGRAFÍA	
PAÍS	ECUADOR
PROVINCIA	SANTA ELENA
CANTÓN	LA LIBERTAD
SECTOR	COMERCIAL
DEMOGRAFÍA	
GENERO	MASCULINO
EDAD	18-60
NIVEL DE INGRESOS	MEDIO – BAJO

Fuente: Datos del mercado

Elaborado por: Stalin Cañarte Fernández.

“Población es la totalidad de elementos o individuos que tienen ciertas características similares y sobre las cuales desean hacer inferencia”. (Pág. # 160)

2.5.2 Muestra

La muestra que se determinó para el estudio fue de 90 encuestados, a los mismos que se realizó el cuestionario de preguntas.

Albert M. (2007), determina: La muestra es un subconjunto de la población de interés (sobre el cual se habrán de recolectar los datos y definir o delimitar de antemano con precisión) que tiene que ser representativo de esta, ya que al investigador le interesa que los resultados encontrados en la muestra logren generalizarse o extrapolarse a la población, para lo cual debe ser elegida por el procedimiento del muestreo. (Pág. 61)

Conociendo los tipos de muestreo que existen como:

- Muestreo Probabilístico
- Muestre no Probabilístico: Por conveniencia, por criterio, por cuota

Como lo determina (Carlos Méndez - Metodología de la Investigación- Edición 2006 – pág. 284-285)

Conociendo esto se usara el muestreo probabilístico aleatorio simple.

Muestreo aleatorio simple.- Es un tipo de muestreo probabilístico bastante sencillo. Se utiliza en poblaciones que se caracteriza por que sus elementos presentan homogeneidad, especialmente en las características que son de interés para la investigación.

Formula

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

Dónde:

n = Tamaño de muestra

Z = Nivel de confiabilidad

P = Probabilidad de éxito

Q = Probabilidad de fracaso

N = Población

e = Margen de error

Es así que aplicar la formula obtuvimos los siguientes resultados que se muestran a continuación en el siguiente cuadro:

CUADRO 7 Muestreo

N	Población	118
p	Probabilidad de éxito	50%
q	Probabilidad de fracasó	50%
Z	Nivel de confianza	1,96
e	Margen de error	5%
n	Tamaño de la muestra	90

Fuente: Carlos Méndez (2006)
Elaborado por: Stalin Cañarte Fernández

2.6 PROCEDIMIENTO Y PROCESAMIENTO.

2.6.1 Procedimiento

El procedimiento es una serie de pasos que rigen la ejecución de una instrucción, un proceso es un conjunto de operaciones o instrucciones que llevan a un fin que se está repitiendo. Un procedimiento es un conjunto de acciones u operaciones que tienen que realizarse de la misma forma. Para realizar el tratamiento de la información se procesan los datos para describir las distintas operaciones a las que serán sometidos en la investigación. Por lo que se efectuará:

- Búsqueda de la Información.
- Elaboración de Problema.
- Formulación del Problema.
- Planteamiento de la Justificación.
- Elaboración del Marco Teórico.
- Formulación de la Metodología
- Elaboración del Instrumento de Investigación.
- Gestión y apoyo Institucional.
- Aplicación de Instrumentos.
- Recolección de Datos

Los procesos que se desarrollaron en la presente investigación, fue analizando un conjunto de estrategias, técnicas y análisis que lograron llevar a cabo la investigación, que provoca un fácil entendimiento, y permite comprender los datos determinando por sí mismo la validez y confiabilidad de las conclusiones y recomendaciones presentadas, este procedimiento se lo aplicó en la elaboración del anteproyecto de investigación

2.6.2 Procesamiento

Por procesamiento de datos se entienden habitualmente las técnicas eléctricas, electrónicas o mecánicas usadas para manipular datos para el empleo humano o de máquinas. Por supuesto, dado que se ha avanzado mucho en la comparación entre computadoras y cerebros, ¿por qué no invertir la situación y afirmar que el cerebro es capaz de procesar datos.

Da lugar a la evaluación de la información o datos obtenidos de encuestas. Se realizó la obtención de resultados procesando, primero la tabulación de forma manual con ayuda de una hoja de cálculo (Microsoft Excel), para cuantificar y agrupar las repuestas del respectivo cuestionario, la misma hoja de cálculo sirvió

para realizar la ilustración de los resultados en gráficos con su respectivo análisis de los mismos.

Los procesos que se desarrollaron en la presente investigación son los siguientes:

- Ordenamiento de los Datos.
- Organización y Tabulación de Datos.
- Elaboración de tablas y gráficos estadísticos.
- Análisis e Interpretación de datos.
- Establecimiento de las conclusiones.
- Establecimiento de las Recomendaciones.
- Construcción de la propuesta.
- Revisión de la Propuesta.
- Entrega del Informe Final y sustentación.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

En el presente capítulo muestran los resultados de nuestra investigación, que comprende análisis e interpretación de los resultados, de la encuesta. Instrumento que fue aprobado y se procedió a realizarlo.

Para poder analizar e interpretar los resultados, se recopila la información luego se procesa de acuerdo a las técnicas e instrumentos utilizados durante el proceso de investigación, del Proyecto de Factibilidad para la Creación de una Fábrica de pantalones Jeans, en el Cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena.

Es así que se procede al análisis e interpretación de los resultados, se ordenan los datos obtenidos del procesamiento de la información mediante la utilización del programa Excel para la respectiva tabulación de los datos en función de cada uno de los ítems y posteriormente presentarlos por medio de gráficos y tablas.

Luego de haber procedido a el análisis de cada una de las preguntas; se plantea las recomendaciones y conclusiones de la información que se procesó, en Excel como mencionamos anteriormente.

Mencionamos como punto importante que las encuestas que se realizaron para la obtención de información; fueron planteadas a los comerciantes del Centro Comercial “Buenaventura Moreno”, del Cantón La Libertad.

Esta información que se obtuvo será de gran importancia, nos dará lugar a tener una visión clara de las posibilidades existentes, de aceptación por parte de los comerciantes de pantalones jeans. Básicamente si nuestra propuesta de trabajo tiene la aceptación esperada.

3.1 ANÁLISIS Y RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS DIRIGIDA A COMERCIANTES DE PANTALONES JEANS.

1. Género

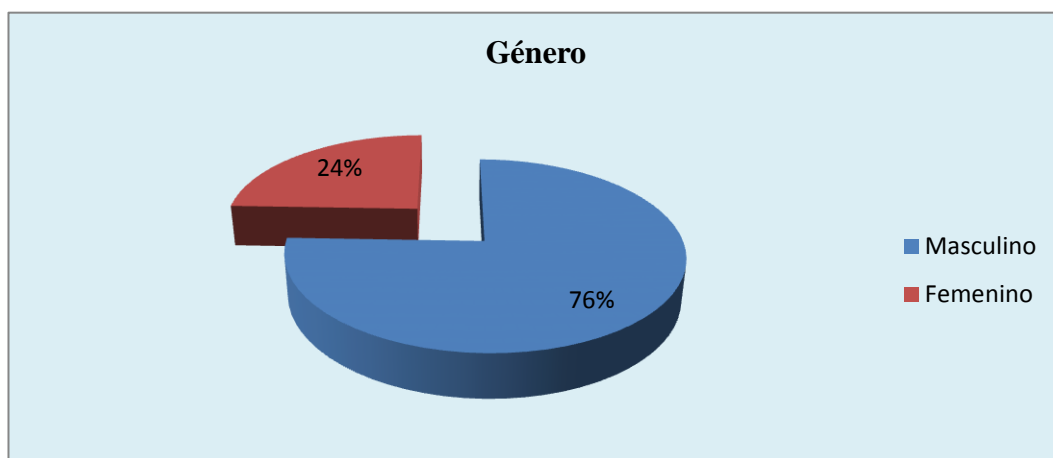
TABLA1Género

Género		
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Masculino	68	76%
Femenino	22	24%
TOTAL	90	100%

Fuente: Comerciantes del Buenaventura Moreno

Elaborado por: Stalin Cañarte Fernández

GRÁFICO 1 Género



Fuente: Comerciantes del Buenaventura Moreno

Elaborado por: Stalin Cañarte Fernández.

Aplicamos el instrumento como es la encuesta, para obtener información relevante para nuestro trabajo investigativo; el mismo que ayudó a obtener datos importantes. De acuerdo a la variable género; cómo podemos observar en la siguiente gráfica, del total de los 90 comerciantes del Comercial Buenaventura Moreno encuestados, según al análisis estadístico el 24% que representan a (22 comerciantes) son del sexo Femenino que se dedican a la actividad de comercializar pantalones jeans, mientras que el 76% equivalente a (68 comerciantes) pertenecen al sexo masculino.

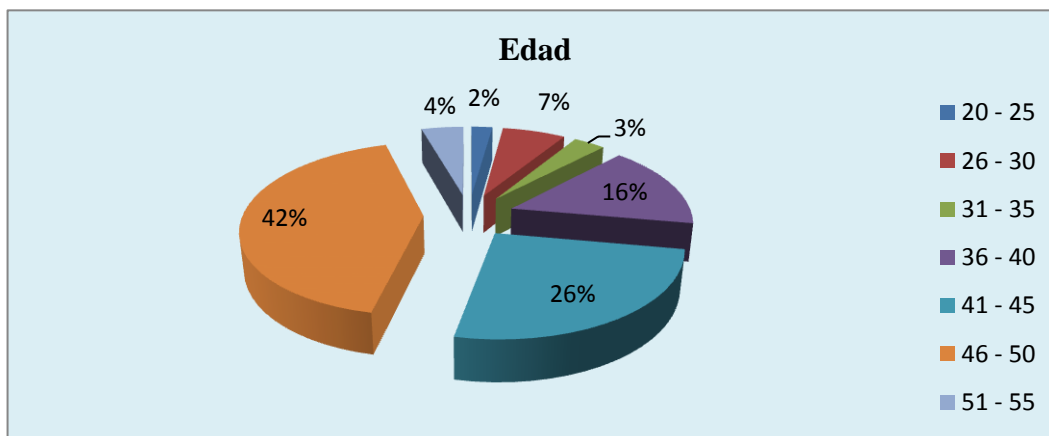
2. Edad

TABLA2 Edad

EDAD		
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
20 - 25	2	2%
26 - 30	6	7%
31 - 35	3	3%
36 - 40	14	16%
41 - 45	23	26%
46 - 50	38	42%
51 - 55	4	4%
TOTAL	90	100%

Fuente: Comerciantes del Buenaventura Moreno
Elaborado por: Stalin Cañarte Fernández

GRÁFICO 2 Edad



Fuente: Comerciantes del Buenaventura Moreno
Elaborado por: Stalin Cañarte Fernández

Dentro de la encuesta, que fue dirigida a los comerciantes del Centro Comercial “Buenaventura Moreno”, tenemos como ítem la edad de los comerciantes; podemos observar luego de realizar el análisis estadístico, que la gráfica nos arroja los siguientes datos: que del total de los 90 encuestados, en el rango de 20 – 25 años el 2% equivalente a (2 comerciantes) están entra esa edad. Mientras que los datos más relevantes en cuanto edad tenemos que 26% están entre la edad de 41^a 45 años y el más significativo es del 42% que se ubican en la edad de 46 a 50 años.

3. ¿Qué tiempo lleva realizando la actividad de comercializar pantalones jeans?

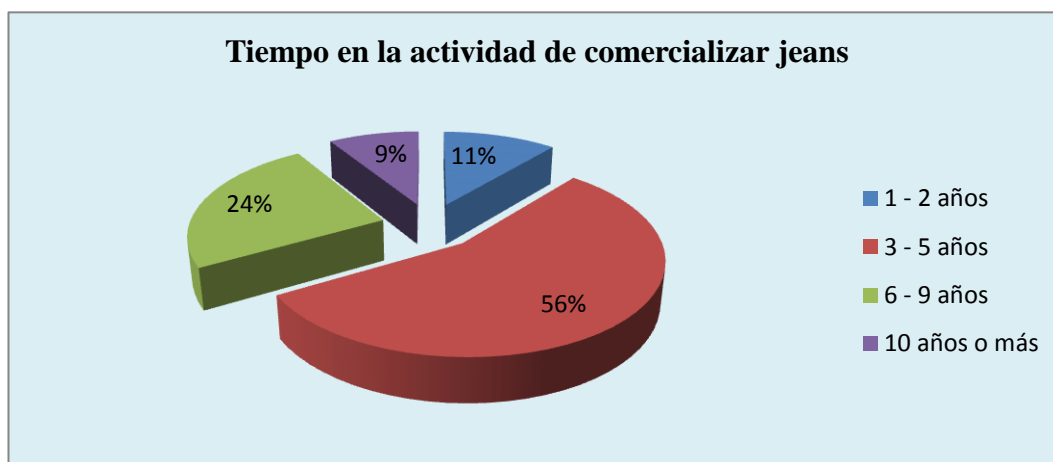
TABLA3 Tiempo en la actividad de comercializar jeans

NÚMERO DE PREGUNTA	Tiempo en la actividad de comercializar jeans		
	ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	1 - 2 años	10	11%
	3 - 5 años	50	56%
	6 - 9 años	22	24%
	10 años o más	8	9%
	TOTAL	90	100%

Fuente: Comerciantes del Buenaventura Moreno

Elaborado por: Stalin Cañarte Fernández

GRÁFICO 3 Tiempo en la actividad de comercializar jeans



Fuente: Comerciantes del Buenaventura Moreno

Elaborado por: Stalin Cañarte Fernández

Según los datos que arrojaron en las encuesta que se les realizó a los comerciantes, con respecto a esta interrogante del tiempo que llevan dedicándose a la actividad de comercializar pantalones jeans; la gráfica nos demuestra que los comerciantes el 11%, equivalente a (10 comerciantes) se dedica a esta actividad entre el rango de 1 a 2 años; el 56% (50 comerciantes) está ubicado en el rango de 3 a 5 años siendo el porcentaje más representativo; el 24% (22 comerciantes) lleva el tiempo de 6 a 9 años; y el 9% (8 comerciantes) se dedican a esta actividad entre 10 años a más.

4. ¿Cuál es su promedio de ventas mensuales?

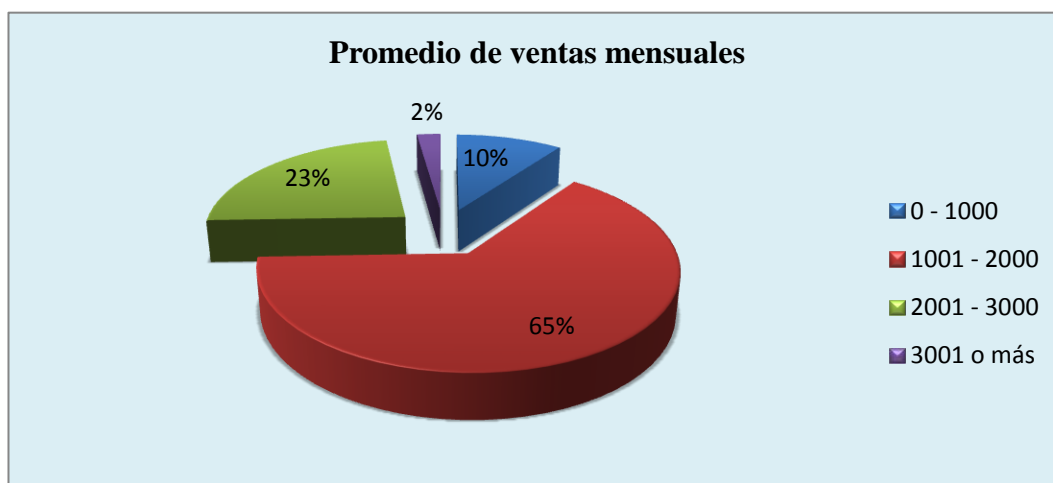
TABLA4 Promedio de ventas mensuales

NÚMERO DE PREGUNTA	Promedio de ventas mensuales		
2	ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
	0 - 1000	9	10%
	1001 - 2000	58	64%
	2001 - 3000	21	23%
	3001 o más	2	2%
	TOTAL	90	100%

Fuente: Comerciantes del Buenaventura Moreno

Elaborado por: Stalin Cañarte Fernández

GRÁFICO 4 Promedio de ventas mensuales



Fuente: Comerciantes del Buenaventura Moreno

Elaborado por: Stalin Cañarte Fernández

En base a los datos que reflejan en la tabla y en la gráfica nos demuestra que el 10%, representado por (9 comerciantes) encuestados indican que su promedio de ventas mensuales está en el rango de 0 – 1000; el 65% (58 comerciantes) dato más representativo afirmó que su promedio de ventas se ubica en 1001 – 2000, el 23 % (21 comerciantes) se ubica en el rango de 2001 – 3000, y del porcentaje restante del 2% (2 comerciantes). Así se conoce que el promedio de ventas de los comerciantes de pantalones jeans va de 1001 a 2000 un dato muy importante para nuestro trabajo.

5. ¿Cuánto empleados laboran en su negocio?

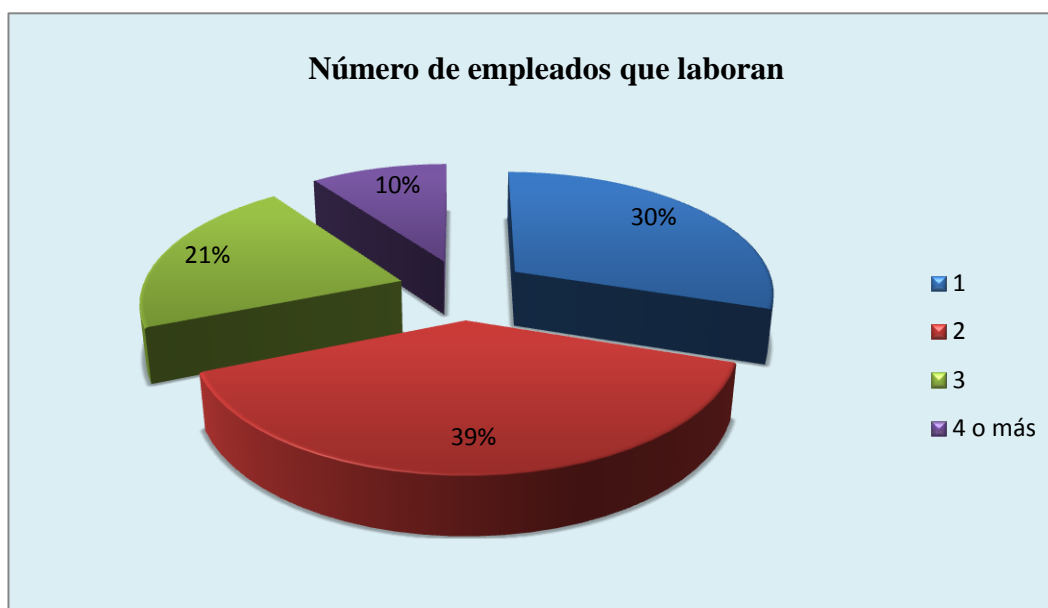
TABLA 5 Número de empleados que laboran

NÚMERO DE PREGUNTA	Número de empleados que laboran		
	ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
3	1	27	30%
	2	35	39%
	3	19	21%
	4 o más	9	10%
	TOTAL	90	100%

Fuente: Comerciantes del Buenaventura Moreno

Elaborado por: Stalin Cañarte Fernández

GRÁFICO 5 Número de empleados que laboran



Fuente: Comerciantes del Buenaventura Moreno

Elaborado por: Stalin Cañarte Fernández

Según el análisis estadístico, la tabla y los datos de la gráfica nos demuestran que los datos que se obtuvieron de los 90 comerciantes encuestados, arrojan que el 30% representada por (27 comerciantes) manifiestan que cuentan con 1 empleado en su negocio, el 39% que equivalen a (35 comerciantes) indicaron que cuentan con 2 empleados, el 21% (19 comerciantes) poseen 3 empleados y un 10% (9 comerciantes) supieron manifestar que cuenta con la colaboración de 4 empleados más dentro de sus negocios, como es el de la venta de pantalones jeans.

6. ¿De dónde es su principal proveedor de pantalones jeans?

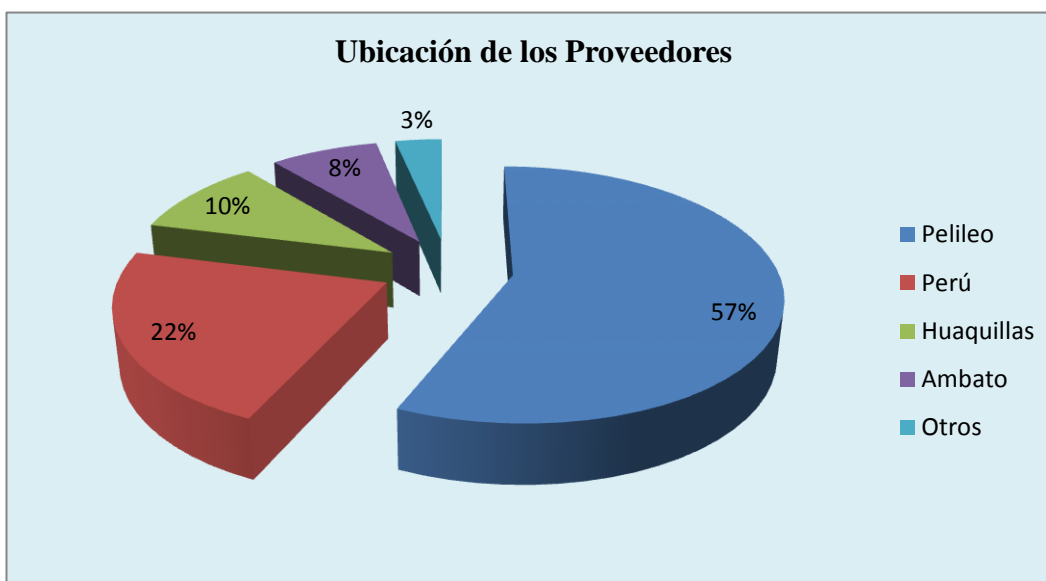
TABLA 6 Ubicación de los Proveedores

NÚMERO DE PREGUNTA	Ubicación de los Proveedores		
	ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
4	Pelileo	51	57%
	Perú	20	22%
	Huaquillas	9	10%
	Ambato	7	8%
	Otros	3	3%
	TOTAL	90	100%

Fuente: Comerciantes del Buenaventura Moreno

Elaborado por: Stalin Cañarte Fernández

GRÁFICO 6 Ubicación de los proveedores



Fuente: Comerciantes del Buenaventura Moreno

Elaborado por: Stalin Cañarte Fernández

En la interrogante de qué lugar son sus proveedores de jeans, podemos apreciar según el análisis estadístico de la tabla y la gráfica nos demuestran que del total de los encuestados, el 57 % representados por (51 comerciante) indican que su proveedor es de Pelileo, el 22% manifestó que son de Perú, el 10% indicó que son de Huaquillas, el 8% (7 comerciantes) sostuvo que son de la ciudad de Ambato y un 3% de otros lugares.

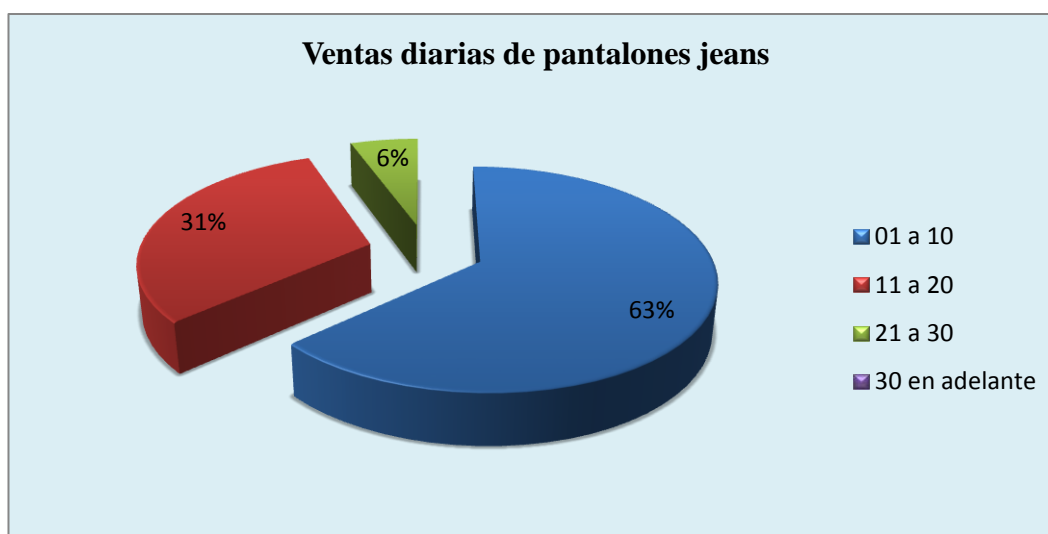
7. ¿Aproximadamente cuántos pantalones jeans venden diariamente?

TABLA 7 Ventas diarias de pantalones jeans

NÚMERO DE PREGUNTA	Ventas diarias de pantalones jeans		
	ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
5	01 a 10	57	63%
	11 a 20	28	31%
	21 a 30	5	6%
	30 en adelante		0%
	TOTAL	90	100%

Fuente: Comerciantes del Buenaventura Moreno
Elaborado por: Stalin Cañarte Fernández

GRÁFICO 7 Ventas diarias de pantalones jeans



Fuente: Comerciantes del Buenaventura Moreno
Elaborado por: Stalin Cañarte Fernández

Después de obtener el análisis estadístico, observamos que en la gráfica el 21% (57 comerciantes) indicaron que diariamente venden de 1 a 10 pantalones es el dato más representativo. El 31% (28 comerciantes) se ubican en el rango de 11 a 20 pantalones, el 6 % (5 comerciantes) manifestaron que sus ventas diarias de pantalones es de 21 a 30 diariamente. Pues de esta manera obtuvimos datos significativos que ayuda a determinar que nuestra propuesta de crear la fábrica de jeans, tiene viabilidad.

8. ¿A qué precio usted compra los pantalones jeans?

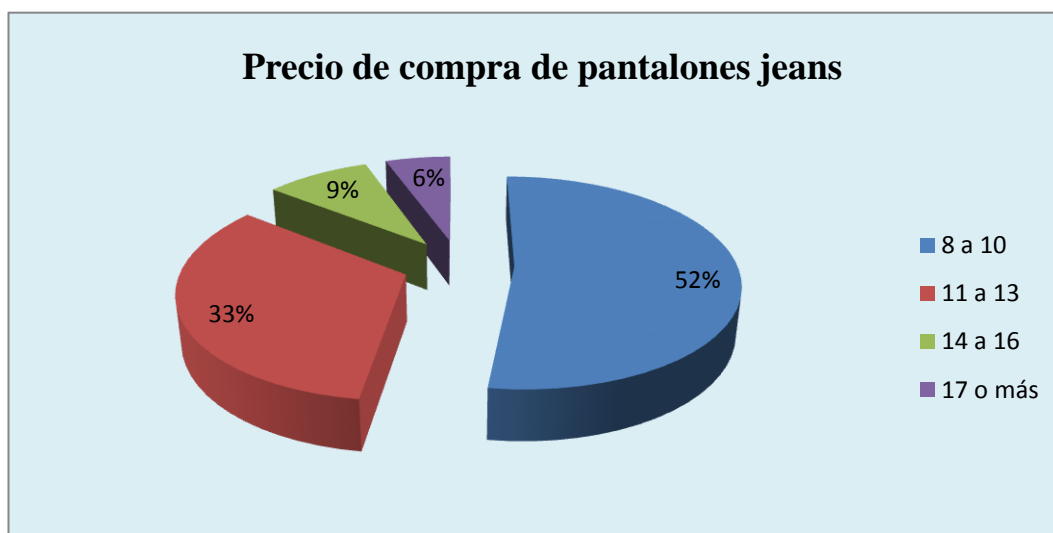
TABLA 8 Precio de compra de pantalones jeans

NÚMERO DE PREGUNTA	Precio de compra de pantalones jeans		
6	ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
	8 a 10	47	52%
	11 a 13	30	33%
	14 a 16	8	9%
	17 o más	5	6%
	TOTAL	90	100%

Fuente: Comerciantes del Buenaventura Moreno

Elaborado por: Stalin Cañarte Fernández

GRÁFICO 8 Precio de compra de pantalones jeans



Fuente: Comerciantes del Buenaventura Moreno

Elaborado por: Stalin Cañarte Fernández

Dentro de las encuestas que se realizó a los comerciantes del Buenaventura Moreno, se planteó la interrogante sobre el precio a los que adquieren los pantalones jeans nos manifestaron que el 52% (47 comerciantes) que el precio está entre 8 a 10 dólares; el 33% representado (30 comerciantes) indicaron que esta entre 11 a 13 dólares. Mientras que el 9% (8 comerciantes) se ubicaron en el rango de 14 a 16 dólares. Y así el porcentaje restante como es el 6% (5 comerciantes) se ubicó entre 17 o más.

9. ¿Qué atributo de los pantalones jeans califica como el más importante?

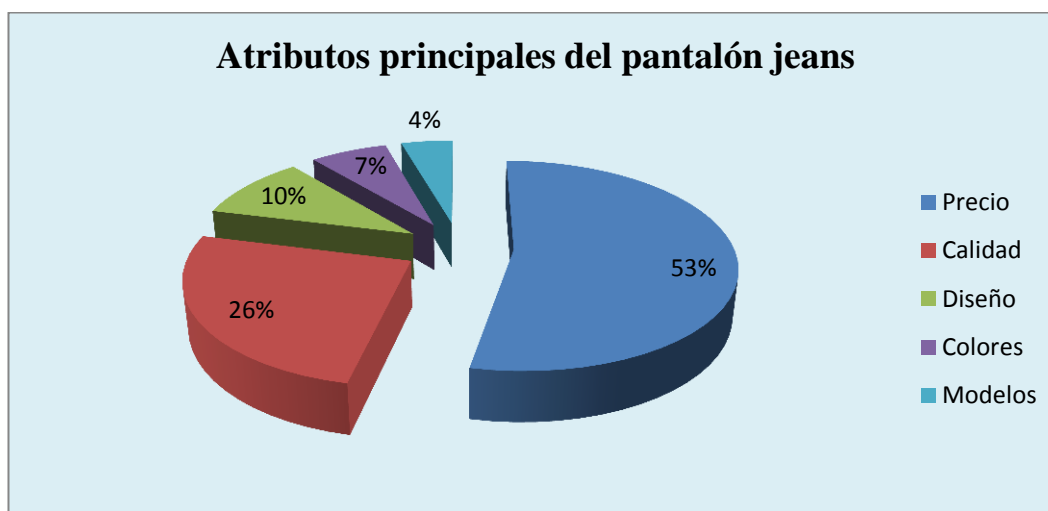
TABLA 9 Atributos principales del pantalón jeans

NÚMERO DE PREGUNTA	Atributos principales del pantalón jeans		
7	ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
	Precio	48	53%
	Calidad	23	26%
	Diseño	9	10%
	Colores	6	7%
	Modelos	4	4%
	TOTAL	90	100%

Fuente: Comerciantes del Buenaventura Moreno

Elaborado por: Stalin Cañarte Fernández

GRÁFICO 9 Atributos principales del pantalón jeans



Fuente: Comerciantes del Buenaventura Moreno

Elaborado por: Stalin Cañarte Fernández

De acuerdo a la interrogante sobre los atributos de los pantalones jeans el 53% (48 comerciantes) indicaron que un atributo importante es el precio. Así también tenemos que el 26% (23 comerciantes) se inclinaron por la calidad, el diseño obtuvo un porcentaje de 10% (9 comerciantes). Así el 7% (6 comerciantes) se ubicaron en el atributo colores. Y el restante como es el 4% (4 comerciantes) dijeron que son los modelos.

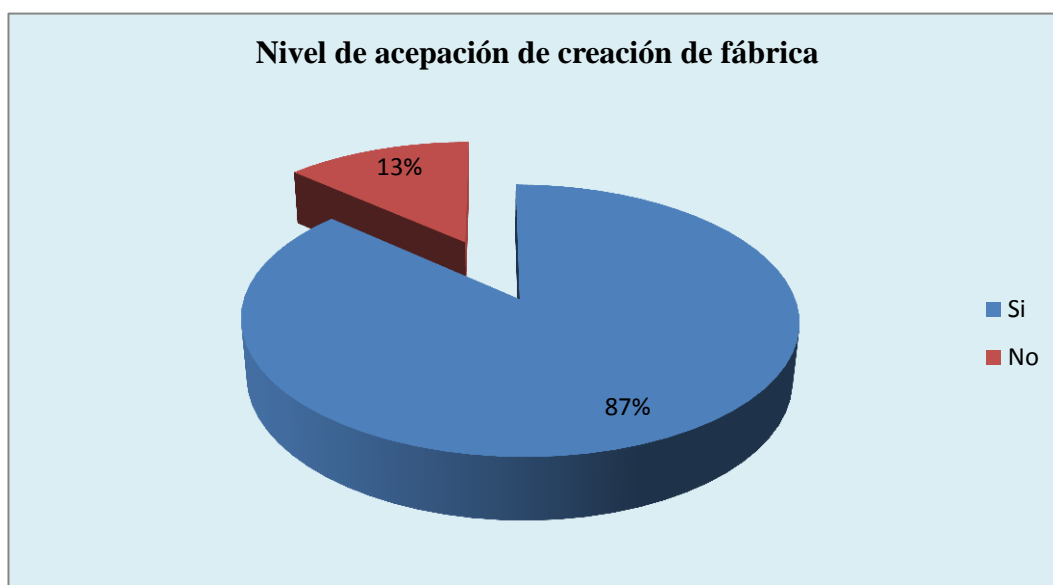
10. ¿Está usted de acuerdo con la creación de una fábrica de jeans en la Provincia de Santa Elena?

TABLA 10 Nivel de aceptación de creación de fábrica

NÚMERO DE PREGUNTA	Nivel de aceptación de creación de fábrica		
	ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
8	Si	78	87%
	No	12	13%
	TOTAL	90	100%

Fuente: Comerciantes del Buenaventura Moreno
Elaborado por: Stalin Cañarte Fernández

GRÁFICO 10 Nivel de aceptación de creación de fábrica



Fuente: Comerciantes del Buenaventura Moreno
Elaborado por: Stalin Cañarte Fernández

Podemos observar que los resultados que nos arrojó el grafico, sobre la interrogante de mayor interés como investigador es que el 87% (78 comerciantes) nos manifestaron que si están de acuerdo con la creación de una fábrica de jeans dentro de la Provincia de Santa Elena. De la misma manera obtuvimos el dato que de los encuestados tenemos un porcentaje del 13% (12 comerciantes) manifestaron que no estarían de acuerdo con la creación de la fábrica.

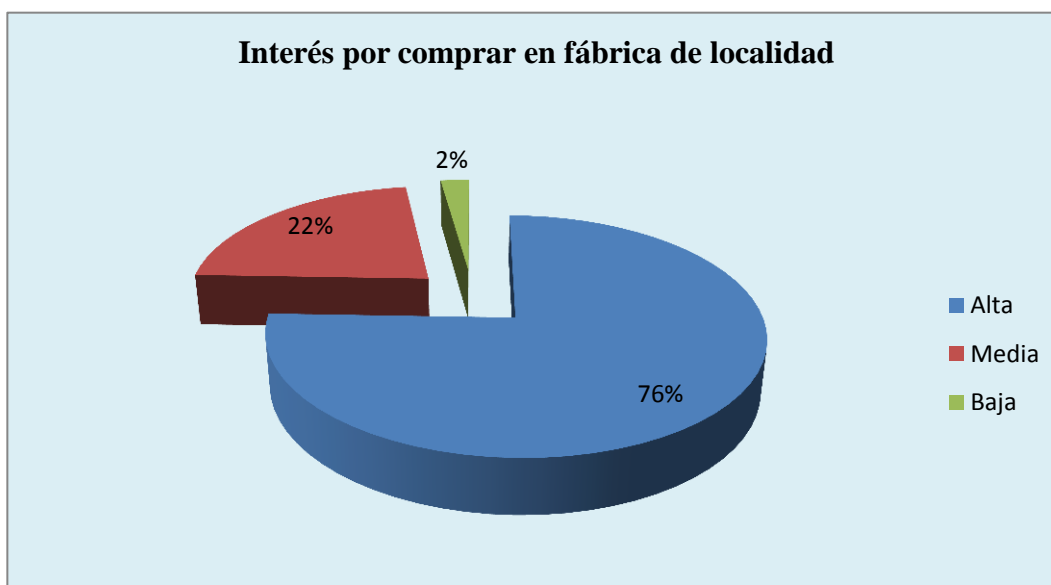
11. ¿Cuál sería su interés por comprar en una fábrica de jeans ubicada en la Provincia de Santa Elena?

TABLA 11 Interés por comprar en fábrica de localidad

NÚMERO DE PREGUNTA	Interés por comprar en fábrica de localidad		
9	ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
	Alta	68	76%
	Media	20	22%
	Baja	2	2%
	TOTAL	90	100%

Fuente: Comerciantes del Buenaventura Moreno
Elaborado por: Stalin Cañarte Fernández

GRÁFICO 11 Interés por comprar en fábrica de localidad



Fuente: Comerciantes del Buenaventura Moreno
Elaborado por: Stalin Cañarte Fernández

Esta es otra de las preguntas de interés, sobre nuestra propuesta de trabajo como es la creación de una fábrica de jeans en la Provincia de Santa Elena. Donde luego del análisis estadístico tenemos que el 76% (68 comerciantes) manifestaron que su interés por comprar en una fábrica de la localidad es Alta. De la misma manera se obtienen los datos que el 22% representado por (20 comerciantes) indicaron que su interés está ubicado en el rango de media. Y al final con un 2% es baja.

12. ¿Cambiaría a su proveedor actual por adquirir los productos en una fábrica de jeans en la Provincia de Santa Elena, Cantón La Libertad?

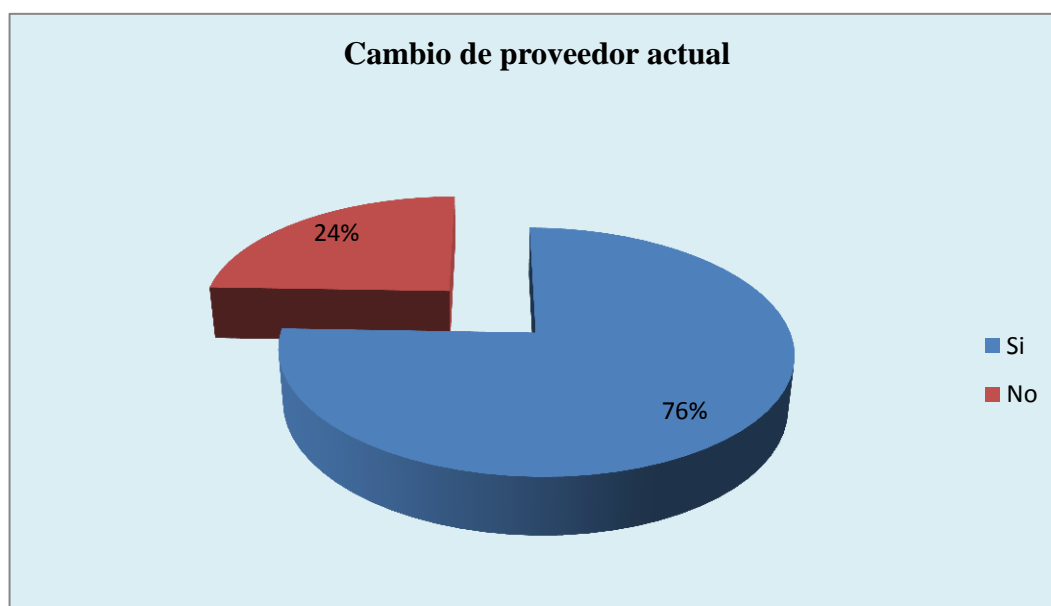
TABLA 12 Cambio de proveedor actual

NÚMERO DE PREGUNTA	Cambio de proveedor actual		
	ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
10	Si	68	76%
	No	22	24%
	TOTAL	90	100%

Fuente: Comerciantes del Buenaventura Moreno

Elaborado por: Stalin Cañarte Fernández

GRÁFICO 12 Cambio de proveedor actual



Fuente: Comerciantes del Buenaventura Moreno

Elaborado por: Stalin Cañarte Fernández

Luego de haber realizado, el análisis a los datos que obtuvimos de las encuestas podemos observar los resultados que de acuerdo a la interrogante, que si los comerciantes cambiarían de proveedor, por adquirir el producto en una fábrica de la localidad, tenemos los siguientes datos; que del total de los 90 encuestados, el 76% (68 comerciantes) indicaron que si cambiarían de proveedor pues manifestaron que reducirían gastos. Mientras que 24% (22 comerciantes) optaron por responder que no.

3.2. CONCLUSIONES

- El 89% de los comerciantes tienen en esta actividad (comercio de pantalones jeans), entre 1 a 5 años, siendo personas conocedoras de la actividad que realizan por su experiencia.
- Del total de los encuestados el 94% sus ventas oscilan de 1 a 20 pantalones diarios, ayudándonos esta información para la determinación de la demanda; conociendo que el 85% de los comerciantes adquieren sus productos a un costo de 8 a 13 dólares.
- Dentro del cuestionario, la pregunta numero 7 obtuvo una aceptación del 87% para la creación de una fábrica de pantalones jeans dentro del Cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena, corroborando que la propuesta planteada es bien vista y aceptada por los involucrados.
- Para ratificar el interés por comprar en una fábrica de pantalones jeans, ubicada en el Cantón La Libertad, se formuló la pregunta número 9 dentro de nuestro cuestionario; dándonos como resultado que el 76% tiene un interés Alto de compra y un 22% de interés medio.
- Más allá de determinar la aprobación por la creación y el interés de compra se debe saber si los comerciantes estarían interesados en cambiar de proveedores, obteniendo un 76% de afirmación en cambiar a su proveedor actual.

3.3. RECOMENDACIONES.

- Fijar una demanda mensual por comerciante de 10 pantalones jeans en base a la información recolectada según la venta diaria de pantalones, estableciendo un mercado meta del 25% de los comerciantes.
- Establecer un precio de venta no mayor a \$ 10,00 por cada unidad de pantalón jean para poder así ser competitivos con sus actuales proveedores, que sus precios oscilan entre \$8,00 a \$13,00
- Tomar como muestra de satisfacción con sus proveedores, al habernos dado el 76% del total de los encuestados por cambiar a sus proveedores, ya sea por su lejanía, por el tiempo en que tardan por dirigirse hacia ellos por los costos que deben incurrir para poder tener la mercadería en su local y demás atenuantes que les brinden insatisfacción.
- Con el 87% de aceptación de la propuesta, se da la iniciativa para la elaboración de estudio de factibilidad para la creación de una fábrica de pantalones jeans en el Cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena.
- Aprovechar el alto interés de comprar por parte de los comerciantes (76% según los encuestados) para acaparar de forma inmediata el mercado y lograr la meta planteada.

CAPÍTULO IV

“PROPUESTA DE ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FÁBRICA DE JEANS, EN EL CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013”

4.1 PREÁMBULO

Estudio de Factibilidad para la CREACIÓN DE UNA FÁBRICA DE PANTALONES JEANS EN EL CANTÓN LA LIBERTAD; en el mismo se detalla con claridad cada uno de los pasos que nos permitirá hacer de ésta actividad un negocio rentable.

Al igual que todo estudio, el presente, parte de los resultados de la investigación, que principalmente se basó en el conocimiento del mercado al que se quiere incursionar, una vez conocido que existe la demanda suficiente, es necesario seguir los procedimientos que nos permitan satisfacer esas exigencias del mercado, claro está con las limitantes que el mismo estudio nos permitió conocer, como lo son: el precio y la cantidad demandada.

En el Estudio de Mercado encontraremos la aplicación del llamado marketing mix, así como otros componentes importantes como son los proveedores, los consumidores, entre otros.

Una vez definido en el estudio de mercado: qué producir, cuánto producir y para quién producir establecimos dónde y cómo producirlo, esto tiene por nombre Estudio Técnico en donde se determinara los requerimientos de maquinaria, mano de obra e insumos, es necesario saber cuánto nos costará producir y con qué recursos hemos de financiar la producción a través del estudio económico, que a

su vez se evaluaron con los indicadores TIR y VAN que nos permitieron definir el proyecto como financieramente rentable.

4.2 OBJETIVO GENERAL

Elaborar un Estudio de Factibilidad a través de las técnicas de elaboración de proyectos que sirvan para determinar la viabilidad financiera de la creación de una Fábrica de pantalones jeans en el Cantón La Libertad.

4.2.1 Objetivos Específicos

- Elaborar un Estudio de Mercado, mediante las técnicas adecuadas que nos lleve a plantear lo que el mercado verdaderamente necesita para la satisfacción de sus necesidades.
- Diseñar un estudio técnico a través del conocimiento sobre el área de estudio que nos permita producir eficientemente el producto.
- Elaborar un estudio económico y financiero mediante técnicas de costeo que nos permita evaluar la rentabilidad del proyecto en función del TIR y el VAN.

4.3 ESTUDIO DE MERCADO

El Estudio de Mercado es la primera etapa del proceso para la formulación y evaluación de proyectos, la cual comprende un estudio preliminar de las variantes que determinen la factibilidad, es decir, determina las posibilidades de éxito o fracaso del proyecto, es por lo que se considera como la etapa fundamental del proceso, aunque cabe mencionar que la etapa tiene gran importancia ya que aunque en el estudio de mercado se obtengan resultados satisfactorios, en cualquiera de las otras etapas pueden presentarse problemas que hagan abortar o rechazar el proyecto, las cuales pueden ser la falta de tecnología o de recursos económicos, entre otras.

Las variantes que se analizan en el Estudio de Mercado son los antecedentes y las características del producto que se desea obtener, el mercado al que se desea penetrar, la oferta y la demanda del producto en dicho mercado, la comercialización y el precio del mismo.

A través del estudio de mercado se trata de determinar la factibilidad de la implementación de una fábrica de pantalones jeans en la Provincia de Santa Elena, que permitirá tener una noción de la cantidad de consumidores que habrán de adquirir nuestros productos.

4.3.1 Objetivo del Estudio de Mercado

Determinar el mercado meta, características del producto, potenciales clientes, mediante el análisis de la oferta y la demanda del producto, para su correcta comercialización en el Cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena.

4.3.1.1 Objetivos Específicos

Los objetivos específicos de la propuesta serán los siguientes:

1. Determinar los atributos y necesidades de los clientes potenciales de pantalones jeans del Centro Comercial Buenaventura Moreno del Cantón La Libertad.
2. Conocer la demanda existente de pantalones jeans en el Centro Comercial Buenaventura Moreno del Cantón La Libertad.
3. Determinar el canal de comercialización óptimo para venta.
4. Determinar la oferta de la fábrica de jeans
5. Identificar el grado de aceptación de los comerciantes de ropa del centro Comercial Buenaventura Moreno para la creación de una fábrica de jeans.

4.3.2 Definición del Producto

El proyecto está basado en el Estudio de factibilidad de una fábrica de jeans ubicado en el cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena.

El objetivo de crear una fábrica de pantalones Jeans destinado a los comerciantes de ropa del Centro Comercial Buenaventura Moreno, los cuales se encargarán de su venta al consumidor final, los mismos que tendrán características propias para realizar todo tipo de actividad laboral con materia prima de primera calidad.

Se basará la producción en modelos básicos estandarizados, entre las tallas 32-38 para hombres las cuales según sus dimensiones tienen igualdad en costos, elaborados en tela índigo que se usa normalmente para la confección de pantalones jeans básicos.

GRÁFICO 13 Pantalón Jean Básico



Fuente: Google.com
Elaborado por: Stalin Cañarte Fernández

La fábrica se establecerá en el Cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena, se ha elegido este lugar por ser un lugar estratégico para la distribución de la mercadería, teniendo como mercado principal al Centro Comercial Buenaventura Moreno ubicado en la misma localidad.

4.3.3 Los problemas que generan la idea de negocio

La fábrica va direccionada a satisfacer las necesidades insatisfechas del sector, creyendo que se resolverán los siguientes problemas existentes:

1. Costos elevados de la mercancía
2. Baja calidad de los jeans
3. Clientes insatisfechos
4. Pérdida de tiempo en la adquisición de la mercadería
5. Bajo progreso de los negocios por baja rentabilidad.

4.3.4 Naturaleza del Producto

La fábrica de jeans, se dedicará a confeccionar pantalones para hombres a base de tela índigo con modelos estándares entre las tallas 32-38, a su vez se encargara de la comercialización de la mercadería, teniendo principales clientes a los comerciantes de pantalones jeans del Centro Comercial Buenaventura Moreno del Cantón La Libertad.

Expuesto lo anterior la naturaleza del producto es de comercialización y distribución.

4.3.5 Análisis de la Demanda

La creación de la fábrica de jeans va dirigida a los comerciantes de Jeans del Cantón La Libertad, ya que este cantón es el principal puerto del comercio. Por esta razón nos hemos enfocado a esta población para el desarrollo de este proyecto.

Por medio de este proyecto, se ayudaría a los comerciantes de jeans, a que se facilite la adquisición de sus productos dentro de la localidad, sin necesidad de

proveerse fuera de la misma, el cual les representa disminución de gastos, tiempo y seguridad.

Mediante información recolectada, detectamos que los comerciantes en su totalidad (122 comerciantes) se proveen de mercadería en localidades como Pelileo, Ambato y Perú.

Es por eso que resulta factible que dentro de la provincia exista una fábrica de pantalones jeans, que ayude tanto a comerciantes y esta a su vez genera empleo en la localidad.

La demanda esperada, se ha calculado esperando acaparar el 25% del total de comerciantes del Cantón La Libertad, principalmente los del Centro Comercial Buenaventura Moreno y determinando la cantidad requerida por los clientes según las ventas diarias que ellos realizan (31 Comerciantes x 10 Pantalones diarios x 30 días x 12 meses) con una tasa de crecimiento anual es del 5%.

CUADRO 8 Demanda Proyectada

DEMANDA PROYECTADA (UNIDADES)					
PRODUCTOS	2014	2015	2016	2017	2018
PANTALÓN JEANS	111.600	117.180	123.039	129.191	135.650

Fuente: Estimación de Demanda

Elaborado por: Stalin Cañarte Fernández

4.3.5.1 Clasificación de la Demanda

La demanda se divide en dos grupos:

1. De acuerdo con la probabilidad se clasifica en:

- **Demanda Efectiva o Real.-** Se da cuando una determinada población a más de requerir un determinado producto o servicio, tiene la capacidad económica y la voluntad de adquirir un determinado producto. Por lo cual es aquella demanda totalmente cierta.

- **Demanda Aparente.-** Es aquella demanda en la cual no se conocen las pérdidas por motivo de la comercialización, ya que es considerable como una demanda probable.
- **Demanda Potencial.-** Esta demanda se produce cuando una determinada población requiere un determinado producto o servicio, pero no tiene el poder adquisitivo para adquirirlo. En consecuencia es una demanda probable, que al reunir determinadas condiciones se la puede volver real.

2. De acuerdo con los consumidores o usuarios inmediatos se clasifica en:

- **Demanda básica.-** Cuando el uso o consumo es final.
- **Demanda derivada.-** Cuando los usuarios o consumidores son intermediarios. Por ejemplo, la demanda de harina deriva de la demanda de pan.

Según el proyecto la idea se dirige hacia la demanda **Real-Efectiva** y **Demanda Básica**, ya que los comerciantes de Jeans tienen esa necesidad de compra (*Demanda Real*) y el producto es destinada hacia el consumidor final (*Demanda Básica*).

4.3.6 Base de decisión de compra de los clientes.

- ❖ Determinan el costo de Oportunidad de su dinero.
- ❖ Deciden en base al precio de la demanda.
- ❖ Compran nuestros productos, contra los vendedores externos.
- ❖ Miden nuestra calidad en relación al de la competencia.

4.3.7 Poder adquisitivo de los Consumidores.

El poder adquisitivo influye directamente a la demanda, por lo cual sí lo podemos medir mediante el factor socioeconómico la cual se encuentra dividido nivel socio económico alto, medio y bajo.

La segmentación de mercado que se emplea es de la siguiente.

- ❖ **Accesible.**-Todos los comerciantes de jeans del cantón La Libertad pueden adquirir el servicio
- ❖ **Rentable.**- Debido a que la comerciantes del Centro Comercial Buenaventura Moreno tienen interés de compra.
- ❖ **Medible.**- Contamos con la información necesaria que se recolectó a través de las encuestas realizadas a los comerciantes del Comercial Buenaventura.

4.3.8 Análisis de la Oferta.

Dentro del contexto de la oferta, el precio y la cantidad ofertada, están relacionados directamente, es decir que a medida que aumenta el precio del producto, los confeccionistas estarán dispuestos a confeccionar mayores cantidades, impulsados por los altos precios que se ofrecen en el mercado, a su vez al disminuir el precio del producto en el mercado, los confeccionistas producirán en menor cantidad.

Según la investigación realizada, en el Cantón La Libertad, existen 122 locales de venta de jeans, que ofertan sus servicios de venta a los tres cantones.

El Centro Comercial Buenaventura Moreno representa tan sólo una de las varias clases de almacenes disponibles para la comercialización de jeans disponibles en la actualidad donde los precios son cómodos para la clase media.

Las encuestas indican que los comerciantes están muy interesados en que en la provincia exista una fábrica de pantalones jeans que pueda esto disminuir muchos de sus problemas.

El proyecto se desarrolló en un mercado con una oferta competitiva, la confección de pantalones jeans en el Cantón La Libertad se encuentra en libre competencia, la

cantidad de productores que existe en el mercado nacional hace que el consumidor encuentre variedad al momento de realizar la compra, en el mercado este producto se lo encuentra en diferentes precios, calidad y lugar de compra, este último es punto clave en la decisión de compra.

4.3.8.1 Factores que afectan a la Oferta

La oferta es una de las variables más importantes del mercado, y esta puede ser afectada por varios factores que se pueden presentar, tales como:

- ❖ **Número y capacidad de producción de los competidores.** Dentro de nuestro medio no existe una fábrica dedicada a la confección y comercialización de pantalones jean, esto a su vez ayuda a ser líderes en el mercado local.
- ❖ **Incursión de Nuevos Competidores** En el Ecuador no existen barreras de entrada para la incursión de nuevas empresas que se dediquen a la confección y comercialización de pantalones jeans. Más bien el mercado cada vez con mayores exigencias, incentivan a crear empresas que ofrezcan un producto de excelente calidad.

Las restricciones de las importaciones para prendas de vestir han ayudado para que la producción del Ecuador se incremente ya que una parte del consumo interno estaba suplido por mercadería proveniente de otros países.

- ❖ **Capacidad de Inversión inicial.** La inversión que se necesita para este tipo de empresas depende directamente de la capacidad de producción que se desee alcanzar. Cuando más alta es la inversión que se realiza; mayor volumen de producción tendrá dicha empresa.

4.3.9 Atributos del Producto

Según datos obtenidos en las encuestas realizadas a los comerciantes de jeans, los principales atributos que estos valoran, son:

- ❖ El precio
- ❖ La calidad
- ❖ Variedad de diseños

Estos tres atributos son las premisas de compra que ellos valoran para la decisión de compra, ya que a su vez el consumidor final les trasmite a ellos.

4.3.10 Análisis de Precios

El precio es una de las principales variables de decisión de compra, dado que nuestro segmento va destinado a una clase media-baja, donde el precio está por encima de cualquier otro atributo del producto.

Tras las encuestas realizadas a los involucrados directamente, se determinó que el precio que ellos pagan por sus productos está en el rango de \$10,00 - \$14,00 dólares, a continuación se muestra el precio actual y el proyectado con una tasa de crecimiento del 8% anual.

CUADRO 9 Precios Proyectados

PRECIOS PROYECTADOS (DÓLARES)					
PRODUCTOS	2014	2015	2016	2017	2018
PANTALÓN JEANS	10,00	10,80	11,66	12,60	13,60

Fuente: Proyección de precios

Elaborado por: Stalin Cañarte Fernández

4.3.11 Análisis del Sector

El proyecto se direcciona dentro del sector de la manufactura, de la fabricación de pantalones jeans y a su vez la comercializan del mismo.

En la provincia de Santa Elena no existe una fábrica de pantalones jeans, el cual no ha sido explotado, por lo que da una gran oportunidad para posicionarse en este

mercado, el mercado de la vestimenta es muy grande, y crece este con el aumento de la población del sector.

Existen en el entorno pequeños negocios de costura, el cual no se lo ha considerado con competencia, dado que ellos no producen jeans, solo se dedican a costuras básicas de diseño de forma artesanal, de productos como: camisetas, camisas, pantalones, ternos, arreglo de ropa, etc.

4.3.11.1 Tendencias Económicas

Un factor que predomina es el precio, los precios especialmente cuando se direccionan a segmentos de clase media-baja son muy importantes, el objetivo del proyecto es hacer que a través adquisición de productos de bajo precio y buena calidad estos locales comerciales puedan desarrollarse, obteniendo mayor rentabilidad, optando políticas de crédito de máximo 10 días, dado que es un producto de ciclos rápidos.

4.3.11.2 Tendencias Socio-Económicas

La psicología de las personas es no comprar lo local porque es malo, o quizás en personas de alta edad se le hace difícil arriesgarse al cambio de un proveedor, para disminuir todas estas amenazas se harán charlas introductorias para que se conozca más de la empresa y sobre todo del producto, para así poder tener una acogida favorable.

4.3.12 Análisis FODA del producto y del sector

Fortalezas

- ❖ Existe el personal con los conocimientos en confección de pantalones jeans
- ❖ Maquinaria accesible

- ❖ Materia prima accesible

Oportunidades

- ❖ Nicho de mercado no explotado
- ❖ Liderar el mercado de jeans en la Provincia de Santa Elena
- ❖ Gran demanda a satisfacer

Debilidades

- ❖ Poca oportunidad de acceso a financiamiento a entidades bancarias
- ❖ Escaso capital propio para la inversión
- ❖ Desconocimiento de los directivos del manejo del negocio

Amenazas

- ❖ Entrada de nuevos competidores
- ❖ Ventaja comparativas y competitiva de productores de otros países
- ❖ Inflación en los materiales e insumos
- ❖ Crisis económica del país

4.3.13 Comercialización del Producto.

El producto se lo comercializará directamente con nuestros clientes potenciales principales (comerciantes de pantalones jeans del Cantón La Libertad), esto se lo realizara a través de visitas periódicas de agentes vendedores que capten pedidos para satisfacerlos al momento oportuno.

A su vez se realizará una página web esto para ir labrando la visión de crecer y expandirse hacia todo el Ecuador, y poder ir captando clientes indirectos y dar a conocer de manera global a la empresa.

4.5.13.1 Promoción/Comunicación

Los medios que se utilizarán para dar a conocer la empresa serán:

- ❖ Relaciones públicas
- ❖ Publicidad radial
- ❖ Agentes vendedores

Las **Relaciones Públicas** se la utilizará desde el punto que la empresa podrá auspiciar ciertos eventos de interés y concurrencia masiva de nuestros clientes, para así captar la atención en nuestra empresa y marca, que ayude a la comercialización directa e indirecta.

La **Publicidad Radial** se hará a través de anuncios de las ofertas que se propongan, esto se lo hará en las radios difusoras de mayor sintonía a nivel local. Y los **Agentes Vendedores** serán visitantes de puerta a puerta, en este caso será a los locales de nuestros futuros clientes para poder así ganar mayor mercado y poder expandir la empresa, es otro medio de publicidad más directo.

4.3.14 Segmentación del Mercado

La segmentación de mercado es el proceso de dividir un mercado en grupos uniformes más pequeños que tengan características y necesidades semejantes. Esto no está arbitrariamente impuesto sino que se deriva del reconocimiento de que el total de mercado está hecho de subgrupos llamados segmentos. Estos segmentos son grupos homogéneos (por ejemplo, las personas en un segmento son similares en sus actitudes sobre ciertas variables).

- ❖ **Segmentación Demográfica:** División del mercado en grupos de función de variables demográficas como edad, sexo, tamaño de la familia, ciclo de vida familiar, ingresos ocupacionales, educación, religión, raza, generación entre otras.

- ❖ **Segmentación Geográfica:** Segmentación del mercado en unidades geográficas diferentes como naciones, estados, regiones, ciudades, barrios.
- ❖ **Segmentación Según el Momento de Uso:** División del mercado en grupos según las ocasiones en que los compradores consideran comprar el producto, realizan la compra o utilizan el producto adquirido.
- ❖ **Segmentación Según el Sexo:** División del mercado en grupos diferentes según el sexo de sus componentes.

La segmentación del mercado es la división en distintos grupos de compradores con necesidades, características o conductas diferentes, y para lo que es necesario elaborar productos de acuerdo con los consumidores.

CUADRO 10 Segmentación De Mercado

SEGMENTACIÓN DE MERCADO	
GEOGRAFÍA	
PAÍS	ECUADOR
PROVINCIA	SANTA ELENA
CANTÓN	LA LIBERTAD
SECTOR	COMERCIAL
DEMOGRAFÍA	
GENERO	MASCULINO
EDAD	18-30
NIVEL DE INGRESOS	MEDIO – BAJO

Fuente: Segmentación de Mercado

Elaborado por: Stalin Cañarte Fernández

4.3.14.1 Mercado Meta

Se espera cubrir del total del mercado 122 comerciantes de jeans en el Cantón de La Libertad cubrir un 25% de ese mercado, siendo esta cantidad nuestros clientes meta.

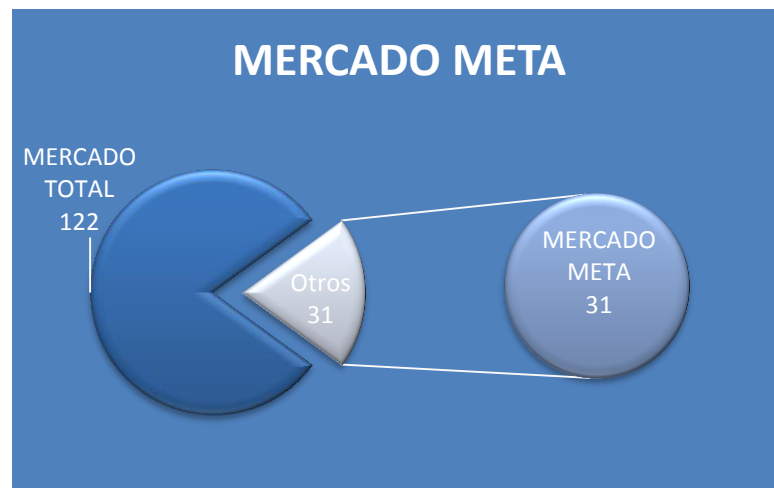
CUADRO 11 Delimitación Del Mercado

DELIMITACIÓN DEL MERCADO	
DETALLE	Nº CLIENTES
MERCADO TOTAL	122
MERCADO META	31

Fuente: Mercado meta

Elaborado por: Stalin Cañarte Fernández

GRÁFICO 14 Mercado Meta



Fuente: Mercado meta

Elaborado por: Stalin Cañarte Fernández

4.3.15 Estrategias de Mercadotecnia

4.3.15.1 Estrategias de Precio

- Ingresar al mercado con precios competitivos.
- Analizar los precios de la competencia y establecer precios óptimos tanto para los clientes como para las empresas.
- Fijar un precio referencial para todos los modelos y tallas de pantalones jeans.

- Mantener dicho precio estable por un amplio período de tiempo, para así lograr la fidelidad de los clientes.

4.3.15.2 Estrategias de Promoción

Canalizada por medio de la impresión y repartición de hojas volantes, este medio ha sido escogido, ya que gran parte de la población accede a este medio informativo además no se incurriría a gastos elevados.

Las hojas volantes serán entregadas masivamente por todos los sectores, y principalmente por los lugares más transitados de la localidad.

En el largo plazo, se debe considerar como medio de promoción a la radio, ya que éste cuenta con una amplia audiencia. Este medio de publicidad puede ser implementado, por el hecho de que los costos no son tan elevados como los de televisión.

4.3.15.3 Estrategia de Producto y/o Servicio.

Para lograr un alto nivel de venta de los pantalones janes en el mercado, es necesario considerar varios atributos y componentes técnicos del producto, con el fin de lograr la satisfacción total de las necesidades.

Existen variables que influyen en la decisión de compra como: la calidad, el diseño, la moda, y presentación del producto, las mismas que analizaremos a continuación.

4.3.15.3.1 Calidad

En todos los sectores los consumidores cada vez exigen calidad en todos los productos que adquieren, tanto en su funcionalidad y en el uso de los mismos, por esta razón la empresa tomará en cuenta los siguientes aspectos:

- Calidad de la materia prima

- Calidad del producto terminado e insumos

4.3.15.3.2 Moda

La empresa ofrecerá al mercado variedad de modelos de pantalones jeans de acuerdo a los requerimientos de los clientes y de las tendencias mundiales del producto, esto se dará gracias a la utilización de distintas telas y colores; para poder cumplir con las exigencias de los clientes y lograr su completa satisfacción, y sobre todo obtener la fidelidad del consumidor.

4.3.15.4 Estrategia de Plaza.

La producción total de pantalones jeans serán comercializados en plazas de distintas características, en centros comerciales de renombre, directamente en la fábrica, y en centros comerciales populares, en la cual se pondrá a disposición de los clientes gran variedad de pantalones jeans en distintos modelos, tallas y colores.

4.3.15.3 Estrategia de Distribución.

Para la introducción de los productos ofertados por la empresa, se desarrollará dos tipos de comercialización; la directa al mercado objetivo y la comercialización por intermediarios.

La comercialización directa se realizará en el almacén ubicado en las instalaciones de la empresa, donde podrá obtener el producto a precios preferenciales, con descuentos que solo como productores directos podrá encontrarlos.

Los vendedores entregaran los pedidos directamente al almacén de los clientes, evitándolos así los costos de transporte y estibada que estos puedan incurrir.

4.4 ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones, los costos de operación, el nivel de producción y de utilización de los recursos necesarios, el tamaño y localización óptima de la planta, y las condiciones ideales que permitan que la nueva unidad productiva sea más eficiente.

4.4.1 Tamaño del Proyecto

Es importante conocer el tamaño que tendrá el proyecto, debido principalmente a la incidencia de éste sobre el nivel de las inversiones y de los costos, así como también sobre la estimación de la rentabilidad que podría generar su implementación. De igual forma, la decisión que se tome respecto del tamaño del proyecto determinará el nivel de producción que tendrá la empresa.

4.4.2 Factores determinantes del Proyecto

Para la determinación del tamaño del proyecto, se toman en cuenta a distintos factores las mismas que serán analizadas a continuación:

4.4.2.1 El Mercado

Del análisis realizado al mercado de pantalones jeans, se concluyó que la demanda insatisfecha muestra un camino viable para la creación de una empresa dedicada a la confección y comercialización de pantalones jeans en el Cantón La Libertad Provincia de Santa Elena, puesto que por medio de la investigación de mercado se determinó que existe una aceptación del 82,45% sobre el producto.

Esta prenda, por su resistencia, durabilidad y comodidad que brinda a sus usuarios, tiene niveles altos de consumo en el país. Es por esto que tanto la

confección y la importación de este producto ha ido en aumento, esto podemos observar en los almacenes que ofrecen prendas de vestir en general, el pantalón jean es una de las que no puede faltar dentro de su stock.

Cabe recalcar, que el ambiente en el que se desarrollará el proyecto es de alta competitividad, tanto por la existencia de la demanda que cada vez pide un producto de excelente calidad y que este conforme a sus gustos y necesidades.

4.4.2.2 Disponibilidad De Recursos Financieros

En el Ecuador existen varias fuentes de recursos financieros, estas pueden ser instituciones pertenecientes a la banca privada o del gobierno.

El capital del proyecto estará conformado por dos partes, la primera parte estará financiada el 60% a través de un crédito a realizarse en alguna institución financiera, mientras que el 40% restante será financiado por medio de recursos propios.

4.4.2.3 Disponibilidad de Mano de Obra

La oferta laboral para este giro de negocio se puede decir que es considerable, pese la alta tasa de migración de mano de obra no solo de este sector sino de todos los sectores de la producción, aún existe en el mercado personal calificado, especialmente mujeres que se dedican a la confección de ropa o que tienen conocimiento en la operación de una máquina de coser, las academias de aprendizaje es otro lugar donde se puede encontrar a el personal necesario para el correcto funcionamiento de la empresa.

Es por esta razón que este factor no es una limitante para la factibilidad del proyecto, debido a la considerable existencia de mano de obra local con costos relativamente bajos. Para la confección de pantalones jeans, el personal deberá

tener conocimientos sobre el manejo de máquinas de coser industrial para la etapa de confección y también conocimiento básico en la etapa de terminado del producto.

Sin embargo, no se descuidarán factores tales como la capacitación y entrenamiento al personal en el manejo de la maquinaria industrial; especialmente en máquinas que posean un mayor grado de utilización en la confección del producto.

CUADRO 12 Requerimiento De Mod

CALCULO REQUERIMIENTO DE OBREROS					
	2014	2015	2016	2017	2018
DEMANDA	111.600	117.180	123.039	129.191	135.650
TIEMPO PRODUCCIÓN C/PANTALÓN EN MINUTOS	15	15	15	15	15
TOTAL TIEMPO PRODUCCIÓN	27.900	29.295	30.760	32.298	33.913
HORAS HOMBRES DISPONIBLES	2.088	2.088	2.088	2.088	2.088
PERSONAL NECESARIO	13	14	15	15	16

Fuente: Requerimiento de mano de obra
Elaborado por: Stalin Cañarte Fernández

4.4.2.4 Economías de Escalas

Esto se puede apreciar en la producción de pantalones jeans al momento de realizar un lote completo de un modelo específico, gracias a la producción en volumen se ahorra tiempo y por ende los costos se reducen, un operador de una maquina realizará la misma operación repetitivamente sin tener que estar cambiando continuamente, del mismo modo se ahorrará tiempo ya que no se tendrá que abastecer continuamente de material distinto.

4.4.2.5 Disponibilidad de Maquinaria

Para la confección de pantalones jeans en el mercado se ofrecen un sin número de máquinas industriales de diferentes marcas y tipos, cada una de las innovaciones que se dan en este mercado tienen un objetivo específico, pero con la única razón de optimizar todos los recursos necesarios; como por ejemplo el tiempo de confección por prenda.

Las importadoras de máquinas industriales ofrecen a sus clientes no solo la máquina sino también servicio técnico calificado, variedad y disponibilidad de repuestos, este es un valor agregado importante ya que a este tipo de maquinaria se debe dar un mantenimiento periódico para el correcto funcionamiento.

4.4.2.6 Disponibilidad de Insumos, Materia Prima y Materiales

La disponibilidad de insumos, materias primas y materiales en el sector de la confección de pantalones jeans es amplia ya que se puede encontrar productos de fabricación nacional como importados.

Las formas de pago de cada una de estas se las pueden hacer de acuerdo a una negociación, puede ser en efectivo o a crédito.

CUADRO 13 Materia Prima Directa

Nº MATERIA	UNIDAD DE MEDIDA	CANT	PREC. UNIT	2014	2015	2016	2017	2018
1 TELA INDIGO	METROS	1.3	3.5	4.55	4.91	5.31	5.73	6.19
2 TELA LIENZO	METROS	0.19	1.2	0.23	0.25	0.27	0.29	0.31
3 CIERRE METALICOS	UNIDADES	1	0.25	0.25	0.27	0.29	0.31	0.34
4 ETIQUERIA	JUEGO	1	0.4	0.4	0.43	0.47	0.5	0.54
5 ETIQUETAS DE TELA	JUEGO	1	0.05	0.05	0.05	0.06	0.06	0.07
			TOTAL	5.48	5.92	6.39	6.9	7.45

Fuente: Requerimiento de MPD

Elaborado por: Stalin Cañarte Fernández

Los materiales necesarios para la confección de pantalones jeans tales como: botones, cierres, hebillas, remaches y demás, se los podrá adquirir fácilmente, debido a que existen varias empresas que fabrican y comercializan este tipo de insumos, que además se los puede adquirir a precios convenientes y con buena calidad en un alto porcentaje son de importación aunque existen firmas locales que abastecen dentro de ciertos límites de calidad y surtido.

CUADRO 14 Materia Prima Indirecta

Nº MATERIA	UNIDAD DE MEDIDA	CANT	PREC. UNIT	2014	2015	2016	2017	2018
1 HILO DE ALGODÓN	METROS	15	0.04	0.6	0.63	0.66	0.69	0.73
2 BOTONES METALICO	UNIDADES	1	0.1	0.1	0.11	0.11	0.12	0.12
3 REMACHES	UNIDADES	10	0.02	0.2	0.21	0.22	0.23	0.24
4 ETIQUETAS DE TELA	JUEGO	1	0.05	0.05	0.05	0.06	0.06	0.06
			TOTAL	0.95	1.00	1.05	1.10	1.15

Fuente: Requerimiento de MPI

Elaborado por: Stalin Cañarte Fernández

4.4.5 Definición de la capacidad de Producción

El pantalón jeans es un producto confeccionado con tela de algodón y fibras de este mismo material como el hilo y de varios insumos adicionales, lo cual nos permite tener una prenda de excelente calidad.

La capacidad instalada será la determinada en la demanda pantalones, esta capacidad se puede incrementar de acuerdo a diferentes parámetros como: el tiempo de producción, la cantidad de personal disponible y el mercado (requerimientos).

Las maquinarias no tienen una capacidad máxima dada, que esta funciona de manera uniforme a la rapidez en su uso por parte de los operarios.

4.4.4 Localización del Proyecto.

La localización del proyecto tiene como objetivo identificar el lugar en el que se ubicará la empresa.

Para determinar la localización óptima del proyecto se realizará un análisis de macro y micro localización, con el fin de escoger la ubicación más conveniente de la empresa, para lo cual nos permitirá contribuir a la optimización de recursos.

- **Macro Localización**

El lugar en donde se va a ubicar la nueva empresa es la Provincia de SANTA ELENA.

GRÁFICO 15 Macro Localización



Fuente: Google.com
Elaborado por: Stalin Cañarte Fernández

- **Micro Localización**

La empresa estará ubicada en el Cantón LA LIBERTAD, en la vía Punta Carnero, lugar estratégico para la distribución de los productos, telecomunicación y demás servicios y condiciones necesarias para el giro del proyecto.

GRÁFICO 16 Micro Localización



Fuente: Google.com
Elaborado por: Stalin Cañarte Fernández

4.4.5 Factores Ambientales.

El Factor Ambiental es importante, las industrias siempre deben tener presente el cuidado del medio ambiente, evitando así la contaminación y deterioro. Cada vez los daños al ecosistema son mayores e irreversibles.

Dentro de los sectores con mayor emisión de tóxicos se encuentra la industria manufacturera, la cual se desagrega en nueve ramas, la principal dirigida a la elaboración de alimentos, bebidas y tabaco, seguida de la de productos metálicos, maquinaria y equipo, y después por la de químicos, derivados del petróleo, caucho y plástico, consideradas las mayores fuentes de elementos tóxicos al medio ambiente.

En la producción de pantalones jeans, existen residuos de tela e hilos que no son peligrosos y por lo tanto no contaminan el medio ambiente, ya que éstos son eliminados a través de camiones recolectores de basura, sin poner en riesgo el entorno dentro del cual se desenvuelve la empresa.

Los retazos de tela incluso se los recicla para la elaboración de relleno de diferentes productos e incluso en la elaboración de colchones, esto se lo comercializa por peso, las personas que realizan esta actividad van directamente a cada empresa y llevan a su planta de fabricación.

Los botones metálicos y cierres, frecuentemente contienen componentes contaminantes; es por esta razón que la empresa tendrá mucho cuidado en la eliminación de estos desechos, para así no causar daños al ecosistema, estas piezas también se las recicla ya que gran parte de estos contienen cobre y hierro.

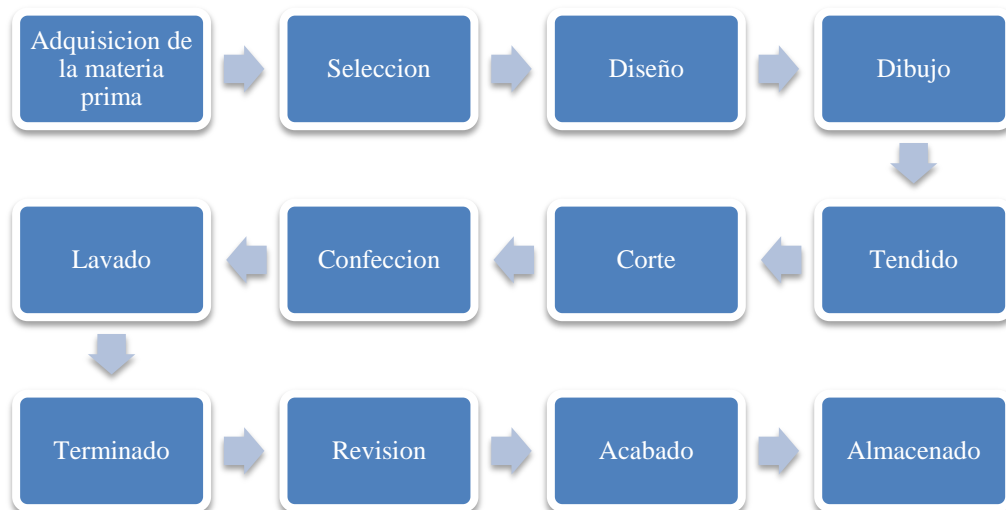
Los desperdicios de estas partes no se dan en gran magnitud pero de igual manera se tendrá la responsabilidad necesaria para dar el trato adecuado según como lo establezcan las leyes, aunque en el caso de los metales se los puede vender a empresas que se dedican a comprar esto.

4.4.6 Proceso de Producción

El proceso de producción de pantalones jeans es en serie, ya que se cuenta con un diseño básico, relativamente estable en el tiempo y que está destinado a un amplio mercado.

A continuación se detalla el proceso de confección de pantalones jeans.

GRÁFICO 17 Proceso De Producción Pantalón Jeans



Fuente: Diseño de producción
Elaborado por: Stalin Cañarte Fernández

4.4.6.1 Adquisición de Materia Prima.

Para la fabricación de pantalones jeans, es necesaria la adquisición de materia prima, de acuerdo con el terminado que se quiera obtener la tela variará en sus características, los insumos también es importante obtenerlos al inicio de la planificación de la producción.

El departamento de producción será el encargado de realizar las adquisiciones de estos de acuerdo a las necesidades de producción que la empresa tenga de una forma programada para que estén antes de iniciar el proceso.

4.4.6.2 Diseño.

Este trabajo es desarrollado por el diseñador de la empresa. Una vez diseñado el pantalón, se cosen muestras de pantalones jeans en el taller tomando en cuenta el diseño realizado. Si la producción de un modelo está decidida, el diseño se transfiere directamente al material que servirá para el trazo de los patrones en las distintas telas y en diferentes tallas.

4.4.6.3 Dibujo.

Una vez decidido el diseño del pantalón jean, se empieza con la del Dibujo de los patrones en la Tela. Para cada talla y modelo se realiza un patrón diferente, tomando en cuenta todas las partes necesarias para la fabricación del pantalón jean; es decir, se realizan patrones de la parte delantera del jean como también de la parte posterior, así como también de bolsillos y pretina.

Estos patrones una vez terminados, serán utilizados para la elaboración de una plantilla diseñada en la tela, la misma que deberá ser elaborada tratando de ocupar todos los espacios posibles de la tela, para así evitar gran cantidad de desperdicios.

La plantilla servirá de referencia para el posterior corte de las prendas. Es importante tener en cuenta la posición de las piezas del dibujo ya que se debe seguir normas al momento del dibujo o si la tela tiene una dirección de fabricación, todas las piezas deben estar dibujadas en la misma dirección.

4.4.6.4 Tendido.

Posterior a la realización de la plantilla, se inicia con el tendido de la tela jean, este proceso se lleva a cabo en una mesa de gran longitud diseñada para este uso específico.

Son tres personas las que se encargan tanto de desenvolver como de realizar el tendido de la tela.

Debido a que los pantalones jeans se producen por lotes y en grandes volúmenes se debe tender varios rollos de tela, dependiendo de la cantidad de prendas que se desea producir y de la máquina de cortado que cuente la empresa ya que existen varios modelos disponibles en el mercado.

4.4.6.5 Corte.

El corte se lo realiza por medio de la utilización de una máquina cortadora de uso manual, la misma que tiene la capacidad de cortar toda la tela tendida anteriormente.

4.4.6.6 Confección.

El trabajo de coser representa la parte intensiva del proceso de fabricación de los pantalones jeans. Aquí se unen todas las piezas cortadas anteriormente obteniendo como resultado el ensamblaje del pantalón jean.

La costura de los pantalones se la realiza por medio de la utilización de máquinas de coser recta, overlock, pretineras, ojaladoras, entre otras; las mismas que son operadas manualmente.

4.4.6.7 Lavado.

Se lleva la mercadería a una lavandería especializada en prendas de tela jean donde se realiza el proceso de lavado o tinturado de acuerdo al requerimiento del producto, aquí se somete a un proceso con químicos especiales no tóxicos, y se obtiene un terminado requerido, se seca la prenda y regresa a la planta de producción.

4.4.6.8 Terminado.

Los pantalones jeans llevan artículos como botones, remaches y cierres, que pasan a formar parte de su terminado. Luego de coser las prendas, los cierres son colocados por medio de máquinas de costura recta que cuentan con un pie especial para coser cierres, luego se fabrican los ojales mediante la máquina ojaladora, para luego colocar los botones y remaches utilizando la máquina atracadora.

4.4.6.9 Revisión.

Una vez terminada la confección de pantalones jeans, se procede a cortar los hilos sobrantes del proceso de costura, posteriormente se realiza una revisión total del pantalón con la finalidad de ubicar pantalones que tengan ciertas imperfecciones. Se revisa el estado de la prenda como: homogeneidad del color, uniformidad de la costura y del tejido, firmeza de botones, terminado de ojales, correspondencia entre botón y ojal, simetría de piezas que forman la prenda, firmeza del cierre, dobladillo y presillas uniformes. En el caso de encontrar algún error en la fabricación, se procede a reparar los pantalones, evitando así que los operarios cometan el mismo error nuevamente y logrando con esto que el pantalón jean se encuentre en óptimas condiciones para la venta.

4.4.6.9 Acabados.

Una vez terminados, los pantalones jeans necesitan un último proceso antes de estar listos para la venta. Las prendas hay que plancharlas y limpiarlas en seco para posteriormente colocar las etiquetas.

4.4.6.10 Almacenamiento y Embalaje

El proceso de almacenamiento y embalaje por lotes se lo realiza una vez que los pantalones hayan terminado su proceso de fabricación. Estos son llevados hacia la bodega en donde permanecerán hasta el proceso de la compra.

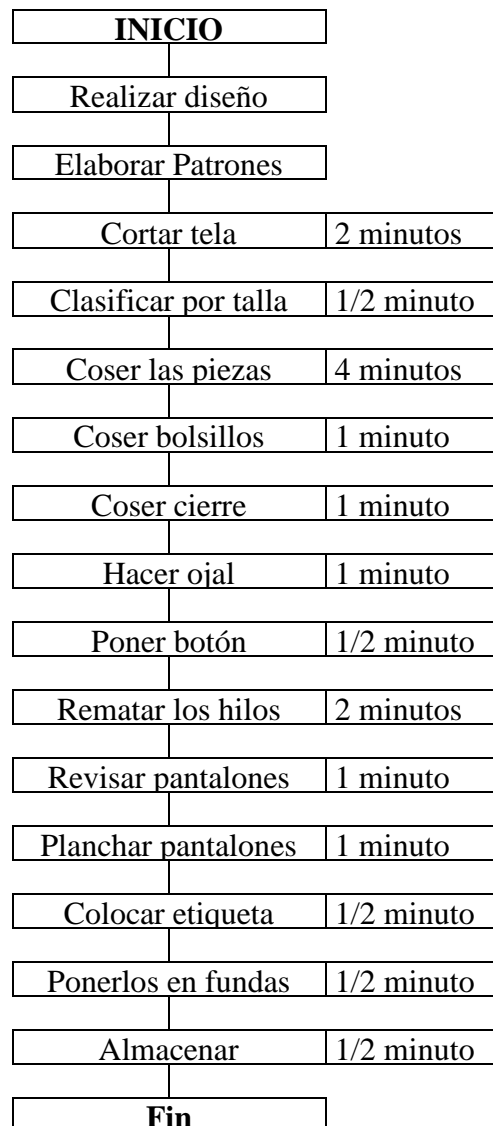
4.4.7 Del proceso de la Producción de Pantalones Jeans

1. Se procede a realizar en primera instancia la costura del bolsillo de la parte posterior izquierda y filos de bolsillos. Para lo cual se utilizará una máquina cerradora de codo.
2. Unión del bolsillo a la parte posterior izquierda del pantalón, para la cual se utiliza una máquina de coser de triple puntada.
3. Costura del bolsillo de la parte posterior derecha y unión de ésta a la parte posterior derecha del pantalón.
4. Costura del borde del bolsillo delantero derecho. Se utiliza una máquina de coser de triple puntada.
5. Después se va a coser la cremallera utilizando una máquina de puntada de cerrado.
6. Unión de las dos piernas delanteras, la cual se va a realizar en una máquina de coser de puntada de cerrado.
7. Unión de la cremallera a la parte delantera del pantalón. Para la cual se utiliza una máquina de doble puntada de cerrado.
8. Costura de la basta delantera, la cual es realizada en una máquina de puntada de cerrado.
9. Costura de basta y elevaciones de la parte trasera del pantalón, utilizando una máquina de coser de triple puntada.
10. La unión de las piernas es realizada con una máquina de coser de triple puntada.
11. Unión de la parte delantera y trasera, la cual es realizada en una máquina de puntada de cerrado de cinco hilos.
12. Costura de la banda o tira de la cintura, la cual es realizada en una máquina de coser especial.
13. Unión de la tira de la cintura al pantalón. Para esta operación se utiliza una máquina de coser de puntada de cerrado.
14. Costura del ojal, la cual es realizada en una máquina de coser especial.
15. Costura del botón. Realizada en una máquina abotonadora.
16. Costura de la etiqueta de cuero.

17. Después de haber cosido la etiqueta, el siguiente paso será realizar el planchado tanto de la parte de la cintura como de las piernas, para que luego pase a través de una inspección manual y finalmente sea embolsado y almacenado.

4.4.7.1 Flujograma de Procesos

El flujo de procesos establece una relación entre cada actividad que se realiza para la elaboración de 1 pantalón jeans, detalla cada paso que se lleva a cabo.



Dándonos un total de 15.50 minutos en el proceso total de la producción del pantalón jeans.

4.6.8 Requerimiento de Maquinaria y Equipo.

Para la confección de pantalones jean de hombres es necesario la adquisición de las siguientes maquinarias y equipos para para las operaciones de la empresa, ya sean administrativas o de producción, estas compras se convertirán en parte de la inversión inicial del proyecto, a continuación se detallan las unidades requeridas con los costos:

CUADRO 15 Equipos De Computación

CANT	NOMBRE	DETALLE	COSTO UNIT	TOTAL
8	EQ. COMPUTACIÓN	EQ. COMPUTO	800,00	6.400,00
4	EQ. COMPUTACIÓN	TELÉFONO FAX	250,00	1.000,00
4	EQ. COMPUTACIÓN	IMPRESORA	150,00	600,00
2	EQ. COMPUTACIÓN	EQ. COMPUTO	800,00	1.600,00

Fuente: Presupuesto de Equipos de computación

Elaborado por: Stalin Cañarte Fernández

CUADRO 16 Maquinaria

CANT	NOMBRE	DETALLE	COSTO UNIT	TOTAL
4	MAQUINARIA	MAQ. RECTA	580,00	2.320,00
2	MAQUINARIA	MAQ. 2 AGUJAS	3.250,00	6.500,00
2	MAQUINARIA	MAQ. OVERLOCK	1.600,00	3.200,00
2	MAQUINARIA	MAQ. CERRADORA	5.500,00	11.000,00
1	MAQUINARIA	MAQ. OJALADORA	9.200,00	9.200,00
1	MAQUINARIA	MAQ. PRECILLERA	2.200,00	2.200,00
1	MAQUINARIA	MAQ. PRETINERA	7.000,00	7.000,00
1	MAQUINARIA	MAQ. ATRACADORA	4.000,00	4.000,00
1	MAQUINARIA	CORTADO	1.600,00	1.600,00
5	Maquinaria	Planchas	120,00	600,00
1	Maquinaria	Compresor	160,00	160,00
1	Maquinaria	Remachadora	90,00	90,00

Fuente: Presupuesto de Equipos de computación

Elaborado por: Stalin Cañarte Fernández

CUADRO 17 Muebles Y Enseres

CANT	NOMBRE	DETALLE	COSTO UNIT	TOTAL
8	MUEBLES Y ENSERES	ESCRITORIO	150,00	1.200,00
8	MUEBLES Y ENSERES	SILLAS	10,00	80,00
8	MUEBLES Y ENSERES	SILLONES	80,00	640,00
4	MUEBLES Y ENSERES	ARCHIVADORES	150,00	600,00
1	MUEBLES Y ENSERES	ARCHIVADORES	150,00	150,00
8	MUEBLES Y ENSERES	ESCRITORIO	150,00	1.200,00
8	MUEBLES Y ENSERES	SILLAS	10,00	80,00
8	MUEBLES Y ENSERES	SILLONES	80,00	640,00

Fuente: Presupuesto de Muebles y Enseres

Elaborado por: Stalin Cañarte Fernández

CUADRO 18 Vehículo

CANT	NOMBRE	DETALLE	COSTO UNIT	TOTAL
1	VEHÍCULO	CAMIONETA DIMAX	18.000,00	18.000,00

Fuente: Presupuesto de Vehículo

Elaborado por: Stalin Cañarte Fernández

4.4.9 Requerimiento de Insumos, Materias Primas

Debido a que el presente proyecto va a producir 111.600 pantalones jeans en el año 1, la materia prima necesaria para cubrir con esta demanda consiste en la compra de 145.080 metros de tela jean, debido a que cada pantalón jean promedio se puede confeccionar con 1,30 metros de tela y el ancho de las telas oscila de 1.50 a 1.70 metros de acuerdo como se encuentre en el mercado. Además se necesita comprar 21.204 metros de tela de lienzo para la parte interna de los bolsillos a un promedio de 0,19 cm por pantalón, 111.600 botones y cierres, además de 111.600 remaches, estos valores de los insumos variarán en una pequeña proporción de acuerdo al modelo seleccionado.

En los cierres, botones y remaches se consideró un margen de error, ya que al momento de utilizarlos por fallas humanas existe la posibilidad que se tenga que reemplazarlos.

Las proyecciones de los costos de Materia Prima Directa (MPD) y Materia prima indirecta (MPI) se realizó en base al requerimiento por unidad y a la demanda proyectada.

CUADRO 19 Requerimiento de MPD

REQUERIMIENTO DE MATERIA PRIMA DIRECTA (UNIDAD)						
PRODUCTOS	CANT. X UNIDAD	2014	2015	2016	2017	2018
DEMANDA PROYECTADA		111.600	117.180	123.039	129.191	135.650
TELA INDIGO	1,3 MTS	145.080	152.334	159.951	167.948	176.346
TELA LIENZO	0,19 MTS	21.204	22.264	23.377	24.546	25.774
CIERRE METALICOS	1 UNID	111.600	117.180	123.039	129.191	135.650
ETIQUERIA	1 UNID	111.600	117.180	123.039	129.191	135.650
ETIQUETAS DE TELA	1 UNID	111.600	117.180	123.039	129.191	135.650

Fuente: Presupuesto de MPD

Elaborado por: Stalin Cañarte Fernández

CUADRO 20 Requerimiento de MPI

REQUERIMIENTO DE MATERIA PRIMA INDIRECTA (UNIDAD)						
PRODUCTOS	CANT. X UNIDAD	2014	2015	2016	2017	2018
DEMANDA PROYECTADA		111.60	117.18	123.04	129.19	135.65
HILO DE ALGODÓN	15 MTS	1,674.00	1,757.70	1,845.59	1,937.87	2,034.75
BOTONES METALICOS	1 UNID	111.60	117.18	123.04	129.19	135.65
REMACHES	10 UNID	1,116.00	1,171.80	1,230.39	1,291.91	1,356.50
ETIQUETAS DE TELA	1 UNID	111.60	117.18	123.04	129.19	135.65

Fuente: Presupuesto de MPI

Elaborado por: Stalin Cañarte Fernández

4.4.10 Determinación de Inversiones en Activos Fijos

Para la inicialización de este proyecto se necesita contar con la siguiente inversión:

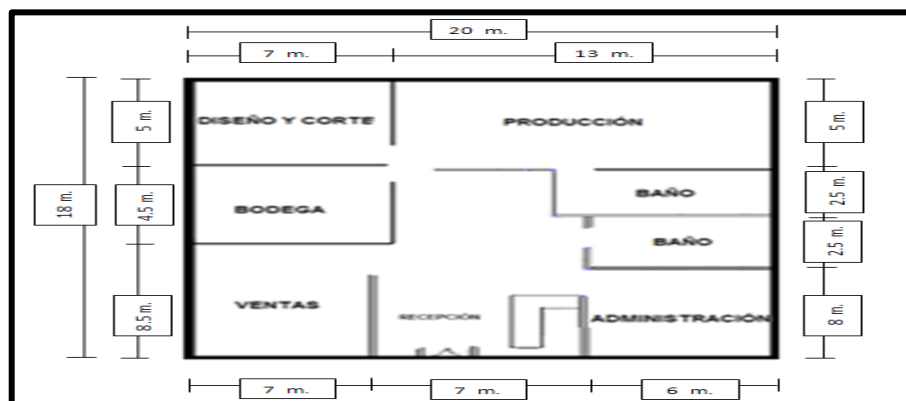
CUADRO 21 Inversiones

CUADRO DE INVERSIONES	
DETALLE	VALOR
ACTIVOS FIJOS	80.060,00
MAQUINARIA	47.870,00
EQUIPO DE COMPUTO	9.600,00
MUEBLES Y ENSERES	4.590,00
VEHÍCULO	18.000,00
ACTIVOS DIFERIDOS	3.000,00
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	3.000,00
CAPITAL DE TRABAJO	
CAPITAL DE TRABAJO	141.224.76
TOTAL INVERSIÓN	224.684.76

Fuente: Presupuesto de inversiones
Elaborado por: Stalin Cañarte Fernández

4.4.11 Distribución de Planta de la Maquinaria Y Equipo

GRÁFICO 18 Distribución de la Planta



Fuente: Distribución de la planta
Elaborado por: Stalin Cañarte Fernández

4.5 ESTUDIO ORGANIZACIONAL

4.5.1 Constitución de la Empresa.

“MODA IN Cía. Ltda.” es una empresa con personería jurídica, puesto que estará legalmente constituida como una compañía de responsabilidad limitada, conformada por tres accionistas, quienes toman las decisiones y responden por las obligaciones que contraiga la empresa.

4.5.2 Razón Social, Logotipo, Slogan.

Como toda empresa a nivel nacional y porque no decirlo a nivel mundial esta debe tener una Razón Social, Logotipo y Slogan, los cuales son distintivos que pueden ser posicionados en los consumidores.

- **RAZÓN SOCIAL:** Industria Moda In CIA. LTDA.
- **LOGOTIPO**
- **SLOGAN:** ¡¡¡¡....Prohibido vestir mal, Vístete a tu moda....!!!!

GRÁFICO 19 Logotipo



Fuente: Diseño de logotipo
Elaborado por: Stalin Cañarte Fernández

4.5.3 Visión

Ser la empresa líder en el sector de la confección y comercialización de pantalones jeans en el Cantón La Libertad, ofreciendo un producto de excelente calidad a través del mejoramiento continuo y la innovación en los procesos, con un trabajo realizado con ética y responsabilidad.

4.5.4 Misión

Somos una empresa de confección y comercialización de pantalones jeans en el Cantón La Libertad, a escala local, que ofrece pantalones confeccionados en gran variedad de modelos y colores, con la finalidad de proporcionar al cliente moda, comodidad y durabilidad.

4.5.5 Objetivos Estratégicos

- Ofrecer pantalones jeans innovadores y de excelente calidad.
- Establecer un precio acorde al segmento al cual está dirigido este proyecto, que permita ser más competitivos en el mercado.
- Alcanzar una rentabilidad del 20% a partir del primer año, a través de la utilización óptima de los recursos y reducción de los costos.
- Promover el mejoramiento continuo en todas las actividades a realizarse, con la finalidad de ofrecer un producto que satisfaga plenamente las necesidades del cliente.
- Alcanzar una importante participación del mercado, mediante el establecimiento de estrategias competitivas que permitan realizar una administración eficaz y eficiente.

4.5.6 Principios Y Valores

4.5.6.1 Principios

Los principios son verdades profundas y universales similares a las leyes de la física. No cambian con el tiempo, han existido y existirán siempre, son válidos para cualquier persona, en cualquier lugar y en cualquier situación. Los principios son irreducibles individualmente e integrales en su conjunto. Los principios son prácticos y pueden ser utilizados para obtener resultados positivos y útiles en el mundo real.

4.5.6.2 Trabajo En Equipo.

Todas las actividades que se realicen dentro de las instalaciones de la empresa serán incentivadas para realizarlo en equipo, esto permitirá crear un mejor ambiente laboral.

4.5.6.3 Creatividad

La creatividad de todos los empleados es fundamental al momento de aportar con ideas para crear nuevos modelos o realizar los respectivos procesos a cargo de cada persona.

4.5.6.4 Orden Y Disciplina.

Los empleados deberán acatar las reglas y normas establecidas de la empresa.

4.5.6.5 Responsabilidad Social.

La responsabilidad social es un eje importante, esta estará preocupada por el desarrollo de la comunidad, a través de diferentes medios como programas de reciclaje.

4.5.6.6 Valores

Los valores son creencias individuales o de grupo y determinan o fomentan ciertos comportamientos o formas de pensamiento. Desde el punto de vista filosófico los valores son aspiraciones o metas de las personas. Los valores evolucionan con el paso del tiempo y de las generaciones; son relativos en su aplicación y pueden arrojar resultados positivos si se basan en los principios correctos, asimismo pueden arrojar resultados negativos si se aplican sobre principios incorrectos.

4.5.6.7 Honestidad.

Demostrar a través de la labor que realiza cada uno de los miembros, honestidad y justicia hacia el cliente, por medio de acciones que permitan combatir la corrupción existente.

4.5.6.8 Responsabilidad.

Cada miembro de la empresa debe cumplir sus obligaciones y tareas con responsabilidad, promoviendo el progreso y creando una conciencia de superación y compromiso para el logro de los objetivos planteados.

4.5.6.9 Compromiso.

Todos quienes pertenecen a la empresa se comprometen a dar lo mejor de si mismos, con la finalidad de generar una empresa de respeto y de alto nivel de competitividad, así como de calidad frente a las necesidades del cliente.

4.5.6.10 Lealtad.

Crear una conciencia de compromiso y fidelidad de los empleados hacia la empresa, contribuyendo al desarrollo de los objetivos propuestos por misma.

4.5.6.11 Respeto.

Crear en la organización un ambiente cálido y de respeto, de tal forma que todos trabajen a gusto y desempeñen eficientemente sus tareas.

4.5.7 Estructura Organizacional

4.5.7.1 Organigrama

La estructura de la empresa contará con un personal altamente preparado especializado según el puesto, para un máximo rendimiento, se muestra a continuación el organigrama de la empresa.

La estructura orgánica de la empresa presenta los siguientes niveles jerárquicos:

- Nivel Directivo.
- Nivel Ejecutivo.
- Nivel Operativo

4.5.7.2 Nivel Directivo

En este nivel se encuentra la Junta Directiva, conformada los accionistas, que son la máxima autoridad y su principal función es la toma de decisiones que regirán a la empresa en su funcionamiento.

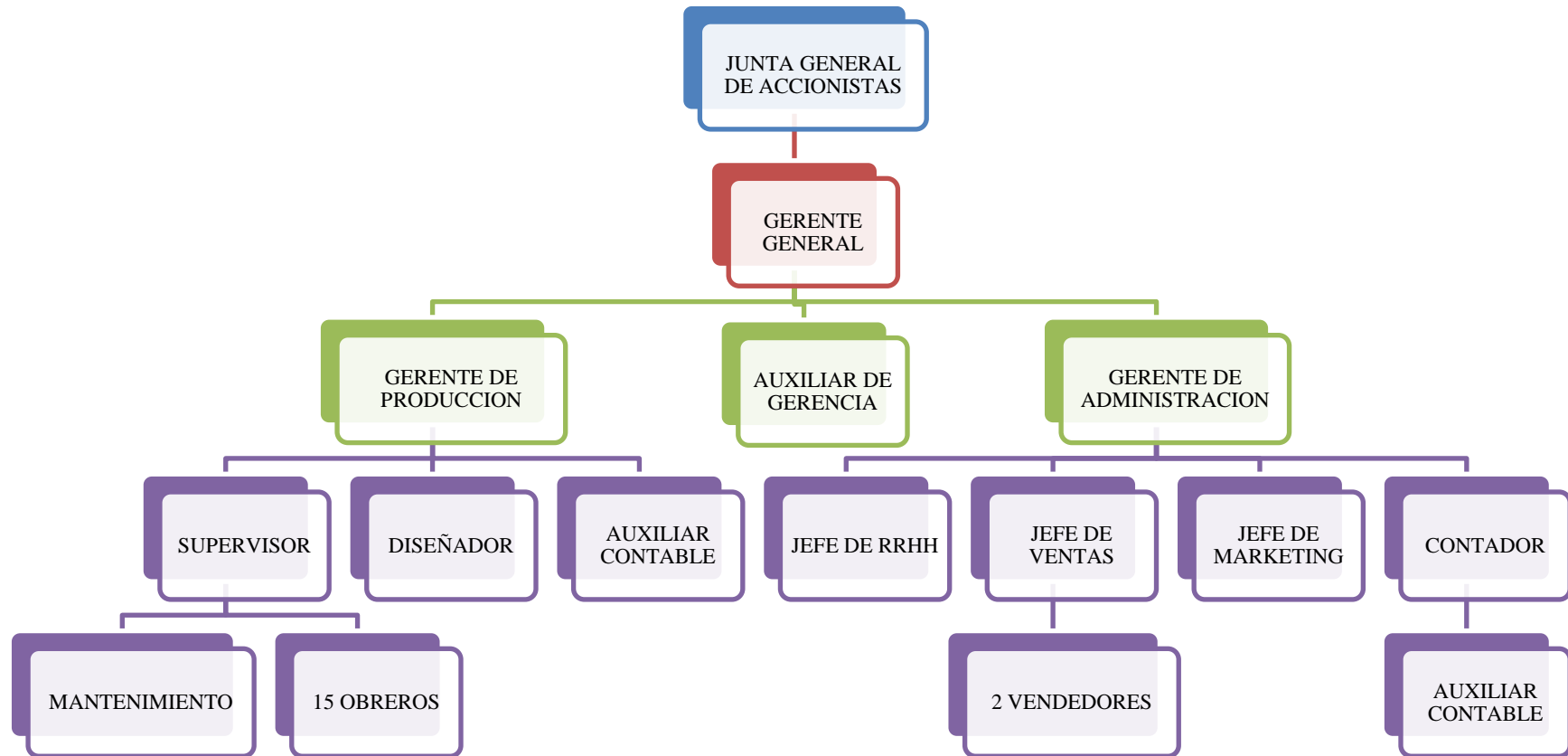
4.5.7.3 Nivel Ejecutivo

Está comprendido por los distintos departamentos que trabajarán conjuntamente coordinando las actividades a realizar, para alcanzar los objetivos planteados.

4.5.7.4 Nivel Operativo

Estará conformado por los operarios de la maquinaria textil, que son los encargados de poner en marcha las actividades que requiere el proceso de corte y confección, garantizando así la calidad de los productos.

GRÁFICO 20 Organigrama



Fuente: Organigrama funcional
Elaborado por: Stalin Cañarte Fernández

4.5.8 Responsabilidades

4.5.8.1 Junta General De Socios.

- Establecer las políticas de selección, evaluación, remuneración y eventual sustitución de Gerente General o Presidente.
- Dictar las responsabilidades y alcance de las funciones de la Gerencia.
- Realizar el seguimiento a las metas de desempeño.
- Aprobación de planes y presupuestos.
- Definir las principales políticas de la empresa.

4.5.8.2 Gerencia General

- El Gerente se encargará de la planificación y de la organización del negocio.
- Se encargará de poner en marcha todas las decisiones que de antemano se discutirán en la junta directiva.
- Supervisar el alcance de los objetivos de la empresa.
- Planificar, organizar, dirigir y controlar la administración de la empresa
- Designar todas las posiciones gerenciales.
- Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos.
- Planificar y desarrollar metas a corto y largo plazo junto con objetivos anuales y entregar las proyecciones de dichas metas para la aprobación de los gerentes corporativos.
- Crear y mantener buenas relaciones con los clientes, gerentes corporativos y proveedores para mantener el buen funcionamiento de la empresa.

4.5.8.3 Gerente de Producción

- Estará a cargo de la planta de producción.
- Incrementar la productividad.
- Supervisar que la entrega de los pedidos sea a tiempo

- Realizará la supervisión y el control de calidad de los procesos
- Tomar medidas necesarias para lograr excelentes rendimientos en la producción.
- Generar un ambiente de trabajo placentero.
- Organizar la producción ejerciendo un estricto control sobre cada empleado.
- Analizar y evaluar el de cada uno de los operarios

4.5.8.4 Gerente de Administración

- Proponer a Gerencia General el Plan Anual de Adquisiciones de bienes, materiales y servicios.
- Formular y proponer a Gerencia General el Presupuesto Anual.
- Dirigir y controlar los procesos de abastecimiento de bienes, materiales y servicios.
- Supervisar y coordinar la administración de bienes patrimoniales, alquiler de inmuebles, servicios en general y otros.
- Ejercer autoridad funcional en el ámbito de logística, recursos humanos, y contabilidad y finanzas en las Unidades Operativas a nivel nacional.
- Aplicar el proceso administrativo en cada una de las áreas a su cargo.
- Controlar el cumplimiento de objetivos organizacionales

4.5.8.5 Contador General

- Llevará un control de ingresos y egresos de la empresa.
- Control de la facturación.
- Declaración de impuestos generados
- Las aperturas de los libros de contabilidad.
- Establecimiento de sistema de contabilidad.
- Estudios de estados financieros y sus análisis.
- Certificación de planillas para pago de impuestos.
- Aplicación de beneficios y reportes de dividendos.
- La elaboración de reportes financieros para la toma de decisiones.

4.5.8.6 Auxiliar de Gerencia

- Encargada de realizar oficios, recepción de documentos, atención a clientes, atención a proveedores y acreedores de la Empresa.
- Asistir y convocar a las reuniones planificadas por la Gerencia.
- Demás funciones que fueren señaladas por la Gerencia General
- Intermediar entre el departamento de producción y administrativo para llevar una planificación entre estos.
- Suplir el cargo del gerente de administración o producción cuando este no estuviese.

4.5.8.7 Jefe de Ventas

- Es el encargado de establecer y mantener los convenios con los distribuidores.
- Evaluación del desempeño de las ventas.
- Verificar el cumplimiento de los objetivos del departamento.
- Informar sobre los productos y servicios que ofrece la empresa.
- Cumplir con el cupo de ventas impuesto.
- Diseñar estrategias para impulsar las ventas.
- Mantener al tanto de nuevas tendencias de moda.
- Monitorear los gustos y preferencias del consumidor.
- Buscar nuevos nichos de mercados.

4.5.8.8 Jefe de Recursos Humanos

- Reclutamiento y Selección. (toda empresa deberá seleccionar cuidadosamente a su personal).
- Contratación de personal. (Cuando han sido seleccionados se firma un contrato con ellos.
- Capacitación (Es absolutamente necesaria y obligatoria en cualquier ramo, para que pueda desempeñar bien sus funciones en el área que prestará sus servicios)

- Control del Seguro Social (Se afilia con todas las de la ley a cada persona con sus prestaciones correspondientes, y se debe hacer de inmediato empieza a laborar).
- Relaciones Laborales (Se pretende llevar un buen equilibrio entre el trabajo y las buenas relaciones laborales entre los trabajadores y sus superiores.)
- Recreación y motivación (Importante para cualquier desempeño dentro y fuera del área de trabajo, fiestas, posadas navideñas, incentivos etc.)
- Trabajo en equipo. (Está muy claro que no se puede trabajar si no se tiene entendido que se es un equipo., y todos deben apoyarse mutuamente, ésto lo logra el Administrador de Recursos Humanos.)
- Nómina y préstamos. (Es el goce de sueldo y los préstamos que se otorgan al trabajador.)
- Escalafones (El Administrador debe evaluar y checar con los supervisores de área y/o jefes de depto. Quiénes son aptos candidatos para escalar dentro de la empresa. ascender en algún puesto) Obviamente se hace una convocatoria donde la oportunidad es para quien la aprovecha.

4.5.8.9 Diseñador

- Crear nuevos modelos innovadores.
- Realizar los patrones de los pantalones jeans.
- Realizar los trazos sobre la tela y llevar a cabo el tendido de la Tela.
- Preparará la materia prima para ser ingresada al departamento de producción de acuerdo a sus requerimientos.
- Preparar el material para el ingreso a la planta de producción
- Optimizar la materia prima al momento de realizar el corte.
- Mantenerse al tanto de nuevas tendencias de moda
- Asistir a ferias de modas y textiles
- Calcular la materia prima necesaria para la producción.

4.5.8.10 Mantenimiento

- Realizar chequeos preventivos a las maquinarias

- Solucionar de manera inmediata cualquier desperfecto en las maquinarias de producción
- Llevar control de la producción diaria de cada maquinaria

4.5.8.11 Operarios

- Son los encargados de poner en marcha las actividades que requiere el proceso de confección de las prendas.
- Manejar las máquinas de coser industriales.
- Llevar el control del abastecimiento de la materia prima para la producción.
- Almacenaje de la producción finalizada.
- Cortado de hilos sobrantes.
- Terminado del producto.
- Realizar control de calidad propio.
- Cumplir con los flujos diarios de producción.

4.5.9 Gastos de Administración

Los gastos de administración son la variedad de rubros que son considerados en este departamento para el funcionamiento organizacional de la empresa, tales como: gastos de personal, gastos representación, honorarios profesionales, mantenimiento y otros gastos, en el año 2014 esos valores ascienden a 109.156,20 USD y para los próximos años tienen un crecimiento promedio del 7%. (Ver anexo #7)

4.5.10 Gastos de Ventas

Estos gastos son los que incurren para que el negocio logre su objetivo, el cual es vender, poner su producto en plazas para su comercialización, para el año 2014 estos gastos son de 36.695,20 USD que al final de los 5 años tiene un total de 217.068,72 USD. (Ver Anexo #8)

CUADRO 22 Rol De Pagos Empleados Presentado En Dólares

N°	CARGO	CENTRO DE COSTOS	SUELDO MENSUAL	SUELDOS ANUALES	13°	14°	VACACIONES	APORTE PATRONAL	FONDO DE RESERVA	TOTAL
1	GERENTE GENERAL	ADM	1,200.00	14,400.00	1,200.00	350.00	600.00	1,749.60	1,200.00	19,499.60
1	GERENTE ADMINISTRATIVO	ADM	800.00	9,600.00	800.00	350.00	400.00	1,166.40	800.00	13,116.40
1	AUXILIAR DE GERENCIAS	ADM	600.00	7,200.00	600.00	350.00	300.00	874.80	600.00	9,924.80
1	AUXILIAR CONTABLE ADM	ADM	400.00	4,800.00	400.00	350.00	200.00	583.20	400.00	6,733.20
1	JEFE RRHH	ADM	600.00	7,200.00	600.00	350.00	300.00	874.80	600.00	9,924.80
1	JEFE DE MARKETING	ADM	600.00	7,200.00	600.00	350.00	300.00	874.80	600.00	9,924.80
1	AUXILIAR CONTABLE PROD.	ADM	400.00	4,800.00	400.00	350.00	200.00	583.20	400.00	6,733.20
		Total ADM		55,200.00	4,600.00	2,450.00	2,300.00	6,706.80	4,600.00	75,856.80
1	GERENTE DE PRODUCCIÓN	CIF	800.00	9,600.00	800.00	350.00	400.00	1,166.40	800.00	13,116.40
1	SUPERVISOR DE PLANTA	CIF	500.00	6,000.00	500.00	350.00	250.00	729.00	500.00	8,329.00
2	TÉCNICO MANTENIMIENTO	CIF	450.00	10,800.00	900.00	700.00	450.00	1,312.20	900.00	15,062.20
1	DISEÑADOR	CIF	600.00	7,200.00	600.00	350.00	300.00	874.80	600.00	9,924.80
		Total CIF		33,600.00	2,800.00	1,750.00	1,400.00	4,082.40	2,800.00	46,432.40
15	OBREROS	MOD	400.00	72,000.00	6,000.00	5,250.00	3,000.00	8,748.00	6,000.00	100,998.00
		Total MOD		72,000.00	6,000.00	5,250.00	3,000.00	8,748.00	6,000.00	100,998.00
1	JEFE VENTAS	VTAS	600.00	7,200.00	600.00	350.00	300.00	874.80	600.00	9,924.80
2	VENDEDORES	VTAS	400.00	9,600.00	800.00	700.00	400.00	1,166.40	800.00	13,466.40
		Total VTS		16,800.00	1,400.00	1,050.00	700.00	2,041.20	1,400.00	23,391.20
		Total general		177,600.00	14,800.00	10,500.00	7,400.00	21,578.40	14,800.00	246,678.40

Fuente: Presupuesto rol empleados

Elaborado por: Stalin Cañarte Fernández

4.6 ESTUDIO FINANCIERO ECONÓMICO

4.6.1 Presupuesto

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

4.6.1.1 Presupuesto de Inversión

Este presupuesto tiene la función de la evaluación y de la planificación de los gastos de capital de una empresa.

CUADRO 23 Inversiones

CUADRO DE INVERSIONES (DÓLARES)	
DETALLE	VALOR
ACTIVOS FIJOS	80.060,00
MAQUINARIA	47.870,00
EQUIPO DE COMPUTO	9.600,00
MUEBLES Y ENSERES	4.590,00
VEHÍCULO	18.000,00
ACTIVOS DIFERIDOS	3.000,00
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	3.000,00
CAPITAL DE TRABAJO	
CAPITAL DE TRABAJO	136,136.07
TOTAL INVERSIÓN	219,196.07

Fuente: Presupuesto Inversiones

Elaborado por: Stalin Cañarte Fernández

Los rubros antes detallados son los necesarios para el inicio de actividad de la empresa, fueron determinados en base a presupuestos financieros técnicamente elaborados.

4.6.4 Activos Fijos

Los activos fijos están clasificados por sus cuentas contables y según el departamento en el que valla a funcionar, el monto total a inversión es de \$80.060,00, desglosados de la siguiente manera:

- Maquinaria \$47.870,00
- Equipos de computación \$ 9.600,00
- Muebles y enseres \$ 4.590,00
- Vehículo \$18.000,00

La adquisición de estos bienes será de contado, bajo préstamo bancario. **(Ver anexo #1)**

4.6.5 Depreciación

La depreciación, consiste en reconocer de una manera racional y ordenada el valor de los bienes a lo largo de su vida útil estimada con anterioridad con el fin de obtener los recursos necesarios para la reposición de los bienes, de manera que se conserve la capacidad operativa o productiva del ente público. La distribución de dicho valor a lo largo de la vida, se establece mediante el estudio de la productividad y del tiempo mediante diferentes métodos. **(Ver anexo #1)**

- Maquinaria 10% anual de Depreciación
- Equipos de computación 33.33% anual de Depreciación
- Muebles y enseres 10% anual de Depreciación
- Vehículo 20% anual de Depreciación

4.6.4 Mantenimiento de Maquinaria

Para el mantenimiento de los activos fijos se estableció un porcentaje estándar del 5% en relación al coste del activo, en caso de que exista un posible daño en cualquiera de estos se tomará de estas provisiones para el arreglo.

Cabe recalcar que la maquinaria tiene garantía del fabricante de 12 meses, la misma que se puede hacer efectiva a través de los diferentes distribuidores autorizados. (Ver anexo #2)

4.6.5 Capital de Trabajo

Para dar inicio a cualquier actividad empresarial es fundamental contar con un monto de efectivo, dicho valor se denomina capital de trabajo que es el que permitirá adquirir los insumos o materiales requeridos para empezar con la primera producción o prestación de servicios.

En el presente estudio se requiere de un fondo de maniobra o capital de trabajo de \$136.136,07, cuyo valor servirá principalmente para la adquisición de materias primas, insumos, así como también para cubrir los primeros gastos administrativos y de ventas, desatacándose los sueldos y salarios.

Para la determinación del capital de trabajo se realizó una operación matemática que corresponde al método analítico, que incluye diferentes fases del producto, desde la adquisición de la Materia prima hasta el cobro de las vetas.(Ver anexo#9)

- Aprovisionamiento
- Fabricación
- Inventario
- Venta
- Cobros
- Pagos a proveedores

4.6.6 Cuentas por Cobrar

Se establece una política de cuentas por cobrar a clientes de 30 días, la misma que se verán reflejada en el Estado de Situación Financiera, las Cuentas por Cobrar comerciales en el rubro de activos corrientes, se establece esta política ya que es el común denominador de cartera de cuentas por cobrar de las empresas de este tipo., a continuación se detalla valor pendiente anual de cobro:

CUADRO 24 Detalle de cuentas por cobrar

DETALLE CUENTAS POR COBRAR (EXPRESADO EN DOLARES)					
	2014	2015	2016	2017	2018
VENTAS ANUALES	1.116.000,00	1.265.544,00	1.435.126,90	1.627.433,90	1.845.510,04
POLÍTICA DE CRÉDITO	30 DÍAS	30 DÍAS	30 DÍAS	30 DÍAS	30 DÍAS
CUENTAS POR COBRAR	93.000,00	105.462,00	119.593,91	135.619,49	153.792,50

Fuente: Presupuesto cuentas por cobrar

Elaborado por: Stalin Cañarte Fernández

4.6.7 Cuentas por Pagar Proveedores

Para la política de cuentas por pagar proveedores, se estableció un crédito de 60 días que se registrara en el estado de situación financiera como Cuentas por pagar proveedores en los Pasivos Corrientes, a continuación se detalla:

CUADRO 25 Detalle de cuentas por pagar

DETALLE CUENTAS POR PAGAR (EXPRESADO EN DOLARES)					
	2014	2015	2016	2017	2018
COMPRAS ANUALES	611.344,80	693.265,00	786.162,51	891.508,29	1.010.970,40
POLÍTICA DE CRÉDITO	60 DÍAS	60 DÍAS	60 DÍAS	60 DÍAS	60 DÍAS
CUENTAS POR PAGAR	101.890,80	115.544,17	131.027,09	148.584,72	168.495,07

Fuente: Presupuesto Cuentas por pagar

Elaborado por: Stalin Cañarte Fernández

4.6.8 Estructura de Financiamiento

El capital requerido para el proyecto estará financiado con el 40% correspondiente al aporte de los socios con un monto de 87.678,43 USD y el 60% restante mediante los recursos financiados por un monto de 131.517,64USD a un plazo de 5 años y con una tasa del 11,82

A continuación se presenta un detalle de la estructura de financiamiento del proyecto.

CUADRO 26 Estructura de Financiamiento

ESTRUCTURA FINANCIERA		
Capital Trabajo		136.136,07
Activo Fijo		80,060.00
Gastos De Constitución		3,000.00
TOTAL		219.196,07
ESTRUCTURA DEL CAPITAL		
Capital Social	40%	87.678,43
Préstamo Bancario	60%	131.517,64
TOTAL	100%	219.196,07

Fuente: Estructura de capital

Elaborado por: Stalin Cañarte Fernández

CUADRO 27 TABLA De Amortización Presentado En Dólares

PERIODO	CAPITAL	INTERESES	DIVIDENDOS	SALDO
2014	20,776.34	15,545.39	36,321.72	110,741.31
2015	23,232.10	13,089.62	36,321.72	87,509.20
2016	25,978.14	10,343.59	36,321.72	61,531.07
2017	29,048.75	7,272.97	36,321.72	32,482.31
2018	32,482.31	3,839.41	36,321.72	0.00
TOTAL	131,517.64	50,090.98	181,608.60	

Fuente: Tabla de Amortización

Elaborado por: Stalin Cañarte Fernández

4.6.9 Estado de Costos de Producción

El estado Costos de Productos es en donde se resumen todos los costos que se incurren para la elaboración del producto, ya sea, Materia Prima Directa, Mano de Obra Directa y Costos Indirectos de Fabricación, para el primer año el costo de venta de la producción de pantalones Jeans es de \$8,08 por unidad con una tasa de crecimiento del 8% anualmente, el precio de venta es de \$10,00 se mantiene una utilidad bruta del 24% una vez deducido todos los costos incurridos en la producción de 1 pantalón jeans de hombre entre las tallas 32-36.. (Ver anexo #5)

4.6.10 Estado Resultado Proyectado

En el Estado Resulta de la Fábrica de Pantalones Jean's MODA IN desde el 1° año de funcionamiento obtiene una utilidad de \$33.389,53 siendo un valor considerable para una empresa que entra a competir en el mercado, para el resto de años la empresa sigue generando utilidad siendo muestra de la factibilidad financiera del proyecto, obteniendo en los 5 años una utilidad de 415.296.69, siendo mayor que la Inversión Inicia demostrando por este medio la factibilidad de la propuesta. (Ver anexo #8)

4.6.11 Flujo de Efectivo Proyectado

La elaboración del flujo de efectivo es indispensable en el proyecto, dado que una empresa puede tener rentabilidad pero no liquidez, en este caso las proyecciones muestran suficiente liquidez en el proyecto, indicándonos así que tiene el suficiente dinero para cumplir con sus obligaciones, año 2014 \$191.671,95 creciendo para los próximos años en un 16% anualmente. (Ver anexo #10)

4.6.12 Repartición de Utilidades y Reservas

Para la fábrica de pantalones Jeans se establecieron varias políticas de pago de utilidades a los socios y de reservas, como es normal en toda empresa, que se

crean estas políticas para ayudar económicas a la empresa, hasta que esta alcance una estabilidad financiera buena, a continuación se detallan dichas políticas:

CUADRO 28 Repartición Utilidades Y Reservas

DETALLE	2014	2015	2016	2017	2018
RESERVA LEGAL	10%	10%	10%	10%	10%
RESERVA FACULTATIVA	8%	10%	15%	6%	1%
RESERVA ESTATUTARIA	6%	6%	6%	6%	6%
DIVIDENDOS SOCIOS	80.00 %	90.00 %	95.00 %	100.00 %	90.00 %
UTILIDADES RETENIDAS	20.00 %	10.00 %	5.00%	0.00%	10.00 %

Fuente: Presupuesto Reparto de utilidades y reservas

Elaborado por: Stalin Cañarte Fernández

4.6.13 Estado de Situación Financiera Proyectado

En los balances proyectados de la empresa se puede mostrar la distribución de los recursos financieros, así como de qué manera crece el flujo de caja, también aquellas cuentas deudoras, principalmente la deuda a largo plazo que pertenece al préstamo bancario realizado, el mismo que se encuentra amortizado en 5 años, es decir, que se pagará los años respectivos a la vida de la empresa. De igual manera se muestran resultados del patrimonio, el cual mide el aumento de capital.

Para hacer énfasis en los indicadores financieros, estos balances tienen como objetivo medir principalmente el nivel de endeudamiento que tiene la empresa, liquidez, rendimiento sobre los activos, margen de utilidad bruta y margen de utilidad neta para la idónea toma de decisiones.

Los resultados obtenidos en el primer año corresponden a el total de activos es de \$352.686,27. El patrimonio corresponde a \$121.067,96. En el último año

aumentan los activos en un valor considerable a \$551.956,38, debido al aumento de efectivo en ese año. El total de patrimonio aumentó a \$310.170,36. Cabe recalcar que con estos resultados se puede hacer frente a nuevas inversiones ya que la empresa muestra unos excelentes ingresos. **(Ver anexo #11)**

4.6.14 Evaluación Financiera

Para la evaluación financiera se realizó por el método del TIEMPO DE RECUPERACIÓN, VAN y el TIR, los cuales son métodos que ayudaran a determinar la viabilidad financiera del proyecto.

4.6.14.1 Periodo de Recuperación de La Inversión

El método de evaluación financiera del Periodo de Recuperación de la Inversión nos sirvió para poder determinar en qué tiempo se va a recuperar la inversión inicial para el funcionamiento, en este caso se recuperara en 3 años, 1 mes, 10 días.

El cálculo se lo realiza en sumar los períodos hasta completar el valor de la inversión inicial, el número de períodos que se coja para la suma es equivalente al tiempo que se demora en recuperar la inversión.

Considerándose este tiempo como adecuado por el monto de la inversión y por qué la empresa entraría sus primeros años a posicionarse en el mercado.

CUADRO 29 Periodo de recuperación

MÉTODO DE RECUPERACIÓN	
INVERSIÓN INICIAL	219,196.07
2013	48,435.21
2014	67,223.38
2015	90,602.05
2016	116,874.05
2017	148,991.04
TIEMPO DE RECUPERACIÓN DEL PROYECTO	3 AÑOS, 1

Fuente: Evaluación Financiera

Elaborado por: Stalin Cañarte Fernández

4.6.14.2 Valor Actual Neto (Van)

El Valor Presente Neto de un proyecto se define como la “diferencia entre el valor actual de los flujos de fondos que suministrará una inversión, y el desembolso inicial necesario para llevarla a cabo. Se recomienda efectuar la inversión si el VAN es positivo.”

La fórmula que nos permite calcular el Valor Actual Neto es:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+k)^t} - I_0$$

- V_t : representa los flujos de caja en cada periodo t .
- I_0 : es el valor del desembolso inicial de la inversión.
- n : es el número de períodos considerado.

A continuación se detalla el cálculo del VAN a través de la herramienta Excel:

CUADRO 30 VAN

VALOR NETO ACTUAL (VAN)	
INVERSIÓN INICIAL	224,284.76
2014	48,435.21
2015	67,223.38
2016	90,602.05
2017	116,874.05
2018	148,991.04
TOTAL DE FLUJOS FUTUROS	472,125.73
TASA MÍNIMA ATRACTIVA DE RETORNO	11.09%
VALOR PRESENTE DE FLUJOS FUTUROS	328.939,11
INVERSIÓN INICIAL	224,284.76
VAN	109.743,04

**PROYECTO
ACEPTADO**

Fuente: Evaluación Financiera
Elaborado por: Stalin Cañarte Fernández

El VAN obtenido es mayor cero, según los parámetros de evaluación podemos concluir con este resultado que el presente proyecto es aceptable, y generará el beneficio de **\$109.743,04** luego de recuperar la inversión inicial, lo que significa que el valor actual de los cobros que genera es superior al valor actual de los pagos que soporta.

4.6.14.3 Tasa Interna de Retorno (TIR)

La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión, está definida como la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) es igual a cero. Es un indicador de la rentabilidad de un proyecto, a mayor TIR, mayor rentabilidad.

A continuación mencionamos los parámetros de evaluación para el proyecto:

- Si $TIR > TMAR$: El proyecto es **aceptable**, ya que el proyecto da una rentabilidad mayor que la rentabilidad mínima requerida.
- Si $TIR < TMAR$: El proyecto **se rechaza**, ya que el proyecto da una rentabilidad menor que la rentabilidad mínima requerida. La TMAR representa es el coste de oportunidad.
- Si $TIR = TMAR$: El proyecto es **Indiferente**, ya que el proyecto da una rentabilidad igual a la rentabilidad mínima requerida, no genera ni ganancias ni pérdidas.

CUADRO 31 TIR

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)	
0	(224,284.76)
1	48,435.21
2	67,223.38
3	90,602.05
4	116,874.05
5	148,991.04
TOTAL	472,125.73
TIR	26.03%

**PROYECTO
ACEPTADO**

Fuente: Evaluación Financiera

Elaborado por: Stalin Cañarte Fernández

La Tasa Interna de Retorno del proyecto es del 26.03 % con este porcentaje el VAN es cero, la TIR también es mayor que la TMAR, por lo que podemos concluir que el proyecto es viable.

Una vez realización la evaluación financiera del proyecto a través del método del Valor Actual Neto (VAN) Y Tasa Interna de Retorno (TIR) se ha llegado a concluir que el proyecto es viable financieramente, siempre y cuando se mantengan las condiciones planteadas.

4.7 CONCLUSIONES

Una vez finiquitado el desarrollo de la propuesta del Estudio de Factibilidad para la Creación de una Fábrica de Pantalones Jeans, se concluye con lo siguiente:

Mediante el Estudio de Mercado se pudo determinar que en el Cantón La Libertad, existe una aceptación hacia el uso del pantalón jean del 93%, al mismo tiempo se pudo determinar los gustos y preferencias del mercado. Así como también se estableció la demanda a cubrir en el mercado.

La empresa se ubicará en el Cantón La Libertad vía Punta Carnero, luego de realizar la Macro y Micro localización se determinó que es un lugar estratégico ya que se encuentran a disposición todos los servicios básicos, como también la cercanía y disponibilidad de fuentes de abastecimiento.

La empresa será constituida como compañía limitada, bajo la razón social de **“FÁBRICA DE PANTALÓN JEANS MODA IN CIA. LTDA.”**, a la vez se determinó la base legal y filosófica que regirá en la empresa.

La empresa ofrecerá crédito de 30 días a sus clientes, esto respaldándose con todas las herramientas de derecho, que garanticen la cobranza de estas cuentas, así mismo los proveedores otorgaran crédito de 60 días desde la fecha de emisión de la factura.

El crecimiento del 8% del precio fue aceptable financieramente, del mismo modo que de los costos y gastos, con estos criterios se logró tener la rentabilidad esperada.

La implementación del proyecto es viable, esto se determinó, mediante cada uno de los resultados obtenidos en el estudio financiero-económico que reflejan la rentabilidad y viabilidad del proyecto, obteniéndolo a través del Valor Actual Neto, Tiempo de recuperación de la Inversión y la Tasa interna de retorno, siendo estos los métodos de evaluación de proyectos de factibilidad.

4.8 RECOMENDACIONES

- Se recomienda la ejecución inmediata del proyecto, una vez confirmada la rentabilidad y la viabilidad.
- Para el posicionamiento de la marca se recomienda elaborar un producto innovador, que esté conforme a los requerimientos y tendencias de la moda. Así como la organización periódica de eventos.
- Realizar en futuras ocasiones un Focus Group para conocer más afondo los gustos y preferencias de los clientes y consumidores, para así dirigir la producción hacia esos resultados.
- Además se sugiere, brindar siempre un producto de excelente calidad, y con una atención de primer nivel para que el cliente siempre encuentre en un ambiente de tranquilidad y seguridad.
- Realizar la entrega de los pedidos por parte de la Fábrica en el almacén de los comerciantes, para así se sientan más cómodos y satisfechos con el proveedor.
- Diseñar un catálogo con los modelos y tallas de los pantalones jeans, que sirva como mejor guía para los vendedores al momento de realizar los pedidos de los comerciantes.
- Una vez puesta en marcha el proyecto proveer que para el año 6 se va necesitar realizar incrementar tecnología y cambiar, por su deterioro y necesidad de capacidad instalada.
- Una vez que la empresa este posicionada en el mercado y fuerte financieramente, invertir en la adquisición de un terreno y construcción de su propia edificación.

BIBLIOGRAFÍA

- AUGEDO, L., ESCOBAR, B. (2007) Gestión por procesos, Editorial Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación, ICONTEC, Cuarta Edición. Colombia.
- BERNAL TORRES CESAR AUGUSTO (Edición 2006), Metodología de la investigación: Para administración, economía, humanidades y ciencias sociales.
- Chase, R. & Aquilano, N.[1995]: Dirección y administración de la producción y de las operaciones, 6ª. Ed., Editorial IRWIN, Barcelona.
- GITMAN, L. (2007) Fundamentos de Administración Financiera Microeconomía, 4ta Edición.
- GITMAN, L. (2008) Principios de Administración Financiera 11ava edición.
- HERNÁNDEZ SAMPIERI ROBERTO. (2006) Metodología de la Investigación, Editorial McGrawHill, 4ª edición
- JAY, H., BARRY, R., (2005) Principio de Administración de Operaciones, 5ta Edición paginas 704.
- MÜNCH Lourdes y ÁNGELES Ernesto, (2011). Métodos y Técnicas de Investigación. Cuarta Edición Trilles. México

PAGINAS WEB

- <http://www.inec.gob.ec/>
- <http://www.bce.fin.ec/>
- <http://www.supercias.gob.ec>
- http://es.wikipedia.org/wiki/Estudio_de_factibilidad
- <http://www.monografias.com/trabajos5/esfa/esfa.shtml>
- <http://e-tecnico.webnode.es/servicios/>
- <http://www.slideshare.net/luppiabdon/estudio-tecnico-presentation>
- http://www.degerencia.com/tema/investigacion_de_mercado
- <http://www.contactopyme.gob.mx/promode/invmdo.asp>
- <http://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero>
- <http://www.monografias.com/trabajos16/metodos-evaluacion-economica/metodos-evaluacion-economica.shtml>
- http://www.ehowenespanol.com/evaluacion-financiera-proyectos-hechos_80815/

ANEXOS

ANEXO 1 Activos Fijos

MODA IN													
FABRICA DE PANTALONES JEANS													
DETALLE DE ACTIVOS FIJOS Y DEPRECIACION													
EXPRESADOS EN DOLARES													
N°	CANT	NOMBRE	DETALLE	C. COSTO	COSTO UNIT	COSTO TOTAL	% DEPREC	TIM. DEPR.	2014	2015	2016	2017	2018
1	8	EQUIP. COMPUTACION	EQUIP COMPUTO	ADM	800,00	6.400,00	33%	3	2.133,12	2.133,12	2.133,12		
2	4	EQUIP. COMPUTACION	TEFONO FAX	ADM	250,00	1.000,00	33%	3	333,30	333,30	333,30		
3	4	EQUIP. COMPUTACION	IMPRESORA	ADM	150,00	600,00	33%	3	199,98	199,98	199,98		
4	8	MUEBLES Y ENSERES	ESCRITORIO	ADM	150,00	1.200,00	10%	10	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00
5	8	MUEBLES Y ENSERES	SILLAS	ADM	10,00	80,00	10%	10	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00
6	8	MUEBLES Y ENSERES	SILLONES	ADM	80,00	640,00	10%	10	64,00	64,00	64,00	64,00	64,00
7	4	MUEBLES Y ENSERES	ARCHIVADORES	ADM	150,00	600,00	10%	10	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
8	1	MUEBLES Y ENSERES	ARCHIVADORES	ADM	150,00	150,00	10%	10	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00
				Total ADM		10.670,00			2.933,40	2.933,40	2.933,40	267,00	267,00
9	4	MAQUINARIA	MAQ RECTA	CIF	580,00	2.320,00	10%	10	232,00	232,00	232,00	232,00	232,00
10	2	MAQUINARIA	MAQ 2 AGUJAS	CIF	3.250,00	6.500,00	10%	10	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00
11	2	MAQUINARIA	MAQ OVERLOCK	CIF	1.600,00	3.200,00	10%	10	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00
12	2	MAQUINARIA	MAQ CERRADORA	CIF	5.500,00	11.000,00	10%	10	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00
13	1	MAQUINARIA	MAQ OJALADORA	CIF	9.200,00	9.200,00	10%	10	920,00	920,00	920,00	920,00	920,00
14	1	MAQUINARIA	MAQ PRECILLERA	CIF	2.200,00	2.200,00	10%	10	220,00	220,00	220,00	220,00	220,00
15	1	MAQUINARIA	MAQ PRETINERA	CIF	7.000,00	7.000,00	10%	10	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00
16	1	MAQUINARIA	MAQ ATRACADORA	CIF	4.000,00	4.000,00	10%	10	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
17	1	MAQUINARIA	CORTADO	CIF	1.600,00	1.600,00	10%	10	160,00	160,00	160,00	160,00	160,00
18	5	MAQUINARIA	PLANCHAS	CIF	120,00	600,00	10%	10	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
19	1	MAQUINARIA	COMPRESOR	CIF	160,00	160,00	10%	10	16,00	16,00	16,00	16,00	16,00
20	1	MAQUINARIA	REMACHADORA	CIF	90,00	90,00	10%	10	9,00	9,00	9,00	9,00	9,00
21	2	EQUIP. COMPUTACION	EQUIP COMPUTO	CIF	800,00	1.600,00	33%	3	533,28	533,28	533,28		
22	8	MUEBLES Y ENSERES	ESCRITORIO	CIF	150,00	1.200,00	10%	10	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00
23	8	MUEBLES Y ENSERES	SILLAS	CIF	10,00	80,00	10%	10	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00
24	8	MUEBLES Y ENSERES	SILLONES	CIF	80,00	640,00	10%	10	64,00	64,00	64,00	64,00	64,00
				Total CIF		51.390,00			5.512,28	5.512,28	5.512,28	4.979,00	4.979,00
25	1	VEHICULO	CAMIONETA DIMAX	VENTAS	18.000,00	18.000,00	20%	5	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00
				Total VENTAS		18.000,00			3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00
				Total general		80.060,00			12.045,68	12.045,68	12.045,68	8.846,00	8.846,00

Fuente: Activos Fijos

Elaborado por: Stalin Cañarte Fernández

ANEXO 2 Mantenimiento de Activos Fijos

MODA IN
FABRICA DE PANTALONES JEANS
DETALLE MANTENIMIENTO MAQUINARIA
EXPRESADOS EN DOLARES

N°	CANT	DETALLE	C. COSTO	COSTO ADQ	MENSUAL	ANUAL
1	8	EQUIP COMPUTO	ADM	9.200,00	460,00	5.520,00
2	4	TEFONO FAX	ADM	7.000,00	350,00	4.200,00
3	4	IMPRESORA	ADM	4.000,00	200,00	2.400,00
4	8	ESCRITORIO	ADM	1.600,00	80,00	960,00
5	8	SILLAS	ADM	600,00	30,00	360,00
6	8	SILLONES	ADM	160,00	8,00	96,00
7	4	ARCHIVADORES	ADM	80,00	4,00	48,00
8	1	ARCHIVADORES	ADM	640,00	32,00	384,00
			Total ADM	23.280,00	1.164,00	13.968,00
9	4	MAQ RECTA	CIF	6.400,00	320,00	3.840,00
10	2	MAQ 2 AGUJAS	CIF	1.000,00	50,00	600,00
11	2	MAQ OVERLOCK	CIF	600,00	30,00	360,00
12	2	MAQ CERRADORA	CIF	1.200,00	60,00	720,00
13	1	MAQ OJALADORA	CIF	80,00	4,00	48,00
14	1	MAQ PRECILLERA	CIF	640,00	32,00	384,00
15	1	MAQ PRETINERA	CIF	600,00	30,00	360,00
16	1	MAQ ATRACADORA	CIF	150,00	7,50	90,00
17	1	CORTADO	CIF	2.320,00	116,00	1.392,00
18	5	PLANCHAS	CIF	6.500,00	325,00	3.900,00
19	1	COMPRESOR	CIF	3.200,00	160,00	1.920,00
20	1	REMACHADORA	CIF	11.000,00	550,00	6.600,00
21	2	EQUIP COMPUTO	CIF	2.200,00	110,00	1.320,00
22	8	ESCRITORIO	CIF	90,00	4,50	54,00
23	8	SILLAS	CIF	1.600,00	80,00	960,00
24	8	SILLONES	CIF	1.200,00	60,00	720,00
			Total CIF	38.780,00	1.939,00	23.268,00
25	1	CAMIONETA DIMAX	VENTAS	18.000,00	180,00	2.160,00
			Total VENTAS	18.000,00	180,00	2.160,00
			Total general	80.060,00	3.283,00	39.396,00

Fuente: Mantenimiento de Activos Fijos
 Elaborado por: Stalin Cañarte Fernández

ANEXO 3 Alquiler de Edificio

ALQUILER LOCAL COMERCIAL								
N°	CENTRO DE COSTOS	%	2014	2015	2016	2017	2018	TOTAL
	TOTAL DE PLANILLAS		14.400,00	15.840,00	17.424,00	19.166,40	21.083,04	87.913,44
1	ADMINISTRACION	30%	4.320,00	4.752,00	5.227,20	5.749,92	6.324,91	26.374,03
2	VENTAS	20%	2.880,00	3.168,00	3.484,80	3.833,28	4.216,61	17.582,69
3	CIF	50%	7.200,00	7.920,00	8.712,00	9.583,20	10.541,52	43.956,72
	TOTAL	100%	14.400,00	15.840,00	17.424,00	19.166,40	21.083,04	87.913,44

Fuente: Alquiler de Edificio

Elaborado por: Stalin Cañarte Fernández

ANEXO 4 Servicios Básicos

AGUA POTABLE								
N°	CENTRO DE COSTOS	%	2014	2015	2016	2017	2018	TOTAL
	TOTAL DE PLANILLAS		840,00	882,00	926,10	972,41	1.021,03	4.641,53
1	ADMINISTRACION	40%	336,00	352,80	370,44	388,96	408,41	1.856,61
2	VENTAS	20%	168,00	176,40	185,22	194,48	204,21	928,31
3	CIF	40%	336,00	352,80	370,44	388,96	408,41	1.856,61
	TOTAL	100%	840,00	882,00	926,10	972,41	1.021,03	4.641,53

ENERGIA ELECTRICA								
N°	CENTRO DE COSTOS	%	2014	2015	2016	2017	2018	TOTAL
	TOTAL DE PLANILLAS		1.440,00	1.512,00	1.587,60	1.666,98	1.750,33	7.956,91
1	ADMINISTRACION	25%	360,00	378,00	396,90	416,75	437,58	1.989,23
2	VENTAS	15%	216,00	226,80	238,14	250,05	262,55	1.193,54
3	CIF	60%	864,00	907,20	952,56	1.000,19	1.050,20	4.774,15
	TOTAL	100%	1.440,00	1.512,00	1.587,60	1.666,98	1.750,33	7.956,91

TELEFONIA Y COMUNICACIONES								
N°	CENTRO DE COSTOS	%	2014	2015	2016	2017	2018	TOTAL
	TOTAL DE PLANILLAS		720,00	756,00	793,80	833,49	875,16	3.978,45
1	ADMINISTRACION	40%	288,00	302,40	317,52	333,40	350,07	1.591,38
2	VENTAS	50%	360,00	378,00	396,90	416,75	437,58	1.989,23
3	CIF	10%	72,00	75,60	79,38	83,35	87,52	397,85
	TOTAL	100%	720,00	756,00	793,80	833,49	875,16	3.978,45

Fuente: Servicios Básicos

Elaborado por: Stalin Cañarte Fernández

ANEXO 5 Resumen de CIF

MODA IN
FABRICA DE PANTALONES JEANS
ANEXO DE RESUMEN DE COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION
EXPRESADO EN DOLARES

N°	DETALLE	2014	2015	2016	2017	2018
1	MANO DE OBRA INDIRECTA	33.600,00	36.960,00	40.656,00	44.721,60	49.193,76
2	BENEFICIOS SOCIALES	12.832,40	14.115,64	15.527,20	17.079,92	18.787,92
3	SERVICIOS BASICOS	1.272,00	1.335,60	1.402,38	1.472,50	1.546,12
4	MANTENIMIENTO	23.268,00	23.269,05	23.270,10	23.271,15	23.272,20
5	DEPRECIACION	5.512,28	5.512,28	5.512,28	4.979,00	4.979,00
6	ALQUILER	7.200,00	7.920,00	8.712,00	9.583,20	10.541,52
7	SUMINISTROS Y PAPELERIA	180,00	189,00	198,45	208,37	218,79
8	MAT. PRIMA INDIRECTA	106.020,00	116.887,05	128.867,97	142.076,94	156.639,83
	TOTAL	189.884,68	206.188,62	224.146,39	243.392,69	265.179,14

Fuente: Resumen de CIF

Elaborado por: Stalin Cañarte Fernández

ANEXO 6 Estado de Costos de Producción

FABRICA DE PANTALONES JEANS
ESTADO DE COSTO DE PRODUCCION
EXPRESADO EN DOLARES

PRODUCTO		PANTALON JEAN				
Nº	DETALLE	2014	2015	2016	2017	2018
1	MPD	611.344,80	693.265,00	786.162,51	891.508,29	1.010.970,40
2	MOD	100.998,00	111.097,80	122.207,58	134.428,34	147.871,17
3	CIF	189.884,68	206.188,62	224.146,39	243.392,69	265.179,14
4	TOTAL DE COTOS DE PROD.	902.227,48	1.010.551,42	1.132.516,48	1.269.329,31	1.424.020,71
5	PRODUCTOS FABRICADOS	111.600	117.180	123.039	129.191	135.650
6	COSTO UNITARIO	8,08	8,62	9,20	9,83	10,50
7	PRECIO VENTA	10,00	10,80	11,66	12,60	13,60
8	% UTILIDAD	24%	25%	27%	28%	30%

PRODUCTO		PANTALON JEAN				
Nº	DETALLE	2014	2015	2016	2017	2018
1	MPD	611.344,80	693.265,00	786.162,51	891.508,29	1.010.970,40
2	MOD	100.998,00	111.097,80	122.207,58	134.428,34	147.871,17
3	CIF	189.884,68	206.188,62	224.146,39	243.392,69	265.179,14
4	TOTAL DE COTOS DE PROD.	902.227,48	1.010.551,42	1.132.516,48	1.269.329,31	1.424.020,71

Fuente: Estado de Costos de Producción
Elaborado por: Stalin Cañarte Fernández

ANEXO 7 Gastos Administrativos

MODA IN							
FABRICA DE PANTALONES JEANS							
GASTOS DE ADMINISTRACION							
EXPRESADO EN DOLARES							
N°	DETALLE	2014	2015	2016	2017	2018	TOTALES
1 GASTOS DE PERSONAL							
1,1	Sueldos	55.200,00	60.720,00	66.792,00	73.471,20	80.818,32	337.001,52
1,2	Beneficios Sociales	20.656,80	22.722,48	24.994,73	27.494,20	30.243,62	126.111,83
1,3	Capacitacion	5.520,00	6.072,00	6.679,20	7.347,12	8.081,83	33.700,15
1,4	Beneficios Patronales	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2 GASTOS DE REPRESENTACION							
2,1	Viaticos	360,00	378,00	396,90	416,75	437,58	1.989,23
2,2	Hoteles	180,00	189,00	198,45	208,37	218,79	994,61
2,3	Boletos de Avion	180,00	189,00	198,45	208,37	218,79	994,61
2,4	Movilizacion terrestre	120,00	126,00	132,30	138,92	145,86	663,08
3 SERVICIOS BASICOS							
3,1	Agua	336,00	352,80	370,44	388,96	408,41	1.856,61
3,2	Energia	360,00	378,00	396,90	416,75	437,58	1.989,23
3,3	Telecomunicacione	288,00	302,40	317,52	333,40	350,07	1.591,38
4 HONORARIOS PROFESIONALES							
4,1	Legales	120,00	126,00	132,30	138,92	145,86	663,08
4,2	Contables	960,00	1.008,00	1.058,40	1.111,32	1.166,89	5.304,61
4,3	Tributarios	240,00	252,00	264,60	277,83	291,72	1.326,15
4,4	Financieros	120,00	126,00	132,30	138,92	145,86	663,08
5 SEGUROS							
5,1	Vehiculos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
5,2	Edificio	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
5,3	Equip. Computacion	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
5,4	Equip. Oficinas	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
6 MANTENIMIENTO							
6,1	Mantenimiento	13.968,00	14.666,40	15.399,72	16.169,71	16.978,19	77.182,02
7 DEPRECIACIONES							
7,1	Depreciaciones	1.867,00	1.867,00	1.867,00	1.867,00	1.867,00	0,00
8 ALQUILRES							
8,1	Local Comercial	4.320,00	4.752,00	5.227,20	5.749,92	6.324,91	26.374,03
9 OTROS							
9,1	Copias	21,60	22,68	23,81	25,00	26,25	119,35
9,2	Papeleria	28,80	30,24	31,75	33,34	35,01	159,14
9,3	Movilizacion	50,40	52,92	55,57	58,34	61,26	278,49
9,4	Refrigerios	150,00	157,50	165,38	173,64	182,33	828,84
9,5	Combustibles	43,20	45,36	47,63	50,01	52,51	238,71
10 AMORTIZACIONES							
10,1	GASTOS DE CONSTITUCION	3.000,00					
TOTAL		108.089,80	114.535,78	124.882,54	136.217,98	148.638,65	620.029,75

Fuente: Gastos Administrativos

Elaborado por: Stalin Cañarte Fernández

ANEXO 8 Gastos de Ventas

MODA IN							
FABRICA DE PANTALONES JEANS							
GASTOS DE VENTAS							
EXPRESADO EN DOLARES							
N°	DETALLE	2014	2015	2016	2017	2018	TOTALES
1 GASTOS DE PERSONAL							
1,1	Sueldos	16.800,00	18.480,00	20.328,00	22.360,80	24.596,88	102.565,68
1,2	Beneficios sociales	6.591,20	7.250,32	7.975,35	8.772,89	9.650,18	40.239,94
1,3	Capacitación	1.680,00	1.848,00	2.032,80	2.236,08	2.459,69	10.256,57
1,4	Beneficios Patronales	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2 GASTOS DE REPRESENTACION							
2,1	Viáticos	120,00	126,00	132,30	138,92	145,86	663,08
2,2	Hoteles	120,00	126,00	132,30	138,92	145,86	663,08
2,3	Boletos de Avión	120,00	126,00	132,30	138,92	145,86	663,08
2,4	Movilización terrestre	120,00	126,00	132,30	138,92	145,86	663,08
3 SERVICIOS BASICOS							
3,1	Agua	168,00	176,40	185,22	194,48	204,21	928,31
3,2	Energía	216,00	226,80	238,14	250,05	262,55	1.193,54
3,3	Telecomunicaciones	288,00	302,40	317,52	333,40	350,07	1.591,38
4 HONORARIOS PROFESIONALES							
4,1	Legales	60,00	63,00	66,15	69,46	72,93	331,54
4,2	Contables	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
4,3	Tributarios	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
4,4	Financieros	120,00	126,00	132,30	138,92	145,86	663,08
5 SEGUROS							
5,1	Vehiculos	1.500,00	1.575,00	1.653,75	1.736,44	1.823,26	8.288,45
5,2	Maquinarias	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
5,3	Equip. Computación	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
5,4	Equip. Oficinas	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
6 MANTENIMIENTO							
6,1	Mantenimiento	2.160,00	2.268,00	2.381,40	2.500,47	2.625,49	11.935,36
7 DEPRECIACIONES							
7,1	Depreciaciones	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	18.000,00
8 ALQUIELRES							
8,1	Local Comercial	2.880,00	3.168,00	3.484,80	3.833,28	4.216,61	17.582,69
9 OTROS							
9,1	Copias	5,40	5,67	5,95	6,25	6,56	29,84
9,2	Papelería	5,40	5,67	5,95	6,25	6,56	29,84
9,3	Movillizacion	5,40	5,67	5,95	6,25	6,56	29,84
9,4	Refrigerios	125,00	131,25	137,81	144,70	151,94	690,70
9,5	Combustibles	10,80	11,34	11,91	12,50	13,13	59,68
TOTAL		36.695,20	39.747,52	43.092,21	46.757,87	50.775,92	217.068,72

Fuente: Gasto de Ventas

Elaborado por: Stalin Cañarte Fernández

ANEXO 9 Capital de Trabajo

ELEMENTO	VOLUMEN DE OPERACIONES	PMM	VALOR MEDIO DE LA MASA PATRIMONIAL
PROVEEDORES	611.344,80	61	101.890,80
TOTAL PASIVO CORRIENTE			101.890,80
MATERIALES	611.344,80	30	50.945,40
FABRICACION	902.227,48	18	45.466,95
CLIENTES	902.227,48	30	75.185,62
TIEMPO EN STOCK	1.116.000,00	18	56.239,82
TOTAL ACT CORRIENTES			227.837,79
FONDO DE MANIOBRA			125.946,99
FONDO DE MANIOBRA PREVISTO		136.136,07	
TOTAL ACT CORRIENTES	227.837,79		
TOTAL PASIVO CORRIENTE	101.890,80		
TESORERIA	10.189,08	10%	

Fuente: Capital de Trabajo

Elaborado por: Stalin Cañarte Fernández

ANEXO 10 Estado de Resultado Proyectado

MODA IN

ESTADO DE RESULTADOS

Del 1 de enero al 31 de Diciembre del

	2014	2015	2016	2017	2018	TOTAL
INGRESOS OPERACIONALES	1.116.000,00	1.265.544,00	1.435.126,90	1.627.433,90	1.845.510,04	7.289.614,84
Ventas	1.116.000,00	1.265.544,00	1.435.126,90	1.627.433,90	1.845.510,04	7.289.614,84
COSTO DE VENTAS	902.227,48	1.010.551,42	1.132.516,48	1.269.329,31	1.424.020,71	5.738.645,41
Costo de ventas	902.227,48	1.010.551,42	1.132.516,48	1.269.329,31	1.424.020,71	5.738.645,41
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	213.772,52	254.992,58	302.610,42	358.104,59	421.489,33	1.550.969,43
GASTOS OPERACIONES	145.851,40	155.349,70	169.041,16	181.375,85	197.814,56	849.432,67
Gastos de Administración	109.156,20	115.602,18	125.948,94	134.617,98	147.038,65	632.363,95
Gastos de ventas	36.695,20	39.747,52	43.092,21	46.757,87	50.775,92	217.068,72
UTILIDAD (PERDIDA) EN OPERACIONES	67.921,12	99.642,88	133.569,26	176.728,74	223.674,77	701.536,76
INGRESOS (GASTOS) FINANCIEROS	15.545,39	13.089,62	10.343,59	7.272,97	3.839,41	50.090,98
Intereses por préstamos bancarios	15.545,39	13.089,62	10.343,59	7.272,97	3.839,41	50.090,98
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPAC	52.375,73	86.553,25	123.225,67	169.455,77	219.835,36	651.445,79
Participación a empleados	7.856,36	12.982,99	18.483,85	25.418,37	32.975,30	97.716,87
UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTOS A LA RENTA	44.519,37	73.570,27	104.741,82	144.037,40	186.860,05	553.728,92
Impuestos a la renta	11.129,84	18.392,57	26.185,46	36.009,35	46.715,01	138.432,23
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	33.389,53	55.177,70	78.556,37	108.028,05	140.145,04	415.296,69

Fuente: Estado de Resultado Proyectado
Elaborado por: Stalin Cañarte Fernández

ANEXO 11 Reparto de Utilidades y Reservas

MODA IN
FABRICA DE PANTALON JEANS
DISTRIBUCION DE LA UTILIDAD
EXPRESADO EN DOLARES

DETALLE	2014	2015	2016	2017	2018
UTILIDAD DEL EJERCICIO	33.389,53	55.177,70	78.556,37	108.028,05	140.145,04
RESERVA LEGAL	10%	10%	10%	10%	10%
RESERVA FACULTATIVA	8%	10%	15%	6%	1%
RESERVA ESTATUTARIA	6%	6%	6%	6%	6%
DIVIDENDOS SOCIOS	80,00%	90,00%	95,00%	100,00%	90,00%
UTILIDADES RETENIDAS	20,00%	10,00%	5,00%	0,00%	10,00%

% DE LAS RESERVAS	2014	2015	2016	2017	2018
RESEVA LEGAL	3.338,95	5.517,77	7.855,64	10.802,81	14.014,50
RESERVA FACULTATIVA	2.671,16	5.517,77	11.783,45	6.481,68	1.401,45
RESERVA ESTATUTARIA	2.003,37	3.310,66	4.713,38	6.481,68	8.408,70
TOTAL DE RESERVAS	8.013,49	14.346,20	24.352,47	23.766,17	23.824,66

REPARTO DE UTILIDADES	2014	2015	2016	2017	2018
DIVIDENDOS SOCIOS	20.300,83	36.748,35	51.493,70	84.261,88	104.688,35
UTILIDADES ACUMULADAS	5.075,21	4.083,15	2.710,19	0,00	11.632,04

Fuente: Reparto de Utilidades y Reservas
Elaborado por: Stalin Cañarte Fernández

ANEXO 12 Flujo de Efectivo Proyectado

MODA IN
FABRICA DE PANTALON JEANS
FLUJO DE EFECTIVO
EXPRESADO EN DOLARES

N°	DETALLE	2014	2015	2016	2017	2018	TOTALES
	SALDO INICIAL		191.671,95	228.943,11	271.463,44	326.085,49	1.018.163,99
	INGRESOS						
	VENTAS	1.023.000,00	1.160.082,00	1.315.532,99	1.491.814,41	1.691.717,54	6.682.146,94
	APORTACIONES DE CAPITAL	87.678,43					87.678,43
	PRESTAMOS BANCARIOS	131.517,64					131.517,64
	CUENTAS X COBRRA		93.000,00	105.462,00	119.593,91	135.619,49	453.675,40
	TOTAL INGRESOS	1.242.196,07	1.253.082,00	1.420.994,99	1.611.408,32	1.827.337,03	7.355.018,41
	EGRESOS						
	MATERIA PRIMA	509.454,00	577.720,84	655.135,43	742.923,58	842.475,33	3.327.709,17
	MANO DE OBRA DIRECTA	100.998,00	111.097,80	122.207,58	134.428,34	147.871,17	616.602,89
	CIF	184.372,40	200.676,34	218.634,11	238.413,69	260.200,14	1.102.296,67
	GASTOS DE ADMINISTRACION	106.222,80	112.668,78	123.015,54	134.350,98	146.771,65	623.029,75
	GASTOS DE VENTAS	33.095,20	36.147,52	39.492,21	43.157,87	47.175,92	199.068,72
	COMPRA DE ACTIVOS	80.060,00	0,00	0,00	0,00	0,00	80.060,00
	PAGO DE PRINCIPAL	20.776,34	23.232,10	25.978,14	29.048,75	32.482,31	131.517,64
	INTERESES	15.545,39	13.089,62	10.343,59	7.272,97	3.839,41	50.090,98
	IMPUESTOS	0,00	11.129,84	18.392,57	26.185,46	36.009,35	91.717,22
	PARTICIPACION DE TRABAJADORES	0,00	7.856,36	12.982,99	18.483,85	25.418,37	64.741,56
	DIVIDENDOS ACCIONISTAS	0,00	20.300,83	36.748,35	51.493,70	84.261,88	192.804,76
	PAGO PROVEEDORES		101.890,80	115.544,17	131.027,09	148.584,72	497.046,77
	TOTAL EGRESOS	1.050.524,12	1.215.810,84	1.378.474,66	1.556.786,26	1.775.090,24	6.976.686,13
	SALDO	191.671,95	228.943,11	271.463,44	326.085,49	378.332,28	1.396.496,27

Fuente: Flujo de Efectivo Proyectado
 Elaborado por: Stalin Cañarte Fernández

ANEXO 13 Estado de Situación Financiera Proyectado

MODA IN					
BALANCE GENERAL					
Al 31 de Diciembre del					
	2014	2015	2016	2017	2018
ACTIVO CORRIENTE	284.671,95	334.405,11	391.057,34	461.704,98	532.124,78
CIRCULANTE	191.671,95	228.943,11	271.463,44	326.085,49	378.332,28
Caja y equivalente de caja	191.671,95	228.943,11	271.463,44	326.085,49	378.332,28
EXIGIBLE	93.000,00	105.462,00	119.593,91	135.619,49	153.792,50
Cuentas por cobrar comerciales	93.000,00	105.462,00	119.593,91	135.619,49	153.792,50
ACTIVO FIJO	68.014,32	55.968,64	43.922,96	35.076,96	26.230,96
ACTIVO FIJO TANGIBLE	80.060,00	80.060,00	80.060,00	80.060,00	80.060,00
Maquinarias,	47.870,00	47.870,00	47.870,00	47.870,00	47.870,00
Vehículos	18.000,00	18.000,00	18.000,00	18.000,00	18.000,00
Muebles y enseres	4.590,00	4.590,00	4.590,00	4.590,00	4.590,00
Equipos de computación	9.600,00	9.600,00	9.600,00	9.600,00	9.600,00
Otros					
Depreciación acumulada	-12.045,68	-24.091,36	-36.137,04	-44.983,04	-53.829,04
TOTAL ACTIVOS	352.686,27	390.373,75	434.980,30	496.781,94	558.355,74
PASIVOS					
PASIVO CORRIENTE	120.877,00	146.919,72	175.696,39	210.012,43	248.185,38
Cuentas por pagar proveedores	101.890,80	115.544,17	131.027,09	148.584,72	168.495,07
Participación a trabajadores	7.856,36	12.982,99	18.483,85	25.418,37	32.975,30
Impuesto a la renta	11.129,84	18.392,57	26.185,46	36.009,35	46.715,01
PASIVOS A LARGO PLAZO	110.741,31	87.509,20	61.531,07	32.482,31	-0,00
Provisión para jubilación y otros					
Obligaciones a largo plazo	110.741,31	87.509,20	61.531,07	32.482,31	-0,00
TOTAL PASIVOS	231.618,31	234.428,93	237.227,46	242.494,75	248.185,38
PATRIMONIO	121.067,96	155.944,83	197.752,84	254.287,20	310.170,36
Capital Social	87.678,43	87.678,43	87.678,43	87.678,43	99.546,98
Reservas	0,00	8.013,49	22.359,69	46.712,16	70.478,33
Reserva Legas	0,00	3.338,95	8.856,72	16.712,36	27.515,16
Reserva Facultativa	0,00	2.671,16	8.188,93	19.972,39	26.454,07
Reserva Estatutaria	0,00	2.003,37	5.314,03	10.027,42	16.509,10
Resultados acumulados	0,00	5.075,21	9.158,36	11.868,55	0,00
Utilidad del ejercicio	33.389,53	55.177,70	78.556,37	108.028,05	140.145,04
TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO	352.686,27	390.373,75	434.980,30	496.781,94	558.355,74

Fuente: Balance General

Elaborado por: Stalin Cañarte Fernández

ANEXO 14 Cuestionario

Universidad Estatal Península de Santa Elena
Facultad de Ciencias Administrativas
Ingeniería en Desarrollo Empresarial

Objetivo: Determinar gustos y preferencias de los comerciantes del Centro Comercial Buenaventura Moreno.

Género Masculino Femenino

Edad _____

1.- ¿Qué tiempo lleva realizando la actividad de comercializar pantalones Jean`s?

- 1 – 2 años
- 3 – 5 años
- 6 – 9 años
- 10 o más

2.- ¿Cuál es su promedio de ventas mensuales?

- 0 – 1000
- 1001-2000
- 2001 – 3000
- 3001 o más

3.- ¿Cuántos empleados laboran en el negocio?

4.- ¿De dónde son sus proveedores de Pantalones Jeans?

- Pelileo
- Perú
- Huaquilla
- Ambato
- Otros

5.- Aproximadamente cuántos pantalones jeans venden diariamente

- 1 – 10
- 11 – 20
- 21 – 30

30 en adelante

6.- A qué precio usted compra los pantalones jeans

8 – 10

11 – 13

14 – 16

17 o más

7.- Que atributo de los pantalones Jeans califica como el más importante

Precio

Calidad

Diseño

Colores

Modelos

8.- Está usted de acuerdo con la creación de una fábrica de jeans en la Provincia de Santa Elena

SI NO

Porque_____

9.- Cual sería su interés por comprar en una fábrica de jeans ubicada en la Provincia de Santa Elena, Cantón La Libertad

Alta

Media

Baja

10.- Cambiaría a su proveedor actual por adquirir los productos en una Fábrica de Jeans en la Provincia de Santa Elena, Cantón La Libertad

SI NO

¡Gracias por su Colaboración!

ANEXO 15 Carta Aval Corporación Financiera Nacional "CFN"

CFN
CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL

La Libertad, 18 de Septiembre del 2012

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

Por medio de la presente, comunico a usted:

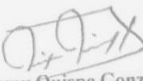
CARTA/AVAL

Yo, Ec. Jimmy Quispe Gonzabay, Jefe de Oficina de la Corporación Financiera Nacional de Santa Elena, me permito emitir la presente carta de compromiso, para que el Señor Cañarte Fernández Stalin Lenin, levante información técnica en nuestra institución con fines académicos, al respecto con su tema denominado **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FÁBRICA DE JEANS EN EL CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA.**

Cabe destacar que actualmente contamos con líneas de crédito de financiamiento estratégico y de emprendimiento, dentro de las cuales el proyecto si es actividad financiable para nuestra Institución, debido a que pertenece a la *categoria D, numeración 1.8.1.0: Fabricación de prendas de vestir, excepto prendas de piel.*

Es importante indicar que para la aprobación del financiamiento, el sujeto de crédito debe cumplir requisitos que en esta carta aval no se especifican.

Atentamente,


Ec. Jimmy Quispe Gonzabay
Corporación Financiera Nacional
Jefe de Oficina

ISD 150 9801
BUI BUREAU VERITAS
Certification

Suc. Mayte Guzmán Quijije - Calle Comercio 1001 - Loja
Cuenca - Calle Mañabita - Esmeraldas - Santo Domingo - La Libertad - Ambato - Riobamba - Loja

Tel: (593) 4 2204 080 / 2204 030 - Fax: (593) 4 2203 835

Fuente: CFN

Elaborado por: Stalin Cañarte Fernández

GLOSARIO

- ANGLICISMOS** : Empleo de vocablos o giros ingleses en distintos idiomas.
- GRAFÍA** : Modo de escribir o representar los sonidos, y, en especial, empleo de tal letra o tal signo gráfico para representar un sonido dado.
- PLUVIOMÉTRICO** : Parte de la meteorología que estudia la distribución de las lluvias o las precipitaciones según el espacio geográfico y las estaciones del año.
- HEMEROGRAFIA** : Es un neologismo que refiere al estudio y la descripción del material periodístico.
- FOCUS GROUP** : Proveniente de inglés que significa Grupo Focal.
- MATERIA PRIMA** : Se conocen como materias primas a la materia extraída de la naturaleza y que se transforma para elaborar materiales que más tarde se convertirán en bienes de consumo.
- MANO DE OBRA** : Se conoce como mano de obra al esfuerzo físico y mental que se pone al servicio de la fabricación de un bien.
- COSTOS INDIRECTOS:** Está constituido por los gastos que no son identificables con una producción o servicio dado, relacionándose con éstos en forma indirecta.

COSTO PRODUCCIÓN: son los gastos necesarios para mantener un proyecto, línea de procesamiento o un equipo en funcionamiento.

CAPITAL DE TRABAJO: lo considera como aquellos recursos que requiere la empresa para poder operar

INVERSIÓN INICIAL: Se denomina inversión inicial a la cantidad de dinero que es necesario invertir para poner en marcha un proyecto de negocio.

ESTADO RESULTADOS: Es un estado financiero que muestra ordenada y detalladamente la forma de cómo se obtuvo el resultado del ejercicio durante un periodo determinado.

UTILIDAD : Se trata del sobrante de deducción de los Costos y Gastos de los ingresos que se genera en un periodo contable en una empresa.

ESTADO SITUACIÓN FINANCIERA: Muestran a una fecha determinada la naturaleza y cuantificación de los bienes y derechos, las obligaciones a favor de terceros y el patrimonio de una empresa expresados en moneda nacional.

FLUJO DE EFECTIVO: Es un estado contable básico que informa sobre los movimientos de efectivo y sus equivalentes,

EVALUACIÓN FINANCIERA: Es una investigación profunda del flujo de fondos y los riesgos, con el objeto de determinar un eventual rendimiento de la inversión realizada en el proyecto.

ABREVIATURAS

EQ	: Equipo
EQUIP	: Equipo
MAQ	: Maquinaria
MTS	: Metros
UNID	: Unidad
CIA	: Compañía
LTDA	: Limitada
ADM	: Administración
CIF	: Costos Indirectos De Fabricación
MOD	: Mano De Obra Directa
VTAS	: Ventas
VAN	: Valor Actual Neto
TIR	: Tasa Interna De Retorno
MPD	: Materia prima directa
MPI	: Materia prima indirecta
RRHH	: Recursos humanos
TMAR	: Tasa mínima atractiva de rendimiento
USD	: United State Dollars
INEC	: Instituto nacional de estadísticas y censos
PIB	: Producto interno bruto
CFN	: Corporación financiera nacional
FODA	: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas
ISO	: International Standard Organization
LORTI	: Ley orgánica de régimen tributario interno
IPCU	: Índice De Precio Del Consumidor Área Urbana
BCE	: Banco Central del Ecuador