



**UNIVERSIDAD ESTATAL  
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

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

**“CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA CONFECCIÓN DE  
CAMISAS PARA HOMBRES EN LA PARROQUIA  
ANCONCITO, PROVINCIA DE SANTA  
ELENA, AÑO 2.013”**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

Previa a la obtención del Título de:

**INGENIERO EN DESARROLLO EMPRESARIAL**

**AUTOR: DARIO JAVIER SUÁREZ SUÁREZ  
TUTORA: ING. MARGARITA PALMA SAMANIEGO, MBA.**

**LA LIBERTAD – ECUADOR**

**2013**

**UNIVERSIDAD ESTATAL  
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

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

**“CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA CONFECCIÓN DE  
CAMISAS PARA HOMBRES EN LA PARROQUIA  
ANCONCITO, PROVINCIA DE SANTA  
ELENA, AÑO 2.013”**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**  
Previa a la obtención del Título de:

**INGENIERO EN DESARROLLO EMPRESARIAL**

**AUTOR: DARÍO JAVIER SUÁREZ SUÁREZ  
TUTORA: ING.MARGARITA PALMA, MBA.**

**LA LIBERTAD – ECUADOR**

2013

**La Libertad, 4 de Noviembre 2013.**

### **APROBACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del trabajo de investigación, “CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA CONFECCIÓN DE CAMISAS PARA HOMBRES EN LA PARROQUIA ANCONCITO, PROVINCIA DE SANTA ELENA 2.013”, elaborado por el SR. DARÍO JAVIER SUÁREZ SUÁREZ, egresado de la Carrera de Ingeniería en Desarrollo Empresarial, Escuela de Ingeniería Comercial, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Ingeniero en Desarrollo Empresarial, me permito declarar que luego de haber orientado, estudiado y revisado, la apruebo en todas sus partes.

**Atentamente**

.....

**Ing. Margarita Palma Samaniego, MBA.**

**TUTORA**

## **DEDICATORIA**

A DIOS, por ser mi principal refugio y fuente de inspiración, pues solo Tú conoces cuáles fueron mis angustias y con amor infinito has dado solución a los problemas.

Dedicado al deseo de superación de mis padres, ya que con su dedicación y esfuerzo he logrado alcanzar las metas trazadas en mi vida.

Darío Suárez Suárez.

## **AGRADECIMIENTO**

Es evidente que nada es posible sin contar con la voluntad y ayuda de DIOS, por eso mi eterna gratitud al no desampararme en los momentos más difíciles de mi vida, por toda la felicidad y bendiciones que he recibido.

Al personal docente de la Facultad de Ciencias Administrativas, Carrera de Ingeniería en Desarrollo Empresarial de la Universidad Estatal Península de Santa Elena por haberme transmitidos sus valiosos conocimientos.

Finalmente un sincero agradecimiento a la Ingeniera Margarita Palma Samaniego, tutora de Tesis, por ser un pilar fundamental en el desarrollo del presente proyecto sin su paciencia nada habría conseguido, mil gracias por su constante apoyo.

Darío Suárez Suárez.

**TRIBUNAL DE GRADO**

---

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

---

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

---

Ing. Margarita Palma Samaniego, MBA.  
PROFESORA TUTORA

---

Ing. Linda Núñez Guale, MSc.  
PROFESORA DE ÁREA

---

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

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

“CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA CONFECCIÓN DE  
CAMISAS PARA HOMBRES EN LA PARROQUIA ANCONCITO,  
PROVINCIA DE SANTA ELENA,  
AÑO 2.013”.

Autor: Darío Javier Suárez Suárez.

Tutora: Ing. Margarita Palma Samaniego, MBA.

### **RESUMEN**

Este proyecto propone la creación de una empresa utilizando materia prima de calidad y con un diseño adecuado para la confección de camisas para hombres y satisfacer las necesidades de los clientes de la parroquia Anconcito, provincia de Santa Elena, en la actualidad existen talleres de confección, pero no abastecen, permitiendo que exista una gran demanda de comerciantes en la localidad que no pueden adquirir las camisas para su comercialización, por lo que se ven obligados a viajar a diversos lugares fuera de la provincia para abastecerse de mercaderías. Por tal motivo el presente trabajo, se ejecuta en base a las diferentes necesidades de los comerciantes que se dedican a la compra y venta de las camisas en la provincia de Santa Elena. Con razones de una visión positiva, atracción hacia un desarrollo sostenible, de independencia y de generar fuentes ingresos, surge la idea de crear la empresa de confección de camisas - CONFECAM S.A. Se obtendrá información a través de encuestas realizadas a los comerciantes que se encuentran ubicados en toda la provincia, lo que permitirá conocer cuáles son las expectativas del mercado, además de una metodología que admita monitorear y evaluar los resultados obtenidos, herramientas que identifiquen con facilidad las actividades y procesos que presenten mayores deficiencias y los métodos como mejorarlos, para lograr el cumplimiento de los objetivos propuestos. La localización de la empresa en el centro de la Parroquia de Anconcito, facilitará la distribución de las camisas a los distintos lugares, especialmente en el cantón La Libertad y por qué no a nivel nacional. El precio del producto es competitivo frente a la competencia pues se lo fija en función de los costos fijos y variables más un margen de utilidad del 45 % que permita obtener una rentabilidad aceptable para la empresa. Se ha seleccionado maquinaria con tecnología suiza por ser la que más se acopla al proceso productivo, con el propósito de maximizar la producción. En el proyecto se han considerado valores reales por lo que se ha generado información válida debido a esto el proyecto es aceptable, lo demuestra el estudio de mercado por la demanda que va a tener, además lo demuestra los indicadores económicos que se toman a consideración.

## ÍNDICE GENERAL

	<b>Pág.</b>
PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
TRIBUNAL DE GRADO.....	v
RESUMEN.....	vi
ÍNDICE DE CUADROS.....	xiii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xiv
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xv
INTRODUCCIÓN .....	1
MARCO CONTEXTUAL .....	2
Tema.....	2
Planteamiento del Problema.....	2
Formulación del Problema. ....	4
Sistematización del Problema. ....	4
Justificación del Tema.....	5
Objetivos .....	6
Objetivo General .....	6
Objetivos Específicos.....	6
Hipótesis.....	7
Operacionalización de las variables. ....	7
Variable Independiente / Causa. ....	7
Variable Dependiente / Efecto. ....	7
CAPÍTULO I.....	10
MARCO TEÓRICO.....	10
1.1. ANTECEDENTES DEL TEMA.....	10
1.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	12
1.2.1. Creación de Empresa (Variable Independiente) .....	12



1.2.1.1. Definiciones de empresa. ....	12
1.2.1.2. Origen de las empresas. ....	14
1.2.1.3. Clasificación de las empresas.....	16
1.2.1.4. Empresas textiles en el Ecuador.....	21
1.2.2. Satisfacción de los clientes (Variable dependiente).....	22
1.2.2.1. Definiciones de cliente.....	22
1.2.2.2. Tipos de clientes.....	23
1.2.2.3. Beneficios de lograr la satisfacción del Cliente. ....	24
1.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	26
1.3.1. Constitución Política de la República del Ecuador – 11 – 08 - 2.008.....	26
1.3.2. Ley de compañías, enero 2.006.....	28
1.3.3. Código tributario, febrero 2.013. ....	29
1.3.4. Plan Nacional del Buen Vivir, 2013-2017. ....	29
1.3.5. Ley artesanal, 19 – 05 – 2.012. ....	30
1.4. MARCO REFERENCIAL.....	32
1.4.1. Antecedentes parroquia Anconcito. ....	32
1.4.1.1. Reseña Histórica.....	32
1.5.1.2. Organización Territorial.....	33
CAPÍTULO II .....	35
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	35
2.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	35
2.2 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.....	35
2.3 TIPOS DE INVESTIGACIÓN.....	36
2.3.1. Investigación Aplicada.....	36
2.3.1.1. Investigación descriptiva.....	36
2.3.1.2. Investigación Bibliográfica.....	36
2.4 MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	37
2.4.1. Método Inductivo.....	37
2.5 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN .....	37
2.5.1. Entrevista.....	37
2.5.2. Encuesta. ....	38

2.5.3.	Documental .....	38
2.5.3.1.	Lectura Científica.....	38
2.5.3.2.	Análisis de contenido, Redacción y estilo.....	38
2.6.	INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN. ....	38
2.7.	POBLACIÓN Y MUESTRA.....	39
2.7.1	Población.....	39
2.6.2	Marco de muestreo.....	39
2.6.3	Técnicas de muestreo .....	39
2.6.4	Tamaño de la muestra .....	40
2.6	PROCEDIMIENTOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	41
CAPÍTULO III.....		42
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....		42
3.1	ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS COMERCIANTES DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA.....	42
3.2	ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA DIRIGIDA A LOS COMERCIANTES DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA. ....	43
3.4.	CONCLUSIONES. ....	55
3.5.	RECOMENDACIONES.....	56
CAPÍTULO IV.....		57
CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA CONFECCIÓN DE CAMISAS PARA HOMBRES EN LA PARROQUIA ANCONCITO, PROVINCIA DE SANTA ELENA, 2.013. ....		57
4.1.	INTRODUCCIÓN. ....	57
4.1.1.	Antecedentes. ....	58
4.1.2.	Misión. ....	59
4.1.3.	Visión.....	59
4.1.4.	Objetivo.....	59
4.1.4.1.	Objetivo General. ....	59
4.1.4.2.	Objetivos Específicos.....	59
4.1.5.	Razón Social de la Empresa.....	60
4.1.6.	Diagnóstico situacional de la Empresa. ....	60
4.2.	ESTUDIO DE MERCADO .....	62

4.2.1.	Producto/servicio.....	62
4.2.2.	Precio. ....	62
4.2.3.	Segmentación del Mercado. ....	63
4.2.4.	Perfil del Consumidor. ....	64
4.2.5.	Demanda .....	64
4.2.5.1.	Cálculo de la Demanda. ....	65
4.2.5.2.	Factores que afectan a la Demanda. ....	65
4.2.5.3.	Demanda actual del Producto.....	66
4.2.5.4.	Proyección de la Demanda.....	66
4.2.6.	Oferta.....	66
4.3.	ESTUDIO TÉCNICO. ....	67
4.3.1.	Descripción del producto. ....	67
4.3.2.	Descripción del proceso de manufactura elegido.....	69
4.3.4.	Localización de la empresa. ....	72
4.3.5.	Distribución de planta. ....	74
4.3.6.	Disponibilidad de materiales e instalaciones. ....	74
4.3.6.1.	Localización y característica de las zonas de producción.....	74
4.3.6.2.	Periodos de disponibilidad de la producción. ....	75
4.3.7.	Requerimientos de mano de obra. ....	75
4.4.	ESTUDIO ADMINISTRATIVO. ....	76
4.4.1.	Organización de la empresa. ....	76
4.4.2.	Descripción de funciones. ....	78
4.4.2.	Aspecto legal.....	83
4.5.	ESTUDIO FINANCIERO. ....	88
4.5.3.1.	Presupuesto de ingresos mensuales.....	88
4.5.3.2.	Presupuesto de ingresos anuales. ....	90
4.5.3.3.	Políticas para las ventas. ....	90
4.5.3.4.	Presupuesto de materia prima. ....	90
4.5.3.5.	Presupuesto de materia prima anual.....	91
4.5.3.6.	Presupuesto de mano de obra directa. ....	92
4.5.3.7.	Presupuesto de mano de obra directa anual. ....	92

4.5.3.8.	Presupuesto costos indirectos de fabricación.....	93
4.5.3.9.	Presupuesto costos indirectos de fabricación anual. ....	94
4.5.3.10.	Capital de trabajo - M.D.A.....	94
4.5.3.11.	Estructura del capital (deuda, recursos, tablas de amortización). ....	94
4.5.3.12.	Gastos Financieros. ....	96
4.5.3.13.	Tabla de amortización del préstamo requerido. ....	96
4.5.3.14.	Costo unitario del producto.....	97
4.5.3.15.	Precio de venta. ....	98
4.5.3.16.	Gastos de ventas totales. ....	98
4.5.3.16.1.	Gastos de publicidad. ....	98
4.5.3.17.	Gastos Administrativos Anuales.....	99
4.6.	EVALUACIÓN ECONÓMICA. ....	100
4.6.1.	Determinación del punto de equilibrio.....	100
4.6.2.	Cálculo del punto de equilibrio.....	101
4.6.3.	Datos del punto de equilibrio.....	102
4.6.4.	Gráfico del punto de equilibrio.....	104
4.6.5.	Estado de pérdidas y ganancias.....	105
4.6.6.	Estado de situación financiera proyectado.....	107
4.6.7.	Cálculo del VAN y TIR. ....	108
4.6.7.1.	Determinación de la tasa interna de retorno.....	109
4.6.7.2.	Valor actual neto o valor presente neto.....	109
4.6.8.	Flujos de caja.....	110
4.6.9.	Periodo de recuperación de la inversión. ....	111
4.6.10.	Razones financieras.....	111
4.6.10.1.	Coeficiente beneficio / costo.....	111
4.6.10.2.	Razón circulante.....	112
4.6.10.3.	Razón de Deuda. ....	113
4.6.10.4.	Razón Deuda Activo Total.....	113
4.6.10.5.	Razón de Cobertura.....	113
4.6.10.6.	Razón Rotación de Activos.....	113
4.6.10.7.	Razones de Rentabilidad.....	114

CONCLUSIONES. ....	115
RECOMENDACIONES. ....	116
BIBLIOGRAFÍA .....	117
ANEXOS .....	119
GLOSARIO. ....	132

## ÍNDICE DE CUADROS.

CUADRO # 1.	Operacionalización Variable Independiente.....	8
CUADRO # 2.	Operacionalización Variable Dependiente.....	9
CUADRO # 3.	Población de comerciantes en .....	39
CUADRO # 4.	Edad. ....	44
CUADRO # 5.	Género. ....	45
CUADRO # 6.	Dónde adquiere las camisas. ....	46
CUADRO # 7.	Qué ciudades visita .....	47
CUADRO # 8.	Cada que tiempo adquiere las camisas.....	48
CUADRO # 9.	Cuántas camisas adquiere mensual .....	49
CUADRO # 10.	Promedio de Venta Mensual.. .....	50
CUADRO # 11.	Principales Atributos. ....	51
CUADRO # 12.	Adquisición de camisas. ....	52
CUADRO # 13.	Creación de Empresa en la Localidad. ....	53
CUADRO # 14.	Marca de las camisas. ....	54
CUADRO # 15.	FODA. ....	61
CUADRO # 16.	Segmentación de Mercado. ....	63
CUADRO # 17.	Cálculo de la Demanda Actual .....	65
CUADRO # 18.	Cuadro de resumen de actividades.....	71
CUADRO # 19.	Maquinaria y Equipos. ....	72
CUADRO # 20.	Localización de la Empresa. ....	73
CUADRO # 21.	Mano de obra directa. ....	75
CUADRO #22.	Presupuesto de Ingresos Mensuales. ....	89
CUADRO # 23.	Presupuesto de Ingresos Anuales. ....	90
CUADRO # 24.	Materiales Directos. ....	91
CUADRO # 25.	Materiales Directos Anual. ....	91
CUADRO # 26.	Mano de Obra Directa. ....	92
CUADRO # 27.	Mano de obra directa anual. ....	92
CUADRO # 28.	Materiales Indirectos. ....	93
CUADRO # 29.	Materiales Indirectos Anual .....	94

CUADRO # 30. Capital de Trabajo. ....	94
CUADRO # 31. Financiamiento. ....	95
CUADRO # 32. Proyección de Gastos Financieros. ....	96
CUADRO # 33. Tabla de Amortización. ....	97
CUADRO # 34. Costo Unitario. ....	97
CUADRO # 34. Precio de Venta. ....	98
CUADRO # 35. Gastos en Publicidad. ....	99
CUADRO # 36. Gastos Administrativos Anual. ....	99
CUADRO # 37. Costos Fijos. ....	100
CUADRO # 38. Costos Variables. ....	101
CUADRO # 39. Ingresos Totales. ....	101
CUADRO # 40. Punto de Equilibrio en Unidades. ....	101
CUADRO # 41. Punto de Equilibrio en Unidades Monetarias. ....	102
CUADRO # 42. Datos Punto de Equilibrio. ....	102
CUADRO # 43. Datos Punto de Equilibrio. ....	103
CUADRO # 44. Datos Punto de Equilibrio. ....	104
CUADRO # 45. Estado de Resultado Proyectado. ....	106
CUADRO # 46. Estado de Situación Financiera Proyectado. ....	107
CUADRO # 47. Cálculo VAN y TIR. ....	108
CUADRO # 48. Tasa Interna de Retorno. ....	109
CUADRO # 49. Valor Actual Neto. ....	109
CUADRO # 50. Flujo de Efectivo.....	110
CUADRO # 51. Playback. ....	111

## ÍNDICE DE GRÁFICOS.

GRÁFICO # 1. Mapa Provincia de Santa Elena. ....	33
GRÁFICO # 2. Mapa Cantón Salinas. ....	34
GRÁFICO # 3. Mapa Parroquia Anconcito. ....	34
GRÁFICO # 4. Edad. ....	44
GRÁFICO # 5 Género. ....	45
GRÁFICO # 6 Dónde adquiere las camisas. ....	46
GRÁFICO # 7. Qué ciudades visita. ....	47
GRÁFICO # 8 Cada que tiempo adquiere camisas. ....	48
GRÁFICO # 9. Cuántas camisas adquiere mensual. ....	49
GRÁFICO # 10. Promedio de Venta Mensual. ....	50
GRÁFICO # 11. Principales Atributos. ....	51
GRÁFICO # 12. Adquisición de camisas. ....	52
GRÁFICO # 13. Creación de Empresa en la localidad. ....	53
GRÁFICO # 14. Marca de las camisas. ....	54
GRÁFICO # 15. Producto. ....	68
GRÁFICO # 16. Empaque. ....	68
GRÁFICO # 17. Localización de la empresa. ....	73
GRÁFICO # 18. Distribución de la Planta. ....	74
GRÁFICO # 19. Organigrama Estructural. ....	77
GRÁFICO # 20. Punto de Equilibrio. ....	104



**ÍNDICE DE ANEXOS**

ANEXO # 1. Entrevista. ....	120
ANEXO # 2. Encuesta. ....	121
ANEXO # 3. Maquinaria que se utiliza para la confección de las camisas.....	124
ANEXO # 4. Máquina Overlock Industrial. ....	125
ANEXO # 5. Máquina Industrial Corta Tela ....	126
ANEXO # 6. Cotización Materia Prima ....	127
ANEXO # 6. Cotización de hilo para confección de las camisas. ....	128
ANEXO # 8. Cotización de Botones. ....	129
ANEXO # 9. Cotización de Muebles de Oficina. ....	130
ANEXO # 10. Cotización de Equipo de Computación. ....	131

## **INTRODUCCIÓN**

La empresa se dedicará a la confección de camisas para hombre, con materia prima de excelente calidad por lo que va a ser una empresa de producción. Para poder desarrollar la actividad productiva la empresa necesita disponer de una tecnología que especifique que tipo de factores productivos precisa y como se combinan. Asimismo, debe adoptar una organización y forma jurídica que le permita realizar contratos, captar recursos financieros, y ejercer sus derechos sobre los bienes que produce. Las camisas que se producirán van hacer entregado a los comerciantes de los diferentes puntos de venta de la provincia de Santa Elena que se dedican a la comercialización de este tipo de prendas.

Capítulo I.- En el proyecto detallamos los antecedentes de la Parroquia Anconcito, reseña histórica, el análisis de todo lo referente a la empresa.

Capítulo II.-Se fundamenta las respectivas técnicas de recolección de datos como: encuestas las cuales fueron aplicadas a los clientes potenciales quienes son los comerciantes que se dedican a la actividad de compra y venta de camisas para hombres, donde se pudo recabar toda la información necesaria que permitiera conocer las necesidades de nuestros posibles clientes.

Capítulo III.- Contiene el análisis interno e interpretación de los datos obtenidos mediante la aplicación de la encuesta, la cual está estructurada por la pregunta, el cuadro de frecuencia, el gráfico, el análisis e interpretación de resultados y estudio técnico donde se detallan la manera está estructurada la empresa tanto interna como externa.

Capítulo IV.-En el análisis financiero que se elaboró se detallan todos los activos de la empresa dedicada a la confección de camisas para hombres, el periodo de recuperación de la inversión. Finalmente se encuentra la bibliografía y una serie de anexos que servirán de información complementaria.

## MARCO CONTEXTUAL

### **Tema**

Creación de una empresa dedicada a la confección de camisas para hombres en la parroquia Anconcito, provincia de Santa Elena, año 2.013.

### **Planteamiento del Problema.**

La empresa constituye el centro esencial de las actividades económicas y forma parte de la vida cotidiana para la mayoría de trabajadores de América Latina, revela un trasfondo filosófico que permite conocer la importancia que tienen, además de las actividades que se realizan y los recursos que se utilizan las personas y sus conversaciones en el funcionamiento de toda empresa en donde menciona que las organizaciones son fenómenos lingüísticos, unidades construidas a partir de conversaciones específicas que están basadas en la capacidad de los seres humanos para efectuar compromisos mutuos cuando se comunican entre sí, por tanto, una empresa es una red estable de conversaciones. (Romero Ricardo 2.005).

Para el Ecuador la empresa es un fenómeno social de indiscutible importancia, ya que comprende más del 50% de la población económicamente activa, al referirnos a las empresas dedicadas a la confección de vestimentas que usamos para protegernos del frío, del calor extremo y las precipitaciones, entre otras cosas, se puede mencionar que en nuestro país existe una diversidad de empresas que se dedican a este tipo de actividad, cada una de estas se distingue por la forma y la calidad de su producto en el mercado, estas en su mayoría se encuentran ubicadas

fuera de nuestra localidad como por ejemplo: Ambato, Quito y Guayaquil, etc. Al estar ubicadas en estas ciudades las personas que se dedican a la compra y venta de prendas de vestir se ven obligados a viajar para poder adquirir sus mercaderías necesarias, pero esto no es fácil por lo que se les hace difícil al momento de transportarse de un lugar a otro por el tiempo y el dinero que invierten ya que pertenecen a la provincia de Santa Elena. Entre las mercadería que adquieren están las camisas para hombres que son indispensables al momento de vestirse para un evento, empleo u ocasión especial. Las camisas que adquieren a veces tienen un costo elevado por lo que ellos tienen que vender sus productos a un precio que le ayude a cubrir los costos y generar alguna ganancia. Además las camisas muchas veces son de mala calidad ya que no se utiliza la materia prima adecuada para la elaboración de estos productos ni se lleva un control de calidad que le permita al comerciante estar seguro de lo que compran.

Según de rentas internas de las diferentes municipalidades de la localidad en la actualidad 510 personas de la provincia de Santa Elena se dedican a la actividad de compra y venta de prendas de vestir principalmente camisas, pero tienen algunos problemas al momento de adquirir sus productos, ya que en la localidad no existen empresas dedicadas a confeccionar camisas para hombres, sino solo se cuenta con pequeños talleres de costuras que no cuentan con el nivel de las exigencias requeridas en el mercado, por lo que los comerciantes se ven obligados a trasladarse a otros lugares del país y muchas veces al extranjero. La migración de los comerciantes para la adquisición de camisas para hombres a otras localidades tanto nacionales como internacionales, genera un impacto socio-económico en la población de la provincia de Santa Elena, ya que se limita el progreso empresarial en esta zona.

La falta de empresas que se dediquen a la confección de prendas de vestir en la provincia es el principal problema que tienen los comerciantes al momento de ejercer la actividad de compra y ventas de estos productos, por lo que tiene que

buscar la forma de cómo conseguir en otras ciudades. El precio y la calidad de las prendas son también inconvenientes que se presentan, pero por la falta de tiempo, dinero y competencia por parte de los comerciantes, tienen que comprar para abastecerse.

Dentro de la provincia de Santa Elena sería factible la creación de una empresa que confeccione camisas para hombres para luego ser distribuidas a los comerciantes de la localidad para que estos puedan venderlos a los clientes de toda la provincia, es aquí donde se satisface la necesidad de las personas que se dedican a esta actividad de poder adquirir prendas de buena calidad, para que los clientes puedan encontrar una gran variedad de prendas con diseños diferentes con la última tendencia en moda, ya que de esta forma logramos que se sientan seguros y cómodos al momento de vestir este tipo de prendas.

La empresa, va estar ubicada en la Parroquia Anconcito por ser un sector donde se cuenta con el terreno y con el entorno adecuado para que los comerciantes de la Provincia de Santa Elena puedan adquirir las camisas para hombres.

### **Formulación del Problema.**

¿De qué manera contribuye la creación de una empresa dedicada a la confección de camisas para hombres en la parroquia Anconcito, provincia de Santa Elena, año 2013?

### **Sistematización del Problema.**

¿Cómo se confecciona este tipo de prenda en la localidad?

¿Dónde se adquiere las camisas que se comercializa en la provincia?

¿Es rentable la compra y venta de este producto?

¿Qué beneficios obtendrán los comerciantes de la provincia con la creación de la empresa?

¿Qué impacto causara en la sociedad la creación de una empresa de confección en la parroquia Anconcito, provincia de Santa Elena?

### **Justificación del Tema**

El vestuario cada vez constituye una de las necesidades básicas de la población y en la actualidad gran parte de estas necesidades, son satisfechas con ropa que proviene principalmente de ciudades como: Ambato, Quito, Guayaquil, que al ofrecer una infinidad de modelos han logrado superar las expectativas del consumidor, perjudicando a los confeccionistas de la localidad.

Para evitar que esta situación vaya en creciente desarrollo, es necesario mejorar de manera urgente la presencia del producto y competir en calidad, variedad y precio logrando que el cliente se interese en consumir primero lo nuestro, ya que en los últimos años se ha observado, que la ropa confeccionada en la localidad no tiene gran acogida por parte del consumidor final. Estos inconvenientes deben ser aprovechados por los empresarios de hoy para evitar que el cliente cambie drásticamente su costumbre de adquirir productos de otras ciudades. Por todo lo expuesto anteriormente; se pone en consideración el presente proyecto.

Es importante porque con la creación de una empresa de confección en la Parroquia Anconcito, provincia de Santa Elena que confeccione camisas para hombres los comerciantes que se dedican a este tipo de actividad de compra y venta de prendas de vestir van a adquirir sus mercadería en la localidad y no van a tener la necesidad de viajar a otros lugares para comprar lo que necesitan. Las prendas que se van a confeccionar van a ser de buena calidad utilizando la materia prima adecuada para cada clase de prenda, además habrá diversidad de modelos para satisfacer a los clientes ya que en la actualidad es quien tiene la razón y exige

por recibir un producto de calidad y precio adecuado, además los comerciantes van a ahorrar tiempo y dinero porque ya no van a tener que viajar a otras ciudades para poder adquirir sus mercaderías que en muchos casos tienen precios elevados.

Es factible porque las utilidades que se generan con la venta de estas prendas, al momento de adquirir nuevamente el producto ya no se va a quedar en otras ciudades si no va a quedar aquí en la localidad para el desarrollo de nuestra economía, además contamos con la mano de obra y la maquinaria requerida para el proyecto ya que existen personas que saben cómo elaborar estas prendas al gusto del cliente. El producto va a llegar de una manera cómoda para los comerciante porque no van a tener ninguna dificultad al momento de transportar sus mercaderías que van a comprar a la empresa en Anconcito para luego dirigirse a sus diferentes puestos de trabajo en toda la provincia de Santa Elena. Se va a generar fuentes de empleos para las personas que van a estar involucradas en este proyecto ya que en la actualidad es muy difícil conseguir una fuente de trabajo.

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Proponer la creación de una empresa de confección utilizando materia prima de calidad en la elaboración de camisas para hombres en la parroquia Anconcito, provincia de Santa Elena, año 2013.

### **Objetivos Específicos.**

- Sustentar a través de teorías científicas la participación de las empresas artesanales en el desarrollo de una localidad.

- Identificar la demanda potencial e insatisfecha existente para la confección de camisas para hombres en la parroquia Anconcito, provincia de Santa Elena.
- Determinar los niveles de satisfacción de los para la elaboración de un producto exclusivo.
- Analizar el comportamiento de los clientes, manteniendo un nivel de aceptación con respecto al producto.
- Diseñar una propuesta de mejoramiento de la calidad de producción de camisas para hombres.

### **Hipótesis**

Con la creación de una empresa de confección utilizando materia prima de calidad se logrará la elaboración de camisas para hombres en la parroquia Anconcito, provincia de Santa Elena, año 2.013.

### **Operacionalizacion de las variables.**

#### **Variable Independiente / Causa.**

Creación de una empresa.

#### **Variable Dependiente / Efecto.**

Satisfacción de los clientes.



**CUADRO # 1. Operacionalización Variable Independiente.**

HIPÓTESIS	VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENCIONES	INDICADORES	ÍTEMS	INSTRUMENTO
Con la creación de una empresa de confección utilizando materia prima de calidad se logrará la elaboración de camisas para hombres en la parroquia Anconcito, provincia de Santa Elena, año 2013.	<b>Variable Independiente</b>  Creación de empresa	Crear una entidad conformada por elementos tales como: humanos, capacidad financiera, de producción, transformación y/o prestación de servicios, donde se realice una investigación de mercado, estudio técnico, estudio administrativo y financiero, cuya finalidad es la satisfacción de las necesidades para la obtención de una utilidad o beneficio.	Estudio de Mercado  Estudio Técnico  Estudio Administrativo.  Estudio Financiero.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Producto.</li> <li>• Demanda.</li> <li>• Oferta.</li> <li>• Precio</li>   <li>• Tamaño de la planta.</li> <li>• Localización</li> <li>• Producción</li>   <li>• Organización.</li> <li>• Aspecto Legal.</li>   <li>• Presupuestos.</li> <li>• Gastos.</li> </ul>	<p>¿Cuál es la demanda del producto?</p> <p>¿Dónde se localizara la empresa?</p> <p>¿Cómo será la organización de la empresa?</p> <p>¿Será factible la creación de la empresa?</p>	Encuesta.  Entrevista.

Fuente: Hipótesis de la investigación.  
Elaborado por: Darío Suárez Suárez.

**CUADRO # 2. Operacionalización Variable Dependiente.**

HIPOTESIS	VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENCIONES	INDICADORES	ÍTEMS	INSTRUMENTO
Con la creación de una empresa de confección utilizando materia prima de calidad se logrará la elaboración de camisas para hombres en la parroquia Anconcito, provincia de Santa Elena, año 2013.	<b>Variable dependiente</b>  Satisfacción de los clientes.	Se refiere al desempeño en la entrega de valor que el cliente considera haber obtenido luego de adquirir un producto en un lugar determinado. A través de datos demográficos y considerando aspectos económicos. Dicho de otro modo, es el "resultado" que el cliente "percibe" que obtuvo en el producto satisfaciendo sus necesidades.	Datos Demográficos.  Aspectos Económicos  Satisfacción de los clientes.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Población y</li> <li>• Territorio</li>   <li>• Comercio.</li> <li>• Materia prima.</li> <li>• Insumos.</li> <li>• Recursos.</li>   <li>• Producto.</li> <li>• Calidad.</li> <li>• Confort.</li> </ul>	<p>¿En qué lugar adquiere el producto?</p> <p>¿Están de acuerdo con el precio que va a tener nuestro producto?</p> <p>¿Se podrá cubrir sus expectativas?</p>	Encuesta.  Entrevista.

Fuente: Hipótesis de la investigación.  
Elaborado por: Darío Suárez Suárez.

## **CAPÍTULO I**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **1.1. ANTECEDENTES DEL TEMA.**

En la actualidad el comercio se ha convertido en una fuente de ingresos para sus habitantes, por lo que las personas que se dedican a esta actividad de compra y venta de productos, específicamente prendas de vestir, necesitan viajar a otras ciudades para adquirir sus productos ya que en la provincia no existe una empresa donde puedan abastecerse.

Una de las prendas de mayor demanda por los consumidores son las camisas para hombres, prenda que no se confecciona en la localidad al por mayor, solo existen pequeños talleres que no abastecen a la demanda de camisas que necesitan los comerciantes para su posterior venta. De acuerdo a lo mencionado, al realizar la respectiva investigación de la propuesta, se pudo visualizar que en la provincia de Santa Elena, no cuenta con empresas dedicadas a la confección de camisas para hombres. Es por esta razón que se considera viable la instalación de un proyecto de confección de camisas para hombre, que permita ofrecer a los comerciantes de la Provincia de Santa Elena un producto de calidad y a bajo costo, sin tener que trasladarse fuera de la localidad.

Las compañías mayoristas de moda emplean a un diseñador o un grupo de diseñadores en la creación de nuevas colecciones para cada temporada. Otros trabajos clave en una compañía de modas son el patronista, el ajustador de muestras, el controlador de producción, el gerente de la fábrica y el personal de ventas, comercialización y promoción. El sistema de confección siempre se ha apoyado en las mujeres que cosen en casa o en las empresas que trabajan bajo

contrato. Las fábricas de corte y confección producen artículos específicos tanto para compañías establecidas como para marcas de poca difusión.

Las prendas de vestir suelen hacerse por partes, con un operario destinado a una máquina específica, que cose mangas o cuellos, plancha las prendas o aplica accesorios. Con el aumento de los costos de mano de obra las fábricas se han visto obligadas a invertir en nueva tecnología y máquinas muy especializadas para seguir siendo competitivas.

Según Chalis. Rib 2.008, en los últimos años, los costos de producción más bajos los ofrece Hong Kong, India, China y Malaysia, esto ha hecho que un número considerable de compañías europeas traslade la producción al extranjero. La fabricación asistida por ordenador controla los programas y las técnicas de producción, el corte de las prendas y la distribución de piezas cortadas a las fábricas y de las prendas terminadas para su empaquetado y transporte. Los sistemas informáticos administrativos sirven de conexión entre pedidos, costos de producción, contabilidad, venta, aspectos empresariales y planificación financiera. Aunque la moda cambia con las temporadas, y hay una promoción de colores y estilos particulares, la necesidad de crear nuevas tendencias que puedan estar disponibles en tiendas y almacenes en un plazo mínimo ha llevado al desarrollo de la respuesta rápida. Este sistema permite a las fábricas cambiar la producción en un tiempo mínimo y suministrar a los mercados minoristas los nuevos diseños o colores en cuanto se detecte que un determinado estilo pierde popularidad entre los compradores.

Según la industria de la moda 2008 nos dice que la industria textil y la confección es uno de los sectores industriales con mayor tradición y dinamismo en la historia económica. Desde el comienzo de este siglo, empresas textiles aportaron al país fuentes de generación de empleo y creación y utilización de nuevas tecnologías. La industria textilera empezó produciendo con hilazas importadas, luego

emprendió el proceso de integración vertical que dio paso a la autosuficiencia en los años 50. Desde entonces empezó el crecimiento de la industria algodonera y posteriormente el comienzo de las fábricas productoras de fibras sintéticas y artificiales. El negocio de confecciones es muy amplio, abarca la confección de ropa a la medida como por ejemplo ropa de calle, pantalones, vestidos, uniformes escolares y ternos, así como la confección de ropa en cantidad o al por mayor, como trajes típicos, ropa deportiva. La empresa puede vender las prendas según pedido, a la medida, al menudeo o confeccionar en serie para vender al por mayor. Siendo el vestido una de las principales necesidades del ser humano, la actividad de confecciones es una oportunidad para iniciar un negocio con éxito. Los clientes de una empresa de confecciones son todas las personas, hombres y mujeres. Según la especialización, los clientes pueden ser damas, caballeros o niños de diferentes edades. Los principales competidores son los otros negocios dedicados a las confecciones ubicados dentro del ámbito geográfico del negocio. También se puede mencionar como competidores a los negocios que se dedican a la comercialización de ropa elaborada en otras zonas. La forma de comercializar las confecciones depende del mercado al cual se orienta la producción. Los que producen al menudeo, comercializan sus productos en el propio establecimiento y a través de tiendas minoristas o en los puestos de mercados y ferias. Los que confeccionan ropa en serie, venden la producción en el establecimiento y en tiendas distribuidoras al por mayor.

## **1.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.**

### **1.2.1. Creación de Empresa (Variable Independiente)**

#### **1.2.1.1. Definiciones de empresa.**

Existen diversas definiciones y autores con respecto a empresa ya que para el proyecto es importante mencionar algunas definiciones para ampliar los conocimientos acerca del tema que se va a tratar, según Romero Ricardo (2.005) :

Una empresa es una organización, institución o industria, dedicada a actividades o persecución de fines económicos o comerciales, para satisfacer las necesidades de bienes y/o servicios de los demandantes, a la par de asegurar la continuidad de la estructura productivo-comercial así como sus necesarias inversiones. Una empresa es la organización que permite la "internacionalización" de las formas de producción, por un lado permite que los factores de producción, capital, trabajo, recursos se encuentren y por el otro permite la división del trabajo. (Pág. # 30)

Según García Julio y Casanueva Cristóbal (2.004), manifiesta que empresa es:

Entidad que mediante la organización de elementos humanos, materiales, técnicos y financieros proporciona bienes o servicios a cambio de un precio que le permite la reposición de los recursos empleados y la consecución de unos objetivos determinados. (Pág. # 50)

Según Andrade Simón (2.006) define a empresa como:

Es aquella entidad formada con un capital social, y que aparte del propio trabajo de su promotor puede contratar a un cierto número de trabajadores. Su propósito lucrativo se traduce en actividades industriales y mercantiles, o la prestación de servicios. (Pág. # 15)

Es una organización social que utiliza una gran variedad de recursos para alcanzar determinados objetivos". Explicando este concepto, el autor menciona que la empresa "es una organización social por ser una asociación de personas para la explotación de un negocio y que tiene por fin un determinado objetivo, que puede ser el lucro o la atención de una necesidad social.

En conclusión la empresa es una entidad conformada básicamente por, aspiraciones, realizaciones, bienes materiales, capacidades técnicas y financieras; lo cual le permite dedicarse a la producción y transformación de productos y/o la prestación de servicios para satisfacer necesidades y deseos existentes en la población o sociedad, con la finalidad de obtener una utilidad o beneficio cumpliendo con las metas planteadas, pero siempre y cuando todos los que conforman la empresa y los clientes se beneficien.

### **1.2.1.2. Origen de las empresas.**

Para Pallares Zoilo, Romero Diego y Herrera Manuel 2.005, la palabra empresa proviene del latín *emprenderé* que significa iniciar alguna actividad. La empresa es un organismo social donde a través de la coordinación de recursos se producen bienes y servicios. La empresa puede subsistir o desaparecer de acuerdo a la administración que se lleve de esta. La administración es el proceso de coordinación de recursos para lograr la máxima productividad, calidad y competitividad en la consecución de los objetivos de la empresa. Desde que el hombre apareció en la tierra desarrollo diversas actividades para subsistir, haciendo indispensable el trabajo en grupo y la administración. Es durante la revolución industrial cuando surge la empresa como se concibe en la actualidad. En la época Primitiva los hombres se agrupaban para realizar actividades de caza, pesca y recolección, para lograr de la mejor manera posible su objetivo principal: La subsistencia. Existía la división de trabajo por sexo y edad. En cuanto a la administración, la autoridad máxima era el patriarca. El control del trabajo y el pago de tributos era la base que se apoyaban estas sociedades. En las grandes civilizaciones el desarrollo de la sociedad se fundamentó en la organización de los recursos y el trabajo. La administración se ejercía de una manera empírica para organizar los recursos y los esfuerzos de los grupos sociales. En la antigüedad grecolatina se desarrollaron formas de organización social como la democracia y florecieron la cultura, ciencia y artes. La administración se caracterizó por una estricta supervisión del trabajo, el esclavismo y el castigo corporal. En la edad media aparecieron los talleres artesanales que son una forma primitiva de empresa. En la edad moderna los señores feudales se vieron obligados a contratar campesinos asalariados. Se gobernaba mediante una administración compuesta por funcionarios asalariados, lo que dio origen a la edad moderna. En la revolución industrial al proceso de cambios económicos y sociales desde mediados del siglo XVIII a mediados del XIX se le denomina Revolución industrial, promovió la creación de las industrias y las empresas, provocó profundos cambios en la sociedad. Las ciudades crecieron, el comercio se

incrementó a gran escala y se establecieron múltiples empresas. El primer factor que origino esta edad, fue la técnica en los campos textil, metalúrgico, minero y la utilización de la máquina de vapor. Nace la filosofía de empresa a partir de algunos factores. El espíritu de libre empresa o liberalismo económico.

Esta filosofía se sustenta en las ideas del economista inglés David Ricardo y el economista escocés Adam Smith autor de investigaciones sobre la naturaleza y las causas de la riqueza de las naciones. El apoyo al pensamiento científico y la investigación. El desarrollo del capitalismo industrial. La especialización y la producción en serie. La administración se caracterizaba por condiciones inadecuadas de trabajo tales como horarios excesivos, ambiente insalubre y por ser de tipo coercitivo. En el siglo XX la administración se consolido como disciplina indispensable para obtener la máxima eficiencia en las organizaciones, y se sustentó en diversas técnicas y escuelas; proliferan y existen múltiples tipos de empresas. En siglo XXI con la globalización de la economía, los avances tecnológicos, la competitividad y la creación de grandes bloques financieros, aparecen nuevas formas de empresas como las globales, automatizadas e inteligentes.

En conclusión las empresas desde sus inicios mantiene una organización para poder lograr la máxima productividad, calidad y competitividad y lograr sus objetivos que se planteaban ya sea a corto como a largo plazo.

Los hombres se agrupaban para realizar cualquier tipo de actividad con una misma finalidad que era tratar de subsistir, pero desde ya existía la división del trabajo por sexo y edad, en cuanto a quien se encargaba de la administración era el patriarca y se ejercía de una manera empírica para organizar los recursos y los esfuerzos de los grupos sociales. Luego aparecieron los talleres artesanales que son una forma primitiva de empresa. Esta ideología siguió hasta la actualidad donde se encuentran las grandes empresas inmersas en la globalización de la economía y los avances tecnológicos.



### **1.2.1.3. Clasificación de las empresas.**

Según Rafael Elio, Samuelson Paul y Nordhaus William, 2.003. Las empresas se clasifican en diferentes tipos: Según el sector de actividad, según el tamaño, según la propiedad de capital, según el ámbito de actividad, según el destino de los beneficios, acogiéndose a diversos criterios mencionados en la siguiente información. Además, revisará cuáles son los tipos de empresa existentes en las economías de mercado.

A continuación tenemos los siguientes tipos de empresa en su clasificación tomando en consideración diversos criterios según los autores mencionados anteriormente:

#### **Según el Sector de Actividad.**

**Empresas del Sector Primario:** También denominado extractivo, ya que el elemento básico de la actividad se obtiene directamente de la naturaleza: agricultura, ganadería, caza, pesca, extracción de áridos, agua, minerales, petróleo, energía eólica, etc.

**Empresas del Sector Secundario o Industrial:** Se refiere a aquellas que realizan algún proceso de transformación de la materia prima. Abarca actividades tan diversas como la construcción, la óptica, la maderera, la textil, etc.

**Empresas del Sector Terciario o de Servicios:** Incluye a las empresas cuyo principal elemento es la capacidad humana para realizar trabajos físicos o intelectuales. Comprende también una gran variedad de empresas, como las de transporte, bancos, comercio, seguros, hotelería, asesorías, educación, restaurantes, etc.

## **Según el Tamaño.**

Existen diferentes criterios que se utilizan para determinar el tamaño de las empresas, como el número de empleados, el tipo de industria, el sector de actividad, el valor anual de ventas, etc. Sin embargo, e indistintamente el criterio que se utilice, las empresas se clasifican según su tamaño en:

**Grandes Empresas:** Se caracterizan por manejar capitales y financiamientos grandes, por lo general tienen instalaciones propias, sus ventas son de varios millones de dólares, tienen miles de empleados de confianza y sindicalizados, cuentan con un sistema de administración y operación muy avanzado y pueden obtener líneas de crédito y préstamos importantes con instituciones financieras nacionales e internacionales.

**Medianas Empresas:** En este tipo de empresas intervienen varios cientos de personas y en algunos casos hasta miles, generalmente tienen sindicato, hay áreas bien definidas con responsabilidades y funciones, tienen sistemas y procedimientos automatizados.

**Pequeñas Empresas:** En términos generales, las pequeñas empresas son entidades independientes, creadas para ser rentables, que no predominan en la industria a la que pertenecen, cuya venta anual en valores no excede un determinado tope y el número de personas que las conforman no excede un determinado límite.

**Microempresas:** Por lo general, la empresa y la propiedad son de propiedad individual, los sistemas de fabricación son prácticamente artesanales, la maquinaria y el equipo son elementales y reducidos, los asuntos relacionados con la administración, producción, ventas y finanzas son elementales y reducidas, el director o propietario puede atenderlos personalmente.

### **Según la Propiedad del Capital.**

Se refiere a si el capital está en poder de los particulares, de organismos públicos o de ambos. En sentido se clasifican en:

**Empresa Privada:** Se denomina empresa privada cuando la propiedad del capital está en manos privadas.

**Empresa Pública:** Es el tipo de empresa en la que el capital le pertenece al Estado, que puede ser Nacional, Provincial o Municipal.

**Empresa Mixta:** Es el tipo de empresa en la que la propiedad del capital es compartida entre el Estado y los particulares.

### **Según el Ámbito de Actividad.**

Esta clasificación resulta importante cuando se quiere analizar las posibles relaciones e interacciones entre la empresa y su entorno político, económico o social. En este sentido las empresas se clasifican en:

**Empresas Locales:** Son aquellas que realizan sus operaciones en un pueblo, ciudad o municipio.

**Empresas Provinciales:** Son aquellas que operan en el ámbito geográfico de una provincia o estado de un país.

**Empresas Regionales:** Son aquellas cuyas ventas involucran a varias provincias o regiones.

**Empresas Nacionales:** Cuando sus ventas se realizan en prácticamente todo el territorio de un país o nación. Se denomina empresas nacionales porque sus negociaciones, contratos, pactos, no traspasan las fronteras de su ubicación geográfica.

**Empresas Multinacionales:** Cuando sus actividades se extienden a varios países y el destino de sus recursos puede ser cualquier país.

### **Según el Destino de los Beneficios.**

Según el destino que la empresa decida otorgar a los beneficios económicos excedente entre ingresos y gastos que obtenga, pueden categorizarse en dos grupos:

**Empresas con Ánimo de Lucro:** Son empresa que realizan sus actividades normalmente y cuyos excedentes pasan a poder de los propietarios, accionistas, etc.

**Empresas sin Ánimo de Lucro:** Son empresas que realizan sus operaciones pero en este caso los excedentes se vuelcan a la propia empresa para permitir su desarrollo.

### **Según la Forma Jurídica.**

Según la forma jurídica la legislación de cada país regula las formas jurídicas que pueden adoptar las empresas para el desarrollo de su actividad. La elección de su forma jurídica condicionará la actividad, las obligaciones, los derechos y las responsabilidades de la empresa. En ese sentido, las empresas se clasifican en términos generales en:

**Unipersonal:** El empresario o propietario, persona con capacidad legal para ejercer el comercio, responde de forma ilimitada con todo su patrimonio ante las personas que pudieran verse afectadas por el accionar de la empresa negocio o institución.

**Sociedad Colectiva:** En este tipo de empresas de propiedad de más de una persona, los socios responden también de forma ilimitada con su patrimonio, y existe participación en la dirección o gestión durante todo el proceso de la empresa.

**Cooperativas:** No poseen ánimo de lucro y son constituidas para satisfacer las necesidades o intereses socioeconómicos de los cooperativistas, quienes también son a la vez trabajadores, y en algunos casos también proveedores y clientes de la empresa.

**Comanditarias:** Poseen dos tipos de socios: a) los colectivos con la característica de la responsabilidad ilimitada, y los comanditarios cuya responsabilidad se limita a la aportación de capital efectuado.

**Sociedad de Responsabilidad Limitada:** Los socios propietarios de éstas empresas tienen la característica de asumir una responsabilidad de carácter limitada, respondiendo solo por capital o patrimonio que aportan a la empresa durante sus gestiones.

**Sociedad Anónima:** Tienen el carácter de la responsabilidad limitada al capital que aportan, pero poseen la alternativa de tener las puertas abiertas a cualquier persona que desee adquirir acciones de la empresa. Por este camino, estas empresas pueden realizar ampliaciones de capital, dentro de las normas que las regulan.

#### **1.2.1.4. Empresas textiles en el Ecuador.**

Los inicios de la industria textil ecuatoriana se remontan a la época de la colonia, cuando la lana de oveja era utilizada en los obrajes donde se fabricaban los tejidos. Posteriormente, las primeras industrias que aparecieron se dedicaron al procesamiento de la lana, hasta que a inicios del siglo XX se introduce el algodón, siendo la década de 1950 cuando se consolida la utilización de esta fibra. En la actualidad la industria textil ecuatoriana fabrica productos provenientes de todo tipo de fibras, siendo las más utilizadas el ya mencionado algodón, el poliéster, el nylon, los acrílicos, la lana y la seda. A lo largo del tiempo, las diversas empresas dedicadas a la actividad textil ubicaron sus instalaciones en diferentes ciudades del país. Sin embargo, se puede afirmar que las provincias con mayor número de industrias dedicadas a esta actividad son: Pichincha, Imbabura, Tungurahua, Azuay y Guayas. La diversificación en el sector ha permitido que se fabrique un sinnúmero de productos textiles en el Ecuador, siendo los hilados y los tejidos los principales en volumen de producción. No obstante, cada vez es mayor la producción de confecciones textiles, tanto las de prendas de vestir como de manufacturas para el hogar. El sector textil genera varias plazas de empleo directo en el país, llegando a ser el segundo sector manufacturero que más mano de obra emplea, después del sector de alimentos, bebidas y tabacos. Según estimaciones hechas por la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador – AITE, alrededor de 50.000 personas laboran directamente en empresas textiles, y más de 200.000 lo hacen indirectamente. (Asociación de industrias textiles del Ecuador- AITE 2.008).

En conclusión las empresas textiles en el Ecuador a lo largo del tiempo se han convertido en grandes industrias que fabrican un sinnúmero de productos textiles por lo que es de gran importancia para nuestro país, pero se encuentran ubicadas en provincias como: Pichincha, Imbabura, Tungurahua, Azuay y Guayas. Estas industrias aportan para el desarrollo del Ecuador, pero sería de mayor importancia

si una de estas estuviera ubicada en la provincia de Santa Elena ya que generan varias plazas de empleo por lo que favoreciera a las empresas que se dedican a la confección de ropa.

## **1.2.2. Satisfacción de los clientes (Variable dependiente).**

### **1.2.2.1. Definiciones de cliente.**

Según Barquero José Daniel (2.007), cliente es:

Es un término que define a la persona u organización que realiza una compra. Puede estar comprando en su nombre, y disfrutar personalmente del bien adquirido, o comprar para otro, como el caso de los artículos infantiles. Resulta la parte de la población más importante de la compañía. (Pág. # 18)

Para Barquero Mario y Huertas Fernando (2.007), cliente es:

La palabra cliente proviene del griego antiguo y hace referencia a la persona que depende de. Es decir, mis clientes son aquellas personas que tienen cierta necesidad de un producto o servicio que mi empresa puede satisfacer. (Pág. # 25)

Es una persona o empresa que adquiere bienes o servicios no necesariamente el consumidor final. Comprador potencial o real de los productos o servicios.

En conclusión de los anteriores conceptos tomados en consideración cliente es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita, está en condiciones de adquirir o desea para sí mismo, para otra persona o para una empresa u organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios.

#### **1.2.2.2. Tipos de clientes.**

Por lo general, las empresas u organizaciones que ya tienen cierto tiempo en el mercado suelen tener una amplia variedad de clientes, por ejemplo, de compra frecuente, de compra ocasional, de altos volúmenes de compra, etc.; quienes esperan servicios, precios especiales, tratos preferenciales u otros que estén adaptados a sus particularidades. Esta situación, plantea un gran reto a los mercadólogos porque está en juego no solo la satisfacción del cliente y/o su lealtad, sino también, la adecuada orientación de los esfuerzos y recursos de la empresa u organización.

Por ello, es fundamental que los mercadólogos conozcan a profundidad cuáles son los diferentes tipos de clientes que tiene la empresa u organización y el cómo clasificarlos de la forma más adecuada, para que luego, puedan proponer alternativas que permitan adaptar la oferta de la empresa a las particularidades de cada tipo de cliente.

En ese sentido, en el presente artículo se revelan diversos tipos de clientes que están clasificados según su relación actual o futura con la empresa. Todo lo cual, puede ser utilizado por el mercadólogo como base o modelo para clasificar a sus clientes.

#### **Clasificación General.**

En primer lugar, y en un sentido general, una empresa u organización tiene dos tipos de clientes:

**Cientes Actuales:** Son aquellas personas, empresas u organizaciones que le hacen compras a la empresa de forma periódica o que lo hicieron en una fecha reciente. Este tipo de clientes es el que genera el volumen de ventas actual, por



tanto, es la fuente de los ingresos que percibe la empresa en la actualidad y es la que le permite tener una determinada participación en el mercado.

**Cientes Potenciales:** Son aquellas personas, empresas u organizaciones que no le realizan compras a la empresa en la actualidad pero que son visualizados como posibles clientes en el futuro porque tienen la disposición necesaria, el poder de compra y la autoridad para comprar.

Este tipo de clientes es el que podría dar lugar a un determinado volumen de ventas en el futuro a corto, mediano o largo plazo, y por tanto, se los puede considerar como la fuente de ingresos futuros. (Dirección de Mercadotecnia, Octava Edición 2.002).

En conclusión esta clasificación que es básica pero fundamental ayuda al mercadólogo a planificar e implementar actividades con las que la empresa u organización pretenderá lograr dos objetivos que son de vital importancia, primero retener a los clientes actuales; y segundo identificar a los clientes potenciales para convertirlos en clientes actuales.

En este punto, cabe señalar que cada objetivo necesitará diferentes niveles de esfuerzo y distintas cantidades de recursos. Por tanto, y aunque parezca una clasificación demasiado obvia, se la puede considerar como decisiva para el éxito de una empresa u organización, especialmente, cuando ésta se encuentra en mercados de alta competencia.

### **1.2.2.3. Beneficios de lograr la satisfacción del Cliente.**

En la actualidad, lograr la plena satisfacción del cliente, es un requisito indispensable para ganarse un lugar en la mente de los clientes y por ende, en el

mercado meta. Por ello, el objetivo de mantener satisfecho a cada cliente ha traspasado las fronteras del departamento de mercadotecnia para constituirse en uno de los principales objetivos de todas las áreas funcionales ya sea producción, finanzas, recursos humanos, etc.

Por ese motivo, resulta de vital importancia que tanto mercadólogos, como todas las personas que trabajan en una empresa u organización, conozcan cuáles son los beneficios de lograr la satisfacción del cliente, cómo definirla, cuáles son los niveles de satisfacción, cómo se forman las expectativas en los clientes y en qué consiste el rendimiento percibido, para que de esa manera, estén mejor capacitadas para coadyuvar activamente con todas las tareas que apuntan a lograr la tan anhelada satisfacción del cliente.

Si bien, existen diversos beneficios que toda empresa u organización puede obtener al lograr la satisfacción de sus clientes, éstos pueden ser resumidos en tres grandes beneficios que brindan una idea clara acerca de la importancia de lograr la satisfacción del cliente:

**Primer Beneficio:** El cliente satisfecho, por lo general, vuelve a comprar. Por tanto, la empresa obtiene como beneficio su lealtad y por ende, la posibilidad de venderle el mismo u otros productos adicionales en el futuro.

**Segundo Beneficio:** El cliente satisfecho comunica a otros sus experiencias positivas con un producto o servicio. Por tanto, la empresa obtiene como beneficio una difusión gratuita que el cliente satisfecho realiza a sus familiares, amistades y conocidos.

**Tercer Beneficio:** El cliente satisfecho deja de lado a la competencia. Por tanto, la empresa obtiene como beneficio un determinado lugar y participación en el

mercado. (Dirección de Mercadotecnia, de Philip Kotler, 8va Edición, Págs. 40, 2.005).

En conclusión toda empresa que logre la satisfacción del cliente obtendrá como beneficios, la lealtad del cliente que se traduce en futuras ventas, la difusión gratuita que se traduce en nuevos clientes y una determinada participación en el mercado. No cabe duda, que el tener clientes complacidos o plenamente satisfechos es uno de los factores clave para alcanzar el éxito en los negocios. Para ello, una empresa necesita determinar los niveles de satisfacción de sus clientes.

### **1.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL.**

#### **1.3.1. Constitución Política de la República del Ecuador – 11 – 08 - 2.008.**

**Art. 80.-** El Estado fomentará la ciencia y la tecnología, especialmente en todos los niveles educativos, dirigidas a mejorar la productividad, la competitividad, el manejo sustentable de los recursos naturales, y a satisfacer las necesidades básicas de la población. Garantizará la libertad de las actividades científicas y tecnológicas y la protección legal de sus resultados, así como el conocimiento ancestral colectivo.

La investigación científica y tecnológica se llevará a cabo en las universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos y tecnológicos y centros de investigación científica, en coordinación con los sectores productivos cuando sea pertinente, y con el organismo público que establezca la ley, la que regulará también el estatuto del investigador científico.

**Art. 242.-** La organización y el funcionamiento de la economía responderán a los principios de eficiencia, solidaridad, sustentabilidad y calidad, a fin de

asegurar a los habitantes una existencia digna e iguales derechos y oportunidades para acceder al trabajo, a los bienes y servicios: y a la propiedad de los medios de producción.

**Art. 244.-** Dentro del sistema de economía social de mercado al Estado le corresponderá:

1. Garantizar el desarrollo de las actividades económicas, mediante un orden jurídico e instituciones que las promuevan, fomenten y generen confianza. Las actividades empresariales pública y privada recibirán el mismo tratamiento legal. Se garantizarán la inversión nacional y extranjera en iguales condiciones.
2. Formular, en forma descentralizada y participativa, planes y programas obligatorios para la inversión pública y referencial para la privada.
3. Promover el desarrollo de actividades y mercados competitivos. Impulsar la libre competencia y sancionar, conforme a la ley, las prácticas monopólicas y otras que la impidan y distorsionen.
4. Vigilar que las actividades económicas cumplan con la ley y Regularlas y controlarlas en defensa del bien común. Se prohíbe el anatocismo en el sistema crediticio.
5. Explotar racionalmente los bienes de su dominio exclusivo, de manera directa o con la participación del sector privado.
6. Proteger los derechos de los consumidores, sancionar la información fraudulenta, la publicidad engañosa, la adulteración de los productos, la alteración de pesos y medidas, y el incumplimiento de las normas de calidad.

7. Mantener una política fiscal disciplinada; fomentar el ahorro y la inversión; incrementar y diversificar las exportaciones y cuidar que el endeudamiento público sea compatible con la capacidad de pago del país.
  
8. Incentivar el pleno empleo y el mejoramiento de los salarios reales, teniendo en cuenta el aumento de la productividad, y otorgar subsidios específicos a quienes los necesiten.

**Art. 245.-** La economía ecuatoriana se organizará y desenvolverá con la coexistencia y concurrencia de los sectores público y privado. Las empresas económicas, en cuanto a sus formas de propiedad y gestión, podrán ser privadas, públicas, mixtas y comunitarias o de autogestión. El Estado las reconocerá, garantizará y regulará.

**Art. 246.-** El Estado promoverá el desarrollo de empresas comunitarias o de autogestión, como cooperativas, talleres artesanales, juntas administradoras de agua potable y otras similares, cuya propiedad y gestión pertenezcan a la comunidad o a las personas que trabajan permanentemente en ellas, usan sus servicios o consumen sus productos.

### **1.3.2. Ley de compañías, enero 2.006.**

Según el congreso nacional, publicada en el registro oficial 196 de 26 de enero del 2006. La Ley de Compañías es el ordenamiento jurídico principal que regula a las sociedades mercantiles y cuya normativa define a la compañía como el “contrato mediante el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades.

### **1.3.3. Código tributario, febrero 2.013.**

Según disposiciones transitoria derogada por el Art. 54 de la Ley s/n, R.O. 242-3S, 29-XII-2007.

Art. 1.- **Ámbito de aplicación.**- Los preceptos de este Código regulan las relaciones jurídicas provenientes de los tributos, entre los sujetos activos y los contribuyentes o responsables de aquellos. Se aplicarán a todos los tributos: nacionales, provinciales, municipales o locales o de otros entes acreedores de los mismos, así como a las situaciones que se deriven o se relacionen con ellos.

Para estos efectos, entiéndase por tributos los impuestos, las tasas y las contribuciones especiales o de mejora.

### **1.3.4. Plan Nacional del Buen Vivir, 2013-2017.**

Según el Plan Nacional de Desarrollo / Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017 ISBN-978-9942-07-448-5.

## **10.1. Diversificar y generar mayor valor agregado en la producción nacional.**

a. Impulsar y fortalecer las industrias estratégicas claves y sus encadenamientos productivos, con énfasis en aquellas que resultan de la reestructuración de la matriz energética, de la gestión soberana de los sectores estratégicos y de las que dinamizan otros sectores de la economía en sus procesos productivos.

b. Articular la gestión de los sectores estratégicos a la estrategia nacional para el cambio de la matriz productiva y a la vocación productiva de los territorios y su diversidad poblacional.

c. Consolidar la transformación productiva de los sectores prioritarios industriales y de manufactura, con procesos de incorporación de valor agregado que maximicen el componente nacional y fortalezcan la capacidad de innovación y de aprendizaje colectivo.

d. Fortalecer y desarrollar la industria de astilleros, como generadora de encadenamientos productivos, para el desarrollo de actividades industriales conexas.

e. Fortalecer el marco institucional y regulatorio que permita una gestión de calidad en los procesos productivos y garantice los derechos de consumidores y productores.

f. Articular la educación y la investigación a la generación de capacidades técnicas y de gestión, para dinamizar la transformación productiva.

g. Fomentar la sustitución selectiva de importaciones, en función del potencial endógeno territorial, con visión de encadenamiento de industrias básicas e intermedias.

### **1.3.5. Ley artesanal, 19 – 05 – 2.012.**

Para los artesanos su herramienta principal son sus manos, en el país más del 25% de producción nacional corresponde a producción artesanal. Se realizaron derogatorias de las leyes especiales, porque la Asamblea Nacional considera que debe existir un solo código que rija todas las actividades productivas. Los artesanos señalan que con esta disposición han perdido algunos privilegios referentes a los impuestos a los que antes estaban exentos. En el programa se encuentran como invitados el presidente de la Federación Nacional de Artesanos y el Subsecretario de Economía Social y Solidaria del MIES.

La Comisión Ocasional Especializada encargada de analizar el proyecto de Ley Orgánica de Educación General, presidida por el asambleísta César Rodríguez, recibió a la presidenta de la Junta Nacional de Defensa del Artesano quien planteó que en la normativa se incluya el reconocimiento de los educadores comunitarios, quienes son los maestros de los centros de formación artesanal.

Indicó que las conquistas artesanales son fruto de un proceso plasmado en la Ley de Defensa del Artesano desde 1953. Al respecto, el asambleísta Armando Aguilar dijo que la comisión ya analizó el tema y considera que en la ley deben constar los maestros comunitarios.

Como se estipula el art45 no se sujetan a obligaciones del Código de trabajo pero si reciben su indemnización en caso de dar por terminado la relación laboral.

Art. 25.- Los artesanos amparados por esta Ley no están sujetos a las obligaciones impuestas a los empleadores por el Código del Trabajo. Sin embargo, estarán sometidos con respecto a sus operarios, a las disposiciones sobre salarios mínimos determinados para el sector artesanal dentro del régimen salarial dictado para el efecto, así como el pago de las indemnizaciones legales por despido intempestivo.

Al igual que en el art.16 menciona puntos importantes como la remuneración sobre el salario mínimo y también goza de sus derechos como vacaciones.

Art. 16.- Los artesanos amparados por esta Ley no están sujetos a las obligaciones impuestas a los patronos en general por la actual legislación. Sin embargo, los artesanos jefes de taller están sometidos con respecto a sus operarios, a las disposiciones sobre el salario mínimo y a pagar las indemnizaciones legales en los casos de despido intempestivo.



También gozarán los operarios del derecho de vacaciones y jornada máxima de trabajo de conformidad con el Código del Trabajo. Con los fondos determinados en esta Ley y con los fondos que en lo sucesivo se asignarán, se atenderá por el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social a las indemnizaciones de accidentes de trabajo y a los otros derechos de los operarios.

No cualquier persona puede ser un artesano calificado las leyes protectoras de los artesanos se refieren a la actividad artesanal propiamente dicha, mas no a otra modalidad de trabajo que pudiera utilizar un artesano, como, a manera de ejemplo, de un chofer, de un doméstico, de un escribiente, de un contador y, circunscribiéndonos al presente juicio, un mensajero, que legal y estrictamente conceptualizado, nada tiene que ver con la actividad artesanal, y por tanto no puede gozar de los beneficios otorgados por la ley.

En conclusión no cualquier persona puede ser artesana, tiene que regirse a leyes y respetarlas, además es portador de innumerables beneficios sociales.

#### **1.4. MARCO REFERENCIAL.**

##### **1.4.1. Antecedentes parroquia Anconcito.**

###### **1.4.1.1. Reseña Histórica.**

Anconcito fue considerado desde los años 80 como "Primer puerto pesquero de la Península". Las actividades pesqueras y acuícola son las principales generadoras de empleo y riqueza de esta población y a su vez de los sectores adyacentes. Los productos que aquí se extraen son llevados a los diferentes mercados y restaurantes de la península ayudando incluso al sector turístico que se provee de los recursos ictiológicos. Su población según el último censo es de 8561

habitantes de los cuales 4465 son hombres y 4096 son mujeres, el 99% de la población vive en la cabecera parroquial ya que esta parroquia no cuenta con recintos. Se estima además una población flotante de 2000 habitantes que llegan en temporada de pesca.

### 1.5.1.2. Organización Territorial.

La provincia de Santa Elena tiene una superficie de 3,762.8 kilómetros cuadrados (1.46 por ciento del total nacional). Con una población residente de 308.000 habitantes (2 por ciento del total nacional) y una población flotante superior a 200,000 personas en época alta de turismo que son básicamente turistas de la ciudad de Guayaquil y otros cantones de la Provincia del Guayas y del país.

La provincia tiene tres cantones importantes: Santa Elena, Salinas y La Libertad.

**GRÁFICO # 1. Mapa Provincia de Santa Elena.**



Fuente: Google Map.  
Elaborado por: Darío Suárez Suárez.

El Cantón Salinas está ubicado en el extremo occidental de la provincia, a 142 km de Guayaquil, tiene un área de 97 kilómetros cuadrados. Con una población de 68.675 habitantes, de los cuales 32.758 son hombres y 35.295 mujeres; 34.719 viven en el área urbana y 33.956 personas están en la zona rural.

## GRÁFICO # 2. Mapa Cantón Salinas.



Fuente: Geogle Map.  
Elaborado por: Darío Suárez Suárez.

Económicamente la Parroquia Anconcito cuenta con recursos naturales, agricultura, textilería, silvicultura, manufactura, elaborados, industria, comercio, etc. Las aguas del océano son ricas en productos marinos como peces, camarones, langostas, pulpos, conchas, cangrejos, ostiones, etc. Los recursos económicos de la población provienen de la pesca que es una actividad económica importante, la pesca artesanal de mar es significativa tanto en el consumo doméstico como en la industria peninsular. El comercio es la complementaria para comercializar los productos hacia las ciudades, como de estas para cubrir las necesidades internas de la provincia.

## GRÁFICO # 3. Mapa Parroquia Anconcito.



Fuente: Geogle Map.  
Elaborado por: Darío Suárez Suárez.

## **CAPÍTULO II**

### **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **2.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.**

Para la creación de esta empresa dedicada a la confección de camisas para hombres se vio la necesidad que comerciantes de la provincia de Santa Elena tienen al momento de que ellos adquieren las camisas, al trasladarse a otras ciudades y muchas veces a otro país para poder proveerse del producto para su posterior venta, es por eso que con la creación de esta empresa ellos puede conseguir las camisas aquí en la localidad.

Se decidió realizar una investigación no experimental donde se aplicó el diseño no transaccional ya que se realizó las encuestas una sola vez en el tiempo.

También se utilizó la investigación descriptiva en la cual permitió reconocer el tamaño de muestra, las variables que afectaran por la creación de esta empresa como son los clientes insatisfechos al no encontrar lo que necesitan en determinado momento en la provincia.

#### **2.2 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.**

En el proyecto de investigación se aplicó la modalidad del análisis cuantitativo porque esto implica la medición exhaustiva de los datos que se van a recolectar a través de los diferentes instrumentos o técnicas de recolección de información, además de definió lo que se iba a medir y como se iba a lograr la precisión de esta medición.

## **2.3 TIPOS DE INVESTIGACIÓN.**

### **2.3.1. Investigación Aplicada.**

Para el presente proyecto se utilizó una investigación aplicada porque se encarga de solucionar problemas específicos, lo que supone la equiparación de la teoría con la realidad.

Además porque se realiza la investigación en el entorno donde las personas que ejercen la actividad de compra y venta de prendas de vestir como son los comerciantes desempeñan sus labores diarias. También se va a satisfacer la necesidad que tienen los comerciantes al momento de adquirir las camisas, es por eso que se deben aplicar los siguientes tipos de investigación aplicada.

#### **2.3.1.1. Investigación descriptiva.**

Se aplicó la investigación descriptiva porque se estudió los hechos en tiempo presente, es decir aquellos que ocurren en la actualidad, se trabajó con los comerciantes de toda provincia de Santa Elena, se investigó cual es el número de personas que se dedican a este tipo de actividad como es la compras y venta de camisas para hombres, el nivel de ingresos, etc.; a través de los instrumentos de recolección de datos.

#### **2.3.1.2. Investigación Bibliográfica.**

La investigación del problema es con el propósito de ampliar, profundizar y analizar sus causas y efectos a través de la utilización de fuentes primarias como es el caso de documentos, referente a las secundarias se consideran libros, revistas, periódicos y otras publicaciones.

Este tipo de investigación tiene un ámbito determinado, su originalidad se refleja en el manejo de documentos y libros que permiten conocer, comparar y deducir los diferentes enfoques, criterios y conceptualizaciones, análisis, conclusiones, recomendaciones de los diversos autores e instituciones estudiadas.

Con el propósito de ampliar el conocimiento y generar nuevas propuestas para la creación de una empresa dedicada a la confección de camisas para hombres en la parroquia Anconcito, provincia de Santa Elena.

## **2.4 MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN.**

### **2.4.1. Método Inductivo.**

En la investigación que se realizó para el levantamiento de información acerca del problema del proyecto se utilizó el método inductivo porque se siguió un proceso analítico-sintético.

Primero se observó y se detectó la necesidad que tienen los comerciantes de la provincia de Santa Elena al momento de adquirir sus productos, luego se hizo un estudio de mercado para determinar cuáles eran los inconvenientes para luego analizar y sacar las respectivas conclusiones.

## **2.5 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN**

### **2.5.1. Entrevista.**

Se hizo la recolección de información utilizando como técnica la entrevista que estuvo dirigida a los comerciantes de ropa de la provincia de Santa Elena, estuvo enfocada al problema principal de la investigación.

### **2.5.2. Encuesta.**

Para realizar un diagnóstico es importante identificar la realidad y el problema, cuantificarlo y cualificarlo y estará dirigida a las personas dedicadas a la actividad de compra y venta de camisas, ubicadas en la provincia de Santa Elena.

### **2.5.3. Documental**

#### **2.5.3.1. Lectura Científica.**

Mediante esta técnica permitió ampliar el conocimiento del fenómeno en estudio, y realizar las propias conclusiones que permitieron profundizar el desarrollo de la investigación.

#### **2.5.3.2. Análisis de contenido, Redacción y estilo.**

Aspectos importantes que permitieron, la confiabilidad y validez del trabajo de investigación considerando la diferente información que se obtuvo de los diferentes instrumentos utilizados.

## **2.6. INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN.**

### **Cuestionario de entrevista.**

Se formuló el cuestionario de entrevista utilizando con preguntas abiertas enfocadas siempre a obtener información del problema de la investigación.

### **Cuestionario de encuesta.**

El cuestionario de la encuesta se formuló utilizando preguntas abiertas y cerradas enfocadas a obtener información acerca del problema de la investigación.

## **2.7. POBLACIÓN Y MUESTRA.**

### **2.7.1 Población**

En la provincia de Santa Elena existe una población de comerciantes que se encuentra dividida en los tres cantones, encabezada por La Libertad con un número de 330 personas que se dedican a la actividad de compra y venta de prendas de vestir entre ellas las camisas, tenemos Santa Elena con 120 y Salinas con 60 que nos da un total de 510 comerciantes.

**CUADRO # 3. Población de comerciantes de la provincia de Santa Elena.**

<b>CANTONES</b>	<b>N. COMERCIANTES</b>
LA LIBERTAD	330
SANTA ELENA	120
SALINAS	<u>60</u>
<b>TOTAL COMERCIANTES</b>	<b>510</b>

Fuente: Servicios de rentas internas de las municipalidades P.S.E.  
Elaborado por: Darío Suárez Suárez.

### **2.6.2 Marco de muestreo**

Comerciantes de ropa de la provincia de Santa Elena, mediante levantamiento de información.

### **2.6.3 Técnicas de muestreo**

Ya determinada que el Muestreo a utilizar es Probabilístico, el mismo que utilizaremos Aleatorio simple, el cual donde la población o la muestra que los integra tienen las mismas posibilidades de ser elegidos.



#### 2.6.4 Tamaño de la muestra

En la provincia de Santa Elena 510 personas se dedican a la actividad de compra y venta de camisas para hombres dentro de otras variedades de productos.

El tamaño de la población es finito, se determina esto ya que la población es 510 comerciantes de ropa siendo inferior a 100000, para lo cual se utilizara la fórmula:

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

En donde,

N = tamaño de la población = 510

Z = nivel de confianza = 95% = 1.96

P = probabilidad de éxito, o proporción esperada = 0.5

Q = probabilidad de fracaso = 0.5

D = precisión (Error máximo admisible en términos de proporción) = 0.05

$$= \frac{510 * 1.96^2(0.50 * 0.50)}{0.05^2(510 - 1) + 1.96^2 (0.50 * 0.50)}$$

$$= \frac{489}{2.23}$$

$$n = 219$$

## **2.6 PROCEDIMIENTOS DE LA INVESTIGACIÓN**

El propósito del levantamiento de la información es analizar los datos obtenidos, ya que es de útil importancia para determinar la factibilidad del proyecto de investigación. Para la respectiva recopilación de datos se recurrió a varias técnicas y procedimientos.

1. Esquematización de la estrategia de la investigación.
2. Definición de los procedimientos implementados para el desarrollo de la estrategia.
3. Definición de las variables de interés.
4. Explicaciones del proceso mediante el cual fueron seleccionados los participantes del estudio.
5. Discusión de los instrumentos utilizados para el estudio.
6. Recolección de datos.

## **CAPÍTULO III**

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

#### **3.1 ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS COMERCIANTES DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA.**

Se realizó la entrevista a tres comerciantes de ropa del cantón la libertad los cuales concluyeron que tienen más de cinco años en este tipo de negocio sin ningún inconvenientes hasta el momento, la principal característica que ellos tienen al realizar la venta es la atención personalizada que brindan dándoles el beneficio de una asesoría de imagen mostrando sus mejores prendas, uno de los varios productos que recomiendan son las camisas para hombres porque en su negocio hay variedad de tallas, colores, diseños y son los hombres en su mayoría quienes necesitan de ayuda al momento de comprar las camisas.

Entre las prendas que más venden están las camisas para hombres porque necesitan para asistir a un evento o muchas veces para sus respectivos empleos, pero el gran inconveniente que tienen es que no existe una empresa de confección de ropa en la provincia donde ellos puedan comprar sus productos sin tener que viajar.

El negocio de compra y venta de ropa es rentable para ellos, pero mejorarían sus utilidades si se abastecieran de mercadería dentro de la localidad. Al mencionarles que si estarían de acuerdo con la creación de una empresa de confección de camisas en la parroquia Anconcito, dijeron que sí están de acuerdo pero si las camisas son de calidad y a un buen precio.

### **3.2 ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA DIRIGIDA A LOS COMERCIANTES DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA.**

La siguiente encuesta está elaborada con una base de preguntas que va a permitir conocer las motivaciones, las actitudes y las opiniones de los comerciantes que ejercen la actividad de compra y venta de camisas para hombres en la provincia de Santa Elena con respecto al estudio de investigación que se realiza, tomando en consideración la respectiva información que se necesita obtener.

Los siguientes cuadros y gráficos están relacionados con la encuesta, la cual tiene como finalidad establecer el nivel de aceptación que tendrá la creación de una Empresa dedicada a la confección de camisas para hombres que estará ubicada en la Parroquia Anconcito.

## Edad de los encuestados.

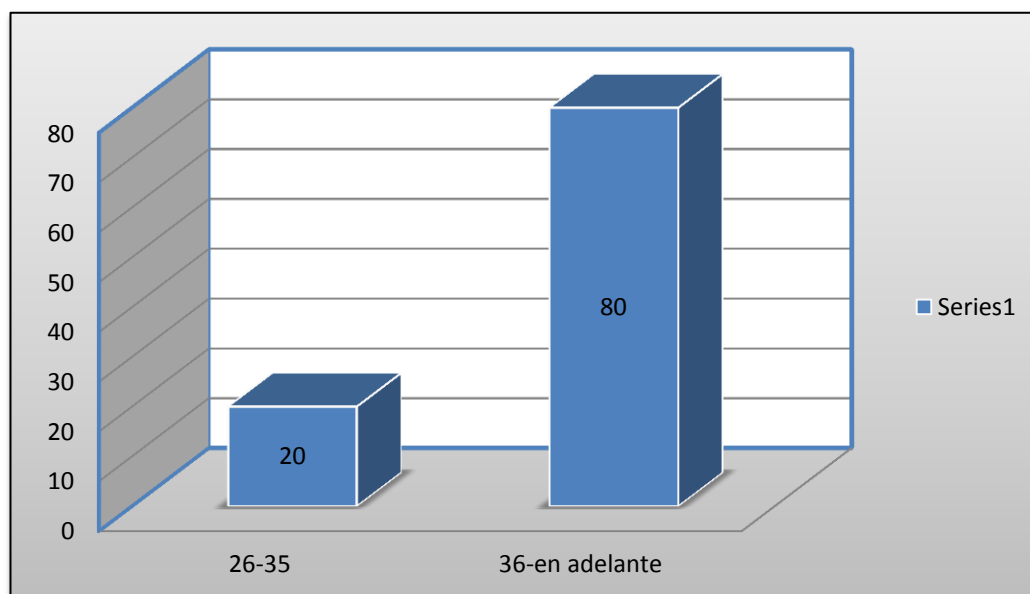
**CUADRO # 4. Edad.**

ÍTEM	VALORACIÓN	f	%
<b>1</b>	26-35	44	20
	36-en adelante	175	80
	Total	219	100

Fuente: Resultado excel encuesta comerciantes de ropa.

Elaborado por: Darío Suárez Suárez.

**GRÁFICO # 4. Edad.**



Fuente: Resultado excel encuesta comerciantes de ropa

Elaborado por: Darío Suárez Suárez.

La mayoría de las personas a las que se les realizó la encuesta tienen de 36 años en adelante, lo cual demuestra que los comerciantes que ejercen esta actividad son adultos y que los jóvenes no tienen el interés en este tipo de negocio.

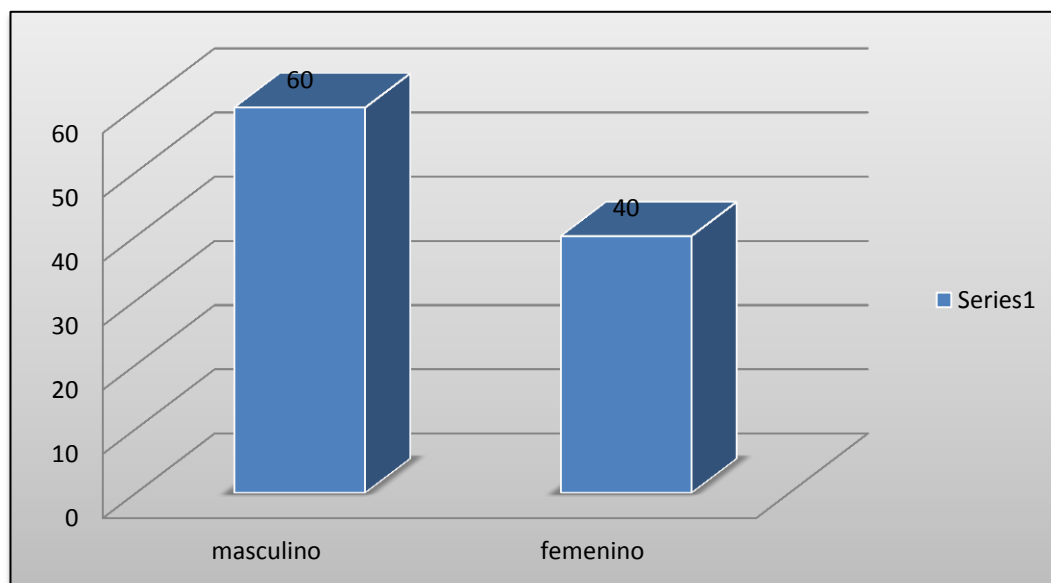
## Género de las personas encuestadas.

CUADRO # 5. Género.

ÍTEM	VALORACIÓN	FRECUENCIA	%
2	masculino	131	60
	femenino	88	40
	Total	219	100

Fuente: Resultado excel encuesta comerciantes de ropa  
Elaborado por: Darío Suárez Suárez.

GRÁFICO # 5 Género.



Fuente: Resultado excel encuesta comerciantes de ropa  
Elaborado por: Darío Suárez Suárez.

Se puede observar que las personas en su mayoría a quienes se les realizó la encuesta son de género masculino, superando al femenino, lo cual demuestra que hay más hombres que ejercen el comercio de ropa en la provincia en comparación con las mujeres.

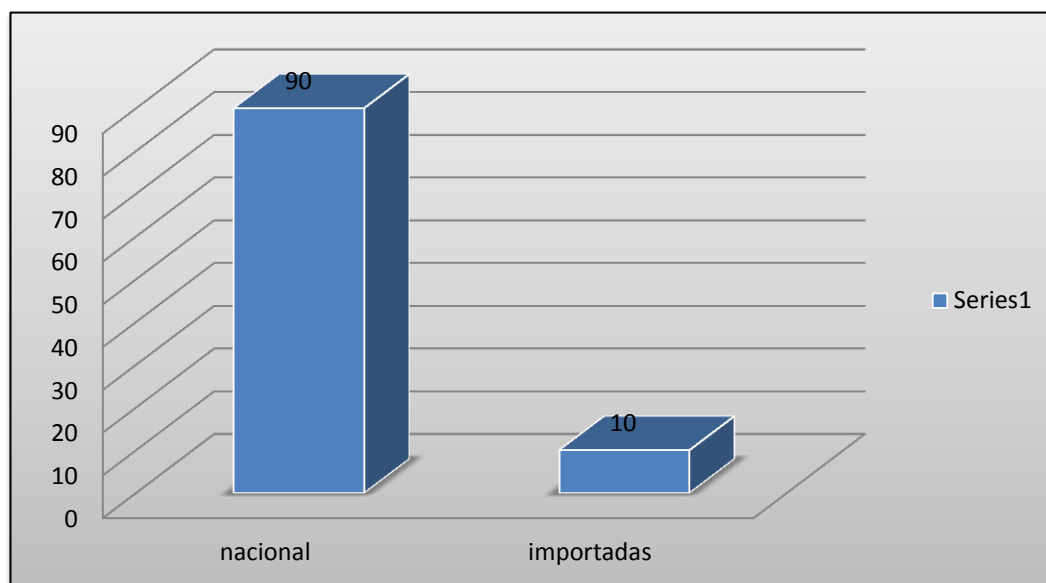
### Pregunta 1 ¿Las camisas que usted adquiere son a nivel?

**CUADRO # 6. Dónde adquiere las camisas.**

ÍTEM	VALORACIÓN	FRECUENCIA	%
<b>3</b>	Nacional	197	90
	Importadas	22	10
	Total	219	100

Fuente: Resultado excel encuesta comerciantes de ropa  
Elaborado por: Darío Suárez Suárez.

**GRÁFICO# 6 Donde adquiere las camisas.**



Fuente: Resultado excel encuesta comerciantes de ropa  
Elaborado por: Darío Suárez Suárez.

Se puede observar que los comerciantes de la provincia de Santa Elena a quien se les realizó la encuesta en su mayoría adquieren las camisas nacional por lo tanto nos da la posibilidad de que ellos puedan adquirir las camisas para sus respectivos negocios, son pocos los comerciantes que necesitan mercadería del extranjero.

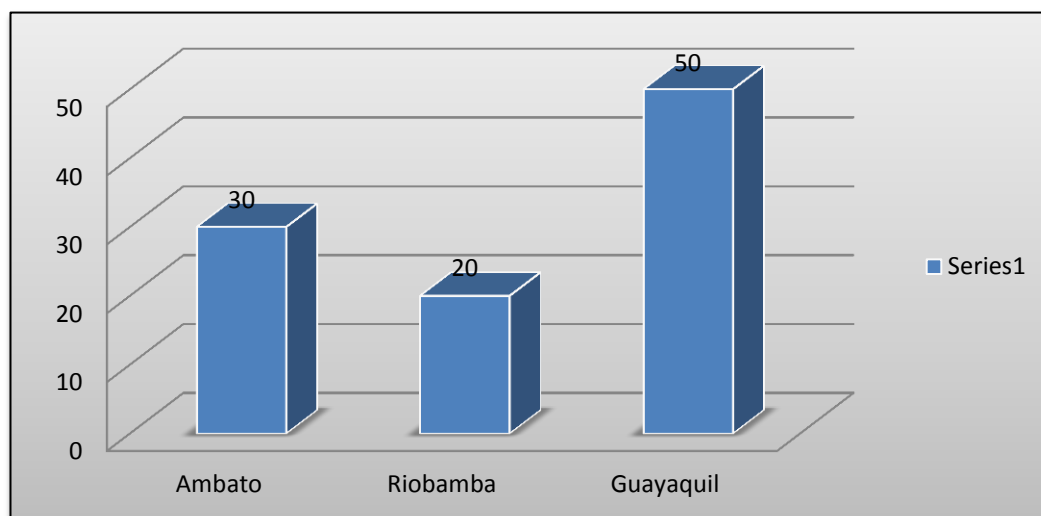
**Pregunta 2 ¿Qué ciudad a nivel nacional visita usted para adquirir las camisas?**

**CUADRO # 7. Qué ciudad visita.**

ÍTEM	VALORACIÓN	FRECUENCIA	%
<b>4</b>	Ambato	66	30
	Riobamba	44	20
	Guayaquil	110	50
	Total	219	100

Fuente: Resultado excel encuesta comerciantes de ropa  
Elaborado por: Darío Suárez Suárez.

**GRÁFICO # 7. Que ciudad visita.**



Fuente: Resultado excel encuesta comerciantes de ropa  
Elaborado por: Darío Suárez Suárez.

Se puede observar que para los comerciantes de ropa de nuestra localidad, adquirir sus mercaderías en otras ciudades se ha convertido en un obstáculo para crecer en el mercado ya que la poca ganancia que le queda es gastado al momento de viajar a estas ciudades se concluye que Guayaquil es la ciudad más acudida por los comerciantes seguido por Riobamba, Ambato.



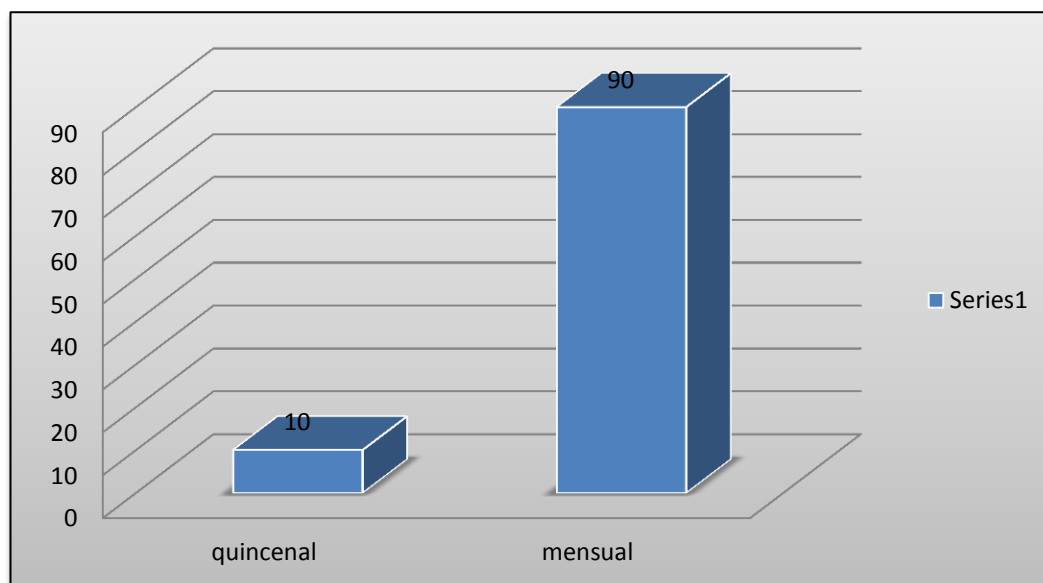
### Pregunta 3 ¿Cada que tiempo adquiere las camisas?

**CUADRO # 8. Tiempo en adquirir camisas.**

ÍTEM	VALORACIÓN	FRECUENCIA	%
<b>5</b>	Quincenal	22	10
	Mensual	197	90
	Total	219	100

Fuente: Resultado excel encuesta comerciantes de ropa  
Elaborado por: Darío Suárez Suárez.

**GRÁFICO # 8 Tiempo en adquirir camisas.**



Fuente: Resultado excel encuesta comerciantes de ropa  
Elaborado por: Darío Suárez Suárez.

Se puede observar que la mayoría de los comerciantes se abastecen de camisas cada mes quizás debido a la distancia o por el tiempo al momento de hacer la adquisición de camisas y que solo una pequeña cifra de comerciantes cada 15 días.

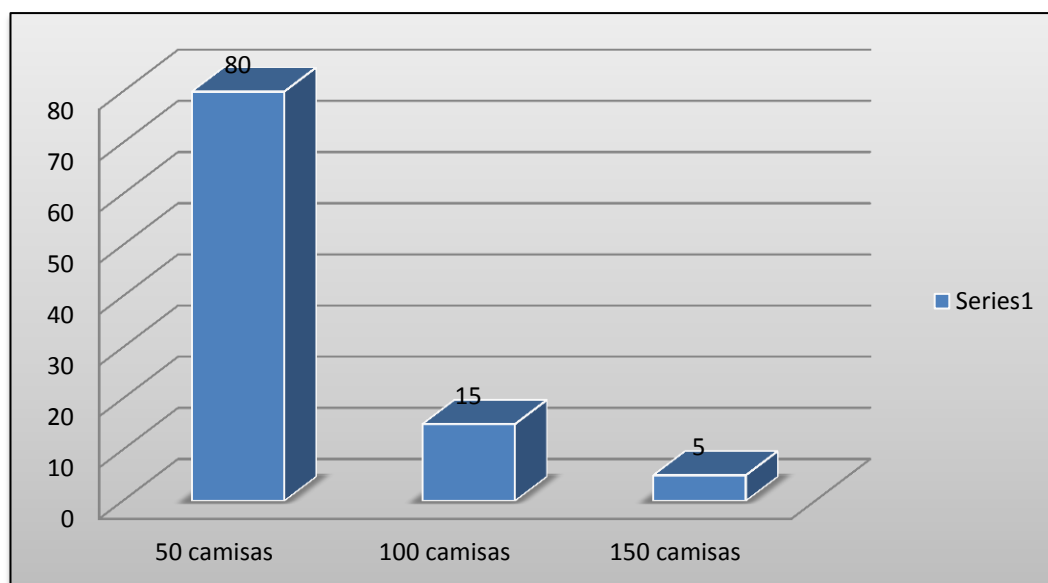
#### Pregunta 4 ¿Cuántas camisas adquiere mensual?

**CUADRO # 9. Camisas que adquiere mensual**

ÍTEM	VALORACIÓN	FRECUENCIA	%
<b>6</b>	50 camisas	175	80
	100 camisas	33	15
	150 camisas	11	5
	Total	219	100

Fuente: Resultado excel encuesta comerciantes de ropa.  
Elaborado por: Darío Suárez Suárez.

**GRÁFICO # 9. Camisas adquiere mensual.**



Fuente: Resultado excel encuesta comerciantes de ropa.  
Elaborado por: Darío Suárez Suárez.

Se puede observar que un gran porcentaje de los comerciantes a quien se les realizó la encuesta adquiere 50 camisas cada mes, pocos son los que adquieren de 100 a 150 camisas.

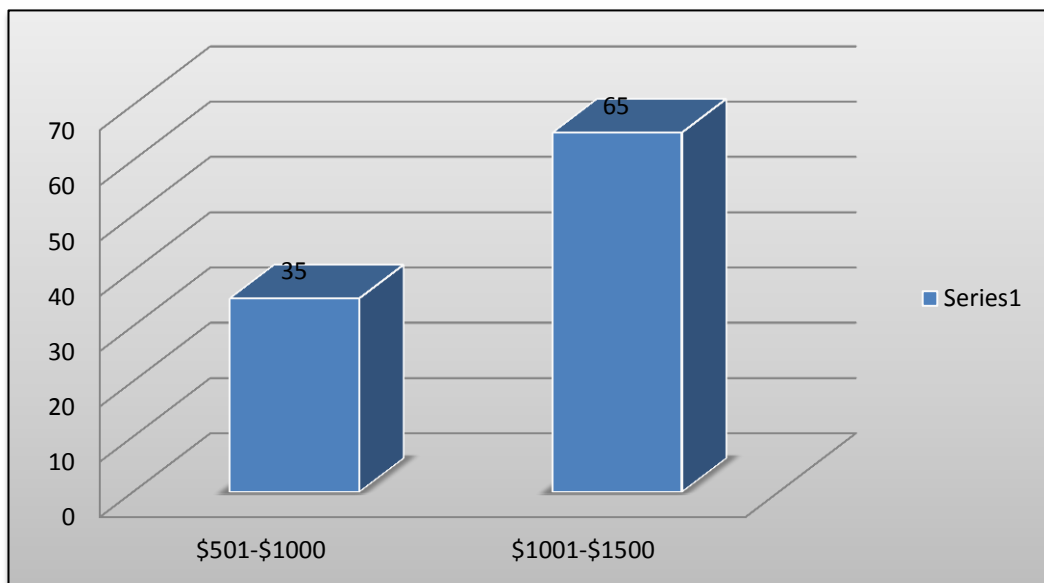
### Pregunta 5 ¿Cuál es su promedio de venta mensual?

**CUADRO # 10. Promedio de Venta Mensual.**

ÍTEM	VALORACIÓN	FRECUENCIA	%
<b>7</b>	\$501-\$1000	77	35
	\$1001-\$1500	142	65
	Total	219	100

Fuente: Resultado excel encuesta comerciantes de ropa.  
Elaborado por: Darío Suárez Suárez.

**GRÁFICO # 10. Promedio de Venta Mensual.**



Fuente: Resultado excel encuesta comerciantes de ropa.  
Elaborado por: Darío Suárez Suárez.

Se puede observar el promedio de venta mensual de los comerciantes que sirve para tener una perspectiva de la situación económica de ellos, es un poco grabe notar según el gráfico que el 65% de los mismo logran vender mensual entre \$1001 a \$1500, y otros entre \$501-\$1000.

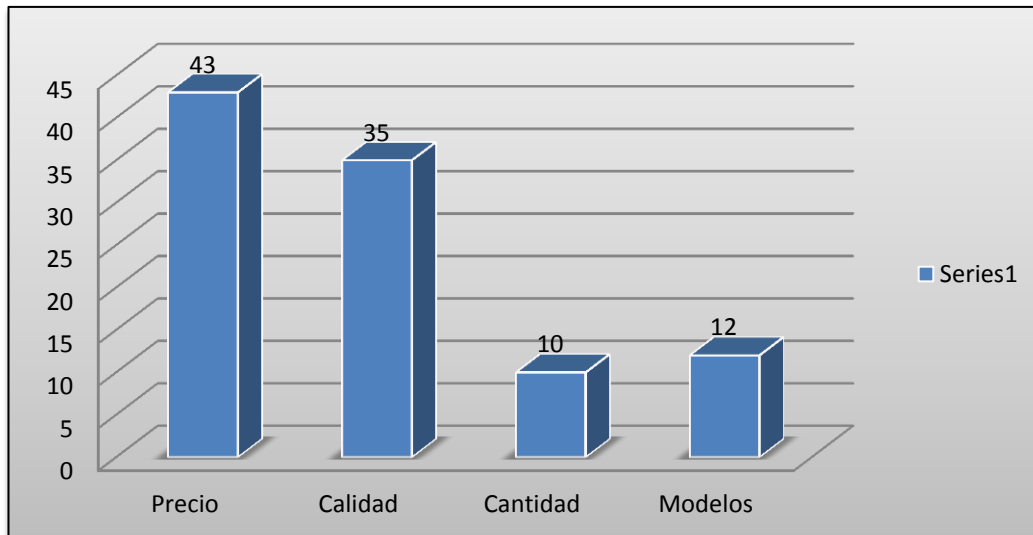
**Pregunta 6 ¿Cuáles son los principales atributos que toma en cuenta al momento de adquirir las camisas?**

**CUADRO # 11. Principales Atributos.**

ÍTEM	VALORACIÓN	FRECUENCIA	%
<b>8</b>	Precio	94	43
	Calidad	77	35
	Cantidad	22	10
	Modelos	26	12
	Total	219	100

Fuente: Resultado excel encuesta comerciantes de ropa.  
Elaborado por: Darío Suárez Suárez.

**GRÁFICO # 11. Principales Atributos.**



Fuente: Resultado excel encuesta comerciantes de ropa.  
Elaborado por: Darío Suárez Suárez.

Se puede observar la importancia que cada comerciante le da a las camisas, ya que es el punto por donde se puede iniciar una venta, es lógico lo que determina la gráfica que la calidad y el precio son los atributos que más toman en cuenta al momento de comprar.

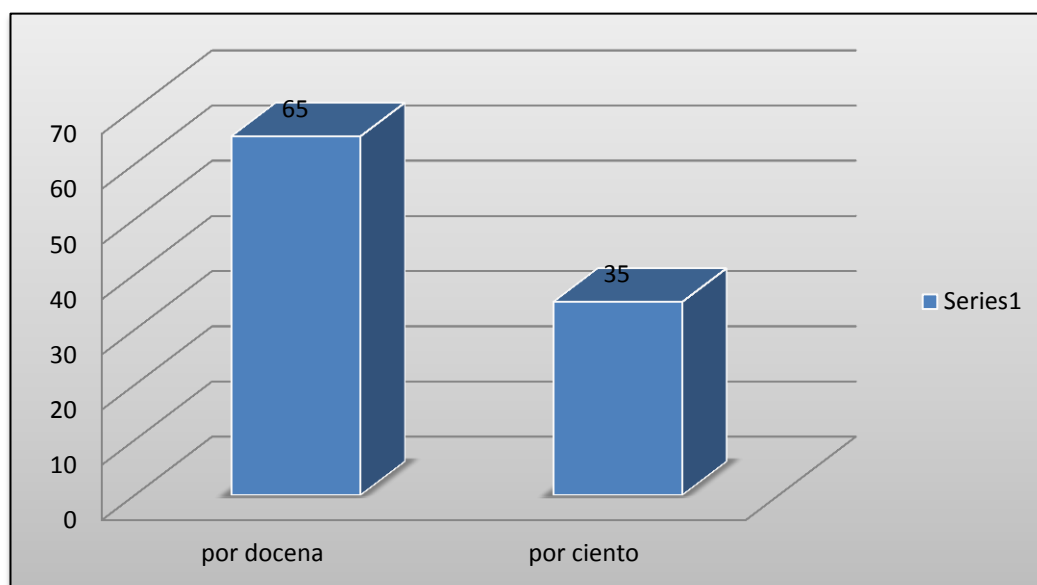
### Pregunta 7 ¿Cómo adquiere las camisas?

**CUADRO # 12. Adquisición de camisas.**

ÍTEM	VALORACIÓN	FRECUENCIA	%
9	Por docena	142	65
	Por ciento	77	35
	Total	219	100

Fuente: Resultado excel encuesta comerciantes de ropa.  
Elaborado por: Darío Suárez Suárez.

**GRÁFICO # 12. Adquisición de camisas.**



Fuente: Resultado excel encuesta comerciantes de ropa.  
Elaborado por: Darío Suárez Suárez.

Se puede observar que la mayoría de comerciantes adquieren sus mercaderías por docenas ya que le trae el beneficio de rebaja en el precio dependiendo del tipo de producto que adquiera y pocos son los que compran por cientos. Ya que muchas veces no tienen capital para invertir.

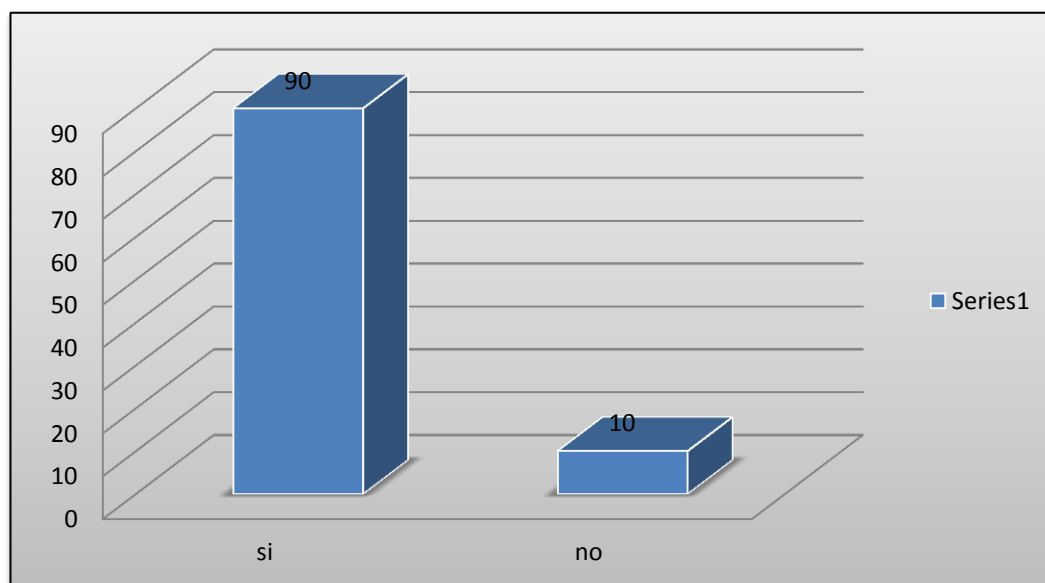
**Pregunta 8 ¿Le gustaría que existiera una empresa en la localidad donde pueda adquirir las camisas?**

**CUADRO # 13. Creación de Empresa en la Localidad.**

ÍTEM	VALORACIÓN	FRECUENCIA	%
<b>10</b>	Si	197	90
	No	22	10
	Total	219	100

Fuente: Resultado excel encuesta comerciantes de ropa  
Elaborado por: Darío Suárez Suárez.

**GRÁFICO # 13. Creación de Empresa en la localidad.**



Fuente: Resultado excel encuesta comerciantes de ropa  
Elaborado por: Darío Suárez Suárez.

Se puede observar que el mayor porcentaje de personas encuestadas se inclinó por el SI, porque los comerciantes no encuentran un lugar específico para adquirir sus mercaderías, mientras pocas dijeron que no están de acuerdo con creación de una empresa dedicada a la confección de camisas para hombres.

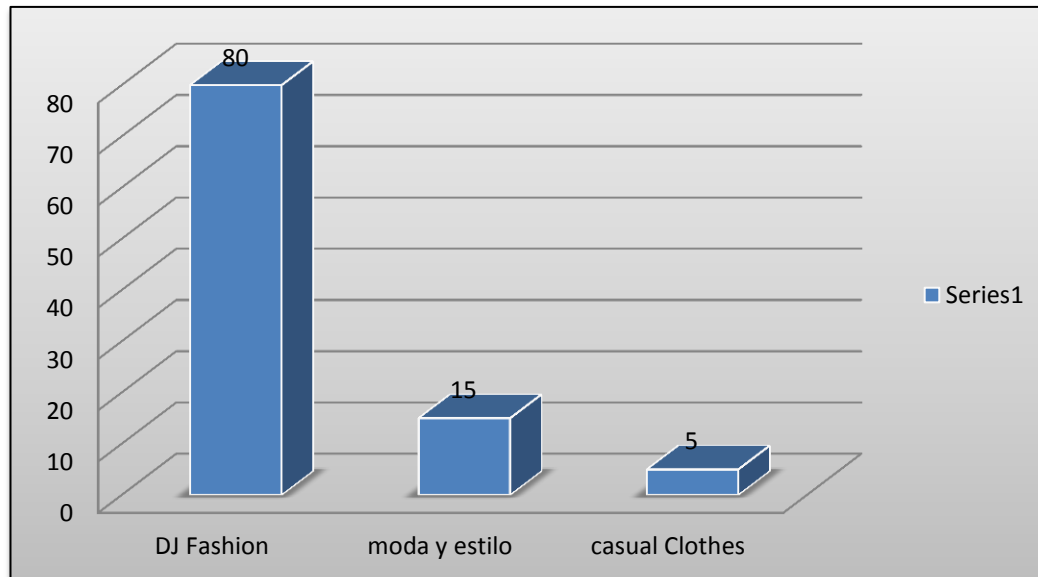
**Pregunta 9 ¿Cuál de estas opciones le gustaría como marca para las camisas?**

**CUADRO # 14. Marca de las camisas.**

ÍTEM	VALORACIÓN	FRECUENCIA	%
<b>11</b>	DJ Fashion	175	80
	Moda y estilo	33	15
	Casual Clothes	11	5
	Total	219	100

Fuente: Resultado excel encuesta comerciantes de ropa.  
Elaborado por: Darío Suárez Suárez.

**GRÁFICO # 14 Marca de las camisas.**



Fuente: Resultado excel encuesta comerciantes de ropa  
Elaborado por: Darío Suárez Suárez.

Se puede observar que la mayoría de los encuestados tomaron como opción de marca DJ Fashion.

### **3.4. CONCLUSIONES.**

Después de haber realizado la investigación de mercado para la creación de una empresa dedicada a la confección de camisas para hombres se llegó a las siguientes conclusiones:

- Los resultados obtenidos nos demuestran que la población está a favor de que se cree una empresa dedicada a la confección de camisas para hombres ya que el porcentaje es del 90% le gustaría que existiera una empresa dedicada a la confección de camisas para hombres en la parroquia Anconcito, provincia de Santa Elena.
- Existe una alta demanda de compradores de vestimenta, resaltando que nuestro mercado objetivo son los comerciantes de la provincia de Santa Elena, esta oportunidad es dada debido a que no existe una empresa que los provea de la mercadería.
- Los comerciantes que se dedican a la venta de ropa, en su mayoría son hombres que tienen edad aproximada de 36 años en adelante, lo que refleja que los jóvenes no se interesan en tener un negocio de venta de ropa.
- La mayoría de prendas que los comerciantes adquieren lo hacen en ciudades como: Riobamba, Ambato, y Guayaquil. Además prefieren comprar ropa que sea hecha aquí en nuestro país.



### **3.5. RECOMENDACIONES.**

A continuación las siguientes recomendaciones:

- Poseer una actitud de interconexión porque debe estar pendiente de sus clientes, de los movimientos de los mercados, de la competencia y de la evolución de nuevas tecnologías.
- Profundizar más en los métodos de investigación, realizar prueba piloto y conseguir apoyo de pequeñas y medianas empresas para obtener fuentes de información con datos más precisos.
- Profundizar el estudio de mercado para obtener mejores resultados en beneficio de la empresa y sus clientes ya que la información obtenida está en constantes cambios debido a factores que afectan el comportamiento de los consumidores finales del producto.
- Lograr llegar a los clientes mostrando las características y buena calidad de las camisas para que ellos acepten el producto y tener la aceptación que se necesita para crecer en el mercado.

## **CAPÍTULO IV**

### **CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA CONFECCIÓN DE CAMISAS PARA HOMBRES EN LA PARROQUIA ANCONCITO, PROVINCIA DE SANTA ELENA, 2.013.**

#### **4.1. INTRODUCCIÓN.**

La investigación, se llevó a cabo a través de un plan de trabajo y un diagnóstico, el cual proporcionó la información para su desarrollo. La propuesta de creación de la empresa de confección de camisas-CONFAM S.A, se sustenta en los objetivos del milenio así como en la interacción social de crear nuevas oportunidades laborales que se encuentran ligadas al plan de desarrollo del buen vivir.

Con el objetivo de dar a conocer a la comunidad en general se presenta una nueva propuesta de confección de camisas a través de la creación de la empresa “CONFAM S.A.”, camino que nos conlleva a fomentar plazas de trabajo, que vayan de la mano con el desarrollo de la comunidad, logrando de esta manera un bienestar socioeconómico.

En este trabajo se describe cada paso que desempeñara la empresa en su funcionamiento con la finalidad de desarrollarlas tal y como han sido propuestos como: naturaleza del proyecto, estudio de mercado, producción, organización y financiamiento. A través de este estudio se deja abierta una puerta para que se sigan realizando este tipo de documentos para que se creen nuevas oportunidades en el entorno en el que se desenvuelven.

#### **4.1.1. Antecedentes.**

La Provincia de Santa Elena se caracteriza por ser una zona donde el comercio se ha convertido en una fuente de ingresos para sus habitantes permitiendo que las personas decidan incursionar en este tipo de actividad. Una de las actividades que realizan es la compra y venta de prendas de vestir, entre ellas encontramos las camisas que es una de las prendas de mayor demanda para las personas.

En la Provincia no existe una empresa dedicada a confeccionar las camisas al por mayor, solo existen pequeños talleres que se dedican a confeccionar otro tipo de prenda por lo que se decide crear una empresa que confeccione este tipo de prenda y que cubra el mercado insatisfecho La importancia de la instalación del proyecto en la parroquia Anconcito del cantón Salinas, provincia de Santa Elena radica por su cercanía al mercado y porque se entregara el producto directamente al comerciante, manteniendo un stock en las en la empresa evitando el desabastecimiento de las camisas, mejorando por ende la producción y calidad.

Para la inserción en el mercado no existen barreras de entradas, porque no existe otra empresa que cubra este mercado, con una capacidad de producción instalada en el proyecto se pretende cubrir aproximadamente el 10% de la demanda insatisfecha manteniendo un precio competitivo de \$7,36 dólares americanos ya que este producto se encuentra entre los \$14,00 - \$ 15,00 dólares americanos. La empresa tendrá como nombre CONFAM; identificación que constará en el empaque junto con el logo de la empresa, al ser constituida como sociedad anónima estará acompañada por las siglas S.A. contará con base filosófica, misión, visión y organización administrativa. La inversión total del proyecto es de aproximadamente de \$ 66.517 dólares americanos incluidos los activos fijos más el capital de trabajo. Sin embargo la viabilidad del proyecto a través de la TIR tasa interna de retorno que al conocer que esta es mayor, explica que tiene rentabilidad y el período de recuperación de la inversión está dentro de los cinco primeros años.

#### **4.1.2. Misión.**

Somos una empresa dedicada a la confección de camisas para hombres orientada en todo momento a lograr que nuestros productos cuenten con la elegancia, moda, tendencia y calidad que nuestros clientes merecen tener.

#### **4.1.3. Visión.**

Ser una empresa reconocida y distinguida a los 5 años, en el mundo de las confecciones enfocada a la elegancia y gracias a la buena distinción que va a adquirir nuestro producto de calidad siempre en contacto con la tendencia y moda, logrando así enfrentar el mercado nacional.

#### **4.1.4. Objetivo.**

##### **4.1.4.1. Objetivo General.**

Ser una empresa líder en diseño y elaboración de prendas de vestir como camisas para hombres de excelente calidad, cumpliendo satisfactoriamente las expectativas de los clientes.

##### **4.1.4.2. Objetivos Específicos.**

- Posicionar nuestra marca dentro del segmento líder del mercado.
- Implementar una publicidad a través de medios de comunicación como radio y prensa.
- Negociar con proveedores que se adapten a las condiciones de la empresa.

- Realizar capacitaciones frecuentemente manteniendo actualizados los conocimientos de los empleados.
- Desarrollar y capacitar a nuestro personal en todas las áreas, potenciando los valores de profesionalismo y calidad.
- Respetar el medioambiente a través de un desarrollo sostenible en todas las etapas involucradas en proceso productivo.

#### **4.1.5. Razón Social de la Empresa.**

La razón social de la empresa dedicada a la confección de camisas para hombres es:

**“CONFECAM S.A.”**  
**Confección de camisas**

CONFECAM S.A., tiene como actividad principal la confección de camisas para hombres con materia prima de calidad y con un excelente diseño.

La empresa con la finalidad de dar identificación al producto, realizó una encuesta en el que los resultados obtenidos dieron mayor porcentaje a DJ Fashion, cuyo nombre fue elegido con un 80% como se demuestra en el gráfico # 14.

#### **4.1.6. Diagnóstico situacional de la Empresa.**

El análisis FODA es una herramienta indispensable que permite tener conocimiento sobre los obstáculos que deberá afrontar la empresa, admite utilizar

de manera eficaz los factores positivos y equilibrar el efecto de los factores negativos:

**CUADRO # 15. FODA.**

<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ampliación de la cartera de productos para satisfacer nuevas necesidades de los clientes.</li> <li>• Mano de obra eficiente en la parroquia Anconcito.</li> <li>• Capacidad de innovación por parte del talento humano de la empresa.</li> <li>• Conocimiento del mercado que son los comerciantes de ropa de la provincia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de capacitación al personal.</li> <li>• Falta de sistema de control.</li> <li>• Falta de manual de procedimientos.</li> <li>• Evaluación del desempeño a los empleados</li> </ul>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Existencia de maquinaria en la localidad.</li> <li>• Materia prima de calidad en la localidad.</li> <li>• Inexistencia de empresas dedicadas a la confección de camisas para hombres en la provincia.</li> <li>• Mercado insatisfecho en la provincia de Santa Elena.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrada de nuevos competidores.</li> <li>• Inestabilidad política y económica en el país.</li> <li>• Cambio en las necesidades y gustos de los consumidores.</li> <li>• Pueden ocurrir desastre naturales como: terremotos, tsunami, etc.</li> </ul>

Fuente: Diagnóstico situacional de la empresa.  
Elaborado por: Darío Suárez Suárez.

## **4.2. ESTUDIO DE MERCADO**

### **4.2.1. Producto/servicio.**

Las prendas que se van a confeccionar en la empresa son camisas de diferentes colores, diseños y tallas, con su respectiva marca con una excelente mano de obra calificada utilizando la apropiada materia prima de calidad que se necesite dependiendo de la prenda que se va a confeccionar.

La empresa tiene que poner mucho énfasis para superar a la actual competencia y así poder ganar mercado y reconocimiento local, es por esto que deberá mantener en cada uno de la presentación de sus productos, atractivos diseños, un tamaño conveniente y beneficioso para el cliente sin que esto implique mayores gastos para la empresa, además deberá cumplir con la normativa de calidad mediante el proceso de elaboración y la presentación del registro sanitario. La empresa deberá enfocarse tanto en el mercado potencial como son los comerciantes de la provincia de Santa Elena.

### **4.2.2. Precio.**

El precio de venta al público se establecerá en base al costo de producción, una vez establecido el precio se suma el margen de ganancia estimada que es en este caso el 45% que da como resultado un precio de venta de \$ 7,36. El establecimiento del precio es de suma importancia, pues éste influye más en la percepción que tiene el cliente sobre el producto. Lo que determinará los ingresos para la empresa y su margen de utilidad.

### **4.2.3. Mercado**

El mercado disponible calificado es el conjunto de consumidores que tiene interés, ingresos, acceso y que concuerdan con la oferta del mercado en particular.

CONFECAM S.A. contará con un mercado disponible, dependiendo de la actividad y la necesidad que satisface, la misma que se encuentra representada por el total de comerciantes que existen en la Provincia de Santa Elena. Según Servicios de Rentas Internas de las diferentes Municipalidades, la provincia cuenta con un total de 510 comerciantes que se dedican a la comercialización de camisas para hombres distribuidos por toda la Provincia, su mayoría en el Cantón La Libertad.

#### 4.2.3. Segmentación del Mercado.

Segmentación del mercado es el proceso de subdividir un mercado en subconjuntos distintos de clientes que se comportan de la misma manera o que presentan necesidades similares. Para la segmentación del mercado se tomaron en consideración las siguientes variables: geográficas, demográficas, socioeconómicas y conductuales determinando que cada subconjunto se puede concebir como un objetivo que se alcanzará con una estrategia distinta de comercialización.

**CUADRO # 16. Segmentación de Mercado.**

<b>Geográficas</b>	Provincia Cantón	Santa Elena La Libertad
<b>Demográficas</b>	Propietarios de locales comerciales.	Grande. Mediano. Pequeño.
<b>Socioeconómicas</b>	Comerciantes.	Se encuentra dirigido a las personas dedicadas a la actividad de compra y ventas de camisas para hombres, con un nivel de ventas mayor a \$ 1.000 mensual.
<b>Conductuales</b>	Comerciantes.	Está dirigida a las personas que se dedican a la actividad de compra y venta de camisas para hombres y que requieren adquirir sus prendas en la localidad.

Fuente: Segmentación de mercado.  
Elaborado por: Darío Suárez Suárez.



#### **4.2.4. Perfil del Consumidor.**

Por medio del estudio de mercado es posible determinar el grupo con características similares que consumen determinado producto o servicio; para el estudio se determinó el siguiente perfil.

El perfil del consumidor de este proyecto es específicamente el comerciante que se dedica a la compra y venta de camisas para hombres en la provincia de Santa Elena.

#### **4.2.5. Demanda**

El análisis de la demanda constituye uno de los aspectos centrales del estudio del proyecto, ya que se debe tomar en cuenta la ocurrencia de los resultados de la empresa que se va a implementar con la aceptación del mercado. Los consumidores que van a ser los comerciantes que se dedican a la comercialización de prendas de vestir, específicamente de camisas son quienes lograrán una gran utilidad o satisfacción a través del consumo de las prendas de vestir.

El cambio en los gustos, preferencias en cada uno de los consumidores, ocasiona un cambio en la curva de la demanda. Todo ello a través de técnicas concretas de investigación de mercados que se realizó para el proyecto, intentando recabar la máxima información posible, sobre la situación en la que se encuentra el mercado. En términos generales la ley de la demanda establece que esta variable está en función de los precios.

Existe una relación inversamente proporcional entre precios y cantidades; esto es, si los precios se incrementan la demanda disminuye y viceversa, si los precios bajan se incrementa la demanda.

#### 4.2.5.1. Cálculo de la Demanda.

Para el cálculo de la demanda fue determinada en base a la población de comerciantes existentes en la Provincia de Santa Elena, dando como resultado 510 comerciantes según los datos obtenidos.

**CUADRO # 17. Cálculo de la Demanda Actual**

<b>CANTONES</b>	<b>N. COMERCIANTES</b>
LA LIBERTAD	330
SANTA ELENA	120
SALINAS	<u>60</u>
<b>TOTAL COMERCIANTES</b>	<b>510</b>

Fuente: Servicios de rentas internas de las municipalidades P.S.E.  
Elaborado por: Darío Suárez Suárez.

#### 4.2.5.2. Factores que afectan a la Demanda.

Los factores que influyen en el comportamiento de la demanda de las camisas, siendo los principales:

a) Nivel de ingresos de los consumidores finales.

El nivel de ingresos mensual de los consumidores finales es de \$ 320,00 que es la remuneración básica mensual.

b) Gustos y preferencias del consumidor.

Depende de la materia prima que se utilice para la confección de las camisas.

Depende del precio de venta que se establezca.

El diseño, color de las camisas.

Marca de las camisas.

c) Precio de los productos relacionados con la competencia.

Precio de los productos sustitutos como son las camisetas es menor al precio de las camisas.

d) Tamaño y crecimiento de la población de la provincia de Santa Elena.

Según datos preliminares del último censo de la población y vivienda realizado en el 2010 la tasa de crecimiento anual de la población es de 1.6 %.

#### **4.2.5.3. Demanda actual del Producto.**

En la Provincia de Santa Elena la población de comerciantes actual es de 510 personas, las que se encuentran distribuidas en grandes, medianos y pequeños locales comerciales. Cada comerciante adquiere 50 camisas al mes, siendo de esta manera un producto de venta diaria, esto se da porque es una prenda de vestir que se utiliza como prenda principal, de tal manera que si el comerciante suspende la venta del mismo, las personas no tendrán la manera de cómo vestirse.

#### **4.2.5.4. Proyección de la Demanda.**

La proyección de la demanda tiene relación directa con el tipo del proyecto, el tamaño, el tipo de producto y la estructura del mercado que se piensa ocupar.

#### **4.2.6. Oferta**

Para el presente proyecto, la cantidad ofertada está en función de los precios. Si los precios suben la oferta también aumenta; pero si los precios se reducen la oferta tendrá a disminuir.

Existen otros factores determinantes de la oferta ajena al precio, estos son:

a) Costos de producción de las camisas.

Incremento del costo de la materia prima como son: tela, hilo, pellón, botones.

Incremento del costo de la mano de obra.

b) Tecnología a implementar para la elaboración de las camisas.

Incremento del costo de la maquinaria.

Incremento del costo de mantenimiento de maquinaria.

c) Impuestos y subsidios.

Incremento de los impuesto.

Inexistencia de subsidios.

e) Número de Competidores.

Nuevas empresas de confección de camisas en la localidad.

### **4.3. ESTUDIO TÉCNICO.**

#### **4.3.1. Descripción del producto.**

**CAMISAS.-**Este producto va a ser elaborado con tela de excelente calidad y con los respectivos insumos que se utilizaran para confeccionar esta prenda, con las

siguientes características: cuello sport, pie de cuello, mangas largas y bolsillo en la parte izquierda.

#### **GRÁFICO # 15. Producto**



Fuente: Grafico del producto.  
Elaborado por: Darío Suárez Suárez.

**MARCA.-** La marca que se escogió para que se diferencie de la competencia es la siguiente: DS FASHION.

**ETIQUETA.-** Es muy importante para identificar el producto, llevara impreso la talla, la marca, etc.

**EMPAQUE.-** Es la envoltura con que se protege el producto para su entrega.

#### **GRÁFICO # 16. Empaque**



Fuente: Grafico del empaque.  
Elaborado por: Darío Suárez Suárez.

#### **4.3.2. Descripción del proceso de manufactura elegido.**

##### **Proceso Productivo.**

La empresa dedicada a la confección de camisas para hombres tendrá el siguiente proceso:

Se adquiere la materia prima de los proveedores que serán los diferentes almacenes de tela que se encuentran en el Cantón La Libertad como por ejemplo: El Cañonazo, El Regalo, etc., sin descartar la posibilidad de adquirir la materia prima en otras ciudades, los demás materiales se los comprara en los diferentes almacenes como: Bazar Lupita, Bazar Lolita, entre otros.

Se deposita la materia prima en la bodega de la empresa.

Se realizara una inspección de toda la materia prima ya que no puede faltar nada y se utilizará en su totalidad.

Se realiza el diseño y corte la tela.

Se realiza la unión de todas las partes cosiendo correctamente sin fallas.

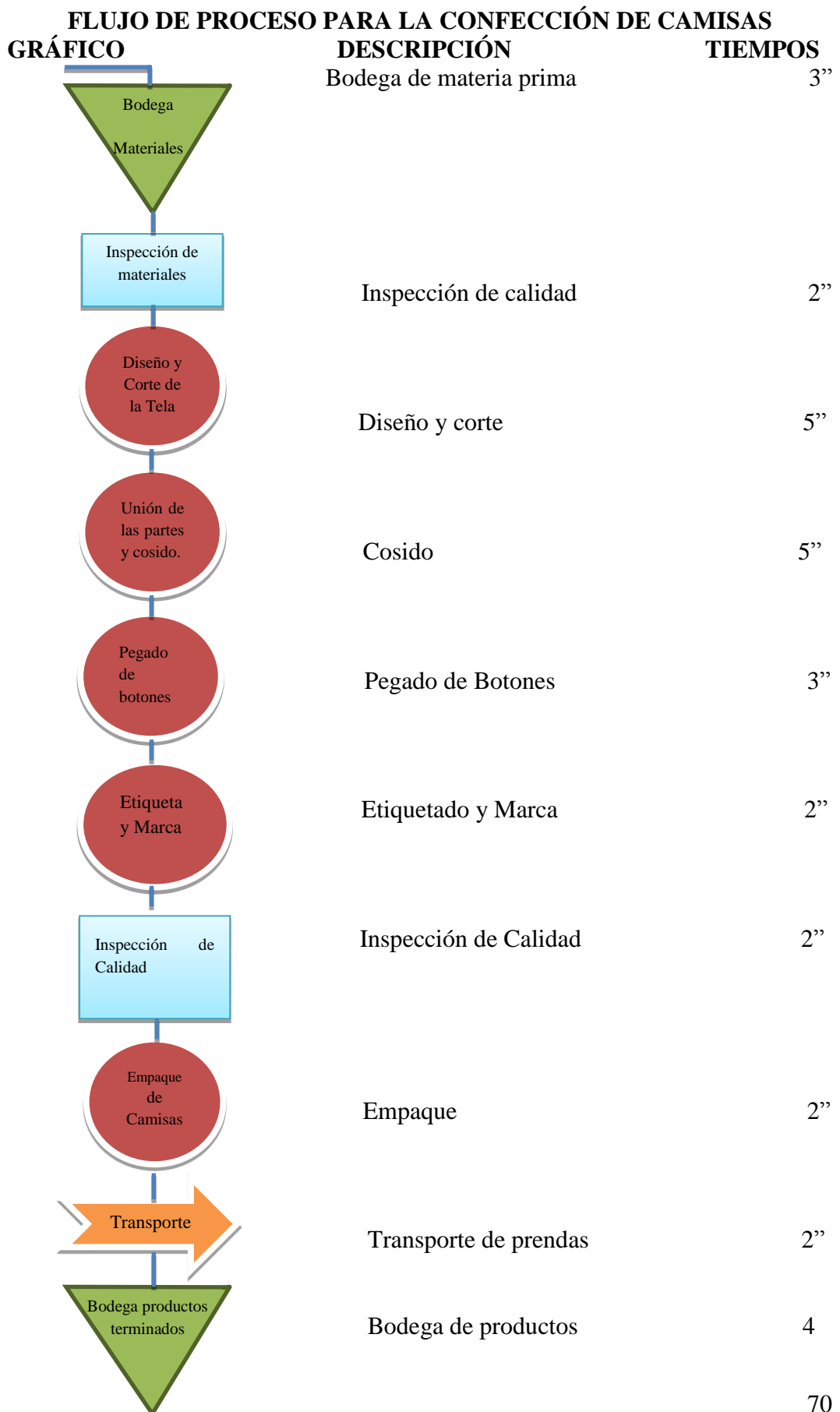
Se pega los respectivos botones.

Se pega la etiqueta y marca.



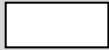

Se realiza una inspección de calidad.

Se empaca la prenda en sus respectivas fundas.

Luego se envían las prendas a la bodega de productos terminados para su posterior distribución. En el siguiente flujograma se puede observar el proceso de confección de las camisas.



**CUADRO # 18. Cuadro de resumen de actividades.**

N°	Actividad	Tiempo	Observación
1		2"	Se realiza la actividad sin ninguna novedad.
2		7"	Se realiza 2 veces esta actividad por la materia prima y el producto final.
2		4"	Se realiza la inspección para conocer la calidad de la materia prima y el producto final.
5		17"	Describe cada uno de los pasos a seguir para la confección de la camisa.
10		30"	Se empleara 30" para la confección de una prenda.
	En el año se va a vender a 50 comerciantes.		

Fuente: Flujo de Proceso.  
Elaborado por: Darío Suárez Suárez.

#### 4.3.3. Selección de maquinaria y equipo.

Los inmuebles, maquinaria y equipo son los bienes tangibles que constituyen uno de los grandes grupos que integran los activos de las empresas, destinados a la producción y venta de mercancías o servicios propios del giro del negocio de los cuales estima que su tiempo de uso o consumo sea prolongado.



**CUADRO # 19. Maquinaria y Equipos.**

<b>ACTIVO FIJO</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Máquina costura recta	3	\$ 700,00	\$ 2.100,00
Máquina Fileteadora	3	\$ 600,00	\$ 1.800,00
Máquina de hojal	3	\$ 500,00	\$ 1.500,00
Máquina Tachadora	1	\$ 380,00	\$ 380,00
Máquina de corte	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Mesa para corte	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Plancha Industrial	2	\$ 150,00	\$ 300,00
Tijeras	5	\$ 1,50	\$ 7,50
Reglas	5	\$ 1,00	\$ 5,00
Agujas	10	\$ 0,25	\$ 2,50
Tizas	10	\$ 0,50	\$ 5,00
Computadoras	5	\$ 310,00	\$ 1.550,00
Equipos y muebles de oficina	5	\$ 320,00	\$ 1.600,00
Líneas telefónicas	5	\$ 100,00	\$ 500,00
Aire acondicionado	2	\$ 1.000,00	\$ 2.000,00
Sillas	12	\$ 5,00	\$ 60,00
Equipos de seguridad industrial	2	\$ 250,00	\$ 500,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 13.010,00</b>

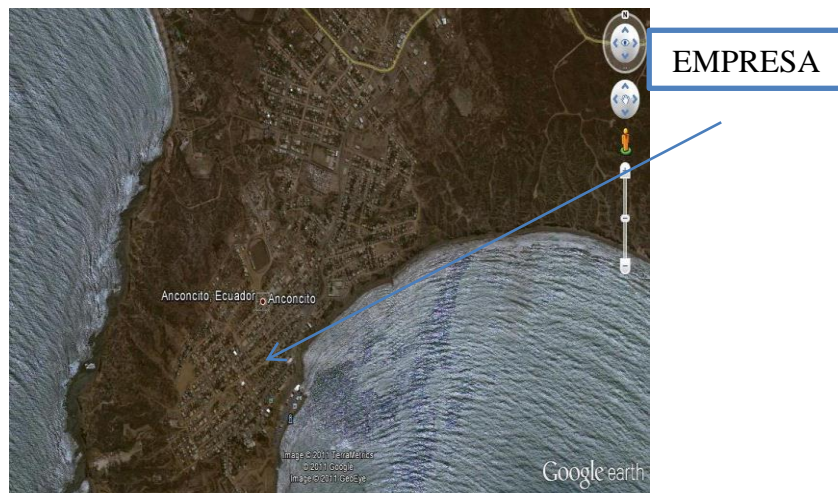
Fuente: Proformas de comercial Hidalgo.  
Elaborado por: Darío Suárez Suárez..

#### **4.3.4. Localización de la empresa.**

La localización adecuada, a cerca de donde ubicar la nueva unidad de producción puede determinar el éxito o fracaso de un negocio, por tal razón la decisión óptima de ubicación de un proyecto obedecerá no solo a criterios económicos, sino también a criterios estratégicos. De esta forma la localización es la que contribuye

en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital criterio privado u obtener el costo unitario mínimo criterio social. La importancia de una adecuada selección se manifiesta en el análisis de varios aspectos que aseguren sin interrupción la operabilidad de la producción de tal forma que se puedan reducir al mínimo los costos y obtener mayores ganancias entre las alternativas que se consideran factibles.

**GRÁFICO # 17. Localización de la empresa**



Fuente: Google map.  
Elaborado por: Darío Suárez Suárez.

**CUADRO # 20. Localización de la empresa.**

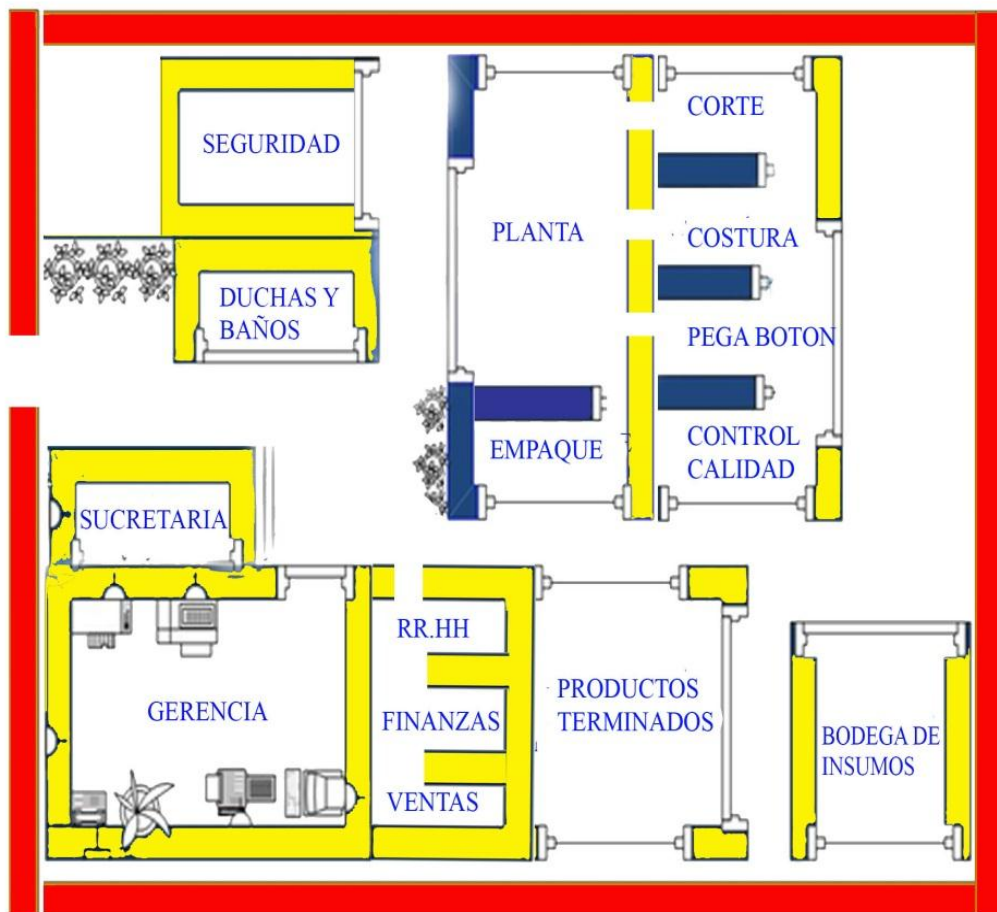
Factor	Peso	Zona A		Zona B		Zona C	
		Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
MATERIA PRIMA	30%	6	1,8	7	2,1	4	1,2
CERCANIA DEL MERCADO	20%	7	1,4	9	1,8	6	1,2
COSTO DE LOS INSUMOS	15%	6	0,9	7	1,05	6	0,9
ENTORNO	15%	6	0,9	6	0,9	5	0,75
MANO DE OBRA	20%	9	1,8	3	0,6	5	1
TOTAL	100%		6,8		6,45		5,05

Fuente: Excel plan financiero confección de camisas.  
Elaborado por: Darío Suárez Suárez..

Se determina la instalación de la empresa en la parroquia Anconcito, en el cual uno de los factores más importantes es contar con la mano de obra calificada, además por la cercanía del mercado en la que se encuentra.

#### 4.3.5. Distribución de planta.

**GRÁFICO # 18. Distribución de la Planta. 1**



Fuente: Empresa CONFCAM S.A.  
Elaborado por: Darío Suárez Suárez.

#### 4.3.6. Disponibilidad de materiales e instalaciones.

##### 4.3.6.1. Localización y característica de las zonas de producción.

La empresa de producción se establecerá en un lugar donde cuente con todo lo

indispensable para que pueda ejercer sus funciones ya que no afecta de ninguna manera el entorno que lo rodea, por ello lo factible es ejecutarla en la Parroquia Anconcito, una empresa de confección de camisas para hombres.

#### 4.3.6.2. Periodos de disponibilidad de la producción.

En el día se realizará la producción de 16 camisas, se contara con 7 operarios por lo que cada uno sabrá cómo se realiza los procesos de producción por camisa, 4 operarios se encargaran de coser y los demás realizaran sus respectivas funciones para terminar la prenda.

En el día se obtendrá la cantidad de 112 camisas.

#### 4.3.7. Requerimientos de mano de obra.

La mano de obra directa la constituyen los individuos que trabajan específicamente en la fabricación de un producto o la prestación de un servicio, genera valor agregado en forma directa al producto o servicio final, se forman de los sueldos y salarios que se pagan a los empleados q caen dentro de ese mismo rubro.

**CUADRO # 21. Mano de obra directa.**

CONCEPTO	PAGO POR COLABORADOR	CANTIDAD PERSONAS	Valor	
			Mensual	Anual
Operadores de Planta	\$ 354,52	7	\$ 2.481,62	\$ 29.779,43
<b>Total Costo M.O.D.</b>				\$ 29.779,43

Fuente: Excel plan financiero confección de camisas.  
Elaborado por: Darío Suárez Suárez.

Para el funcionamiento de la empresa se van a necesitar 7 operadores que con sus habilidades y conocimientos, con la ayuda de las máquinas y herramientas van a transformar la materia prima en productos terminados como son las camisas.

Tomando en cuenta las disposiciones del Código de Trabajo según publicación en el Registro Oficial N° 564 del 13 de Abril del 2005 se determina el costo de mano de obra que la empresa tendrá que cubrir por sueldos a empleados y a trabajadores, incluido el aporte patronal, equivalente al 11.15%, ya que forman parte de la remuneración global, y representan salida de dinero, para la empresa. Además tienen derecho a las compensaciones complementarias, como es décimo tercero y décimo cuarto, y en su totalidad cuando el empleado haya laborado 12 meses y con una jornada de 8 horas, caso contrario tienen derecho a la parte proporcional.

#### **4.4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO.**

##### **4.4.1. Organización de la empresa.**

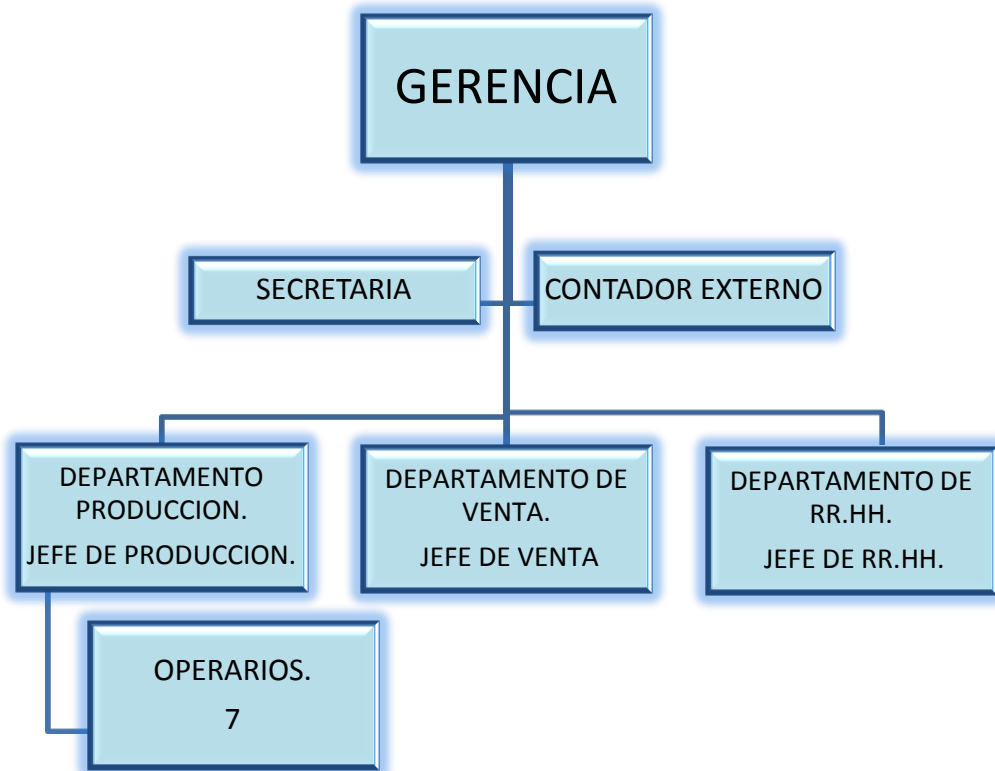
##### **Organigrama Estructural.**

La estructura orgánica de una empresa, se representa gráficamente en un organigrama, es aquí donde se observa la fluidez de la comunicación (autoridad y responsabilidad), los niveles jerárquicos, el tipo de organización, los departamentos que tiene una empresa y que posición tiene cada individuo dentro de ella, etc.

El organigrama es el punto de partida para informarse de cómo se encuentra estructurada una empresa, cuales son sus funciones a seguir para el cumplimiento de sus objetivos.

**GRÁFICO # 19. Organigrama Estructural.**

**EMPRESA “CONFAM S.A.”**



Fuente: Estructura Organizacional CONFAM S.A.  
Elaborado por: Darío Suárez Suárez.

#### **4.4.2. Descripción de funciones.**

##### **GERENTE GENERAL.**

El Gerente General es el ejecutor de las acciones, coordina las actividades de la empresa e informa los resultados obtenidos.

##### **PERFIL DEL PUESTO:**

- Título de Ingeniero en Administración de Empresas.
- Tener conocimientos avanzados de computación.
- Tener capacidad de liderazgo y motivación.

##### **FUNCIONES:**

- Representar legalmente a la empresa, en forma judicial y extrajudicial.
- Conducir la gestión de los negocios y la marcha administrativa de la empresa.
- Planear, organizar, dirigir y controlar las actividades inherentes a la gestión administrativa.
- Presentar anualmente un informe de labores ante la Junta General de Accionistas.
- Nombrar empleados y fijar sus remuneraciones.
- Cumplir y hacer cumplir las resoluciones de la Junta General de Accionistas.
- Revisar y evaluar los datos financieros de la empresa.
- Contratar créditos que necesite la empresa.
- Realizar contacto personal con proveedores y clientes cuando la ocasión lo amerite.

## **CONTADOR**

### **PERFIL DEL PUESTO:**

- Poseer título universitario de Contador Público Autorizado.
- Experiencia mínima un años en áreas afines.
- Tener conocimientos sólidos de computación.

### **FUNCIONES:**

- Llevar la Contabilidad de la empresa.
- Elaborar balances y estados financieros mensuales.
- Realizar depósitos bancarios.
- Controlar, facturar y despachar el producto terminado.
- Responsabilizarse de la recaudación del dinero generado en la empresa.
- Cumplir con los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados.

## **SECRETARÍA.**

Básicamente, es la persona que está encargada de llevar ordenadamente la documentación de la empresa, a fin de facilitar en forma rápida y oportuna la información recopilada.

### **PERFIL DEL PUESTO:**

- Poseer título bachiller en Secretariado Ejecutivo.
- Tener conocimientos de computación.
- Poseer cursos de relaciones humanas.



## **FUNCIONES:**

- Archivar toda la documentación importante y la correspondencia de la empresa.
- Organizar la documentación por departamentos y en forma alfabética.
- Atender las visitas y llamadas telefónicas de la empresa.
- Elaborar comunicados cuando el Gerente estime conveniente para los departamentos.
- Preparar informes y documentos cuando el Gerente así lo requiera.

## **DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN.**

Constituye uno de los departamentos de gran importancia, pues aquí se concentra la actividad principal de la empresa y todos los esfuerzos se focalizan a obtener un producto de calidad, capaz de satisfacer las necesidades de los clientes.

## **JEFE DE PRODUCCIÓN.**

### **PERFIL DEL PUESTO:**

- Título de Ingeniero en Administración de la Producción.
- Poseer altos conocimientos en la rama de Corte y Confección.

### **FUNCIONES:**

- Es responsable de organizar y dirigir la producción.
- Verificar que los materiales cumplan con las especificaciones de calidad y cantidad.
- Efectúa controles de calidad antes, durante y después de los trabajos ejecutados por las operarias.

- Elabora planes para maximizar la producción.
- Vigila que las actividades productivas de las operarias se cumplan a cabalidad.
- Elabora registros diarios de los productos fabricados.

## **OPERARIAS/OS.**

### **PERFIL DEL PUESTO:**

- Título de Tecnólogo o bachilleres en Corte y Confección.
- Poseer altos conocimientos en Modistería.
- Certificados en manejo de máquinas industriales.
- Tener don de gente.

### **FUNCIONES:**

- Responsabilizarse de las materias primas y demás accesorios entregados para el proceso de fabricación.
- Cumplir con normas de calidad establecidas para la unidad.
- Cumplir con los planes de producción.
- Manipular adecuadamente la maquinaria, a fin de evitar daños irreparables a la materia prima.
- Realizar mantenimiento y control de la maquinaria.

## **DEPARTAMENTO DE VENTAS.**

La creación de este departamento es fundamental en la empresa, pues se encarga de monitorear el mercado meta, mediante la búsqueda de nuevas necesidades que irán orientadas a la satisfacción del cliente.

## **JEFE DE VENTAS.**

### **PERFIL DEL PUESTO:**

- Título de Ingeniero en Marketing.
- Poseer altos conocimientos en comercialización y ventas.

### **FUNCIONES:**

- Elaborar estrategias de comercialización y ventas a fin de que el producto llegue a las manos del cliente.
- Responder de manera adecuada a la demanda de los productos y mejorarlo de acuerdo a las necesidades de los clientes.
- Diseñar planes de innovación para alcanzar nuevos nichos de mercado y asegurar mejores márgenes de utilidad y mayor rentabilidad.
- Buscar alternativas de información sobre los cambios del mercado para de esta manera evitar que la competencia se lleve a los clientes.

## **DEPARTAMENTO DE RECURSOS HUMANOS.**

En este departamento reposa toda la información relacionada con el personal de la empresa, su principal objetivo radica en, estudiar el comportamiento de los individuos a fin de crear un buen ambiente de trabajo para lograr la productividad de la organización, constituye también un centro de apoyo para los trabajadores.

## **JEFE DE RECURSOS HUMANOS**

### **PERFIL DEL PUESTO:**

- Título de Ingeniero en Administración de Recursos Humanos.
- Poseer certificados de motivación y relaciones humanas.

## **FUNCIONES:**

- Será responsable de proporcionar recurso humano eficiente y capacitado para el desarrollo de las diferentes actividades que realiza la empresa.
- Mejorar la comunicación de trabajo en equipo y la integración eficaz de funciones, procedimientos y procesos entre las diferentes áreas de la empresa para cumplir con los objetivos propuestos.
- Supervisar que las funciones asignadas al personal sean cumplidas fielmente.
- Facilitar constantemente la capacitación y el entrenamiento del personal.
- Asegurar el óptimo grado de idoneidad del personal de la empresa.
- Motivar al personal mediante políticas de ascenso.
- Cumplir con todas las disposiciones señaladas en el Código de Trabajo.

### **4.4.2. Aspecto legal.**

#### **Trámites de constitución.**

Según las normativas de la Superintendencia de Compañías las empresas para su creación se deben acatar los siguientes reglamentos.

#### **a) La compañía anónima**

- ✓ Es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones.
- ✓ La sociedad anónima puede reunir grandes capitales y se caracteriza por que es una sociedad de capital, que de personas.
- ✓ El capital suscrito mínimo es de \$800, dividido en acciones negociables.
- ✓ La junta general de accionistas, es el órgano supremo de la compañía.

- ✓ El nombre de la sociedad comúnmente es a su objeto, y se agrega las expresiones S.A. o C.A.
- ✓ La compañía podrá establecerse con el capital autorizado que determine la escritura de constitución.
- ✓ Para intervenir en la formación de una compañía anónima en calidad de promotor o fundador se requiere de capacidad civil para contratar. Sin embargo, no podrán hacerlo entre cónyuges ni entre padres e hijos no emancipados.
- ✓ La compañía anónima es solemne, se celebra mediante escritura pública que será aprobada por la superintendencia de compañías, e inscrita en el registro mercantil.

**b) Los requisitos para la escritura pública de constitución contendrán:**

1. El lugar y fecha en que se celebre el contrato.
2. El nombre, nacionalidad y domicilio de las personas naturales o jurídicas que constituyan la compañía y su voluntad de fundarla.
3. El objeto social, debidamente concretado.
4. Su denominación y duración.
5. El importe del capital social, con la expresión del número de acciones en que estuviere dividido, el valor nominal de las mismas, su clase, así como el nombre y nacionalidad de los suscriptores del capital.
6. La indicación de lo que cada socio suscribe y paga en dinero o en otros bienes; el valor atribuido a éstos y la parte de capital no pagado.
7. El domicilio de la compañía.
8. La forma de administración y las facultades de los administradores.
9. La forma y las épocas de convocar a las juntas generales.
10. La forma de designación de los administradores y la clara enunciación de los funcionarios que tengan la representación legal de la compañía.
11. Las normas de reparto de utilidades

12. La determinación de los casos en que la compañía haya de disolverse anticipadamente; y la forma de proceder a la designación de liquidadores.

### **c) Presentación de la escritura de Constitución al Superintendente de Compañías**

Otorgada la escritura de constitución de la compañía, se presentará al Superintendente de Compañías tres copias notariales solicitándole, con firma de abogado, la aprobación de la constitución. La Superintendencia la aprobará, si se hubieren cumplido todos los requisitos legales y dispondrá su inscripción en el Registro Mercantil y la publicación, por una sola vez, de un extracto de la escritura y de la razón de su aprobación.

La resolución en que se niegue la aprobación para la constitución de una compañía anónima debe ser motivada y de ella se podrá recurrir ante el respectivo Tribunal Distrital de lo Contencioso Administrativo, al cual el Superintendente remitirá los antecedentes para que resuelva en definitiva.

Para la constitución de la compañía anónima por suscripción pública, sus promotores elevarán a escritura pública el convenio de llevar adelante la promoción y el estatuto que ha de regir la compañía a constituirse.

La escritura contendrá además:

- ✓ El nombre, apellido, nacionalidad y domicilio de los promotores;
- ✓ La denominación, objeto y capital social
- ✓ Los derechos y ventajas particulares reservados a los promotores;
- ✓ El número de acciones en que el capital estuviere dividido, la clase y valor nominal de cada acción, su categoría y series;
- ✓ El plazo y condición de suscripción de las acciones;

- ✓ El nombre de la institución bancaria o financiera depositaria de las cantidades a pagarse en concepto de la suscripción;
- ✓ El plazo dentro del cual se otorgará la escritura de fundación; y
- ✓ El domicilio de la compañía.

Los promotores convocarán por la prensa, con no menos de ocho ni más de quince días de anticipación, a la junta general constitutiva, una vez transcurrido el plazo para el pago de la parte de las acciones que debe ser cubierto para la constitución de la compañía. Dicha junta general se ocupará de:

- ✓ Comprobar el depósito bancario de las partes pagadas del capital suscrito;
- ✓ Examinar y en su caso, comprobar el avalúo de los bienes distintos del numerario que uno o más socios se hubieren obligado a aportar. Los suscriptores no tendrán derecho a votar con relación a sus respectivas aportaciones en especie;
- ✓ Deliberar acerca de los derechos y ventajas reservados a los promotores;
- ✓ Acordar el nombramiento de los administradores si conforme al contrato de promoción deben ser designados en el acto constitutivo; y,

El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse al menos en el 50% del valor nominal de cada participación. Previas a la obtención de la resolución aprobatoria por parte de la Superintendencia de Compañía, hay que afiliarse a la Cámara de Comercio, en caso de que la compañía vaya a dedicarse a cualquier género de comercio.

#### **d) Emisión del Registro Único de Contribuyentes – RUC.**

El RUC permite que el negocio funcione normalmente y cumpla con las normas que establece el código tributario en materia de impuestos. Los requisitos para la obtención del RUC son los siguientes:

- ✓ Presentar el documento original del registro de la sociedad

- ✓ Copia de planillas en las que aparezca la dirección donde funcionara la compañía.
- ✓ Copia certificada de la escritura de constitución y nombramiento del representante legal.
- ✓ Copia de la cedula de ciudadanía y certificado de votación del representante legal.
- ✓ Carta de autorización a la persona que va a realizar el trámite.
- ✓ El trámite para la obtención del registro único de contribuyentes no tiene ningún costo monetario.

El plazo para la obtención del RUC es de 30 días posteriores a la iniciación de actividades o constitución de una compañía. De acuerdo con la ley, éste deberá constar en matrículas, facturas, planillas de sueldos, declaraciones de tributos, etiquetas, envases, etc.

Además, el número de registro del RUC será exigido para conceder permisos de importación, pólizas de exportación, pedimentos de aduana, actuaciones ante notarios y registradores, concesión de matrículas de comercio, industrias o agricultura, tramitaciones de préstamos en instituciones financieras, concesión de visas, recepción de declaraciones y pago de tributos, entre otras diligencias.

#### **e) Período tributario - SRI.**

El ejercicio impositivo es anual y comprende el lapso que va del 1° de enero al 31 de diciembre. Cuando la actividad generadora de la renta se inicie en fecha posterior al 1° de enero, el ejercicio impositivo se cerrará obligatoriamente el 31 de diciembre de cada año.

Las sociedades calcularán el impuesto causado aplicando la tarifa del 15% sobre el valor de las utilidades que reinviertan en el país y la tarifa del 25% sobre el resto de utilidades.



#### **f) Obligación de llevar contabilidad.**

Los artículos 20 y 21 de la Ley de Régimen Tributario Interno y el artículo 15 del Reglamento de Aplicación del Impuesto a la Renta, determinan lo siguiente:

Todas las sociedades están obligadas a llevar contabilidad.

Las personas naturales también están obligadas a llevar contabilidad, aquellas que realicen actividades empresariales y que operen con un capital propio que al primero de enero de cada ejercicio impositivo hayan superado los 24.000 dólares, o cuyos ingresos brutos anuales del ejercicio fiscal inmediato anterior hayan sido superiores a 40.000 dólares.

#### **4.5. ESTUDIO FINANCIERO.**

##### **4.5.3.1. Presupuesto de ingresos mensuales.**

**CUADRO #22. Presupuesto de Ingresos Mensuales.**

<b>INGRESOS POR CLIENTES OBTENIDOS</b>												
<b>2013</b>												
	<b>ENERO</b>	<b>FEBRERO</b>	<b>MARZO</b>	<b>ABRIL</b>	<b>MAYO</b>	<b>JUNIO</b>	<b>JULIO</b>	<b>AGOSTO</b>	<b>SEPTIEMB</b>	<b>OCTUBR</b>	<b>NOVIEMB</b>	<b>DICIEMB</b>
Cantidad clientes por mes (fijo)	\$2.473,50	\$ 2.473,50	\$ 2.473,50	\$ 2.473,50	\$ 2.473,50	\$ 2.473,50	\$ 2.473,50	\$2.473,50	\$ 2.473,50	\$ .473,50	\$ 2.473,50	\$ 2.473,50
Ingreso promedio por cliente por mes	\$ 7,36	\$ 7,36	\$ 7,36	\$ 7,36	\$ 7,36	\$ 7,36	\$ 7,36	\$ 7,36	\$ 7,36	\$ 7,36	\$ 7,36	\$ 7,36
Ventas mensuales	\$ 18.209,58	\$ 18.209,58	\$ 18.209,58	\$ 18.209,58	\$ 18.209,58	\$ 18.209,58	\$ 18.209,58	\$ 18.209,58	\$ 18.209,58	\$ 18.209,58	\$ 18.209,58	\$ 18.209,58

**Fuente:** Excel plan financiero confección de camisas.

**Elaborado por:** Darío Suárez Suárez..

#### 4.5.3.2. Presupuesto de ingresos anuales.

**CUADRO # 23. Presupuesto de Ingresos Anuales.**

VENTA ANUAL					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	2014	2015	2016	2017	2018
Cantidad clientes por mes (fijo)	\$ 29.682,00	\$ 30.682,00	\$ 31.682,00	\$ 32.682,00	\$ 33.682,00
Ingreso promedio por cliente por mes	\$ 7,36	\$ 7,58	\$ 7,81	\$ 8,05	\$ 8,29
Ventas mensuales	\$ 218.514,98	\$ 232.675,74	\$ 247.491,00	\$ 262.987,33	\$ 279.192,32

Fuente: Excel plan financiero confección de camisas.

Elaborado por: Darío Suárez Suárez..

#### 4.5.3.3. Políticas para las ventas.

- El departamento de producción consideró la producción de camisas tiene que aumento 1000 unidades anuales.
- Se consideró para el proyecto una inflación de 3.01% anual.

#### 4.5.3.4. Presupuesto de materia prima.

Materiales que forman parte sustantiva de los productos y que generalmente determinan la calidad, cantidad o presentación de los mismos en el mercado, razón por la que sus costes se asignan directamente a cada producto concreto, es decir, sin recurrir a procedimientos de reparto en función de niveles de actividad, consumo de otros factores, producciones obtenidas, etc.

Si no mediante el registro de las cantidades individualmente aplicadas a cada producto o línea de producción homogénea, según las correspondientes anotaciones en los informes de requisición de materiales, que indican las cantidades de material suministrado por los almacenes a las distintas fases de transformación.

**CUADRO # 24. Materiales Directos.**

<b>PRESUPUESTO MATERIA PRIMA</b>					
<b>2014</b>					
	<b>TELA</b>	<b>HILO</b>	<b>BOTONES</b>	<b>PELLON</b>	<b>PRODUCCION TOTAL</b>
PRODUCCION POR CAMISA	\$ 3,75	\$ 0,10	\$ 0,11	\$ 0,05	\$ 4,01
PRODUCCION MENSUAL	\$ 9.240,00	\$ 246,40	\$ 271,04	\$ 123,20	\$ 9.880,64

Fuente: Excel plan financiero confección de camisas.

Elaborado por: Darío Suárez Suárez..

En el cuadro # 24 se puede observar la materia prima que se va a utilizar para la confección camisas y se concluye que estos materiales son indispensables en la confección de las camisas, como son: la tela, el hilo, los botones y el pellón, se utiliza 1,5 metros de tela, 25% de un rollo de hilo, 11 unidades de botón y 10% de 1 metro de pellón para la confección de 1 camisa. El precio por camisa va a ser de \$ 4,01 solo en materia directos, como se confeccionarán 29568 camisa al año el costo para este rubro es \$ 118.567,68.

**4.5.3.5. Presupuesto de materia prima anual.**

**CUADRO # 25. Materiales Directos Anual.**

<b>COSTOS MATERIA PRIMA ANUAL</b>					
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
PRODUCCION ANUAL	\$ 118.567,68	\$ 118.865,09	\$ 119.162,49	\$ 119.459,90	\$ 119.757,31
<b>TOTAL MATERIA PRIMA</b>	\$ 118.567,68	\$ 118.865,09	\$ 119.162,49	\$ 119.459,90	\$ 119.757,31

Fuente: Excel plan financiero confección de camisas.

Elaborado por: Darío Suárez Suárez..

#### 4.5.3.6. Presupuesto de mano de obra directa.

**CUADRO # 26. Mano de Obra Directa.**

PRESUPUESTO MANO DE OBRA						
2014						
	SUELDO	D/TERCERO	D/CUARTO	VACACIONES	IESS	TOTAL MES
TRABAJADOR1	\$ 318,00	\$ 26,50	\$ 26,50	\$ 13,25	\$ 29,73	\$ 354,52

Fuente: Excel plan financiero confección de camisas.

Elaborado por: Darío Suárez Suárez..

#### 4.5.3.7. Presupuesto de mano de obra directa anual.

La mano de obra directa la constituyen los individuos que trabajan específicamente en la fabricación de un producto o la prestación de un servicio, genera valor agregado en forma directa al producto o servicio final, se forman de los sueldos y salarios que se pagan a los empleados q caen dentro de ese mismo rubro.

**CUADRO # 27. Mano de obra directa anual.**

CONCEPTO	PAGO POR COLABORADOR	CANTIDAD PERSONAS	Valor (\$)	
			Mensual	Anual
Operadores de Planta	\$ 354,52	7	\$ 2.481,62	\$ 29.779,43
Total Costo M. O. D.				\$ 29.779,43

Fuente: Excel plan financiero confección de camisas.

Elaborado por: Darío Suárez Suárez..

Para el funcionamiento de la empresa se van a necesitar 7 operadores que con sus habilidades y conocimientos, con la ayuda de las máquinas y herramientas van a transformar la materia prima en productos terminados como son las camisas. Tomando en cuenta las disposiciones del Código de Trabajo según publicación en el Registro Oficial N° 564 del 13 de Abril del 2005 se determina el costo de mano

de obra que la empresa tendrá que cubrir por sueldos a empleados y a trabajadores, incluido el aporte patronal, equivalente al 11.15%, ya que forman parte de la remuneración global, y representan salida de dinero, para la empresa. Además tienen derecho a las compensaciones complementarias, como es décimo tercero y décimo cuarto, y en su totalidad cuando el empleado haya laborado 12 meses y con una jornada de 8 horas, caso contrario tienen derecho a la parte proporcional.

#### **4.5.3.8. Presupuesto costos indirectos de fabricación.**

Materiales respecto a los que no es posible o no resulta rentable conocer qué productos concretos han provocado el consumo real de los mismos, ya sea por no existir una relación de causalidad conocida entre el consumo del material y los productos obtenidos, ya sea porque no son pertinentes dichos registros, dada la escasa importancia económica de estos datos para el cálculo del coste de cada uno de los productos. Los costes asociados a este tipo de materiales se asignan indirectamente entre los portadores, recurriendo a su reparto en función de elementos como los niveles de actividad, el consumo de otros factores, los niveles de producción obtenida, etc.

**CUADRO # 28. Materiales Indirectos.**

<b>PRESUPUESTO COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION</b>			
<b>2014</b>			
	<b>ETIQ/EMPAQ</b>	<b>PROD/MES</b>	<b>TOTAL</b>
POR CAMISA	\$ 0,06	\$ 2.464,00	\$ 147,84

Fuente: Excel plan financiero confección de camisas.  
Elaborado por: Darío Suárez Suárez..

#### 4.5.3.9. Presupuesto costos indirectos de fabricación anual.

**CUADRO # 29. Materiales Indirectos Anual.**

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION ANUAL					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	2014	2015	2016	2017	2018
PRODUCCION ANUAL	\$ 29.682,00	\$ 30.682,00	\$ 31.682,00	\$ 32.682,00	\$ 33.682,00
CIF	\$ 0,06	\$ 0,06	\$ 0,06	\$ 0,07	\$ 0,07
<b>TOTAL CIF</b>	\$ 1.780,92	\$ 1.896,33	\$ 2.015,36	\$ 2.137,99	\$ 2.264,24

Fuente: Excel plan financiero confección de camisas.  
Elaborado por: Darío Suárez Suárez..

#### 4.5.3.10. Capital de trabajo - M.D.A

**CUADRO # 30. Capital de Trabajo.**

CAPITAL DE TRABAJO	
	2014
	Año 1
Remuneración Anual	\$ 42.681,60
Remuneración Contador Externo	\$ 4.800,00
Gasto en suministros de oficina	\$ 2.400,00
Gasto en Servicios Básicos	\$ 2.520,00
Permisos de funcionamiento y seguros	\$ 266,00
Gasto en mantenimiento de Maquinarias	\$ 840,00
<b>TOTAL</b>	\$ 53.507,60

Fuente: Excel plan financiero confección de camisas.  
Elaborado por: Darío Suárez Suárez..

#### 4.5.3.11. Estructura del capital (deuda, recursos propios, tablas de amortización).

El financiamiento es el abastecimiento y uso eficiente del dinero, línea de crédito y fondos de cualquier clase, que se emplean en la realización de un proyecto o en el funcionamiento de una empresa.

### CUADRO # 31. Financiamiento.

FINANCIAMIENTO	
<b><u>Inversión Total</u></b>	
Inversión fija	13.010,00
Capital de Operaciones	53.507,60
	<b>66.517,60</b>
<b><u>Capital propio</u></b>	
Dario Suarez	8.000,00
Alexandra Tumbaco	4.000,00
Jessica Suarez	4.000,00
Jenny Suarez	4.000,00
	<b>20.000,00</b>
<b><u>Financiamiento Bancario</u></b>	
Inversión total	66.517,60
(-) Capital propio	20.000,00
<b>TOTAL REQUERIDO</b>	<b>46.517,60</b>
El Banco por lo general realiza préstamos en múltiplos de 1.000, por lo tanto el total de requerimiento financiero será de: <b>50.000,00</b> dólares americanos	
Capital prestado:	50.000,00
Años de financiamiento	5
Pagos:	12 mensuales
meses de gracia	3 meses
Tasa de interés activa	0,12
Número de pagos	60
A	$= \frac{VP * i}{1 - (1 + i)^{-n}}$
A	$= \frac{50000 * 0,125/12}{1 - (1 + 0,125/12)^{-24}}$
<b>A</b>	<b>= \$ 1.112,22</b>

Fuente: Excel plan financiero confección de camisas.  
Elaborado por: Darío Suárez Suárez..



En el cuadro # 31 se puede observar que la inversión total es de \$ 66.517,60, por lo que se tiene que iniciar con un capital propio de \$ 20.000 lo que representa el 35% y la diferencia será financiado por el Banco Pichincha, que corresponde a una cantidad de \$ 50.000 que representa al 65% de la inversión total.

#### 4.5.3.12. Gastos Financieros.

Comprenden los gastos en que se incurran, relacionados con las operaciones financieras. Incluyen, entre otros, conceptos tales como: intereses, gastos y comisiones bancarias pagados, por gastos por fluctuaciones de las tasas de cambio, multas, sanciones, morosidad e indemnizaciones, descuentos por pronto pago y bonificaciones concedidas a los clientes y cancelación de cuentas por cobrar, cuando no se ha creado la provisión correspondiente.

**CUADRO # 32. Proyección de Gastos Financieros.**

<b>PROYECCIONES DE GASTOS FINANCIEROS</b>					
	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Total Dividendo	\$ 1.112,22	\$ 1.112,22	\$ 1.112,22	\$ 1.112,22	\$ 1.112,22
<b>Gasto anual del financiamiento</b>	\$ 5.582,16	\$ 4.597,42	\$ 3.487,80	\$ 2.237,45	\$ 828,52

Fuente: Excel plan financiero confección de camisas.

Elaborado por: Darío Suárez Suárez..

#### 4.5.3.13. Tabla de amortización del préstamo requerido.

El objetivo del proceso contable de la amortización es conseguir que, al final de la vida útil del bien, se haya registrado como gasto de amortización el importe necesario para recuperar la inversión, en la medida en que éste ha contribuido a generar ingresos en la empresa, como consecuencia de su participación en su proceso productivo o de prestación de servicios.

### CUADRO # 33. Tabla de Amortización.

No.	Capital	Intereses	Total Dividendo	Amort. Capital
1	\$ 7.764,51	\$ 5.582,16	\$ 13.346,67	\$ 42.235,49
2	\$ 8.749,25	\$ 4.597,42	\$ 13.346,67	\$ 33.486,24
3	\$ 9.858,87	\$ 3.487,80	\$ 13.346,67	\$ 23.627,37
4	\$ 11.109,22	\$ 2.237,45	\$ 13.346,67	\$ 12.518,15
5	\$ 12.518,15	\$ 828,52	\$ 13.346,67	\$ 0,00

Fuente: Excel plan financiero confección de camisas.

Elaborado por: Darío Suárez Suárez..

#### 4.5.3.14. Costo unitario del producto.

Es el costo en el que se incurre para producir una unidad de un bien. Es decir, la suma de todos los costos fijos y variables como: Mano de obra, luz, teléfono, sueldos administrativos, compra de materiales, capacitación, etc. y eso lo divido entre las unidades producidas y el resultado es tu costo unitario.

### CUADRO # 34. Costo Unitario.

COSTO UNITARIO	
MATERIA PRIMA	\$ 4,01
MANO DE OBRA	\$ 1,01
CIF	\$ 0,06
<b>TOTAL POR UNIDAD</b>	<b>\$ 5,08</b>

Fuente: Excel plan financiero confección de camisas.

Elaborado por: Darío Suárez Suárez..

El costo unitario del producto se da por la división del costo de producción de cada año sobre el volumen de producción de cada año que da como resultado un costo unitario de \$ 5,08 por cada camisa.

#### 4.5.3.15. Precio de venta.

El precio de venta está compuesto por el costo venta del producto más el porcentaje de utilidad deseado por el vendedor. De aquí se puede observar la importancia que tiene el costo de ventas, pues de él depende en buena parte el porcentaje de utilidad, puesto que no siempre se puede tener control absoluto sobre el precio de venta.

**CUADRO # 34. Precio de Venta.**

COSTO UNITARIO	\$	5,08
MARGEN DE GANANCIA ESTIMADA		45%
<b>PRECIO DE VENTA</b>	<b>\$</b>	<b>7,36</b>

Fuente: Excel plan financiero confección de camisas.  
Elaborado por: Darío Suárez Suárez..

Para obtener un precio de venta que sea favorable para la empresa y pueda cubrir con el costo que cuesta producir cada camisa generando utilidades, se estimó un 45 % como margen de utilidad, que se le ha considerado óptimo a fin de obtener una rentabilidad aceptable para la empresa, no se ha considerado como referencia los precios de la competencia, con el propósito de introducir el producto al mercado y de esta forma atraer al cliente no solo por el precio, si no, también por la calidad, por lo se obtuvo un precio de venta de \$7,36 por cada camisas.

#### 4.5.3.16. Gastos de ventas totales.

##### 4.5.3.16.1. Gastos de publicidad.

La publicidad y promoción son los medios por los cuales se da a conocer al público determinada actividad, servicio o producto que el negocio proporciona, produce o vende. Los medios más conocidos son los folletos, prospectos,

volantes, anuncios en diarios, en revistas, en estaciones radiodifusoras y otros vehículos de divulgación.

### CUADRO # 35. Gastos en Publicidad.

GASTO EN PUBLICIDAD					
	2013	2014	2015	2016	2017
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
AVISO PUBLICITARIO(PERIODICO)	\$ 360,00	\$ 96,00	\$ 98,89	\$ 101,87	\$ 104,93
VOLANTES	\$ 350,00	\$ 70,00	\$ 72,11	\$ 74,28	\$ 76,51
Gastos total mensual en publicidad	\$ 710,00	\$ 166,00	\$ 171,00	\$ 176,14	\$ 181,45
<b>Gasto anual en publicidad</b>	\$ 710,00	\$ 166,00	\$ 171,00	\$ 176,14	\$ 181,45

Fuente: Excel plan financiero confección de camisas.

Elaborado por: Darío Suárez Suárez..

### 4.5.3.17. Gastos Administrativos Anuales.

### CUADRO # 36. Gastos Administrativos Anual.

PROYECCIÓN ANUAL DE GASTOS ADMINISTRATIVOS					
	2014	2015	2016	2017	2018
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Remuneración Anual	\$42.681,60	\$43.966,32	\$ 45.251,03	\$ 46.535,75	\$ 47.820,46
Remuneración Contador Externo	\$ 4.800,00	\$ 4.944,48	\$ 5.088,96	\$ 5.233,44	\$ 5.377,92
Gasto en suministros de oficina	\$ 2.400,00	\$ 2.472,24	\$ 2.544,48	\$ 2.616,72	\$ 2.688,96
Gasto en Servicios Básicos	\$ 2.520,00	\$ 2.747,56	\$ 2.975,11	\$ 3.202,67	\$ 3.430,22
Permisos de funcionamiento y seguros	\$ 266,00	\$ 290,02	\$ 314,04	\$ 338,06	\$ 362,08
Gasto en mantenimiento de Maquinarias	\$ 840,00	\$ 865,28	\$ 890,57	\$ 915,85	\$ 941,14
Gasto anual en depreciación	\$ 2.602,00	\$ 2.602,00	\$ 2.602,00	\$ 2.602,00	\$ 2.602,00
Gastos de Constitución	\$ 2.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>TOTAL</b>	<b>\$58.109,60</b>	<b>\$ 57.887,90</b>	<b>\$ 59.666,19</b>	<b>\$ 61.444,49</b>	<b>\$ 63.222,78</b>

Fuente: Excel plan financiero confección de camisas.

Elaborado por: Darío Suárez Suárez..

## 4.6. EVALUACIÓN ECONÓMICA.

### 4.6.1. Determinación del punto de equilibrio.

El punto de equilibrio es una herramienta financiera que permite determinar el momento en el cual las ventas cubrirán exactamente los costos, expresándose en valores, porcentaje y/o unidades, además muestra la magnitud de las utilidades o pérdidas de la empresa cuando las ventas excedan o caen por debajo de este punto, de tal forma que este viene a ser un punto de referencia a partir del cual un incremento en los volúmenes de venta generará utilidades, pero también un decremento ocasionará pérdidas, por tal razón se deberán analizar algunos aspectos importantes como son los costos fijos, costos variables y las ventas.

Para obtener el punto de equilibrio del proyecto es necesario determinar los costos fijos y variables, conociendo que los fijos son aquellos que no varían con el volumen de producción, mientras que los variables si dependen del programa de producción.

**CUADRO # 37. Costos Fijos.**

COSTOS FIJOS					
	2014	2015	2016	2017	2018
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Remuneración Anual	\$ 42.681,60	\$ 43.966,32	\$ 45.251,03	\$ 46.535,75	\$ 47.820,46
Gasto en suministros de oficina	\$ 2.400,00	\$ 2.472,24	\$ 2.544,48	\$ 2.616,72	\$ 2.688,96
Gasto en Servicios Básicos	\$ 2.520,00	\$ 2.747,56	\$ 2.975,11	\$ 3.202,67	\$ 3.430,22
Permisos de funcionamiento y seguros	\$ 266,00	\$ 290,02	\$ 314,04	\$ 338,06	\$ 362,08
Gasto en mantenimiento de maquin.	\$ 840,00	\$ 865,28	\$ 890,57	\$ 915,85	\$ 941,14
Gasto anual en depreciación	\$ 2.602,00	\$ 2.602,00	\$ 2.602,00	\$ 2.602,00	\$ 2.602,00
Gastos de Constitución	\$ 2.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gasto anual en publicidad	\$ 710,00	\$ 166,00	\$ 171,00	\$ 176,14	\$ 181,45
Mano de Obra Directa	\$ 29.779,43	\$ 29.790,10	\$ 29.800,77	\$ 29.811,44	\$ 29.822,11
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>\$ 83.799,03</b>	<b>\$ 82.899,51</b>	<b>\$ 84.549,00</b>	<b>\$ 86.198,63</b>	<b>\$ 87.848,42</b>
<b>TOTAL MENSUAL</b>	<b>\$ 6.983,25</b>	<b>\$ 6.908,29</b>	<b>\$ 7.045,75</b>	<b>\$ 7.183,22</b>	<b>\$ 7.320,70</b>

Fuente: Excel plan financiero confección de camisas.

Elaborado por: Darío Suárez Suárez..

### CUADRO # 38. Costos Variables.

COSTOS VARIABLES					
	2014	2015	2016	2017	2018
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia Prima	\$ 118.567,68	\$118.865,09	\$ 119.162,49	\$ 119.459,90	\$119.757,31
Materia prima indirecta	\$ 1.780,92	\$ 1.896,33	\$ 2.015,36	\$ 2.137,99	\$ 2.264,24
<b>TOTAL ANUAL</b>	\$ 120.348,60	\$120.761,42	\$ 121.177,85	\$ 121.597,89	\$122.021,55
<b>TOTAL MENSUAL</b>	\$ 10.029,05	\$ 10.063,45	\$ 10.098,15	\$ 10.133,16	\$ 10.168,46

Fuente: Excel plan financiero confección de camisas.

Elaborado por: Darío Suárez Suárez..

### CUADRO # 39. Ingresos Totales.

INGRESOS TOTALES					
	2013	2014	2015	2016	2017
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>TOTAL</b>	\$ 218.514,98	\$ 232.675,74	\$ 247.491,00	\$ 262.987,33	\$ 279.192,32

Fuente: Excel plan financiero confección de camisas.

Elaborado por: Darío Suárez Suárez..

#### 4.6.2. Cálculo del punto de equilibrio.

### CUADRO # 40. Punto de Equilibrio en Unidades.

CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES	
Precio de Venta	\$ 7,36
(-) Costo Variable	\$ 4,07
(=) Contribución marginal	\$ 3,29
Costos fijos mensual	\$ 6.983,25
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>	<b>\$ 2.121,51</b>
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO diario</b>	<b>68</b>

Fuente: Excel plan financiero confección de camisas.

Elaborado por: Darío Suárez Suárez..

### CUADRO # 41. Punto de Equilibrio en Unidades Monetarias.

<b>CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES MONETARIAS</b>					
	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Ventas Totales	\$ 218.514,98	\$ 232.675,74	\$ 247.491,00	\$ 262.987,33	\$279.192,32
(-) Costo Variable	\$ 120.348,60	\$ 120.761,42	\$ 121.177,85	\$ 121.597,89	\$122.021,55
% Contribución marginal	\$ 0,55	\$ 0,52	\$ 0,49	\$ 0,46	\$ 0,44
1 - % C Mg	\$ 0,45	\$ 0,48	\$ 0,51	\$ 0,54	\$ 0,56
Costos fijos	\$ 83.799,03	\$ 82.899,51	\$ 84.549,00	\$ 86.198,63	\$ 87.848,42
PUNTO DE EQUILIBRIO EN DÓLARES	\$ 186.533,75	\$ 172.352,44	\$ 165.660,63	\$ 160.331,27	\$156.050,67
PUNTO DE EQUILIBRIO EN DÓLARES MENSUAL	\$ 15.544,48	\$ 14.362,70	\$ 13.805,05	\$ 13.360,94	\$ 13.004,22

Fuente: Excel plan financiero confección de camisas.

Elaborado por: Darío Suárez Suárez..

#### 4.6.3. Datos del punto de equilibrio.

### CUADRO # 42. Datos Punto de Equilibrio.

<b>Ventas Totales</b>	\$ 218.514,98	\$ 232.675,74	\$ 247.491,00	\$ 262.987,33	\$279.192,32
Costos Variables	\$ 120.348,60	\$ 120.761,42	\$ 121.177,85	\$ 121.597,89	\$122.021,55
Costos Fijos	\$ 83.799,03	\$ 82.899,51	\$ 84.549,00	\$ 86.198,63	\$ 87.848,42
Costos Totales	\$ 204.147,63	\$ 203.660,93	\$ 205.726,85	\$ 207.796,53	\$209.869,97
<b>PUNTO EQUILIBRIO</b>	\$ 186.533,75	\$ 172.352,44	\$ 165.660,63	\$ 160.331,27	\$156.050,67

Fuente: Excel plan financiero confección de camisas.

Elaborado por: Darío Suárez Suárez..

**CUADRO # 43. Datos Punto de Equilibrio.**

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
<b>INGRESOS</b>	\$ 18.209,58	\$ 18.209,58	\$ 18.209,58	\$ 18.209,58	\$ 18.209,58	\$ 18.209,58	\$18.209,58	\$18.209,58	\$ 18.209,58	\$ 18.209,58	\$ 18.209,58	\$ 18.209,58
<b>COSTOS FIJOS</b>	\$ 6.983,25	\$ 6.983,25	\$ 6.983,25	\$ 6.983,25	\$ 6.983,25	\$ 6.983,25	\$ 6.983,25	\$ 6.983,25	\$ 6.983,25	\$ 6.983,25	\$ 6.983,25	\$ 6.983,25
<b>COSTO VARIABLE</b>	\$ 10.029,05	\$ 10.029,05	\$ 10.029,05	\$ 10.029,05	\$ 10.029,05	\$ 10.029,05	\$10.029,05	\$10.029,05	\$ 10.029,05	\$ 10.029,05	\$ 10.029,05	\$ 10.029,05
PRODUCCION MENSUAL	\$ 2.464,00	\$ 2.464,00	\$ 2.464,00	\$ 2.464,00	\$ 2.464,00	\$ 2.464,00	\$ 2.464,00	\$ 2.464,00	\$ 2.464,00	\$ 2.464,00	\$ 2.464,00	\$ 2.464,00
COSTO VARIABLE UNIT.	\$ 4,07	\$ 4,07	\$ 4,07	\$ 4,07	\$ 4,07	\$ 4,07	\$ 4,07	\$ 4,07	\$ 4,07	\$ 4,07	\$ 4,07	\$ 4,07
Q=	\$ 2.121,51											
PRECIO UNITARIO	\$ 7,36											

Fuente: Excel plan financiero confección de camisas.

Elaborado por: Darío Suárez Suárez..



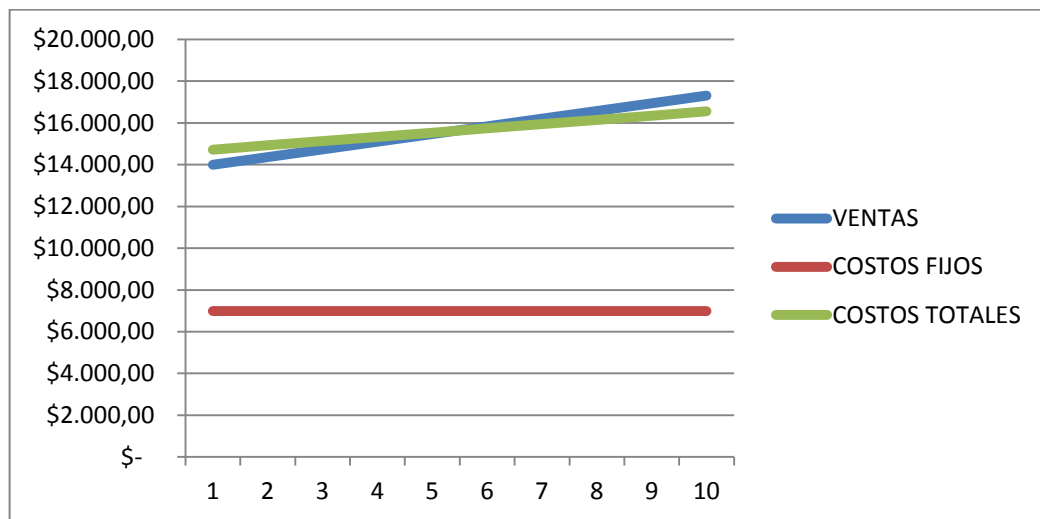
### CUADRO # 44. Datos Punto de Equilibrio.

CANTIDADES	VENTAS	COSTOS VARIABLES	COSTOS FIJOS	COSTOS TOTALES	UTILIDAD
1900	\$ 13.987,55	\$ 7.733,44	\$ 6.983,25	\$ 14.716,69	\$ (729,14)
1950	\$ 14.355,64	\$ 7.936,95	\$ 6.983,25	\$ 14.920,20	\$ (564,56)
2000	\$ 14.723,74	\$ 8.140,46	\$ 6.983,25	\$ 15.123,71	\$ (399,98)
2050	\$ 15.091,83	\$ 8.343,97	\$ 6.983,25	\$ 15.327,23	\$ (235,40)
2100	\$ 15.459,92	\$ 8.547,49	\$ 6.983,25	\$ 15.530,74	\$ (70,81)
2150	\$ 15.828,02	\$ 8.751,00	\$ 6.983,25	\$ 15.734,25	\$ 93,77
2200	\$ 16.196,11	\$ 8.954,51	\$ 6.983,25	\$ 15.937,76	\$ 258,35
2250	\$ 16.564,20	\$ 9.158,02	\$ 6.983,25	\$ 16.141,27	\$ 422,93
2300	\$ 16.932,30	\$ 9.361,53	\$ 6.983,25	\$ 16.344,78	\$ 587,51
2350	\$ 17.300,39	\$ 9.565,04	\$ 6.983,25	\$ 16.548,30	\$ 752,09

Fuente: Excel plan financiero confección de camisas.  
Elaborado por: Darío Suárez Suárez..

#### 4.6.4. Gráfico del punto de equilibrio.

GRÁFICO # 20. Punto de Equilibrio. 1



Fuente: Excel plan financiero confección de camisas.  
Elaborado por: Darío Suárez Suárez..

Como se puede observar en el gráfico # 18 sobre el punto de equilibrio se concluye que para obtener utilidad se deben vender aproximadamente 2.150 unidades de camisas al mes, que nos da unas ventas de \$15.000.

#### **4.6.5. Estado de pérdidas y ganancias.**

Estado de resultados o de pérdidas y ganancias es un documento contable que muestra detalladamente y ordenadamente la utilidad o pérdida del ejercicio.

La primera parte consiste en analizar todos los elementos que entran en la compra-venta de mercancía hasta determinar la utilidad o pérdida del ejercicio en ventas. Esto quiere decir la diferencia entre el precio de costo y de venta de las mercancías vendidas.

### CUADRO # 45. Estado de Resultado Proyectado.

<b>ESTADO DE RESULTADOS INTEGRALES PROYECTADO</b>						
		<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
<b>VENTAS</b>		<b>\$ 218.514,98</b>	<b>\$ 232.675,74</b>	<b>\$ 247.491,00</b>	<b>\$ 262.987,33</b>	<b>\$ 279.192,32</b>
COSTO DE VENTAS		\$ 120.348,60	\$ 120.761,42	\$ 121.177,85	\$ 121.597,89	\$ 122.021,55
<b>UTILIDAD BRUTA</b>		<b>\$ 98.166,38</b>	<b>\$ 111.914,32</b>	<b>\$ 126.313,15</b>	<b>\$ 141.389,44</b>	<b>\$ 157.170,77</b>
<b>(-) GASTOS OPERACIONALES</b>						
<b>Gastos Administrativos:</b>						
Remuneración Anual		\$ (42.681,60)	\$ (43.966,32)	\$ (45.251,03)	\$ (46.535,75)	\$ (47.820,46)
Remuneración Contador Externo		\$ (4.800,00)	\$ (4.944,48)	\$ (5.088,96)	\$ (5.233,44)	\$ (5.377,92)
Gasto en suministros de oficina		\$ (2.400,00)	\$ (2.472,24)	\$ (2.544,48)	\$ (2.616,72)	\$ (2.688,96)
Gasto en Servicios Básicos		\$ (2.520,00)	\$ (2.747,56)	\$ (2.975,11)	\$ (3.202,67)	\$ (3.430,22)
Permisos de funcionamiento y seguros		\$ (266,00)	\$ (290,02)	\$ (314,04)	\$ (338,06)	\$ (362,08)
Gasto en mantenimiento de Maquinarias.		\$ (840,00)	\$ (865,28)	\$ (890,57)	\$ (915,85)	\$ (941,14)
Gasto anual en depreciación		\$ (2.602,00)	\$ (2.602,00)	\$ (2.602,00)	\$ (2.602,00)	\$ (2.602,00)
Gasto de Constitución		\$ (2.000,00)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Amortización anual en AD		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Total Gastos Administrativos</b>		<b>\$ (58.109,60)</b>	<b>\$ (57.887,90)</b>	<b>\$ (59.666,19)</b>	<b>\$ (61.444,49)</b>	<b>\$ (63.222,78)</b>
<b>Gastos de Ventas:</b>						
Gasto anual en publicidad		\$ (710,00)	\$ (166,00)	\$ (171,00)	\$ (176,14)	\$ (181,45)
<b>Total Gastos de Ventas</b>		<b>\$ (710,00)</b>	<b>\$ (166,00)</b>	<b>\$ (171,00)</b>	<b>\$ (176,14)</b>	<b>\$ (181,45)</b>
<b>TOTAL GASTOS</b>		<b>\$ (58.819,60)</b>	<b>\$ (58.053,90)</b>	<b>\$ (59.837,19)</b>	<b>\$ (61.620,63)</b>	<b>\$ (63.404,23)</b>
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>		<b>\$ 39.346,78</b>	<b>\$ 53.860,42</b>	<b>\$ 66.475,96</b>	<b>\$ 79.768,81</b>	<b>\$ 93.766,54</b>
Intereses Pagados		\$ (5.582,16)	\$ (4.597,42)	\$ (3.487,80)	\$ (2.237,45)	\$ (828,52)
<b>EBTI</b>		<b>\$ 33.764,62</b>	<b>\$ 49.263,00</b>	<b>\$ 62.988,16</b>	<b>\$ 77.531,36</b>	<b>\$ 92.938,02</b>
Participación Trabajadores	\$0,15	\$ (5.064,69)	\$ (7.389,45)	\$ (9.448,22)	\$ (11.629,70)	\$ (13.940,70)
Impuesto a la Renta	\$0,22	\$ (6.313,98)	\$ (9.212,18)	\$ (11.778,79)	\$ (14.498,36)	\$ (17.379,41)
<b>UTILIDAD NETA</b>		<b>\$ 22.385,94</b>	<b>\$ 32.661,37</b>	<b>\$ 41.761,15</b>	<b>\$ 51.403,29</b>	<b>\$ 61.617,91</b>

Fuente: Excel plan financiero confección de camisas.  
Elaborado por: Darío Suárez Suárez..

#### 4.6.6. Estado de situación financiera proyectado.

**CUADRO # 46. Estado de Situación Financiera Proyectado.**

<b>CONFAM S.A.</b>							
<b>ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA PROYECTADO</b>							
		BG Inicial	2014	2015	2016	2017	2018
<b>ACTIVOS</b>							
<b>CORRIENTE</b>							
Caja - Bancos		\$56.990,00	\$ 85.592,11	\$117.329,18	\$156.458,84	\$204.255,98	\$261.149,78
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>		<b>\$56.990,00</b>	<b>\$ 85.592,11</b>	<b>\$117.329,18</b>	<b>\$156.458,84</b>	<b>\$204.255,98</b>	<b>\$261.149,78</b>
<b>NO CORRIENTES</b>							
Maquina Costura Recta		\$ 2.100,00	\$ 2.100,00	\$ 2.100,00	\$ 2.100,00	\$ 2.100,00	\$ 2.100,00
Maquina Fileteadora		\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00
Maquina de hojal		\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
Maquina Tachadora		\$ 380,00	\$ 380,00	\$ 380,00	\$ 380,00	\$ 380,00	\$ 380,00
Maquina de corte		\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00
Mesa para corte		\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00
Plancha Industrial		\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00
Tijeras		\$ 7,50	\$ 7,50	\$ 7,50	\$ 7,50	\$ 7,50	\$ 7,50
Reglas		\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00
Agujas		\$ 2,50	\$ 2,50	\$ 2,50	\$ 2,50	\$ 2,50	\$ 2,50
Tizas		\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00
Computadoras		\$ 1.550,00	\$ 1.550,00	\$ 1.550,00	\$ 1.550,00	\$ 1.550,00	\$ 1.550,00
Equipos y muebles de oficina		\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00
Lineas telefonicas		\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00
Aire acondicionado		\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Sillas		\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00
Equipos de seguridad		\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00
(-) Ddepreciacion acumulada		\$ -	\$ (2.602,00)	\$ (5.204,00)	\$ (7.806,00)	\$ (10.408,00)	\$ (13.010,00)
<b>TOTAL ACTIVO NO CORRIENTES</b>		<b>\$13.010,00</b>	<b>\$ 10.408,00</b>	<b>\$ 7.806,00</b>	<b>\$ 5.204,00</b>	<b>\$ 2.602,00</b>	<b>\$ -</b>
<b>DIFERIDO</b>							
Imagen Corp. + G. Legales		-	-	-	-	-	-
(-) Amortizacion Acumulada		-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL ACTIVO DIFERIDO</b>		<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>		<b>\$70.000,00</b>	<b>\$ 96.000,11</b>	<b>\$125.135,18</b>	<b>\$161.662,84</b>	<b>\$206.857,98</b>	<b>\$261.149,78</b>
<b>PASIVOS</b>							
<b>CORRIENTE</b>							
Participación Trabajadores		\$ -	\$ 5.064,69	\$ 7.389,45	\$ 9.448,22	\$ 11.629,70	\$ 13.940,70
Impuesto a la Renta		\$ -	\$ 6.313,98	\$ 9.212,18	\$ 11.778,79	\$ 14.498,36	\$ 17.379,41
Prestamo (porción corriente)		\$ 7.764,51	\$ 8.749,25	\$ 9.858,87	\$ 11.109,22	\$ 12.518,15	\$ -
<b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>		<b>\$ 7.764,51</b>	<b>\$ 20.127,92</b>	<b>\$ 26.460,50</b>	<b>\$ 32.336,23</b>	<b>\$ 38.646,22</b>	<b>\$ 31.320,11</b>
<b>OTROS PASIVOS</b>							
Deuda a Largo Plazo	\$50.000,00	\$42.235,49	\$ 33.486,24	\$ 23.627,37	\$ 12.518,15	\$ -	\$ -
<b>TOTAL OTROS PASIVOS</b>		<b>\$42.235,49</b>	<b>\$ 33.486,24</b>	<b>\$ 23.627,37</b>	<b>\$ 12.518,15</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>
<b>TOTAL PASIVOS</b>		<b>\$50.000,00</b>	<b>\$ 53.614,16</b>	<b>\$ 50.087,87</b>	<b>\$ 44.854,38</b>	<b>\$ 38.646,22</b>	<b>\$ 31.320,11</b>
<b>PATRIMONIO</b>							
Capital Social		\$20.000,00	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00
Utilidad Neta del Ejercicio		\$ -	\$ 22.385,94	\$ 32.661,37	\$ 41.761,15	\$ 51.403,29	\$ 61.617,91
Utilidades Acumuladas		\$ -	\$ -	\$ 22.385,94	\$ 55.047,31	\$ 96.808,46	\$148.211,76
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>		<b>\$20.000,00</b>	<b>\$ 42.385,94</b>	<b>\$ 75.047,31</b>	<b>\$116.808,46</b>	<b>\$168.211,76</b>	<b>\$229.829,67</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>		<b>\$70.000,00</b>	<b>\$ 96.000,11</b>	<b>\$125.135,18</b>	<b>\$161.662,84</b>	<b>\$206.857,98</b>	<b>\$261.149,78</b>
diferencia A - P		-	-	-	-	-	-

Fuente: Excel plan financiero confección de camisas.  
Elaborado por: Darío Suárez Suárez.

#### 4.6.7. Cálculo del VAN y TIR.

**CUADRO # 47. Cálculo VAN y TIR.**

CONFECAM S.A.						
Cálculos de la TIR y el VAN						
	2013	2014	2015	2016	2017	2018
<b>Inversión Inicial</b>	\$ (13.010,00)	-	-	-	-	-
<b>Capital de Trabajo</b>	\$ (53.507,60)	-	-	-	-	-
<b>Préstamo Accionistas</b>		-	-	-	-	-
<b>Préstamo Bancario</b>	-		-	-	-	-
<b>VENTAS</b>	-	\$ 218.514,98	\$ 232.675,74	\$ 247.491,00	\$ 262.987,33	\$ 279.192,32
<b>(-) COSTO DE VENTAS</b>		\$ 120.348,60	\$ 120.761,42	\$ 121.177,85	\$ 121.597,89	\$ 122.021,55
<b>UTILIDAD BRUTA</b>		\$ 98.166,38	\$ 111.914,32	\$ 126.313,15	\$ 141.389,44	\$ 157.170,77
<b>(-) GASTOS OPERACIONALES</b>						
Gastos Administrativos	-	\$ (58.109,60)	\$ (58.109,60)	\$ (58.109,60)	\$ (58.109,60)	\$ (58.109,60)
Gastos de Venta	-	\$ (710,00)	\$ (710,00)	\$ (710,00)	\$ (710,00)	\$ (710,00)
<b>TOTAL GASTOS OPERACIONALES</b>	-	<b>\$(58.819,60)</b>	<b>\$(58.819,60)</b>	<b>\$(58.819,60)</b>	<b>\$(58.819,60)</b>	<b>\$(58.819,60)</b>
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	-	<b>\$ 39.346,78</b>	<b>\$ 53.094,72</b>	<b>\$ 67.493,55</b>	<b>\$ 82.569,84</b>	<b>\$ 98.351,17</b>
<b>(-) Gastos Financieros</b>		\$ (5.582,16)	\$ (4.597,42)	\$ (9.858,87)	\$ (11.109,22)	\$ (12.518,15)
<b>EBTI</b>	-	<b>\$ 33.764,62</b>	<b>\$ 48.497,30</b>	<b>\$ 57.634,68</b>	<b>\$ 71.460,62</b>	<b>\$ 85.833,02</b>
Pago Participación Trabajadores	-	-	\$ (2.938,15)	\$ (8.553,81)	\$ (17.198,14)	\$ (31.459,92)
Pago Impuesto a la Renta	-	-	\$ (9.212,18)	\$ (11.778,79)	\$ (14.498,36)	\$ (17.379,41)
<b>(=) EFECTIVO NETO</b>	-	<b>\$ 33.764,62</b>	<b>\$ 36.346,97</b>	<b>\$ 37.302,08</b>	<b>\$ 39.764,11</b>	<b>\$ 36.993,69</b>
<b>(-) Cuentas por Cobrar</b>	-	-	-	-	-	-
<b>(+) Cuentas cobradas</b>	-	-	-	-	-	-
<b>(+) Depreciación y Amortización</b>	-	\$ 4.602,00	\$ 2.602,00	\$ 2.602,00	\$ 2.602,00	\$ 2.602,00
Amortización de Capital Prestado	-	\$ (7.764,51)	\$ (8.749,25)	\$ (9.858,87)	\$ (11.109,22)	\$ (12.518,15)
<b>(+) Valor residual de Activos</b>	-	-	-	-	-	-
<b>(+) Recuperación Capital de Trabajo</b>	-	-	-	-	-	\$ 53.507,60
<b>(=) FLUJO NETO DEL EJERCICIO</b>	<b>\$(66.517,60)</b>	<b>\$ 30.602,11</b>	<b>\$ 30.199,72</b>	<b>\$ 30.045,21</b>	<b>\$ 31.256,89</b>	<b>\$ 80.585,15</b>

Fuente: Excel plan financiero confección de camisas.

Elaborado por: Darío Suárez Suárez..

#### 4.6.7.1. Determinación de la tasa interna de retorno.

La tasa interna de retorno TIR de una inversión, está definida como la tasa de interés con la cual el valor actual neto VAN es igual a cero. La tasa interna de rendimiento es el tipo de interés que anula el VAN de una inversión. Se utiliza también para analizar la rentabilidad de una inversión temporal. Como regla general, una inversión cuya TIR sea mayor que el coste de capital, se puede considerar rentable.

#### CUADRO # 48. Tasa Interna de Retorno.

<b>TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)</b>	<b>44%</b>
--------------------------------------	------------

Fuente: Excel plan financiero confección de camisas.  
Elaborado por: Darío Suárez Suárez..

Según los indicadores económicos, el proyecto es viable porque la tasa interna de retorno TIR es mayor a la tasa de descuento.

$$TIR > T \text{ Desc.}$$

$$44\% > 14 \%$$

#### 4.6.7.2. Valor actual neto o valor presente neto.

En el siguiente cuadro se refleja que la inversión es conveniente porque genera un valor actual neto positivo, donde para el mismo se ha considerado una tasa de descuento o rentabilidad del 14% para obtener el factor de valor actual.

#### CUADRO # 49. Valor Actual Neto.

<b>VALOR ACTUAL NETO (VAN)</b>	<b>71.856,83</b>
--------------------------------	------------------

Fuente: Excel plan financiero confección de camisas.  
Elaborado por: Darío Suárez Suárez..

Según los indicadores económicos, el proyecto se acepta porque como nos demuestra el cuadro el VAN es mayor que 0, lo que nos quiere decir que se recupera la inversión además se obtiene utilidad.

#### 4.6.8. Flujos de caja.

**CUADRO # 50. Flujo de Efectivo.**

<b>CONF CAM S.A.</b>						
<b>PRESUPUESTO DE EFECTIVO</b>						
	<b>BALANCE INICIAL</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Inversion Fija*	\$ (13.010,00)	-	-	-	-	-
Gatos de Constitución	-	-	-	-	-	-
<b>VENTAS</b>	-	<b>\$218.514,98</b>	<b>\$ 232.675,74</b>	<b>\$ 247.491,00</b>	<b>\$ 262.987,33</b>	<b>\$ 279.192,32</b>
<b>(-) COSTO DE VENTAS</b>	-	<b>\$120.348,60</b>	<b>\$ 120.761,42</b>	<b>\$ 121.177,85</b>	<b>\$ 121.597,89</b>	<b>\$ 122.021,55</b>
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	-	<b>\$ 98.166,38</b>	<b>\$ 111.914,32</b>	<b>\$ 126.313,15</b>	<b>\$ 141.389,44</b>	<b>\$ 157.170,77</b>
<b>(-) GASTOS OPERACIONALES</b>	-	-	-	-	-	-
Gastos Administrativos	-	\$ 58.109,60	\$ 57.887,90	\$ 59.666,19	\$ 61.444,49	\$ 63.222,78
Gastos de Venta	-	\$ 710,00	\$ 166,00	\$ 171,00	\$ 176,14	\$ 181,45
<b>TOTAL GASTOS OPERACIONALES</b>	-	<b>\$ 58.819,60</b>	<b>\$ 58.053,90</b>	<b>\$ 59.837,19</b>	<b>\$ 61.620,63</b>	<b>\$ 63.404,23</b>
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	-	<b>\$ 39.346,78</b>	<b>\$ 53.860,42</b>	<b>\$ 66.475,96</b>	<b>\$ 79.768,81</b>	<b>\$ 93.766,54</b>
(-) Gastos Financieros	-	\$ (5.582,16)	\$ (4.597,42)	\$ (3.487,80)	\$ (2.237,45)	\$ (828,52)
<b>EBTI</b>	-	<b>\$ 33.764,62</b>	<b>\$ 49.263,00</b>	<b>\$ 62.988,16</b>	<b>\$ 77.531,36</b>	<b>\$ 92.938,02</b>
Pago participacion trabajadores	-		\$ (5.064,69)	\$ (7.389,45)	\$ (9.448,22)	\$ (11.629,70)
Pago Impuesto a la Renta	-		\$ (6.313,98)	\$ (9.212,18)	\$ (11.778,79)	\$ (14.498,36)
<b>(=) EFECTIVO NETO</b>	-	<b>\$ 33.764,62</b>	<b>\$ 37.884,32</b>	<b>\$ 46.386,53</b>	<b>\$ 56.304,35</b>	<b>\$ 66.809,95</b>
(+) Ingresos por Garantías (inicio)	-	-	-	-	-	-
(-) Otras Inversiones	-	-	-	-	-	-
(-) Cuentas por Cobrar	-	-	-	-	-	-
(+) Cuentas cobradas	-	-	-	-	-	-
(+) Depreciación y Amortización	-	\$ 2.602,00	\$ 2.602,00	\$ 2.602,00	\$ 2.602,00	\$ 2.602,00
(-) Devolución de Garantía (final)	-	-	-	-	-	-
Préstamo	\$ 50.000,00	-	-	-	-	-
Aporte Accionistas	\$ 20.000,00	-	-	-	-	-
Amortización de Gastos de Constitución	-	-	-	-	-	-
Amortización de Capital Prestado	-	\$ (7.764,51)	\$ (8.749,25)	\$ (9.858,87)	\$ (11.109,22)	\$ (12.518,15)
<b>(=) FLUJO NETO</b>	<b>\$ 56.990,00</b>	<b>\$ 28.602,11</b>	<b>\$ 31.737,08</b>	<b>\$ 39.129,66</b>	<b>\$ 47.797,13</b>	<b>\$ 56.893,80</b>
(+) Saldo inicial	-	\$ 56.990,00	\$ 85.592,11	\$ 117.329,18	\$ 156.458,84	\$ 204.255,98
<b>FLUJO ACUMULADO</b>	<b>\$ 56.990,00</b>	<b>\$ 85.592,11</b>	<b>\$ 117.329,18</b>	<b>\$ 156.458,84</b>	<b>\$ 204.255,98</b>	<b>\$ 261.149,78</b>
Saldo Mínimo		-	-	-	-	-
<b>SALDO DE CAJA</b>		<b>\$ 85.592,11</b>	<b>\$ 117.329,18</b>	<b>\$ 156.458,84</b>	<b>\$ 204.255,98</b>	<b>\$ 261.149,78</b>

Fuente: Excel plan financiero confección de camisas.

Elaborado por: Darío Suárez Suárez..

#### 4.6.9. Periodo de recuperación de la inversión.

**CUADRO # 51. Playback.**

<b>PAYBACK</b>				
<b>PERIODO</b>	<b>SALDO DE LA INVERSION</b>	<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>RENTABILIDAD EXIGIDA</b>	<b>RECUPERACION DE LA INVERSION</b>
1	\$ 66.517,60	\$ 30.602,11	\$ 7.982,11	\$ 22.619,99
2	\$ 43.897,61	\$ 30.199,72	\$ 5.267,71	\$ 24.932,01
3	\$ 18.965,59	\$ 30.045,21	\$ 2.275,87	\$ 27.769,34
4	\$ (8.803,74)	\$ 31.256,89	\$ (1.056,45)	\$ 32.313,34
5	\$ (41.117,08)	\$ 80.585,15	\$ (4.934,05)	\$ 85.519,20

Fuente: Excel plan financiero confección de camisas.

Elaborado por: Darío Suárez Suárez..

Observando este cuadro podemos concluir que se puede recuperar la inversión en aproximadamente 3 años, debido a que en este año la recuperación es mayor al saldo de inversión.

#### 4.6.10. Razones financieras.

##### 4.6.10.1. Coeficiente beneficio / costo.

La técnica de análisis de costo - beneficio, tiene como objetivo fundamental proporcionar una medida de los costos en que se incurren en la realización de un proyecto, y a su vez comparar dichos costos previstos con los beneficios esperados de la realización de dicho proyecto.

El análisis de la relación B/C, toma valores mayores, menores o iguales a 1, lo que implica que:



- $B/C > 1$  implica que los ingresos son mayores que los egresos, entonces el proyecto es aconsejable.
- $B/C = 1$  implica que los ingresos son iguales que los egresos, entonces el proyecto es indiferente.
- $B/C < 1$  implica que los ingresos son menores que los egresos, entonces el proyecto no es aconsejable.

El coeficiente beneficio costo se lo determina a partir de la siguiente ecuación.

$$\text{BENEFICIO/ COSTO} = \frac{\text{BENEFICIOS}}{\text{COSTO TOTALES}}$$

$$\text{BENEFICIO/ COSTO} = \frac{634.954,05}{184.171,48}$$

$$\text{BENEFICIO/ COSTO} = 3,45$$

La relación Beneficio / costo indica que por cada USD\$ invertido se recibe USD\$ 2,84 de beneficio.

#### 4.6.10.2. Razón circulante.

$\text{Razón de circulante} = \frac{\text{Activos circulantes}}{\text{Pasivos Circulantes}} = \frac{44990}{4.465,73} = 10,21$
---

Por cada dólar que la empresa tiene de deuda, \$10 dólares son para cubrir las deudas.

#### 4.6.10.3. Razón de Deuda.

$$\text{Razón de deuda} = \frac{\text{Deuda total}}{\text{Capital de los accionistas}} = \frac{\$ 40.000,00}{\$ 18.000,00} = 2,50$$

La empresa tiene una deuda del 2,50 % sobre el capital de los accionistas.

#### 4.6.10.4. Razón Deuda Activo Total.

$$\text{Deuda Activo total} = \frac{\text{Deuda total}}{\text{Activo total}} = \frac{\$ 50.000,00}{\$ 70.000,00} = 71\%$$

El 71% de los activos de la empresa han sido financiados con la deuda total.

#### 4.6.10.5. Razón de Cobertura.

$$\text{Razón de cobertura} = \frac{\text{UAII}}{\text{intereses pagados}} = \frac{55.618}{4.466} = 7,05$$

Por cada dólar que la empresa pagó en intereses esta generó 7 veces la utilidad antes de impuesto.

#### 4.6.10.6. Razón Rotación de Activos.

$$\text{Rotación de activo} = \frac{\text{ventas netas}}{\text{activo total}} = \frac{\$218.514,98}{\$ 58.000,00} = 3,12$$

Por cada dólar en activos total la empresa generó 3,12 veces en ventas.

#### 4.6.10.7. Razones de Rentabilidad.

<b>utilidad bruta</b>	=	\$ 98.166,38	=	0,45
<b>ventas netas</b>		\$ 218.514,98		

Por cada dólar que la empresa vende representa \$ 0,45 de utilidad bruta.

<b>Utilidad neta después impuestos</b>	=	\$ 33.913,82	=	0,10
<b>ventas netas</b>		\$ 218.514,98		

Por cada dólar que la empresa vende; representa \$ 0,10 de utilidad neta.

<b>Utilidad neta de después impuestos</b>	=	\$ 33.913,82	=	0,32
<b>activos totales</b>		\$ 58.000,00		

Por cada dólar que la empresa vende; genera el \$ 0.32 de utilidad.

<b>Utilidad neta de después impuestos</b>	=	\$ 33.913,82	=	112%
<b>Patrimonio</b>		\$ 18.000,00		

Por cada dólar que le retorna a la empresa tiene una rentabilidad del 112%.

## **CONCLUSIONES.**

En el proyecto se han considerado valores reales por lo que se ha generado información válida debido a esto el proyecto es aceptable, lo demuestra el estudio de mercado por la demanda que va a tener, además lo demuestra los indicadores económicos que se toman a consideración.

La línea de producción de las camisas será confeccionada con materia prima de la más alta calidad y mano de obra calificada con diseños exclusivos acorde a los requerimientos y gustos del consumidor; con la finalidad de ofrecer un producto garantizado y diferenciado de la competencia asegurando así el éxito en el mercado.

La localización de la empresa en el centro de la Parroquia de Anconcito, facilitará la distribución de las camisas a los distintos cantones de la provincia de Santa Elena, especialmente en el Cantón La Libertad y por qué no a nivel nacional.

El precio del producto es competitivo frente a la competencia pues se lo fijó en función de los costos fijos y variables más un margen de utilidad del 45 % que permita obtener una rentabilidad aceptable para la empresa.

La inversión total del proyecto es de \$ 66.517,60 el mismo que se encuentra distribuido de la siguiente forma: El 65% equivale a un préstamo otorgado por el Instituciones Bancarias a una tasa de interés del 14% y 35% corresponde al capital propio de la empresa.

Desde el punto de vista social, la ejecución de este proyecto contribuirá a la creación de puestos de trabajo para la parroquia Anconcito, sumándose así a la dinámica de la economía nacional y sobre todo a mejorar la calidad de vida de quienes están involucrados en la empresa.

## **RECOMENDACIONES.**

Mantener una constante capacitación y asesoramiento con el fin de elevar la calidad en los procesos de producción, mediante los adelantos que vive el mundo actual.

Con base en las conclusiones se llegó a justificar plenamente la viabilidad del proyecto porque a más de generar una rentabilidad aceptable, cumple con los requisitos técnicos y financieros que aseguran la recuperación del capital; por lo que se recomienda ponerlo en ejecución.

Estar siempre a la vanguardia de la tecnología con la finalidad de seleccionar maquinaria que maximice los niveles de producción para incrementar las ventas y así obtener mayores utilidades.

Tener una cultura de innovadora, porque debe estar comprometida a todos los niveles de su organización en el mejoramiento continuo de sus productos, procesos, estrategias y prácticas de negocio.

Mantener flexibilidad ante los cambios que la modernización y el mercado exigen y sobre todo debe ser capaz de producir a la medida y justo a tiempo un producto de calidad a un precio competitivo.

En la actualidad se están dando grandes cambios por lo que recomiendo actualizar cada vez la información del proyecto porque esta empresa se lo puede poner en práctica y poder generar fuentes de empleos ya que existen pocos dentro de nuestra provincia y poder obtener utilidades.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- Cesar Augusto Bernal Torres, 2010, "**Metodología de Investigación**, Pearson - Prentice Hall.
- Nassir Sapag Chain, Reinaldo Sapag Chain, 2000, **Preparación y Evaluación de Proyectos**, Mc. Graw Hill.
- Rafael Méndez, 2010, **Formulación y Evaluación de Proyectos. Enfoque para Emprendedores**, Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación-ICONTEC.
- Juan Gallardo Cervantes, año 1998, **Formulación y Evaluación de proyectos de Inversión**, Editorial Mc. Graw Hill, México.
- Abrahán Hernández Villalobos, 2011, **Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión**, Thonson Learning.
- Juan Antonio Flores Uribe, 2007, **Proyecto de Inversión para las Pymes Creación de Empresas**, Primera Edición.
- Saúl Fernández Espinoza, 2007, **Proyecto de Inversión Evaluación Financiera**, Primera Edición.
- Israel Alba, Miguel Guitart, 2011, **Proyectos**, Escuela de Arquitectura, Universidad Pontificia de Salamanca,.
- Ivarth Palacios Salazar, 2010, **Guía práctica para la Identificación, Formulación y Evaluación de Proyectos**, Primera Edición, Bogotá.

## PÁGINAS WEB

- [http://www.definicionabc.com/economia/inversiones.php#ixzz2QG1Ppwqz.](http://www.definicionabc.com/economia/inversiones.php#ixzz2QG1Ppwqz)
- <http://industria de la moda 2008>
- [http://coltexsa.blogspot.com.](http://coltexsa.blogspot.com)
- [http://es.wikipedia.org/wiki/Empresa.](http://es.wikipedia.org/wiki/Empresa)
- [http://otri.ugr.es/creacion-de-empresas-basadas-en-el-conocimiento/tipos-de-empresasformas-juridicas/.](http://otri.ugr.es/creacion-de-empresas-basadas-en-el-conocimiento/tipos-de-empresasformas-juridicas/)
- [www.asambleanacional.gov.ec/.../constitucion de bolsillo.pdf.](http://www.asambleanacional.gov.ec/.../constitucion de bolsillo.pdf)
- [http://spanish.alibaba.com/p-detail/Telas-a-Cuadros-de-100%25Algod%C3%B3n-Doble-Capas-Para-Camisas-300000084531.html.](http://spanish.alibaba.com/p-detail/Telas-a-Cuadros-de-100%25Algod%C3%B3n-Doble-Capas-Para-Camisas-300000084531.html)

# **ANEXOS**



## ANEXO # 1. Entrevista.



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

### ENTREVISTA

#### OBJETIVO DE LA ENTREVISTA.

La siguiente entrevista presentada, tiene como finalidad establecer el nivel de aceptación que tendrá la creación de una empresa dedicada a la confección de camisas para hombres que estará ubicada en la parroquia Anconcito, comedidamente que se brinde el tiempo correspondiente para registrar la información.

1. ¿Cuántos años tiene su negocio?
2. ¿Cuál es la principal característica de su negocio que lo haga confiable con respecto a otros?
3. ¿Qué beneficios reciben sus clientes al comprar en su negocio?
4. ¿Qué producto recomienda a sus clientes?
5. ¿Por qué lo recomienda?
6. ¿Cuál es el producto que más vende?
7. ¿De dónde adquiere sus productos?
8. ¿Le es rentable su negocio?
9. ¿Estaría dispuesto a comprar su mercadería en la localidad? ¿Por qué?
10. ¿Estaría de acuerdo con la propuesta de creación de una empresa dedicada a la confección de camisas para hombres en la parroquia Anconcito? ¿Por qué?

**ANEXO # 2. Encuesta.**



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

**ENCUESTA**

**OBJETIVO DE LA ENCUESTA**

La siguiente encuesta presentada, tiene como finalidad establecer el nivel de aceptación que tendrá la creación de una Empresa dedicada a la confección de camisas para hombres que estará ubicada en la Parroquia Anconcito y conoedores de su alto espíritu de colaboración solicitamos comedidamente que se brinde el tiempo correspondiente para registrar la información.

**Edad:** 18-25   
26-35   
36-en adelante

**Género:** Masculino  Femenino

1.- ¿Las camisas que usted adquiere son a nivel?

Local   
Nacional   
Importadas

2.- ¿Qué países y ciudades a nivel nacional visita usted para adquirir las camisas?

Ambato   
Riobamba   
Quito   
Guayaquil   
Otros

3.- ¿Cada qué tiempo necesita adquirir las camisas?

Semanal	<input type="checkbox"/>
Quincenal	<input type="checkbox"/>
Mensual	<input type="checkbox"/>
Otros	<input type="checkbox"/>

4.- ¿Cuántas camisas adquiere mensual?

50 camisas	<input type="checkbox"/>
100 camisas	<input type="checkbox"/>
150 camisas	<input type="checkbox"/>
Mayor a 150	<input type="checkbox"/>

5.- ¿Cuál es su promedio de venta mensual?

\$1-\$500	<input type="checkbox"/>
\$501-\$1000	<input type="checkbox"/>
\$1001-\$1500	<input type="checkbox"/>
\$1501-en adelante	<input type="checkbox"/>

6.- ¿Cuáles son los principales atributos que toma en cuenta al momento de adquirir las camisas?

Precio	<input type="checkbox"/>
Calidad	<input type="checkbox"/>
Cantidad	<input type="checkbox"/>
Modelos	<input type="checkbox"/>
Otros	<input type="checkbox"/>

7.- ¿Cómo adquiere las camisas?

Por unidad	<input type="checkbox"/>
Por docena	<input type="checkbox"/>
Por ciento	<input type="checkbox"/>
Otros	<input type="checkbox"/>

8.- ¿Le gustaría que existiera una empresa en la localidad donde pueda adquirir las camisas?

Sí	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

9.- ¿Cuál de estas opciones le gustaría como marca para las camisas?

DJ Fashion.	<input type="checkbox"/>
Moda y Estilo	<input type="checkbox"/>
Casual Clothes	<input type="checkbox"/>

### **ANEXO # 3. Maquinaria que se utiliza para la confección de las camisas.**

#### **Máquina Industrial Singer Modelo 1191 D300a**



Fuente: Geogle imágenes.  
Elaborado por: Darío Suárez Suárez.

#### **Características:**

- Máquina Singer Original
- En buenas condiciones
- Costura recta
- 4000 puntadas por minuto
- Intacta y con poco uso

## **ANEXO # 4. Máquina Overlock Industrial.**

### **Máquina de coser overlock industrial de 5 hilos**



Fuente: Google imágenes.  
Elaborado por: Darío Suárez Suárez..

#### **Características:**

- Overlock industrial
- Marca SINGER 991,
- Motor 1/2 HP, 110 v. 1720 RPM.
- Porta hilos, mesón de trabajo de 1.20 m
- 110voltios, doble voltaje y doble giro.
- 100% funcional,

## **ANEXO # 5. Máquina Industrial Corta Tela**

### **Máquina de Cortar Tela.**



Fuente: Geogle imágenes.  
Elaborado por: Darío Suárez Suárez..

#### **Características:**

- Cortadora industrial de cuchilla: 30 cm.
- Motor WOLF made in USA 110 v. 1HP

## ANEXO # 6. Cotización Materia Prima

### Cotización de tela

Precio de tela para camisas.



Fuente: Geogle imágenes.  
Elaborado por: Darío Suárez Suárez..

#### **Descripción del producto:**

Precio FOB: US \$1.9 - 2.1 / Metro

Puerto: **Shanghái**

Cantidad de pedido mínima: **1500 Metro/metros**

Condiciones de pago: **L/C,T/T**



## ANEXO # 7. Cotización de hilo para confección de las camisas.

Precio de hilo para camisas.



Fuente: Geogle imágenes.  
Elaborado por: Darío Suárez Suárez..

Descripción del Producto.

<b>Precio FOB:</b>	US \$3 - 7 / Kilogramo <a href="#"><u>Obtenga el Último Precio</u></a>
<b>Puerto:</b>	Shanghái/Ningbo
<b>Cantidad de pedido mínima:</b>	100 Kilogramo/kilogramos
<b>Condiciones de pago:</b>	L/C,D/A,D/P,T/payable

## ANEXO # 8. Cotización de Botones.

Botones para camisas.



Fuente: Geogle imágenes.  
Elaborado por: Darío Suárez Suárez..

Detalle del producto.

<b>Precio FOB:</b>	US \$0 - 1 / Unidad <a href="#"><u>Obtenga el Último Precio</u></a>
<b>Puerto:</b>	shanghai or ningbo port
<b>Cantidad de pedido mínima:</b>	10000 Unidad/unidades
<b>Condiciones de pago:</b>	L/C,T/T,Western Union

## **ANEXO # 9. Cotización de Muebles de Oficina.**

### **Escritorio de Oficina en L**

**Precio: \$ 180.00**

**Descripción:** Consta de una cajonera de dos gavetas y un archivo, la estación de trabajo es de 1,50 m. x 1,50 m. los tableros son de melamínico, varios colores y la cajonera, el pedestal y faldón son metálicos, incluye un porta teclado mixto de metal y madera.

### **Archivador**

**Precio: \$ 90.00**

**Descripción:** Archivador convencional de 4 gavetas construido en plancha de acero de 1 mm de espesor y rieles que soportan 25 Kg de peso. Terminada en pintura acrílica color a elección del cliente.

### **Medidas:**

**Alto:** 98 cm

**Ancho:** 47 cm

**Fondo:** 65 cm

## **ANEXO # 10. Cotización de Equipo de Computación.**

### **COMPUTADORA INTEL CORE 2 DUO DE 3.0 GHZ (775) 6MB CACHE**

**Precio:** \$ 650

**Garantía:** 3 años en partes Intel y Monitor, 1 año en el resto del Hardware.



Fuente: Geogle imágenes.  
Elaborado por: Darío Suárez Suárez..

#### **Características:**

**Procesador:** Intel Dual Core 2 duo 3.0 GHZ Socket 775 6 Mb de Cache

**Mother - board:** Intel dg31

**Disco duro:** 200 Gb serial ata 7200 rpm velocidad de transferencia 3.0 Gb por segundo

**Tarjeta de video:** 128 Mb AGP Intel

**Memoria:** 2 Gb DDR-2 bus 800 Mhz. Exp 4 GB

**Monitor:** 17" LCD LG Flatron

**Case:** ATX P4 con agarradera y doble ventilador certificados por Intel

**Tarjeta de red:** 10/100 Mbps rj45

**Puertos:** 8 USB, 1 paralelo, 2 PS/2

**Multimedia:** Quemador de DVD-/RW

**Parlantes:** 320 W Stereo

## **GLOSARIO.**

**Sistematización.-** Acción y efecto de sistematizar. Organizar según un sistema.

**Autosuficiencia.-** Estado o condición de quien se basta a sí mismo. Suficiencia (|| presunción).

**Superintendente.-** Persona a cuyo cargo está la dirección y cuidado de algo, con superioridad a las demás que sirven en ello.

**Capital de trabajo.-** es la capacidad de una compañía para llevar a cabo sus actividades con normalidad en un corto plazo.

**VAN.-** Valor actual neto.

**TIR.-** Tasa interna de retorno.