



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
La Universidad Católica de Loja

ÁREA ADMINISTRATIVA

TITULACIÓN DE INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Plan de negocios para la creación de una pequeña industria de lencería (Segmento Pijamas) en Santo Domingo de los Tsáchilas 2014-2015

TRABAJO DE FIN DE TITULACIÓN.

AUTOR: Catota Ocapana, Nelly Alexandra

DIRECTOR: Landacay Torres, Mireya del Cisne, Ing.

CENTRO UNIVERSITARIO SANTO DOMINGO

2014

APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE FIN DE TITULACIÓN

Ingeniera.

Mireya del Cisne Landacay Torres

DIRECTORA DEL TRABAJO DE FIN DE TITULACIÓN

De mi consideración:

El presente trabajo, denominado: “Plan de negocios para la creación de una pequeña industria de Lencería (Segmento Pijamas) en Santo Domingo de los Tsáchilas 2014-2015” realizado por el profesional en formación: CatotaOcapana Nelly Alexandra; cumple con los requisitos establecidos en las normas generales para la Graduación en la Universidad Técnica Particular de Loja, tanto en el aspecto de forma como de contenido, por lo cual me permito autorizar su presentación para los fines pertinentes.

Loja, Mayo de 2014

f).....

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Catota Ocapana Nelly Alexandra, declaro ser autora del presente trabajo denominado, "Plan de negocios para la creación de una pequeña industria de lencería (Segmento pijamas) en Santo Domingo de los Tsachilas 2014-2015", siendo la Ing. Mireya del Cisne Landacay Torres directora de tesis, y eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales. Además certifico que las ideas, concepto, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo de investigación, son de mi exclusiva responsabilidad.

Adicionalmente declaro conocer y aceptar la disposición de Art. 67 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja que en su parte pertinente textualmente dice: "Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través, o con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad".

f.....

Autor: Catota Ocapana Nelly Alexandra

Cédula: 1719823179

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a mis padres César y María por darme la vida, el ejemplo y consejos que han permitido lograr esta meta anhelada en mi vida profesional.

A mis hermanas, Martha y Nancy, mi hermano Polivio que siempre me animaron, motivaron, y apoyaron para que pudiera concluir mi carrera.

A mis amigos y compañeros de estudio con quienes compartí momentos inolvidables.

Nelly

AGRADECIMIENTO

Al concluir el trabajo de investigación doy gracias primero a Dios por haberme guiado en esta difícil tarea y una expresión de gratitud a la Universidad técnica Particular de Loja, representada por sus autoridades, catedráticos y personal administrativo, quienes en su conjunto han hecho posible la culminación de mi carrera, en especial a la Ing. Mireya del Cisne Landacay Torres, por haberme guiado y orientado en el desarrollo y culminación de tesis.

A mis padres, y hermanos quienes me han estado apoyándome siempre de manera constante gracias.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARÁTULA	i
APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE FIN DE TITULACIÓN	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS.....	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	vi
ÍNDICE DE TABLAS.....	x
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xiii
ÍNDICE DE FOTOS	xiv
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xv
RESUMEN.....	1
ABSTRACT	2
INTRODUCCIÓN.....	3
CAPÍTULO I ASPECTOS GENERALES.....	5
1.1 Conceptos generales.....	6
1.1.1 <i>Historia de la lencería.</i>	6
1.1.2 <i>La lencería en la actualidad.</i>	8
1.2 Tipos de lencería.....	8
1.2.1 <i>La ropa íntima y el cuidado de la piel.</i>	10
1.2.2 <i>El pijama.</i>	11
1.2.2.1 <i>Significado de pijama.</i>	11
1.2.3 <i>El pijama en la actualidad.</i>	11
1.2.4 <i>Clases de pijamas y complementarios.</i>	11
1.2.4.1 <i>Clases de pijamas.</i>	11
1.3 La industria de la lencería en el Ecuador y en la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas.	12
1.3.1 <i>Composición del sector textil a nivel nacional.</i>	13
1.3.2 <i>Industria textil a nivel local.</i>	14
1.4 El comercio de lencería en el Ecuador y en la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas.	15
1.5 Base legal.	16

1.5.1	<i>Ley de Fomento de la Pequeña Industria.</i>	16
1.5.2	<i>Proceso de calificación.</i>	16
CAPÍTULO II ESTUDIO DE MERCADO		18
2.1	Investigación de mercado	19
2.1.1	Objetivos de la investigación	19
2.1.2	<i>Métodos de investigación.</i>	20
2.1.2.1	<i>Método cuantitativo</i>	20
2.1.2.2	<i>Principales hallazgos de la investigación.</i>	21
2.1.3	<i>Demanda.</i>	23
2.1.4	<i>Cuantificación de la demanda según frecuencia de consumo.</i>	277
2.1.5	<i>Oferta.</i>	288
2.1.5.1	<i>Competencia.</i>	299
2.1.6	<i>Demanda insatisfecha</i>	30
CAPÍTULO III PLAN DE PRODUCCIÓN		33
3.1	Localización.	34
3.1.1	<i>Los productos a fabricarse.</i>	34
3.1.2	<i>Diagrama del flujo de procesos.</i>	36
3.1.3	<i>Características de la tecnología.</i>	38
3.1.4	<i>Equipos e instalaciones.</i>	38
3.1.5	<i>Distribución de la planta de producción.</i>	39
3.1.6	<i>Distribución de oficinas.</i>	40
3.1.7	<i>Diagrama de flujo de proceso de comercialización.</i>	42
CAPÍTULO IV PLAN DE MARKETING		44
4.1	Marketing mix.	45
4.1.1	<i>Objetivo de Marketing.</i>	45
4.1.2	<i>Estrategia de Marketing.</i>	45
4.2	Plan de ventas.	48

CAPÍTULO V PLAN DE ORGANIZACIÓN.....	49
5.1 Organización de la empresa.....	50
5.1.1 <i>Nombre de la empresa.</i>	50
5.1.2 <i>Descripción de la empresa.</i>	50
5.1.3 <i>Misión y visión de la empresa.</i>	51
5.1.4 <i>Objetivos de la empresa.</i>	51
5.1.5 <i>Valores corporativos.</i>	52
5.1.6 <i>Estructura orgánica.</i>	53
5.1.7 <i>Requerimiento de personal.</i>	55
5.1.8 <i>Perfiles y funciones del personal</i>	56
5.1.9 <i>Inducción a puestos.</i>	65
5.1.10 <i>Flujo de la comunicación de la empresa.</i>	67
5.1.11 <i>Análisis FODA.</i>	68
5.2 Aspectos legales.	68
5.2.1 <i>Estatuto de constitución de la empresa.</i>	68
5.2.2 <i>Minuta: contrato compañía limitada.</i>	71
5.2.3 <i>Trámites de implantación Superintendencia de Compañías.</i>	73
5.2.4 <i>Trámites fiscales (SRI) Servicio de Rentas Internas.</i>	74
5.2.5 <i>Trámites laborales (Afiliación al Seguro Social).</i>	75
CAPÍTULO VI ANÁLISIS ECONÓMICO - FINANCIERO	777
6.1 Inversiones: costo de operación e ingresos.....	788
6.1.1 <i>Inversiones.</i>	788
6.1.1.1 <i>Activos fijos.</i>	78
6.1.1.2 <i>Activos diferidos.</i>	80
6.1.1.3 <i>Depreciaciones y amortizaciones</i>	81
6.1.2 <i>Capital de trabajo.</i>	82
6.1.3 <i>Fuentes de financiamiento.</i>	84
6.1.4 <i>Ingresos y gastos.</i>	86
6.1.4.1 <i>Ingresos</i>	92
6.1.5 <i>Capital social.</i>	94
6.1.6 <i>Estados financieros.</i>	95
6.1.7 <i>Puntos de equilibrio.</i>	96
6.2 Estudio financiero y económico.....	99
6.2.1 <i>Flujo de caja.</i>	99

6.2.2	<i>Indicadores financieros</i>	102
	CONCLUSIONES.....	106
	RECOMENDACIONES.....	107
	BIBLIOGRAFÍA.....	108
	NETGRAFÍA.....	110
	ANEXOS.....	112

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1: Características de la zona de planificación 4 según el MPEC	144
Tabla N° 2: Población mujeres.....	20
Tabla N° 3: Población femenina mayor a 15 años	20
Tabla N° 4: Aproximación a la demanda según tipo de prenda utilizada	25
Tabla N° 5: Aproximación a la demanda según el tipo de material que prefieren las consumidoras para confección	266
Tabla N° 6: Aproximación a la demanda según el tipo de tela preferido para la confección de pijamas	277
Tabla N° 7: Promedio de consumo anual de pijamas en el segmento femenino de 15 a 64 años en Santo Domingo de los Tsáchilas	288
Tabla N° 8: Total demanda en número de pijamas	288
Tabla N° 9: Perfil de los competidores en la confección de lencería para mujeres en el mercado de Santo Domingo de los Tsáchilas	299
Tabla N° 10: Competidores Directos (Productos).....	30
Tabla N° 11: Demanda insatisfecha.....	31
Tabla N° 12: Proyección de la demanda en número de prendas (pijamas)	322
Tabla N° 13: Superficie de muebles y enseres producción	399
Tabla N° 14: Superficie de maquinaria y equipo	399
Tabla N° 15: Superficie de producción.....	40
Tabla N° 16: Superficie de muebles y enseres administración y comercialización	40
Tabla N° 17: Superficie total de la planta	41
Tabla N° 18: Competidores Directos (Precios).....	46
Tabla N° 19: Proyección de la demanda en número de prendas (pijamas)	48
Tabla N° 20: Recurso humano requerido para el proceso de producción	555
Tabla N° 21: Matriz FODA	688
Tabla N° 22: Adecuaciones	799
Tabla N° 23: Muebles y enseres	799
Tabla N° 24: Equipo de oficina.....	799
Tabla N° 25: Equipo de computación.....	80
Tabla N° 26: Maquinaria y equipo.....	80
Tabla N° 27: Activos fijos	80
Tabla N° 28: Activos diferidos	81
Tabla N° 29: Depreciaciones	81
Tabla N° 30: Amortizaciones.....	82

Tabla N° 31: Costos y gastos.....	83
Tabla N° 32: Capital de trabajo	83
Tabla N° 33: Resumen de inversiones	84
Tabla N° 34: Fuentes de financiamiento	84
Tabla N° 35: Condiciones del crédito	85
Tabla N° 36: Tabla de amortización del crédito.....	85
Tabla N° 37: Rol de pagos mano de obra	866
Tabla N° 38: Materias primas.....	877
Tabla N° 39: Materiales Directos	877
Tabla N° 40: Rol de pagos mano de obra indirecta	888
Tabla N° 41: Servicios básicos de producción	888
Tabla N° 42: Arriendos.....	899
Tabla N° 43: Rol de pagos administración	89
Tabla N° 44: Mantenimiento de equipos	90
Tabla N° 45: Materiales y útiles de oficina	90
Tabla N° 46: Servicios básicos administración.....	90
Tabla N° 47: Servicios profesionales	91
Tabla N° 48: Rol de pagos ventas.....	91
Tabla N° 49: Material publicitario	91
Tabla N° 50: Publicidad	92
Tabla N° 51: Gastos financieros	92
Tabla N° 52: Resumen de costos	93
Tabla N° 53: Cantidades de producción.....	93
Tabla N° 54: Costo total de ventas	94
Tabla N° 55: Precio de venta	94
Tabla N° 56: Total anual de ingresos	94
Tabla N° 57: Capital social.....	95
Tabla N° 58: Balance de situación inicial	95
Tabla N° 59: Estado de pérdidas y ganancias	966
Tabla N° 60: Costos fijos	977
Tabla N° 61: Costos variables.....	988
Tabla N° 62: Estado de pérdidas y ganancias con financiamiento	100
Tabla N° 63: Flujo de caja.....	101
Tabla N° 64: Flujos de fondos actualizados	103
Tabla N° 65: Tasa Interna de Retorno	104
Tabla N° 66: Periodo de recuperación de la inversión.....	104

Tabla N° 67: Resumen de indicadores.....	105
--	-----

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfica N° 1: Producción del Sector Textil en el Ecuador al año 2010.....	133
Gráfica N° 2: Localización.....	344
Gráfica N° 3 Proceso de producción.....	36
Gráfica N° 4: Distribución de planta	41
Gráfica N° 5: Proceso de comercialización minoristas y tiendas	42
Gráfica N° 6: Proceso de comercialización clientes directos	433
Gráfica N° 7: Canales de distribución para los pijamas.....	477
Gráfica N° 8: Nombre la empresa	50
Gráfica N° 9: Organigrama estructural	54
Gráfica N° 10: Organigrama posicional.....	666
Gráfica N° 11: Punto de equilibrio	99

ÍNDICE DE FOTOS

Fotografía N° 1: Diseños a confeccionarse según el segmento de mercado identificado (Diseño con estampado).....	35
Fotografía N° 2: Diseño a confeccionarse según el segmento de mercado identificado (Diseño sin estampado).....	355

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO N° 1: Modelo de encuesta	11212
ANEXO N° 2: Análisis de resultados de la encuesta	11414
ANEXO N° 3: Microlocalización	12525
ANEXO N° 4: Equipos	1299

RESUMEN

La presente investigación se concentra en el desarrollo de un plan de negocios para la creación de una pequeña industria de lencería (sector pijamas) en Santo Domingo de los Tsáchilas, en razón de que las tendencias de consumo por parte del sector femenino que conforma el conglomerado de la provincia son ascendentes.

El mercado objetivo en Santo Domingo de los Tsáchilas fue determinado en un segmento que consideró a mujeres que comprendían edades de 15 años en adelante, estableciendo así una demanda insatisfecha positiva, lo que considera que es factible en primera instancia la creación de la empresa.

La ingeniería del proyecto por otra parte ha conseguido establecer cada uno de los parámetros necesarios para la implantación del plan de negocios; bajo los parámetros de logística y de la investigación se vuelca al cálculo financiero para determinar la factibilidad económica de la aplicación del plan de negocios; con los cuales se ha llegado a la conclusión de que la implementación de una pequeña industria de lencería en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas es factible.

PALABRAS CLAVE: Plan, negocios, industria, lencería, pijamas.

ABSTRACT

This research focuses on developing a business plan for the creation of a small lingerie industry (industry pajamas) in Santo Domingo de los Tsáchilas, given that consumer trends by the female sector forming the conglomerate of the province are up.

The target market in Santo Domingo de los Tsáchilas was determined in a segment that included women considered ages 15 and older, thus establishing a positive unmet demand, which considers it possible in the first instance the creation of the company.

The project engineering on the other hand has managed to establish each of the parameters needed for the implementation of the business plan, set parameters and research logistics turns to financial calculation to determine the economic feasibility of the implementation of the business plan, with which it has concluded that the implementation of a small lingerie industry in the province of Santo Domingo de los Tsáchilas feasible.

KEYWORDS: Plan, business, industry, lingerie, pijamas.

INTRODUCCIÓN

La investigación se concentra en definir la potencialidad de desarrollar el negocio de confección de pijamas, para su posterior comercialización en el mercado de Santo Domingo de los Tsáchilas, determinando el mercado objetivo, los aspectos técnicos para la producción, la estructura organizacional del negocio y la valoración económica financiera. La estructura capitular se expone en resumen a continuación.

El capítulo I, contiene el análisis de la historia de la lencería remontándose al inicio del uso de este tipo de prendas, así como el tipo y desarrollo en el tiempo de las mismas; a continuación se contempla el análisis de la industria de la confección a nivel nacional y local y la evolución del comercio de esta industria.

El capítulo II, se establece los aspectos relacionados con el mercado, la cuantificación y proyección tanto de la oferta y demanda de lencería, así como también la identificación de la demanda insatisfecha y el porcentaje de cobertura que la pequeña industria buscará captar en el mercado de Santo Domingo.

En función de dichos aspectos se diseña, para el tercer capítulo el plan de producción, que define los aspectos técnicos relacionados con el tamaño, localización y procesos de manufactura a implementarse al momento de confeccionar las prendas, con miras a satisfacer al segmento femenino de la ciudad.

Identificados las características del mercado y los esquemas para la fabricación de las prendas, se establecen las estrategias más idóneas para su comercialización, para ello el plan de marketing propone en el capítulo IV estrategias de crecimiento, desarrollo y posicionamiento para la marca, cada una asociada a los objetivos organizacionales.

El capítulo V expone la estructura organizativa de la pequeña industria, definiendo su departamentalización, requerimientos de talento humano, requisitos legales y constitución.

El siguiente capítulo presenta la estructura de las inversiones, las cuales contemplan la determinación de las mismas en activos fijos, diferidos y capital de trabajo; posteriormente se registran los costos y gastos en los que incurrirá la empresa durante el proceso de producción, los cuales a su vez permiten el establecimiento del precio y los ingresos que la empresa espera obtener por la elaboración de las pijamas. Finalmente, se establecen los

estados financieros, los indicadores de rentabilidad, conclusiones y recomendaciones con los que se consolida la propuesta de la creación de la pequeña industria de lencería.

La presente investigación aporta significativamente al desarrollo del comercio en el sector por medio de la creación de nuevos puestos de trabajo, además de coadyuvar relativamente a la producción nacional de prendas de vestir; cabe añadir que también es de vital importancia para la Universidad como instrumento de guía para nuevos proyectos en materia textil.

La solución al problema planteado deviene de la aplicación de los modelos básicos de factibilidad de proyectos de inversión, donde la aplicabilidad de los mismos conlleva a determinar si la creación de una empresa es económicamente rentable o no.

La metodología que se utilizó comprende el análisis de datos estadísticos, bibliográficos y por sobre todo los obtenidos del propio mercado de estudio, esto sustentado en los modelos preestablecidos en obras de reconocidos autores para el desarrollo de un modelo económico sustentable.

CAPÍTULO I
ASPECTOS GENERALES

1.1 Conceptos generales.

El diccionario de la Real Academia Española exhibe varias definiciones para la lencería, pero la que más se atañe a este estudio es la que la define como “Ropa interior femenina” (Real Academia Española, 2001)

La palabra lencería aparte de relacionarla directamente con la ropa interior femenina, crea un fuerte lazo con lo referente a la seducción y a la intimidad de la mujer, creando una percepción sensual y sexual; pero además hoy en día ayuda a la mujer a sentirse bien con su cuerpo a quererlo y aceptarlo, afirmando un sentido de confianza sobre sí misma. (Barbier & Boucher, 2011, pág. 5)

1.1.1 Historia de la lencería.

La historia de la lencería se cree que inicia en la antigua Baja Mesopotamia donde surgió un tipo de prenda íntima parecida a una trusa (tipo de calzones que se sujetan a medio muslo), estos fueron asociados con la forma de vestir de las diosas a quienes siempre se las relaciona con la fertilidad. A diferencia de la zona egipcia donde se usaban trajes transparentes que se puede considerar como las primeras enaguas o ropa interior minúscula tal como lo indican las gráficas. (Avellaneda, 2007, págs. 21, 22)

Remontándose a Creta hacia el 1800 A.C. al igual que en otras culturas la diosa asociada a la fertilidad ocupaba un lugar destacado, las estatuillas que la representan muestran dos serpientes y un busto descubierto con lo que se considera fue el primer corsé de la historia. (Avellaneda, 2007, pág. 23)

Avanzando en el tiempo en la Antigua Grecia las mujeres generalmente no usaban ropa interior, solo utilizaban bandas llamadas *apodermas*, las cuales se utilizaban para sujetar el busto en caso de que su volumen no le permitiera caminar; el traje que las mujeres utilizaban para cubrirse se lo llamaba *chitón*, abierto por uno de sus lados dejaba ver los muslos y era largo hasta los tobillos, este era sujetado por alfileres o hebillas decorados llamados *fíbulas*; el traje al igual que en otras culturas tiene su descendencia en los vestidos de las diosas del olimpo las cuales según cuenta la historia relatada Herodoto Afrodita la diosa del amor se desnudó para obtener el tributo a la diosa más bella, para lo cual solo dejó caer su *chitón* que la cubría y ganó el trofeo en completa desnudez. (Avellaneda, 2007, págs. 32 - 34)

Para la época romana que data hasta los primeros siglos del cristianismo toma como base la indumentaria utilizada por los griegos en donde hombres y mujeres vestían casi al igual, con largas túnicas, donde lo que diferenciaba eran los adornos que utilizaba cada uno de ellos.

Debajo de la toga las mujeres romanas utilizaban unas bandas de tela llamadas *Lisimiuno* taparrabo y otros a modo de sostén del busto llamado *strophium o mamillare* generalmente eran de lino. (Díaz, 2010, pág. 9)

Para la edad media la restricción del cristianismo sobre la exhibición del cuerpo, hizo que las mujeres utilizaran *camisones de santidad* que tenían agujeros a las orillas para tener relaciones sexuales con más comodidad; durante este mismo periodo se comenzó el uso del cinturón de castidad, como herramienta para combatir el adulterio entre la mujer, se utilizaba debajo del camisón sin ningún tipo de protección provocando laceraciones, infecciones e incluso la muerte, hoy la prenda todavía se utiliza como elemento erótico. (Díaz, 2010, págs. 10, 12)

Durante los siglos XV y XVI se seguía utilizando los camisones y el corsé para el talle de los vestidos de la época que cubrían todo el cuerpo y solo dejaban a la vista los encajes de los camisones sobre el cuello y las manos; además durante esta temporada la iglesia condenaba a las mujeres que utilizaban pantalones como ropa interior, donde no tardó en transformarse en confecciones de seda con adornos de hilo y plata; su utilización al momento no era de higiene o íntimo sino más bien era para mostrarlo y pasa a ser un elemento erótico y de poder.

Durante los siguientes siglos se siguieron utilizando los camisones y solo algunas mujeres utilizaban los calzones, la moda paso por sobre todo hacia la forma de vestir y la exuberancia de los adornos que cada una de ellas utilizaba.

El siglo XIX es considerada la época de oro de la lencería, la revolución industrial redujo el costo de los precios de las prendas, el uso de crinolinas y enaguas aumentaban el volumen de las faldas y debajo de ellas llevaban puestos unos calzones bombachos. Para el siglo XX la utilización del corsé durante los primeros años moldeaba la figura de la mujer en forma de "S"; para los años 20 la moda cambia y la ropa interior se redujo a pantalones cortos, sujetadores de ligas y corpiños que aplanaban el pecho, el calzón era un short ajustado con encajes y bordados. (Díaz, 2010, págs. 16 - 24)

En los años 30 y 40 la práctica de deporte entre las mujeres hace aparecer el primer brassier a partir de dos pañuelos en triángulo con cintas. Para los 50 Christian Dior impuso una nueva imagen donde el brassier tenía forma de misiles rellenos y acolchados; los calzones junto con las enaguas tenían voladitos en brodiere y ostentosos encajes que realizaban el satén, la muselina o las sedas. (Díaz, 2010, pág. 26)

Los años sesenta la liberalidad e igualdad hicieron que desaparezcán los corpiños creando una nueva etapa para la ropa interior con calzones y braseares transparentes; se crearon los panties generalmente muy coloridos y se ceñían hasta la cintura. Los noventa presentaron la tendencia unisex, donde aparece la tanga rompiendo los tabúes ante la intimidad. (Díaz, 2010, págs. 26 - 33)

1.1.2 La lencería en la actualidad.

En la actualidad la lencería está relacionada directamente con la intimidad de la mujer, actualmente contribuye a brindar satisfacción y mejorar la autoestima de quienes la usan, pudiendo mejorar la silueta y crear una sensación de confianza.(Carl, 2011, pág. 5)

Este tipo de ropa por lo general posee tres objetivos fundamentales, los cuales son:

- Proporcionar a la mujer una comodidad extra en cuanto a sus partes íntimas.
- Ser objeto de atención, ya que la lencería por lo general tiene cargas glamorosas, eróticas y coquetas sin comentar las sexuales.
- Convertirse en elemento para procurar el aseo corporal. Algunas de las más conocidas prendas de lencería son:
 - Sostén o sujetador.
 - Calzón.
 - Medias.
 - Enaguas
 - Body.

1.2 Tipos de lencería.

“Una mujer jamás descuida los detalles, mucho menos si se trata de la ropa íntima. Estas prendas suelen reflejar la personalidad, el estado de ánimo e incluso las intenciones, por eso hay líneas para todos los gustos”. (Rodríguez Fleitas, 2013)

- **Lencería deportiva y cómoda:** Prendas suaves de algodón, tan cómodas que ni se sienten. Son las preferidas para el día a día, y predominan en telas unicolores o con estampados discretos. Requieren menos cuidados durante el lavado, en comparación con otros materiales.

En cuanto a los cortes, los sujetadores suelen ser funcionales y de tamaño medio. Los preferidos son aquellos con tiras intercambiables, pues permiten cruzarlas o quitarlas para vestir prendas strapless.

- **Lencería underground:** Estas líneas con cortes asimétricos, modelos poco convencionales y estampados de motivos llamativos y temáticos son perfectos para quien quiere reafirmar su personalidad hasta en los últimos detalles.

Los temas preferidos son videojuegos (el preferido es Pacman), sudoku, bandas musicales, tendencias retro, entre otros.

- **Lencería sensual:** Nadie escapa de querer desbordar sensualidad con un provocativo conjunto íntimo. Materiales como encajes, seda y lazos dan forma a cortes reveladores que buscan favorecer la silueta femenina.

Los cortes van desde el clásico babydoll, pasando por hilos, prendas transparentes, corsets, encajes y ligeros. Las opciones son tantas como la creatividad lo permita.

- **Lencería casera sugestiva:** Es una combinación entre la moda deportiva y la sensual, diseñada para quienes desean lucir “poco arregladas”, estar cómodas y resaltar lo mejor de su figura.

Destacan en esta tendencia sujetadores de algodón con bordados externos, semihilos también con bordados y detalles en pedrería, entre otros. (Rodríguez Fleitas, 2013)

1.2.1 La ropa íntima y el cuidado de la piel.

La ropa íntima siempre se encuentra en contacto directo con la piel en zonas delicadas por lo que puede ser causante de irritaciones y hasta infecciones derivadas de los materiales que componen dichas prendas; por ello se hace necesario conocer todos los aspectos que se deben tomar en cuenta el momento de diseñar una prenda íntima.

¿Cómo puede afectar el tipo de ropa íntima que se utiliza?

- Puede favorecer a que aparezcan infecciones genitales, al reducir la ventilación y fomentar la humedad y el calor local.
- Puede producir lesiones alérgicas por efecto de colorantes y otros componentes presentes.
- Puede producir irritación local por el uso de ropa apretada o ropa interior que no proteja los genitales.
- Puede producir dolor muscular o lesiones en la superficie de la piel cuando se usa, por ejemplo, el sostén muy apretado, o ropa interior muy ajustadas que nos limitan el movimiento.
- Ligero aumento del riesgo de desarrollar un cáncer relacionado al uso de ropa íntima de materiales derivados de PVC y expuesta a ciertas condiciones.
- Puede reducir la capacidad reproductiva del hombre relacionada con el uso de ropa interior muy ajustada lo que ocasiona que los testículos reciban más calor corporal. (Paradas Caba, 2009)

¿Qué se debe tomar en cuenta a la hora de comprar ropa interior adecuada?

- Use ropa interior de algodón. Los materiales sintéticos con bajo contenido de algodón reducen la “ventilación” de los genitales.
- Evite utilizar ropa interior hecha con Cloruro de Vinilo (PVC), este material es el tercero más utilizado para la fabricación de ropa interior y puede desprender los aditivos conocidos como plastificantes, que son sustancias tóxicas para la salud de las personas y altamente cancerígenos (que puede producir cáncer).
- Evite utilizar un tamaño de ropa interior que no alcance a proteger toda el área genital ya que quedaría expuesta al contacto con su ropa exterior.
- Evite usar ropa interior hecha con poliéster ya que es un derivado de petróleo, por lo que no es biodegradable.

- Las prendas de color aumentan el riesgo de lesiones alérgicas en los genitales, por los colorantes. (Paradas Caba, 2009)

1.2.2 El pijama.

1.2.2.1 Significado de pijama.

- **Pijama s. m.** “Prenda de ropa ligera y cómoda, formada por dos piezas, que se usa para dormir”. (Real Academia Española, 2001)
- **Pijama m.** “Traje de dormir compuesto de pantalón y blusa de tela ligera”. (Real Academia Española, 2001)

1.2.3 El pijama en la actualidad.

Todas las adaptaciones que ha sufrido la prenda con el pasar de los años tal como se describe anteriormente ha formado parte de la cultura y de las condiciones en la que las personas sientan mayor comodidad a la hora de dormir, pero la pijama no solo es de uso exclusivo de la hora de dormir, sus modificaciones la han concebido como una ropa de casa por la comodidad que presta y también ha sido utilizada como una prenda de lencería femenina.

1.2.4 Clases de pijamas y complementarios.

1.2.4.1 Clases de pijamas.

Existe una gran variedad en lo referente al tipo de pijamas, así las masculinas básicamente se componen de un pantalón corto o largo y una camisa de igual manera de manga corta o larga; pero en materia de variedad de ropa de dormir femenina la elección se vuelve difícil al momento de encontrar una gran variedad de modelos adaptada a las necesidades de las mujeres, dentro de las más importantes se puede mencionar:

- **Camisón:** es un pijama de una sola pieza semejante a un vestido, ideal para épocas de calor, además brindan libertad en los movimientos.

- Babydoll: semejante a los camisones esta prenda busca resaltar la femineidad de la mujer, es de talle corto y transparente y adornado de encajes. Generalmente su uso es para ocasiones románticas.
- Pantalón y camisa: de tipo corto o largo son de tipo unisex y de la forma clásica del pijama, útil en cualquier temporada por la comodidad que brindan.
- Mamelucos: a pesar de ser una prenda de corte exclusivo para niños también existen para adultos; cubren todo el cuerpo de hombros a pies y se usa generalmente en climas de frío extremo.

1.3 La industria de la lencería en el Ecuador y en la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas

Dentro de las principales definiciones de industria se puede anotar la descrita por Max Weber quien dice: “En un sentido técnico entendiéndose por industria a una actividad económica mediante la cual se transforman materias primas o semi-elaboradas en un producto elaborado que tiene más utilidad para la humanidad, incentivándose así la creación de riquezas”. (Silva Otero & Mata de Grossi, 2005, pág. 90)

Basado en este concepto se puede afirmar que la industria textil es una actividad económica en la cual se transforman las telas en prendas de vestir con el fin de creación de puestos de trabajo y generar un beneficio económico para su propietario. Las actividades del sector manufacturero en la provincia reflejan el 8% de la PEA, donde en mayor medida las actividades radican en la producción de alimentos y bebidas, seguida por los textiles, muebles y otros productos de madera. (Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad, 2011)

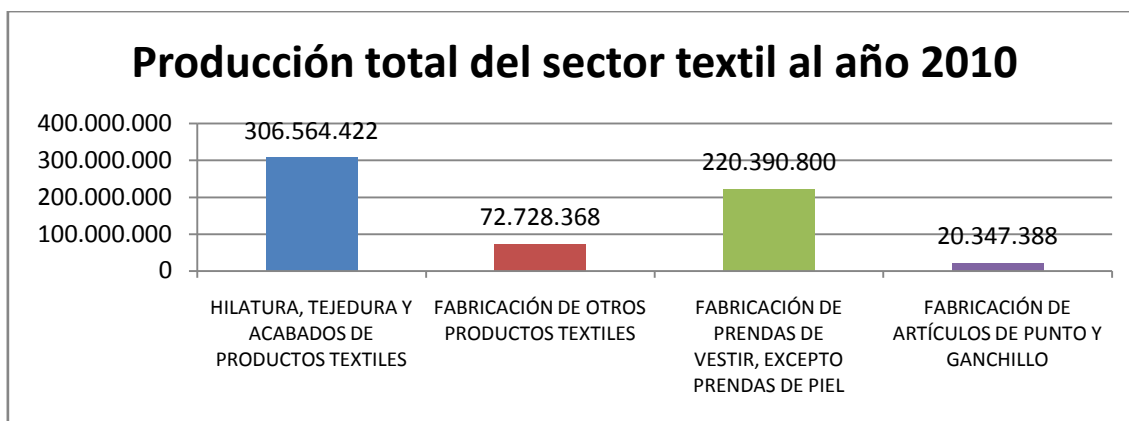
Con esta afirmación se puede concluir que el sector textil en la provincia tiene una gran trayectoria por delante; es una industria capaz de generar varios empleos.

1.3.1 Composición del sector textil a nivel nacional.

La evolución del sector textil según las estadísticas recogidas del Ministerio de Industrias y Productividad desde el año 2007 al 2010 incluye los siguientes sub sectores:

- Preparación e hilatura de fibras textiles, tejeduría de productos textiles.
- Fabricación de artículos confeccionados con materias textiles, excepto prendas de vestir.
- Fabricación de tapices y alfombras para pisos.
- Fabricación de cuerdas, cordeles, bramantes y redes.
- Fabricación de otros productos textiles.
- Fabricación de tejidos y artículos de punto y ganchillo.
- Fabricación de prendas de vestir, excepto prendas de piel.
- Adobo y teñido de pieles; fabricación de artículos de piel.
- Fabricación de maletas, bolsos de mano y artículos similares y artículos de talabartería y guarnicionería.

Gráfica N° 1: Producción del Sector Textil en el Ecuador al año 2010



Fuente: (Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad, 2012)
Elaborado por: Alexandra Catota

De la información obtenida en el portal de estadísticas de producción se puede determinar que la producción de hilatura y fibra textiles apenas cubre algo más del 25% de la producción de prendas de vestir, sin contar con el resto de industrias que utilizan esta producción como materia prima, por lo que se hace necesario la importación de materia prima para la elaboración de productos terminados.(Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad, 2012)

La fabricación de prendas de vestir muestra una tendencia a la disminución en los años 2009 y 2010, siendo su mejor año el 2008.(Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad, 2012)

1.3.2 Industria textil a nivel local.

La potencialidad productiva de Santo Domingo de los Tsáchilas está definida en la Agenda Territorial 2011, que ubica a la provincia dentro de la zona de planificación 4, cuenta con 3.870 km² constituyendo el 17% de la zona y el 1,5% a nivel nacional. (Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad, 2011, pág. 20)

Las características de la zona son las siguientes:

Tabla N° 1: Características de la zona de planificación 4 según el MPEC

Variable	Dato	% Región	% Nacional
Extensión (Km2)	3870	17%	1,50%
Población (Personas)	365965	21,40%	2,60%
PEA 2001 (Personas)	101.423	29,60%	2,20%
Establecimientos económicos (#)	16728	32,40%	3,10%
PNB (Miles USD 2007)	789181	30,90%	2,10%

Fuente: (Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad, 2011)
Elaborado por: Alexandra Catota

La distribución de la PEA por actividad económica en la provincia de Santo domingo de los Tsáchilas es la siguiente: el 27.30% de la PEA muestran a la agricultura, silvicultura, caza y pesca como la de mayor importancia para la provincia. La actividad que le sigue es el comercio que representa el 21.3% de la PEA

También tiene gran importancia la actividades de servicios (14.2%), y manufactura (7.9%), las actividades no bien especificadas alcanza el 16.6%, mientras que Las ramas de las construcciones representan el 6.7% y transporte 5.5% de la PEA. Los establecimientos financieros representan apenas el 0.4%

Desde ésta perspectiva se analiza que Santo Domingo es un sector agropecuario económicamente, seguido por el comercio y los servicios. La industria textil no ha evolucionado de manera intensa, se observa en gran mayoría que la confección es artesanal, se dedican a la confección de ropa a la medida, ropa deportiva, ropa de dormir, decoraciones de habitaciones, entre otros trabajos manuales que de una u otra forma es una parte importante de la economía del sector y de las personas que generan sus ingresos provenientes de estos trabajos.

En ese sentido se puede afirmar que Santo Domingo es una ciudad en crecimiento de población, del mismo sector, de otras provincias que vienen en busca de empleo, y asimismo de otros países como Colombia, Perú que han escogido a esta Ciudad por muchas de sus cualidades, y la ubicación que tiene denominada puerto terrestre del Ecuador.

Actualmente es una provincia con grandes proyecciones económicas, resultado de la tan aclamada provincialización, la cual despertó nuevos intereses sobre inversión y desarrollo económico. Principalmente en los sectores de: procesamiento de alimentos como cacao, plátano, lácteos y turismo.

1.4 El comercio de lencería en el Ecuador y en la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas.

Los ingresos del sector textil no se deben solo a las actividades productivas sino también a las actividades relacionadas al comercio. De acuerdo a los resultados de la Encuesta Anual de Comercio Interno de 2007, la comercialización de productos textiles y prendas de vestir representa el 2,3% de la producción total de las actividades comerciales. De las ventas generadas por el sector textil, la comercialización al por menor de artículos textiles y prendas de vestir es la de mayor participación (82%). (Carrillo, 2010, pág. 5)

Con esto concluimos que del total de las ventas del sector textil, en su mayoría está representado por las prendas de vestir, ya sean elaboradas dentro del país o importadas. Este panorama se refleja para todo el país, incluyendo a Santo Domingo de los Tsáchilas.

En el año 2010 el gobierno Ecuatoriano implemento salvaguardias comerciales, con la finalidad de proteger el sector textil.

A partir de ese año la industria cuenta con una medida de protección permanente, el arancel mixto que consiste en el pago de 5,5 dólares por kilo neto importado y un advalorem del 10% (Prendas de vestir y lencería de Hogar). (Decreto N° 372, 2010)

Después de esta medida, las importaciones se detuvieron en ese año, para los años posteriores se han ido incrementando las importaciones.

Según la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador (AITE), datos del Senae 2013 confirman que, solo de julio a septiembre 2013, fecha considerada como de mayor importación, ingresaron \$62,5 millones en ropa. Eso, frente a \$ 52,2 millones comprados en 2012 y \$39,6 millones, en 2011, esto a nivel Nacional.

1.5 Base legal.

1.5.1 Ley de Fomento de la Pequeña Industria.

La ley de fomento de la pequeña industria art. 5 considera pequeña industria a la que, con predominio de la operación de la maquinaria sobre el manual, se dedique a actividades de transformación de materia prima o de productos semielaborados, en artículos finales o intermedios, siempre que su activo fijo excluyéndose terrenos y edificaciones, no sea mayor a TRESCIENTOS CINCUENTA MIL 00/100 DÓLARES (USD \$ 350.000,00).

La calificación como pequeña industria se realizó con la finalidad de permitir el control por parte de los organismos correspondientes hacia las empresas consideradas dentro de este ámbito. Además la calificación permitirá a los pequeños industriales acceder a créditos otorgados por el Banco Nacional de Fomento u otra organización que maneje créditos para el sector.

1.5.2 Proceso de calificación.

El proceso de calificación para la obtención del certificado de pequeña industria consta de los siguientes pasos y requisitos:

1. Solicitud dirigida al Director de Competitividad de Pequeña y Mediana Empresa; se deberá adjuntar los siguientes documentos.

- a. Formulario de la Dirección de Competitividad de Pequeña y mediana Empresa del MICIP.
- b. Copia de la escritura de constitución y estatutos.
- c. Balance general, declaración de impuestos, facturas de las compras de maquinaria para valoración de activos.
- d. Copia del carné de afiliación a la Cámara de la Pequeña Industria de su jurisdicción.
- e. Copia de cédula, papeleta de votación y RUC del representante legal.
- f. Pago de derechos en tesorería del MICIP.

La recalificación se deberá realizar anualmente bajo el mismo procedimiento.

CAPÍTULO II
ESTUDIO DE MERCADO

2.1 Investigación de mercado

La definición de investigación de mercados se expresa como la “identificación, recopilación, análisis, difusión y uso sistemático y objetivo de la información, con el propósito de ayudar a la administración a tomar decisiones relacionadas con la identificación y solución de problemas (y oportunidades) de marketing”(Malhotra, 2008). Para el mismo autor el proceso de investigación de mercados consta de 6 pasos los cuales se recopilan a continuación:

1. Definición del problema
2. Desarrollo del enfoque del problema
3. Formulación del diseño de investigación
4. Trabajo de campo o recopilación de datos
5. Preparación y análisis de datos
6. Elaboración y presentación del informe.(Malhotra, 2008)

La aplicación del proceso de investigación de mercados en el diseño del plan de negocios, está enfocado a determinar cuáles son los principales factores que intervienen en el mercado de la elaboración de lencería en el sector de Santo Domingo de los Tsáchilas.

2.1.1 Objetivos de la investigación

- **Objetivo general**

Analizar y determinar si existe mercado potencial para la creación de una empresa de elaboración de lencería (segmento pijamas) en Santo domingo de los Tsáchilas.

- **Objetivos específicos**

- Definir la demanda existente en el sector.
- Determinar la oferta de mercado.
- Determinar el perfil del consumidor.
- Establecer los competidores del sector.
- Analizar las estrategias de comercialización y ventas.

2.1.2 Métodos de investigación.

La investigación que se realizará será de tipo cuantitativa, por medio de encuestas en cuya exploración se determinará las variables cuantitativas que intervienen en el desarrollo de la industria de la confección de ropa de dormir, y además permitirá la recolección de datos que permitan determinar las características de la demanda de lencería en la ciudad de Santo Domingo.

2.1.2.1 Método cuantitativo

- **Población**

La población establecida para el estudio está determinada por el número de mujeres del sector urbano y rural de la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas, que según proyecciones del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) estimó una población para el 2014 de 206.738 mujeres, representando el 50,30% de la población total proyectada.

Tabla N° 2: Población mujeres

Población	N° de habitantes	Mujeres	Porcentaje
Santo Domingo de los Tsáchilas	411.009	206.738	50,30%

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) 2010
Elaborado por: Alexandra Catota

La población final para el cálculo de la muestra comprende la población femenina de Santo Domingo de los Tsáchilas de 15 años hasta 64 años obteniendo los siguientes resultados:

Tabla N° 3: Población femenina mayor a 15 años

Población	N° Mujeres	% 15 años a 64 años	Total
Santo Domingo de los Tsáchilas	206.738	62%	128.177

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) 2010
Elaborado por: Alexandra Catota

La población para la investigación corresponde a 128.177 mujeres entre los 15 y 64 años, de ahí que se identifica como una población infinita superior a 100.000 casos.

- **Cálculo de la muestra**

Para el cálculo de la muestra se utilizará el método aleatorio simple para poblaciones infinitas conocidas, con un nivel de confianza del 95%, probabilidad de ocurrencia del 50% y un margen de error del 5%, valores que se consideran en la siguiente fórmula:

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

Donde:

N= Población

n = Muestra

pq = Varianza de la muestra

e² = Error máximo admitido

Z² = Nivel de confianza

Reemplazando se obtiene:

$$n = \frac{(1,96)^2 * 0,5 * 0,5}{(0,05)^2} = 384$$

El resultado obtenido muestra que se debe realizar la recolección de datos a 384 personas.

- **Técnica de recolección cuantitativa**

La técnica de recolección a utilizar para el desarrollo del proyecto es la encuesta, aplicada al azar en varios sectores de la ciudad, para lo cual se ha utilizado el cuestionario que se expone en el Anexo N° 1.

2.1.2.2 Principales hallazgos de la investigación.

A continuación se exponen los principales hallazgos identificados posteriores al tratamiento de la información obtenida con la encuesta, los resultados de las frecuencias y análisis de cada pregunta se muestran en el Anexo N° 2.

1. Se puede identificar como el rango más representativo en el segmento de consumidoras el que oscila entre los 15 y 39 años de edad que en total representa el 68,7% del mercado investigado, de ahí que la tendencia marque características particulares en cuanto al diseño, materiales y frecuencia de compra de los pijamas en Santo Domingo.
2. En cuanto a la ocupación del segmento femenino, se observa un gran nivel de independencia financiera entre las consumidoras puesto que el 67% afirman que tiene un empleo sea en instituciones públicas o privadas, lo que implica que poseen un ingreso personal que puede ser destinado a actividades de consumo de prendas de vestir sin dependencia de familiares.
3. En lo que se refiere al uso de pijamas, el 99,22% de las mujeres afirman que utilizan la prenda, en cuanto a los gustos y preferencias en modelos los diseños que incluyen short y camiseta son preferentes y en segundo lugar el de saco y pantalón. Esto demuestra que existe un mercado de consumidoras principalmente jóvenes dispuestas a demandar las prendas.
4. En cuanto a la materia prima, la de mayor preferencia es el algodón, el 74% de las consumidoras establecen que es idóneo fabricar las prendas con telas en base a este material, que por sus características se adapta a las condiciones climáticas del mercado. En un nivel inferior de preferencia se encuentran materias primas como la seda y la licra; que se irán introduciendo al proceso de confección de los pijamas en años posteriores como forma de diversificación.
5. El diseño es un factor decisor, en su mayoría las consumidoras de Santo Domingo prefieren prendas llanas o con estampados a través de serigrafía y transfer representando el 70% de las respuestas.
6. El segmento femenino de Santo Domingo tiene un amplio consumo de prendas de vestir, según los datos de la investigación, el 56,58% de las encuestas afirman que su frecuencia de compra es mensual y trimestral considerándose como usuarias intensivas; el 43,42% restante realiza entre una y dos compras por año de pijamas, contrastando estos resultados se identifican condiciones idóneas para la creación de una microempresa textil.

7. El momento de adquirir pijamas los principales factores que se priorizan en la compra son el precio de forma importante, la calidad fue catalogada como muy importante, la marca se calificó como importante, los materiales de elaboración se acentúa como importantes, el lugar de compra se mantiene neutro al igual que las tendencias de la moda.
8. La mayoría de mujeres en Santo Domingo adquiere sus pijamas en tiendas especializadas ubicadas dentro o fuera de los centros comerciales, lo cual representa el 53% del mercado total, esta condición denota que los esfuerzos de introducción de los productos deben consolidarse en la relación con cadenas de ropa o boutiques a lo largo de la ciudad como intermediarios entre la microempresa y las consumidoras.
9. La preferencia en cuanto a precio se concentra en prendas que pueden ir desde los 20 a 40 dólares concentrando el 87,11% de la intención de compra de las encuestadas.
10. La preferencia de colores presenta un alta gama de variables entre las más representativas están los colores negro, azul, rojo y beige.

2.1.3 Demanda.

La demanda se identifica como la cantidad de bienes o servicios que el mercado necesita para lograr su satisfacción a un precio determinado (Baca, 2002).

Para la cuantificación de la demanda se han realizado una serie de aproximaciones estadísticas, que permiten identificar el mercado objetivo que la empresa desea cubrir en el futuro. El método utilizado parte de la población para el estudio y los resultados estadísticos obtenidos en la investigación, correlacionándolos de acuerdo al perfil de clientas que persigue atender el negocio. Las aproximaciones se han realizado en función de las siguientes preguntas:

- a. **Pregunta 3 - ¿Qué modelo de pijama utiliza?:** identificando el segmento de consumidoras que usan la prenda y su preferencia en cuanto a confección se refiere. Como se explica en los hallazgos de investigación corresponden al 99,22% de mujeres en la ciudad.

- b. **Pregunta 4 - ¿Qué tipo de tela prefiere?:** que permite identificar el segmento de mayor tamaño correspondiente a prendas confeccionadas en algodón con el 74% de participación.
- c. **Pregunta 5 - ¿Qué tipo de diseños prefiere?:** identificando la preferencia de materiales a utilizar y en especial la facilidad de crear modelos que sean actuales y tengan estampados de moda; la preferencia es mayor respecto de telas llanas y de estampados a través de serigrafía o transfer con el 70%, dejando de lado a las telas de diseños de fabrica.

A partir del perfil expuesto, a continuación se muestran los cálculos de aproximación a la demanda de la empresa.

- **Demanda referencial**

La primera aproximación a la demanda actual de pijamas en el segmento femenino en la ciudad de Santo Domingo se realiza estableciendo la relación entre el universo de investigación y la intensidad de uso de la prenda según el tipo de confección.

El procedimiento para la identificación de la demanda se obtiene de los resultados porcentuales de las variables de la pregunta 3 que indican el uso de la prenda según diseño, siendo: pijama tipo vestido (16,71%), tipo pantalón y saco (35,77%); y, tipo short y camiseta (46,74%); en conjunto suman 99,22% del total como se mostró en el perfil. Un 0,78% de consumidoras queda fuera de la demanda esperada puesto que afirma que no usa este tipo de prenda. La aproximación se obtiene de la multiplicación de cada variable por el universo de investigación, estimando que el comportamiento de la muestra es el mismo de toda la población.

La tabla 4 expone los resultados de la primera aproximación.

Tabla N° 4: Aproximación a la demanda según tipo de prenda utilizada

Universo = 128.177 personas

Variable	%	Aproximación según el Universo
1a. Tipo vestidos	16,71%	21.418
1b. Tipo pantalón y saco	35,77%	45.849
1c. Tipo short y camiseta	46,74%	59.910
No usa	0,78%	1.000
TOTAL	100,00%	128.177

Fuente: Investigación de mercados, 2013
Elaborado por: Alexandra Catota

Los cálculos realizados son:

$$\text{Población de consumidoras Santo Domingo (U)} = 128.177 \text{ personas}$$

$$\text{Demanda referencia(U1)} = 1a * (U) + 1b * (U) + 1c * (U)$$

Siendo 1a=16,71%; 1b= 35,77% y 1c= 46,74%; Reemplazando

$$\text{Demanda referencial} = (16,71\% * 128.177) + (33,77\% * 128.177) + (46,74\% * 128.177)$$

$$\text{Demanda referencial (U1)} = 21.418 + 45.849 + 59.910$$

$$\text{Demanda referencia (U1)} = 127.177 \text{ personas}$$

El resultado de la primera aproximación muestra que existe una demanda de pijamas de 127.177 mujeres repartidas en preferencias de consumo de prendas tipo vestido, pantalón y saco; y, short y camiseta.

- **Demanda potencial**

A partir del resultado de la primera aproximación que identifica un total de 127.177 consumidoras que utilizan pijamas, se aplica un segundo cálculo que busca aproximar la demanda en función de la preferencia de material, para ello se ha utilizado los resultados de la pregunta 4 que identifican en un 73,95% la preferencia del algodón como materia prima y que representan el segmento más representativo en el mercado. En lo posterior la empresa irá ampliando su oferta de prendas con diferentes materiales, pero para el proceso de introducción se concentrará en el segmento de mayor número de compradoras.

La tabla 5 muestra la segunda aproximación a la demanda:

Tabla N°5: Aproximación a la demanda según el tipo de material que prefieren las consumidoras para confección

Variable	Respuestas	%	Extrapolación
2a. Algodón	281	73,95%	94.047
Licra	47	12,37%	15.732
Seda	52	13,68%	17.398
TOTAL	380	100,00%	127.177

Fuente: Investigación de mercados, 2013
Elaborado por: Alexandra Catota

Los cálculos realizados son:

$$Demanda\ referencial\ (U1) = 127.177\ consumidoras\ que\ usan\ pijama$$

$$Aproximación\ 2 = 2a. * U1$$

Siendo 2a= 73,95%; reemplazando se obtiene:

$$Demanda\ potencial\ (U2) = 73,95\% * 127.177$$

$$Demanda\ potencial\ (U2) = 94.047\ personas$$

La demanda de consumidoras que usan pijama y que prefieren las prendas confeccionadas en algodón suman 94.047 personas, esta cantidad permite realizar una siguiente aproximación con el fin de identificar el grupo objetivo de mercado para el que irán dirigidos los diseños confeccionados por la microempresa.

- **Demanda objetiva**

La tercera aproximación a la demanda se calcula a partir del segmento de mujeres que usan pijama y prefieren su confección en tela de algodón, y la contrasta con los resultados de la pregunta 5 respecto de la preferencia de diseño de cada prenda, de la cual se ha seleccionado las variables Llana (29,47%) y Estampada (40,53%), es decir, el 70% del universo prefiere la prenda en estos dos estilos, la última haciendo referencia a estampado a través de serigrafía y transfer textil, dejando por fuera la tela que posee diseños de fábrica. El objeto de seleccionar ambos tipos de preferencias se justifica en la medida que los métodos de serigrafía y transfer textil permiten agregar diseños de moda a las prendas desde una a cientos de ellas, ajustándose a las tendencias de moda sin que exista baja aceptación por telas con diseños poco atractivos.

La tabla 6 muestra la tercera aproximación:

Tabla N° 6: Aproximación a la demanda según el tipo de tela preferido para la confección de pijamas

Variable	Respuestas	%	E
3a. Llana	112	29,47%	27.716
3b. Estampada	154	40,53%	38.117
Con diseños de fabrica	114	30,00%	28.214
TOTAL	380	100,00%	94.047

Fuente: Investigación de mercados, 2013
Elaborado por: Alexandra Catota

El cálculo realizado es:

Consumidoras usan pijama confeccionadas en algodón = 94.047 personas

$$Demanda\ objetiva = (3a + 3b) * (U2)$$

Siendo 3a=29,47%; 3b= 40,53%; Reemplazando

$$Demanda\ objetiva = (29,47\% + 40,53\%) * (94.047)$$

$$Demanda\ objetiva = 70\% * 94.047$$

$$Demanda\ objetiva = 65.833\ personas$$

Con la tercera aproximación se identifica el mercado objetivo de la empresa que corresponde a 65.833 consumidoras que usan pijama, preferentemente confeccionada con tela algodón llanas, y estampadas a través de serigrafía o transfer textil. La identificación del mercado objetivo permite posteriormente estimar el número de prendas demandadas a través de la frecuencia de consumo.

2.1.4 Cuantificación de la demanda según frecuencia de consumo.

La demanda en número de prendas se ha calculado tomando en consideración la frecuencia compra expuesta en la pregunta 6 de la investigación, de la siguiente manera:

Tabla N° 7: Promedio de consumo anual de pijamas en el segmento femenino de 15 a 64 años en Santo Domingo de los Tsáchilas

Variable	Respuestas	% de respuestas	# de prendas compradas por año	Total promedio de consumo ajustado anual
Mensual	57	15,00%	12	1,8
Trimestral	158	41,58%	4	1,6
Semestral	115	30,26%	2	0,6
Anual	50	13,16%	1	0,1
TOTAL	380	100,00%		4,2

Fuente: Investigación de mercados, 2013
Elaborado por: Alexandra Catota

El consumo promedio anual en el mercado objetivo es de 4,2 prendas por año, con esta cifra se obtiene la cantidad promedio demandada en número de pijamas confeccionadas en tela de algodón (mezcla con poliéster) con y sin estampados por parte de las consumidoras de 15 a 64 años en el mercado de Santo Domingo, que suman en total 276.499 prendas.

Tabla N° 8: Total demanda en número de pijamas

	Mercado objetivo del proyecto (Demanda-mujeres)	Promedio de consumoajustado anual en # de prendas	Demanda total en # de prendas anual
Segmento Femenino de 15 a 64 años	65.833 ¹	4,2	276.499

Fuente: Investigación de mercados, 2013
Elaborado por: Alexandra Catota.

2.1.5 Oferta.

La oferta según (Baca, 2002) es la cantidad de bienes o servicios que los oferentes ponen a disposición del mercado a un determinado precio.

La producción del sector industrial en Santo Domingo al año 2010, según la Encuesta de Manufactura y Minería del INEC representó 112 millones de dólares, el sector de confección de lencería tuvo ventas promedio por 645.102,14 dólares y generando una utilidad promedio de 9,5% anual. Según los datos del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Santo Domingo 2012, el 21% de la población económicamente activa se dedica a labores de comercio complementarias a la industrialización, por lo que la confección se apoya en este gran sector para llegar a los compradores.

¹Dato tomado de la demanda objetiva (70% de 94.047 personas entre 15 y 64 años) que prefieren diseños en telas llanas y con estampado según pregunta 5 de la investigación de mercado.

En función del número de prendas que los competidores colocan en el mercado representan actualmente el 65% de la demanda, con una cobertura mayor en las zonas céntricas del cantón según datos del INEC (2010). Para obtener el cálculo de la oferta, se toma en consideración la demanda en número de prendas que es de 276.499, de la cual se obtiene el porcentaje correspondiente a la fabricación de prendas de vestir propuesta por el INEC con lo que se obtiene la oferta:

$$O = \text{Demanda en \# de prendas} * 65\% \text{ de cobertura de la industria actual}$$

$$O = 276.499 * 65\%$$

$$O = 179.724 \text{ prendas}$$

2.1.5.1 Competencia.

En la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas, las pequeñas y grandes empresas dedicadas a la fabricación textil forman parte importante de la economía local, según datos del INEC (2010) en la actividad económica con código C141003 correspondiente. Fabricación de ropa interior y ropa de dormir de telas tejidas, de punto y ganchillo, de encaje, etcétera, para hombres, mujeres y niños: camisas, camisetas, panties, calzoncillos, pijamas, camisones, batas, blusas, slips, sujetadores, fajas, etcétera; se registran un total de 37 establecimientos económicos en esta categoría. El total de personal ocupado en esta actividad es de 103 personas, con un promedio de 3 a 4 personas contratadas por cada empresa; gran parte de los competidores son micro y pequeñas empresas, concentradas localmente lo que intensifica la competencia por precio y la pugna por obtener una parte del mercado.(Ecuador en cifras, 2010)

Tabla N° 9: Perfil de los competidores en la confección de lencería para mujeres en el mercado de Santo Domingo de los Tsáchilas

Competidores actuales	Total del mercado	Promedio por negocio ²
Total competidores	37	
Necesitas invertir para tu negocio (\$)	386.594,99	10.448,51
Total de ventas de los competidores (\$)	645.102,14	17.435,19
Total de gastos de los competidores (\$)	583.574,14	15.772,27
Número de personas que trabajan	103	2
Mujeres	87	2
Hombres	16	0

Fuente: (Ecuador en cifras, 2010)
Elaborado por: Alexandra Catota

²Identifica lo que un competidor en promedio a invertido, el total de sus ventas y el total de gastos; además del número de personas que trabajan según género.

Estos competidores poseen un tamaño similar, con un promedio de 2 empleados y trabajan en confección regular y bajo pedido. Una parte relevante de la oferta está constituida por las prendas que son importadas en especial desde Colombia y Perú, que a su vez son comercializadas en distintos locales y que poseen ventajas de costo a pesar de los aranceles que deben pagar al ingreso al Ecuador. La Senae 2013 confirma que, solo de julio a septiembre 2013, fecha considerada como de mayor importación, ingresaron \$62,5 millones en ropa. Eso frente a \$ 52,2 millones comprados en 2012 y \$39,6 millones, en 2011.

Los principales competidores (talleres y negocios de confección de prendas de vestir especializados en pijamas) identificados a través de observación directa y visitas personales a sus instalaciones en la ciudad de Santo Domingo se presentan en la siguiente tabla:

Tabla N° 10: Competidores Directos (Productos)

Competidores	Productos	Dirección
Confecciones MAFER-TEX	Lencería, pijamas	Centro de Santo Domingo
Confecciones ANGUELL'S	Lencería, pijamas	Vía Chone # 513 y Abraham Calazacón
Confecciones GLORIMAR	Lencería, pijamas, camisetas polo	Ucon 1 – Cerca al Shopping de Santo Domingo
Fabrica ESMITH	Lencería, pijamas, telas para cortina, uniformes institucionales, etc.	Av. de los Colonos

Fuente: Investigación de mercados, 2013
Elaborado por: Alexandra Catota

2.1.6 Demanda insatisfecha

La demanda insatisfecha es el resultado de la diferencia entre la demanda y la oferta, la tabla siguiente muestra la demanda insatisfecha actual. Su cálculo se obtiene a través de la siguiente fórmula:

$$D_i = Demanda - Oferta$$

Para reemplazar los datos en la fórmula, se toma en consideración la demanda en número de prendas que es de 276.499 y la participación porcentual de la oferta del sector textil según el INEC (2010) que equivale al 65% del total de producción de la industria manufacturera, con los que se obtiene la siguiente fórmula:

$$Di = \text{Demanda en \# de prendas} - \text{Oferta \# de prendas}$$

$$Di = 276.499 - 179.724$$

$$Di = 96.775 \text{ prendas}$$

La tabla siguiente resume el cálculo:

Tabla N° 11: Demanda insatisfecha

	Demanda en # de prendas	Oferta en # de prendas	Total de la demanda insatisfecha en # de prendas
Demanda insatisfecha	276.499	179.724	96.775

Fuente: Investigación de mercados, 2013

Elaborado por: Alexandra Catota

El total de demanda insatisfecha en el mercado es de 96.775 prendas, que dividido entre el promedio de compra de 4,2 prendas por persona se calcula que 23.042 personas o consumidoras podrían adquirir prendas de fabricación local o no lo hacen o deciden comprar otro tipo de pijamas ante la falta de oferta local.

$$\text{Total prendas} = \frac{\text{Total demanda insatisfecha prendas}}{\text{Promedio de compra de prendas por persona}}$$

$$\text{Total prendas} = \frac{96.775}{4,2}$$

$$\text{Total prendas} = 23.042 \text{ personas}$$

- **Proyección de la demanda**

La proyección de la demanda insatisfecha se realiza a un horizonte de cinco años, en el periodo comprendido entre el 2015 y 2019; para el cálculo se utiliza la fórmula denominada Proyección del Monto. (Barreno, 2004)

Fórmula:

$$Df = Do (1 + t)^n$$

Donde,

Df= Demanda Final

Do= Demanda Inicial

t= Tasa de crecimiento de la demanda

n= año de proyección

La tasa de proyección será 2,5% en función de la tasa de crecimiento poblacional de la ciudad de Santo Domingo, reemplazando se obtiene:

$$Df = Do (1 + t)^n$$

$$Df \text{ año1} = 96.775 (1 + 0,025)^1$$

$$Df \text{ año 1} = 99.194$$

$$Df \text{ año2} = 96.775 (1 + 0,025)^2$$

$$Df \text{ año 2} = 101.674$$

$$Df \text{ año3} = 96.775 (1 + 0,025)^3$$

$$Df \text{ año 3} = 104.216$$

$$Df \text{ año4} = 96.775 (1 + 0,025)^4$$

$$Df \text{ año 4} = 106.821$$

$$Df \text{ año5} = 96.775 (1 + 0,025)^5$$

$$Df \text{ año 5} = 109.492$$

Tabla N° 12: Proyección de la demanda en número de prendas (pijamas)

Año	Proyección de la demanda insatisfecha de pijamas en # de prendas
2015	99.194
2016	101.674
2017	104.216
2018	106.821
2019	109.492

Fuente: Estudio de Campo población femenina de Santo Domingo de los Tsáchilas
Elaborado por: Alexandra Catota

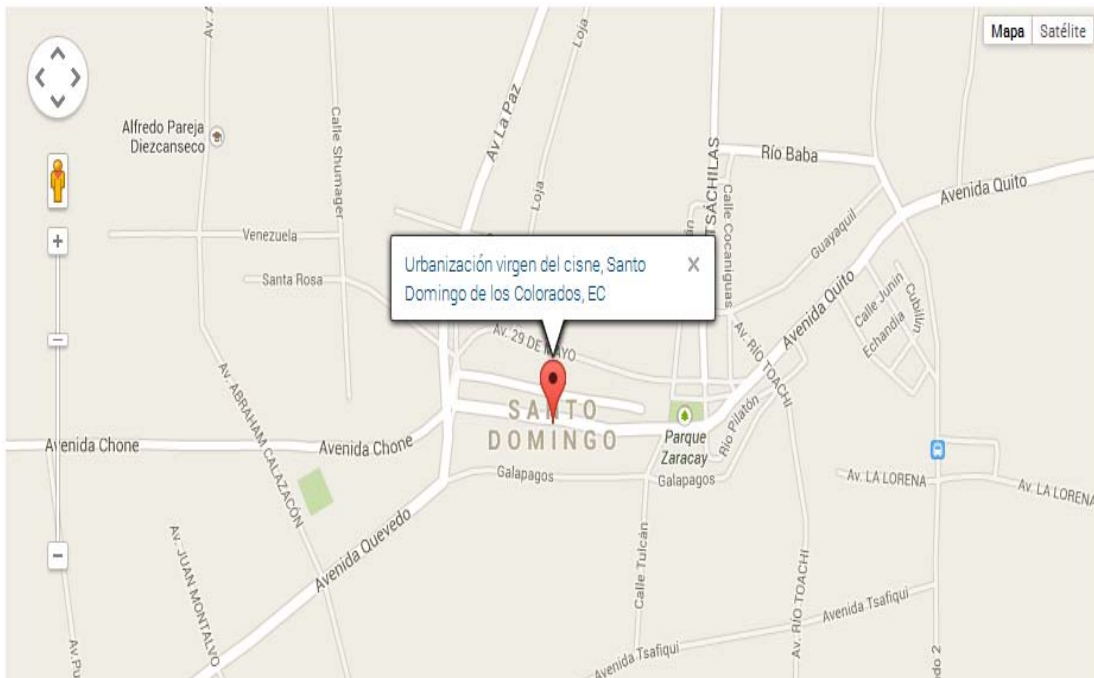
CAPÍTULO III
PLAN DE PRODUCCIÓN

El desarrollo del plan permitirá definir el proceso de producción para la elaboración de pijamas, el tipo de producto de que se fabricará, los equipos y la tecnología que se utilizará para el efecto, la distribución de la planta y oficinas y además la diagramación del proceso de comercialización.

3.1 Localización.

La empresa Génesis estará localizada en la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, en la Urbanización Virgen del Cisne, en las calles Chiguilpe y Peripa. (Ver Anexo N° 3)³

Gráfica N° 2: Localización



Fuente: <http://www.santo-domingo-de-los-colorados.a-ecuador.com/es/mapa>

3.1.1 Los productos a fabricarse.

El producto a fabricarse específicamente son los pijamas para mujeres de acuerdo a los diseños previamente establecidos, para la fabricación de los mismos es necesario establecer una serie de procesos que permitan articular de mejor manera la relación administrativa, financiera, comercial y operacional de la empresa.

³Determinación de la localización por medio del análisis de factores de importancia relativa.

Los pijamas serán fabricados en tela tipo Jersey llano, es decir, sin ningún tipo de estampado previo, a los cuales se les serán adicionados cintas o botones dependiendo del tipo de modelo y los diseños de estampados preestablecidos anteriormente; los modelos que se ajustan a la descripción previa son:

Fotografía N° 1: Diseños a confeccionarse según el segmento de mercado identificado (Diseño con estampado)



Fuente: Tienda de pijamas Pinalex.
Foto: Alexandra Catota

Fotografía N° 2: Diseño a confeccionarse según el segmento de mercado identificado (Diseño sin estampado)



Fuente: Tienda de pijamas Pinalex.
Foto: Alexandra Catota

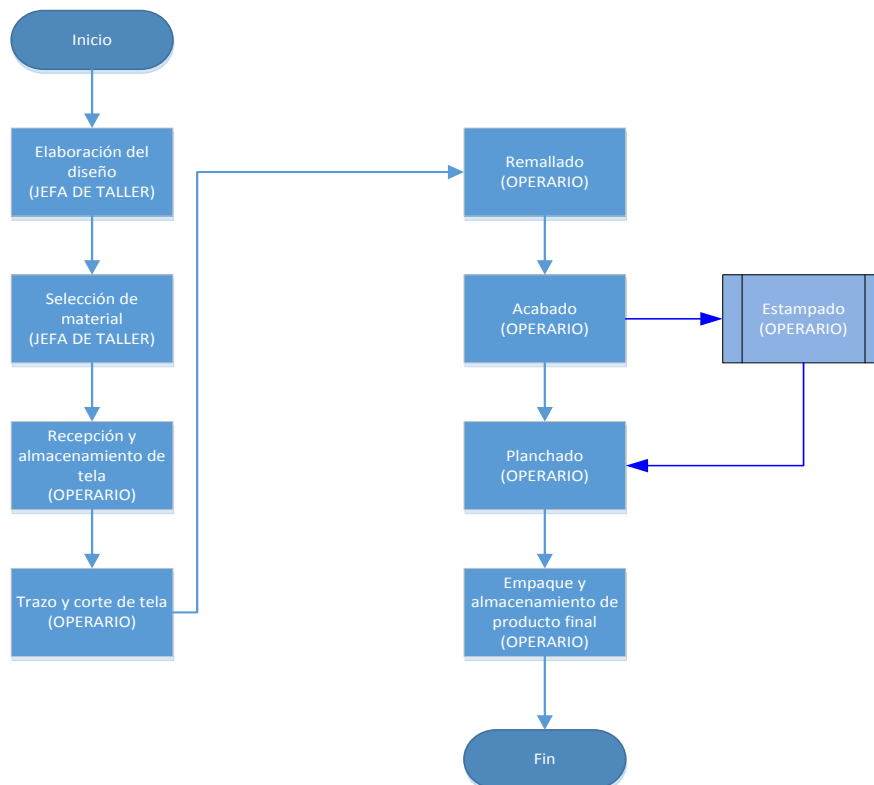
3.1.2 Diagrama del flujo de procesos.

El diagrama de flujo de procesos es una herramienta de planificación y análisis utilizada para:

- “Definir y analizar los procesos de manufactura, ensamblado o servicios.
- Construir una imagen del proceso etapa por etapa para su análisis, discusión o con propósitos de comunicación.
- Definir, estandarizar o encontrar áreas de un proceso susceptibles de ser mejoradas”.(Chang & Niedzwiecki, 1999)

El flujo del proceso productivo para la empresa Génesis se presenta de la siguiente manera:

Gráfica N° 3: Proceso de producción



Fuente: Tienda de pijamas Pinalex.
Foto: Alexandra Catota

Tal como se expone en el diagrama el proceso de producción se describe de la siguiente manera para todos los productos:

- **Elaboración del diseño:** Posterior al diseño entregado por la diseñadora, del mismo se elaboran los moldes de cartón de 300 micras tomando en cuenta las tallas y medidas. (Asociación CIAP, 2013)
- **Selección del material:** Las telas y los materiales se seleccionan de acuerdo al artículo y al modelo de confección. (Asociación CIAP, 2013)
- **Recepción y almacenamiento de materiales:** Se recibe la tela y los demás materiales (botones, hilo, cierres, cinta, entre otros), para ser almacenados en la bodega. (Secretaría de Economía, 2013)
- **Trazo y corte de tela:** El trazo comprende dibujar sobre la tela extendida los moldes del diseño a confeccionar, y el corte corresponde a cortar la tela según el trazo realizado. (Asociación CIAP, 2013)
- **Ensamble de piezas:** Se realiza el ensamble de las distintas piezas cortadas por medio de máquinas de coser. Las piezas de tela tiene guías por donde se deberá realizar la costura. (Secretaría de Economía, 2013)
- **Acabado:** En esta etapa se colocan a la prenda los adornos, dobladillos, etiqueta, botones, se realizan ojales, de acuerdo a las tablas de especificaciones y a la muestra modelo del vestido. (Secretaría de Economía, 2013)
- **Estampado:** De acuerdo al modelo seleccionado, por medio del transfer y la plancha se procede al estampado del diseño sobre la prenda.
- **Planchado:** La prenda se plancha con equipo especial, realizando, si es que se requieren, dobleces especiales. (Secretaría de Economía, 2013)
- **Empaque y almacenamiento:** La prenda se coloca en fundas plásticas y se procede a su almacenamiento en la bodega establecida para el efecto. (Secretaría de Economía, 2013)

Como se puede observar el proceso para la elaboración de pijamas en el cual se basará la producción de la empresa Génesis, permite abarcar cada uno de los parámetros que inciden en la confección de prendas de vestir, así el establecimiento del proceso permite a la

empresa actuar de forma ordenada por medio de una secuencia lógica que le permita ser eficiente el momento de la producción.

3.1.3 Características de la tecnología.

Dentro del proceso productivo la tecnología sin duda se concentra en la maquinaria necesaria para el diseño, corte y confección de las prendas; esto debido a que la formación de la empresa es una pequeña industria textil.

Complementariamente en los procesos administrativos y comerciales, la tecnología interviene como soporte en la búsqueda y almacenamiento de datos de clientes, así como también en la distribución de la información para el desarrollo de las estrategias de mercadeo relacionadas con el Internet.

3.1.4 Equipos e instalaciones.

Los equipos que se utilizarán en el proceso productivo de la empresa Génesis, son:

- Máquina puntada overlock SINGER
- Máquina puntada recta SINGER
- Máquina puntada recubridora SINGER
- Plancha para transfer Brildor
- Cortadora vertical K.M.
- Cortadora circular K.M⁴. (Ver Anexo N° 4)

Las instalaciones dependerán estrictamente de los procesos de la empresa, para lo cual deben estar divididos en dos áreas: Administrativa – comercial y producción. Para el área administrativa - comercial se destinarán oficinas en función de la nómina respectiva, y en el caso del área de producción las instalaciones corresponderán al espacio que ocuparán equipos y máquinas así como también se deberá considerar el área de permanencia y circulación del personal de producción.

⁴Características de la maquinaria en anexo.

3.1.5 Distribución de la planta de producción.

La distribución de la planta de producción corresponderá al espacio físico que ocuparán máquinas, muebles y personal operativo, así como también comprenderá el espacio de circulación. Además se incorporará los espacios correspondientes a la bodega de materiales y de productos terminados.

Dentro de la distribución de la planta se deberá tomar en cuenta el proceso de producción, para propender por una secuencia en el trabajo de confección de las prendas, para ello se ha considerado las siguientes superficies:

Tabla N° 13: Superficie de muebles y enseres producción

Muebles y enseres				
TIPO	Superficie de ocupación	Superficie de permanencia	Superficie de circulación	Total Superficie
Estación de trabajo	3,61	1,50	1,50	6,61
Silla	0,48	0,00	0,00	0,48
Mesas de corte	0,96	1,50	1,50	3,96
Sillas	0,48	0,00	0,00	0,48
TOTAL	5,53	3,00	3,00	11,53

Elaborado por: Alexandra Catota

Para el cálculo de la superficie total de los muebles y enseres y de maquinaria y equipo, se ha considerado tres elementos los cuales son: la superficie de ocupación que corresponde al área total del mueble o equipo, la superficie de permanencia que corresponde al espacio físico que ocupa el trabajador en dicha estación que se considera en 1,50 m² y finalmente la superficie de circulación que es el área por donde se movilizarán los trabajadores de una estación a otra, que de igual manera se considera en 1,50 m².

Tabla N° 14: Superficie de maquinaria y equipo

Maquinaria y equipo				
TIPO	Superficie de ocupación	Superficie de permanencia	Superficie de circulación	Total Superficie
Maquina overlock Marca Singer	1,08	1,50	1,50	4,08
Maquina recta	1,44	1,50	1,50	4,44
Maquina recubridora	1,44	1,50	1,50	4,44
Plancha para transfer	0,72	1,50	1,50	3,72
Cortadora vertical	0,25	0,00	0,00	0,25
Cortadora circular	0,25	0,00	0,00	0,25
TOTAL	5,18	6,00		17,18

Elaboradopor: Alexandra Catota

Tal como se puede observar el total del área destinado a la producción incluido muebles y enseres, y maquinaria y equipo corresponde a la sumatoria de las superficies de muebles y enseres más el de maquinaria y equipos con un total de 28,71 metros cuadrados. A esto se adicionará las superficies correspondientes a sanitarios, bodega de materiales y bodega de producto terminado, estableciendo un total de:

Tabla N° 15: Superficie de producción

Área	Superficie (m ²)
Producción	28,71
Sanitarios (2)	5,00
Bodega de materiales	10,00
Bodega de producto terminado	15,00
TOTAL	58,71

Elaborado por: Alexandra Catota

3.1.6 Distribución de oficinas.

Al igual que la distribución de la planta, la distribución de las oficinas dependerá estrictamente de los procesos administrativos y comerciales que ahí se desarrollen, así como también del personal que fungirá actividades en dichas áreas. Dentro del área administrativa y comercial el área estará determinada por las superficies de ocupación de los muebles y enseres, y de permanencia y circulación del personal; en función de esto la superficie se distribuirá de la siguiente manera:

Tabla N° 16: Superficie de muebles y enseres administración y comercialización

MUEBLES Y ENSERES				
TIPO	Superficie de ocupación	Superficie de permanencia	Superficie de circulación	Total Superficie
Estación de trabajo	3,61	1,50	1,50	6,61
Archivador aéreo	0,64	0,00	0,00	0,64
Cajonera metálica / Archivador	0,72	1,50	1,50	3,72
Silla	0,48	0,00	0,00	0,48
Estación de trabajo	3,61	1,50	1,50	6,61
Archivador aéreo	0,64	0,00	0,00	0,64
Cajonera metálica / Archivador	0,72	1,50	1,50	3,72
Estación de trabajo	7,22	3,00	3,00	13,22
Archivador aéreo	0,64	0,00	0,00	0,64
TOTAL	18,28	9,00	9,00	36,28

Elaborado por: Alexandra Catota

La superficie total de las áreas de administración y comercialización es de 36,28 metros cuadrados, sumado la superficie de la planta de 58,71 metros cuadrados, el área total de la planta se resume en la siguiente tabla:

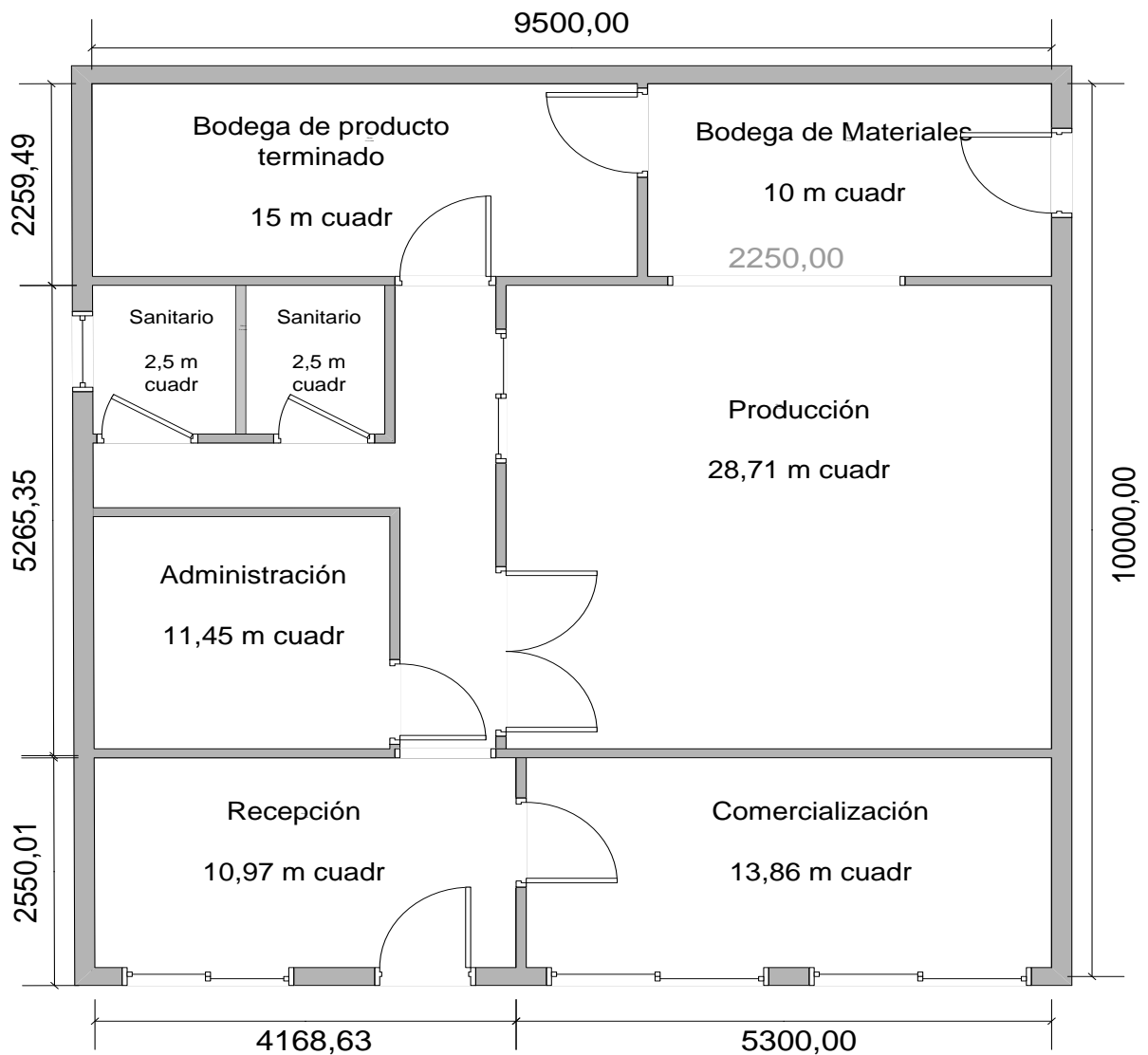
Tabla N° 17: Superficie total de la planta

Área	Superficie (m ²)
Administración	11,45
Producción	28,71
Comercialización	13,86
Recepción	10,97
Sanitarios (2)	5
Bodega de materiales	10
Bodega de producto terminado	15
TOTAL	94,99

Elaborado por: Alexandra Catota

El plano de distribución de la empresa Génesis se presenta de la siguiente manera:

Gráfica N° 4: Distribución de planta

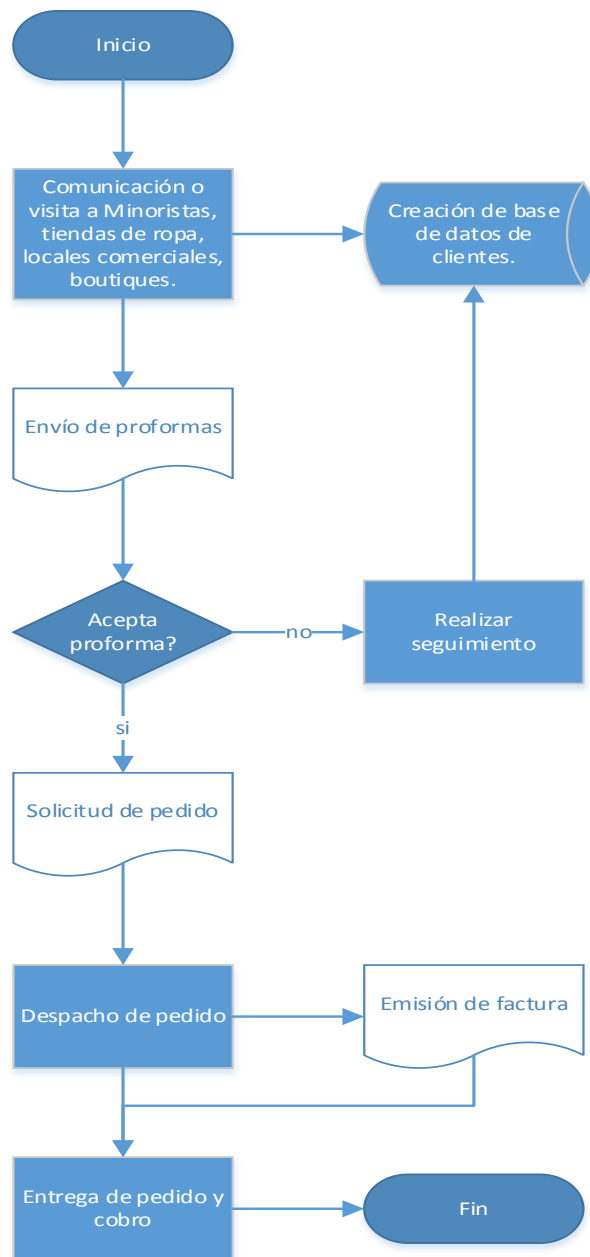


Elaborado por: Alexandra Catota

3.1.7 Diagrama de flujo de proceso de comercialización.

Tal como se había determinado anteriormente el canal de distribución de la empresa Génesis, será de forma directa hacia el minorista o hacia el consumidor final, para ello la gestión comercial se enfocará en el siguiente proceso:

Gráfica N° 5: Proceso de comercialización minoristas y tiendas

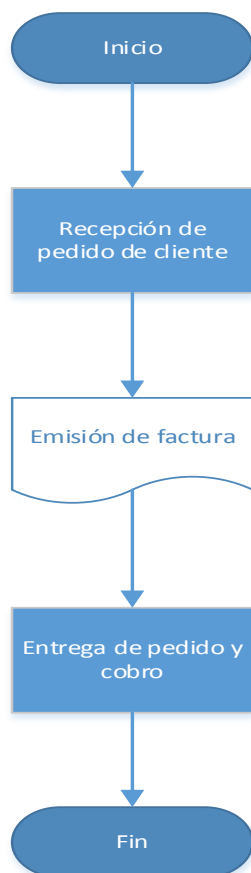


Elaborado por: Alexandra Catota

El proceso de comercialización estará a cargo del vendedor el cual será el encargado de aperturar el mercado comunicándose y visitando a los posibles clientes (Minoristas, tiendas de ropa, locales comerciales y boutiques), con ellos se deberá crear una base de datos de posibles clientes. Posterior a ello será el encargado de enviar proformas de los productos ofertados, en caso de no aceptación se deberá realizar un seguimiento del cliente ingresando dichos detalles en la base de datos; en caso de aceptación de la proforma se realizará una solicitud de pedido; el despacho se realizará conjuntamente con la emisión de la factura correspondiente, con la cual se hará la entrega de las prendas y el cobro de la respectiva factura.

Para el caso de clientes finales el proceso se inicia con la llamada o visita del cliente, se recepta su pedido y se realiza la factura correspondiente, a continuación se realiza el despacho y se realiza el cobro respectivo, tal como se muestra en el siguiente diagrama de flujo:

Gráfica N° 6: Proceso de comercialización clientes directos



Elaborado por: Alexandra Catota

CAPÍTULO IV
PLAN DE MARKETING

3.2 Marketing mix.

El éxito de la comercialización de las prendas (pijamas) en la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas dependerá del objetivo y estrategia de mercadeo a implementar.

3.2.1 *Objetivo de Marketing.*

- Obtener una participación del 6,25% (promedio del PIB del sector de la manufactura en el periodo 2010 – 2012) de la demanda insatisfecha de pijamas en la ciudad de Santo Domingo.
- Incrementar las ventas de lencería (pijamas) según la tasa de crecimiento poblacional de la ciudad de Santo Domingo que equivalente al promedio de crecimiento poblacional de los últimos tres años (2,5%) (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010).
- Conseguir que “GÉNESIS” se posicione como la primera marca de lencería (pijamas) de la ciudad de Santo Domingo.

3.2.2 *Estrategia de Marketing.*

La estrategia de marketing a implementarse pertenece al grupo de estrategias de crecimiento intensivo. La penetración en el mercado, se aplica cuando se pretende “aumentar la participación de los productos o servicios presentes en los mercados actuales a través de mayores esfuerzos de mercadotecnia” (David, 2003, pág. 165).

- **Tácticas de Producto**

Las tácticas de producto a utilizarse para dar cumplimiento a la estrategia de penetración serán la identificación de marca y producto para la venta. Las características de la marca y el producto son:

1. Nombre: Génesis Pijamas y Lencería
2. Tallas: small, medium, large y extra large
3. Colores: beige, negro, rojo, rosado y morado
4. Packing: funda de celofán, con etiqueta de la marca

Los modelos de cada pijama se modificarán dos veces por año, una en invierno y otra para verano, de forma que satisfagan las necesidades de las consumidoras y generen un nivel de consumo regular.

- **Tácticas de precio**

La fijación del precio se desarrollará en función de dos métodos:

1. Costos totales más margen de utilidad
2. Precios de mercado

Durante los tres primeros meses se aplicará el precio de introducción, con un descuento para los comercializadores superior al promedio de mercado. El promedio de precio de mercado según los datos recopilados a través de visitas a los locales y confirmados a través de llamadas telefónicas a los competidores, es el siguiente:

Tabla N° 18: Competidores Directos (Precios)

Competidores	Precio mínimo de venta por prenda	Precio máximo de venta por prenda
Confecciones MAFER-TEX	\$ 12,00	\$ 16,50
Confecciones ANGUELL'S	\$ 9,30	\$ 14,50
Confecciones GLORIMAR	\$ 14,00	\$ 21,00
Fabrica ESMITH	\$ 10,00	\$ 17,00
Precios promedios	\$ 11,33	\$ 17,25

Fuente: Observación directa, 2013

Elaborado por: La Autora

En función de la observación directa realizada sobre los principales competidores en el mercado se han determinado los precios correspondientes a la venta de prendas, estableciendo el rango entre el precio de venta de la prenda más económica y el precio de la prenda más alto.

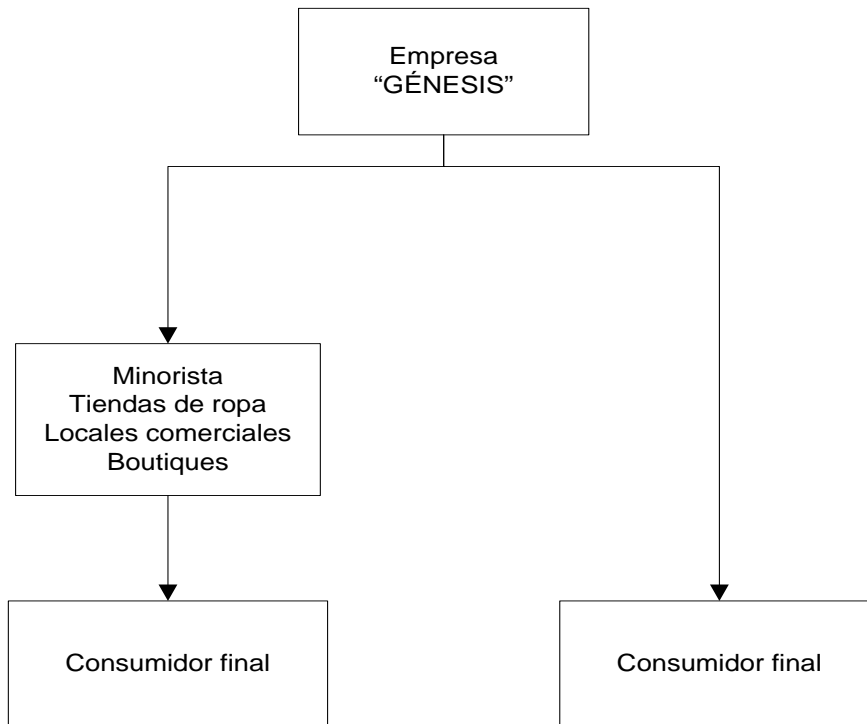
El precio de las prendas a comercializar deberá ubicarse entre el rango de 11,33 dólares y de 17,25 dólares, para que el producto tenga un nivel competitivo relevante.

- **Tácticas de plaza**

La distribución de las prendas se realiza a nivel de minoristas y de comercialización directa a consumidor final a través de la venta de saldos; de esta forma, el negocio se concentra en

conseguir un proceso de confección de alta calidad, aunque pierden parte de la utilidad, le permite que la marca pueda introducirse de forma acelerada en las consumidoras.

Gráfica N° 7: Canales de distribución para los pijamas



Elaborado por: Alexandra Catota

- **Tácticas de promoción**

Las tácticas de promoción para las prendas serán:

- Elaborar un catálogo con información de los productos, que será impreso y con un recurso web a través de una página en internet; el impreso será distribuido entre los distribuidores y el recurso web será promocionado a través de buscadores y redes sociales.
- Merchandising para los locales: afiches y maniqués para exhibición. Se entregarán a los distribuidores, además de incentivos por la venta como premios y descuentos hasta un máximo del 5% del monto total vendido por cada año.

3.3 Plan de ventas.

El plan de ventas está directamente relacionado con la cobertura de mercado y crecimiento de ventas propuesto en los objetivos de marketing. La cantidad estimada de cobertura de la demanda es equivalente al 6,25% del mercado, establecido a partir del promedio de crecimiento del PIB sector de la manufactura en el periodo 2010 – 2012. La tabla siguiente muestra la cobertura de mercado esperada para la empresa:

Tabla N° 19: Proyección de la demanda en número de prendas (pajamas)

Año	Proyección de la demanda insatisfecha de pajamas en # de prendas	Cálculo = proyección * crecimiento del PIB sector manufactura	Cobertura de mercado o mercado del negocio en # de prendas
2015	99.194	99.194* 6,25%	6200
2016	101.674	101.674 * 6,25%	6355
2017	104.216	104.216* 6,25%	6514
2018	106.821	106.821 * 6,25%	6676
2019	109.492	109.492 * 6,25%	6843

Elaborado por: Alexandra Catota

Se estima que las ventas en unidades serán de entre 6.200 a 6.843 prendas por año, un promedio de 543 unidades por mes.

CAPÍTULO V
PLAN DE ORGANIZACIÓN

4.1 Organización de la empresa.

4.1.1 Nombre de la empresa.

El nombre de representación de la empresa es “GÉNESIS” por decisión propia de identificarse así como nombre y marca de los productos que se van a ofrecer.

Gráfica N° 8: Nombre la empresa



Fuente: Diseño propio
Elaborado por: Alexandra Catota

4.1.2 Descripción de la empresa.

La empresa denominada “GÉNESIS” estará ubicada en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, será una pequeña industria creada bajo el concepto de sociedad; y estará dedicada a la confección y comercialización de ropa de dormir femenina.

Esta se conformará como una sociedad de responsabilidad limitada; además su estructura organizativa comprenderá niveles ejecutivos y operativos y se fundamentará bajo los preceptos del direccionamiento estratégico establecidos para el mismo.

La misión, visión, objetivos y valores se enmarcarán en la concepción de lo que la empresa quiere llegar a ser, definiendo cual es el giro del negocio y aplicando los principios básicos de ética y responsabilidad para con los clientes internos y externos.

Establecidos los lineamientos básicos para la concepción integral de la empresa “GÉNESIS”, a continuación se detallan los principales componentes del direccionamiento estratégico que serán el pilar sobre el cual se cimentará la estructura de la empresa.

4.1.3 Misión y visión de la empresa.

MISIÓN: Confeccionar lencería(Pijamas)de calidad que llene las expectativas de la mujer, brindándole comodidad y sensualidad que resalten su femineidad al momento de descansar.

VISIÓN: Constituirse en una empresa sólida y solvente a nivel regional, forjando un equipo altamente capacitado, capaz de orientar y mantener un desarrollo constante, que satisfaga las necesidades del cliente.

4.1.4 Objetivos de la empresa.

Objetivo general

Posicionar a la empresa en el mercado nacional por la excelencia del producto y servicio, con un récord profesional y administrativo que permitan posicionar a “GÉNESIS” como la empresa líder en la confección de ropa de dormir para damas.

Objetivos específicos.- Los objetivos específicos son planteados en base al objetivo general, con el propósito de ir construyendo peldaños para conseguir la misión propuesta de la empresa génesis.

1. Conseguir una rentabilidad sobre ventas superior a la tasa pasiva de interés (4,53%) (Banco Central del Ecuador, 2013) vigente a partir del segundo año de operación de la empresa es decir para el 2016.
2. Obtener una participación de mercado del 6,25%⁵ de la demanda insatisfecha, en la ciudad de Santo Domingo al primer año de operación de la pequeña industria.
3. Incrementar las ventas de lencería (pijamas) según la tasa de crecimiento poblacional de la ciudad de Santo Domingo que equivalente al promedio de crecimiento poblacional de los últimos tres años (2,5%) (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010), a partir del segundo año de operación de la pequeña industria.

⁵ El porcentaje de participación de mercado corresponde al promedio de crecimiento del PIB del Sector Manufacturero en los últimos tres años (2010 – 2012) según datos obtenidos del Banco Central del Ecuador.(Banco Central del Ecuador, 2013)

4. Conseguir que “GÉNESIS” se posicione como la primera marca de lencería (pijamas) en segmento de femenino de la ciudad de Santo Domingo al tercer año de operación de la empresa
5. Diversificar la producción de la industria ingresando en el mercado de confección de otras prendas de lencería para el segmento femenino de Santo Domingo para el quinto año de operación de la industria.

4.1.5 Valores corporativos.

Los valores corporativos establecidos, definen el comportamiento de la empresa y del talento humano que trabaja en ella, estos tienen directa relación con los grupos con los que la empresa se relaciona, de ahí que se propone para GÉNESIS, los siguientes:

- **Lealtad:** cumplir las responsabilidades individuales para fortalecer la imagen institucional
- **Responsabilidad:** desarrollar con efectividad las tareas encomendadas.
- **Honestidad:** emprender actuaciones bajo criterios de discernimiento ético en la gestión institucional.
- **Respeto:** comprender y valorar la libertad de pensamiento y los derechos inherentes a cada persona.
- **Eficiencia:** se entregan resultados de calidad en base a la planificación institucional.
- **Compromiso:** demostrar vocación de servicio y sentido de pertenencia frente a la entidad, ejerciendo el liderazgo necesario para dar cumplimiento a los objetivos de la organización, respetando el medio ambiente.
- **Competitividad:** aplicar la cultura de calidad en el servicio, ofreciendo una amplia cobertura, que permita responder efectivamente frente a las exigencias del mercado dentro de un mundo globalizado.
- **Solidaridad:** cooperación permanente y continua en el desarrollo en los procesos de la organización y en las relaciones interpersonales con clientes y usuarios.

4.1.6 Estructura orgánica.

La empresa tendrá un diseño jerárquico, distribuida en tres niveles:

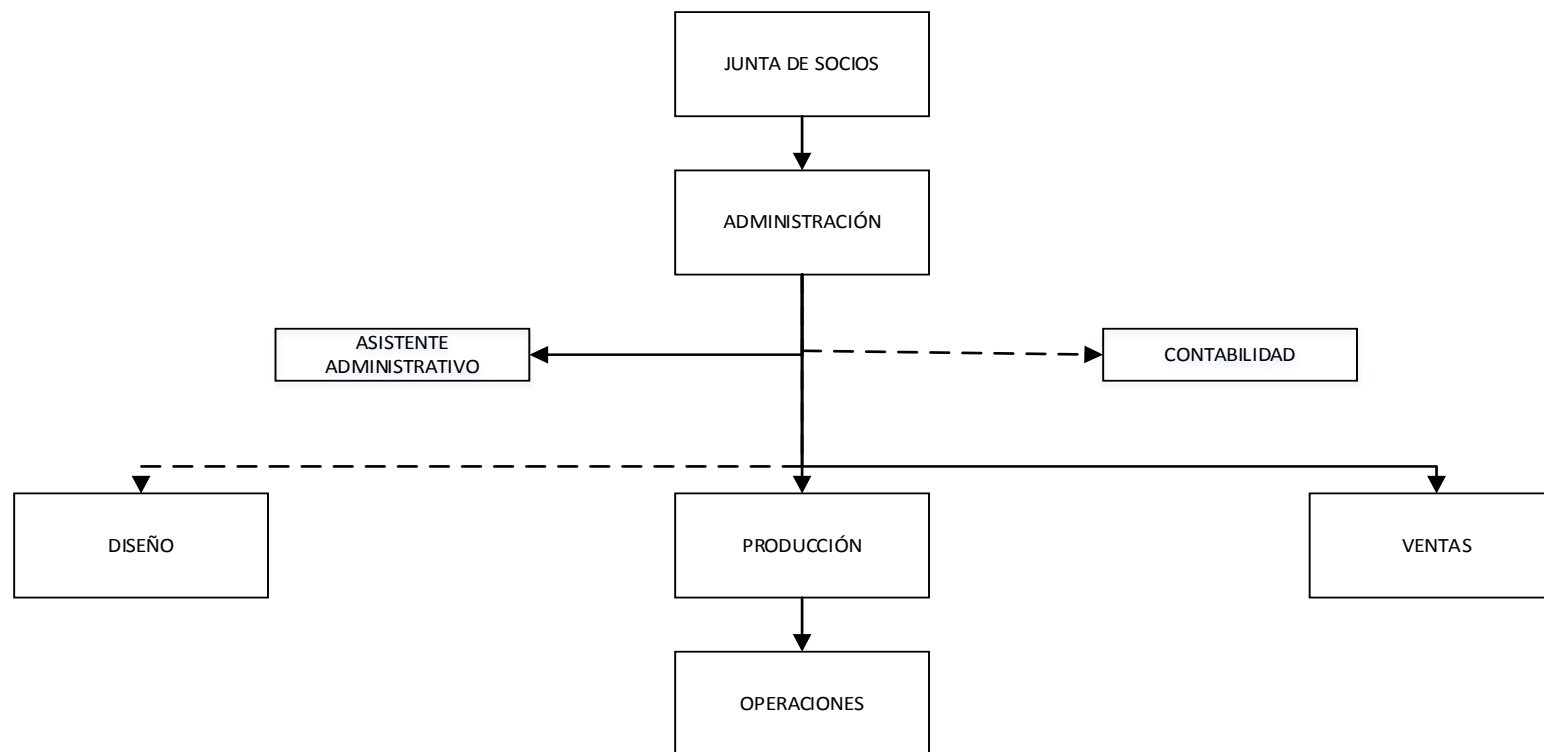
La estructura orgánica de la empresa se realizó en función de la departamentalización, para ello se tomó como punto de partida la junta de socios con la que se formará la empresa, la cual designará un administrador que se encargará de controlar los departamentos de: diseño, producción y ventas.

El departamento de diseño a pesar de encontrarse bajo dependencia de la administración, será subcontratado en el momento en que se deba establecer los diseños de temporada, razón por la cual se presenta en el organigrama con una línea entrecortada.

El departamento de producción a su vez presenta el sub departamento de operaciones; por su parte el departamento de ventas actuará de forma independiente encargada de la gestión comercial y de la recaudación.

Como parte del apoyo a la administración se incluye el departamento de asistencia administrativa y de contabilidad en lo referente a la declaración y pago de impuestos que al igual que el departamento de diseño será subcontratado, es decir, no formará parte de la nómina de la empresa. Establecidas las formalidades a continuación el organigrama estructural de la empresa "GÉNESIS":

Gráfica N° 9: Organigrama estructural



Elaborado por: Alexandra Catota

4.1.7 **Requerimiento de personal.**

A pesar de que se establecerá como una pequeña empresa, "GÉNESIS" establecerá su estructura jerárquica con tres niveles:

- **Directivo:** El nivel institucional muestra la junta general de socios con la cual se conformará la empresa, la cual será la máxima autoridad dentro de la estructura de la organización.
- **Nivel medio:** En este nivel estará al frente el administrador, designado por la junta general de socios, quien será el encargado de cumplir y hacer cumplir todas las funciones mencionadas por cada departamento de la empresa y en sus respectivas áreas, además será el enlace entre el nivel operativo e institucional.
- **Operacional:** El nivel operacional estará formado por los departamentos de diseño, producción y ventas con sus respectivas áreas, cada departamento se reportará directamente con el administrador y será encargado de planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades de su departamento.

En función de la departamentalización, se ha definido el recurso humano requerido:

Tabla N° 20: Recurso humano requerido para el proceso de producción

Año	Total Prendas a producir por año	Horas de trabajo promedio por prenda*	Total Horas de trabajo por año	Total operarios
1	6.200	0,8	4.960	2
2	6.355	0,8	5.084	2
3	6.514	0,8	5.211	2
4	6.676	0,8	5.341	2
5	6.843	0,8	5.474	2

Elaborado por: Alexandra Catota

Para la estimación se han tomado en consideración el número de horas de trabajo que tomará la fabricación de las prendas en una jornada de trabajo de 40 horas semanales. A la cantidad de operarios se le ha aumentado un responsable como jefe de taller para la coordinación de actividades productivas.

En cuanto a los departamentos que tiene el personal de apoyo, se ha identificado los siguientes requerimientos de personal:

CARGO	CANTIDAD
<i>Administración</i>	
Administrador	1
Asistente Administrativo Polivalente	1
<i>Producción</i>	
Jefa de Taller	1
Operario 1	1
Operario 2	1
<i>Ventas</i>	
Vendedor	1
TOTAL	6

Elaborado por: Alexandra Catota

Tal como se detalla en la tabla para cumplir con los procesos de la empresa Génesis serán necesarias seis personas, que deberán cumplir con los perfiles que se describen a continuación:


4.1.8 Perfiles y funciones del personal

A continuación se describen a manera de manual las funciones y perfiles de cada uno de los cargos que se requieren para la operación de la nueva empresa.

	MANUAL DE PERFILES Y FUNCIONES	Código:	ADM-GEN - 001
		Versión:	00
		Fecha:	Marzo, 2014
		Página:	

**MANUAL DE PERFILES Y FUNCIONES
EMPRESA GÉNESIS**

ELABORADO	REVISADO	APROBADO
Fecha:	Fecha:	Fecha:
Firma:	Firma:	Firma:

	MANUAL DE PERFILES Y FUNCIONES	Código:	ADM-GEN - 001
		Versión:	00
		Fecha:	Marzo, 2014
		Página:	

PUESTO: ADMINISTRADOR(A) (Área de administración)

DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO: Actuara como representante legal de la empresa y será responsable ante los socios por el resultado de las operaciones, se encargara de planear dirigir y controlar todas las actividades en la empresa.

Requisitos:

- Título en administración o carreras afines
- 1 año mínimo de experiencia.
- Buen manejo de utilitarios
- Capacidad de liderazgo
- Buenas relaciones interpersonales
- Trabajo bajo presión

Fecha de emisión:

Salario: \$ 600,00

Comienzo:

Duración: Trabajo estable

Solicitudes: Correo electrónico

Empresa: génesis2014@hotmail.com

Funciones:

- Planear, organizar, dirigir y controlar las actividades de la empresa.
- Establecer políticas operativas, administrativas y de calidad.
- Contratar, capacitar y establecer sueldos e indemnizaciones de todos los trabajadores.
- Autorizar la adquisición y compra de activos y materia prima.
- Fungir como representante legal ente todas las instancias de la ley.

PUESTO: ASISTENTE ADMINISTRATIVO (Área de administración)

	MANUAL DE PERFILES Y FUNCIONES	Código:	ADM-GEN - 001
		Versión:	00
		Fecha:	Marzo, 2014
		Página:	

DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO: Dar soporte al administrador y a las áreas de producción y Ventas.

Requisitos:

- Bachiller técnico en administración y comercio
- Experiencia mínima de un año
- Buen manejo de utilitarios
- Buenas relaciones interpersonales
- Trabajo bajo presión.

Fecha de emisión:

Salario: \$ 340,00

Comienzo:

Duración: Trabajo estable

Solicitudes: Correo electrónico

Empresa: génesis2014@hotmail.com

Funciones:

- Receptar y despachar materia prima e insumos.
- Receptar y despachar suministros de oficina.
- Controlar kárdex de materia prima, insumos y suministros.
- Elaboración de informes para la gerencia.
- Recepción de clientes y llamadas.
- Coordinación de citas.

PUESTO: CONTADORA (Área de administración – subcontratada)

DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO: Administrar la contabilidad de la empresa

Requisitos:

- Contador público autorizado
- Experiencia mínima de dos años

	MANUAL DE PERFILES Y FUNCIONES	Código:	ADM-GEN - 001
		Versión:	00
		Fecha:	Marzo, 2014
		Página:	

- Buen manejo de utilitarios
- Buenas relaciones interpersonales
- Trabajo bajo presión.

Fecha de emisión:

Servicios: \$ 150,00

Comienzo:

Duración: Por año

Solicitudes: Correo electrónico

Empresa: génesis2014@hotmail.com

Funciones:

- Contabilizar mensualmente las transacciones.
- Emitir rol de pagos y cancelar a trabajadores.
- Elaborar formularios para pago de impuestos.
- Elaborar estados financieros.

PUESTO: DISEÑADORA (Área de producción – personal subcontratado)

DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO: Diseñar modelos de ropa de cama, fabricar patrones de los diseños, costear los diseños presentando alternativas, asesorar respecto a la ropa de cama conforme a la moda de temporada.

Requisitos:

- Título de diseñadora de lencería.
- Experiencia mínima de 1 años en puestos similares
- Buen manejo de utilitarios
- Trabajo a presión
- Buenas relaciones interpersonales

Fecha de emisión:

Honorarios: \$ 500,00

	MANUAL DE PERFILES Y FUNCIONES	Código:	ADM-GEN - 001
		Versión:	00
		Fecha:	Marzo, 2014
		Página:	

Comienzo:

Duración: Trabajo temporal

Solicitudes: Correo electrónico

Empresa: génesis2014@hotmail.com

Funciones

- Diseñar colecciones de ropa de dormir.
- Elaborar patrones de los modelos diseñados.
- Seleccionar la materia prima para los respectivos diseños.
- Elaborar flujo grama de ensamblado por modelo.

PUESTO: JEFA DE TALLER (Área de producción)

DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO: Planificar, organizar, dirigir, y controlar las operaciones en el área de producción.

Requisitos:

- Título en administración de procesos o carreras afines
- Experiencia mínima de un año en empresas de confección de prendas de vestir.
- Buen manejo de utilitarios
- Liderazgo
- Buenas relaciones interpersonales
- Trabajo a presión.

Fecha de emisión:

Salario: \$ 450,00

Comienzo:

Duración: Trabajo estable

Solicitudes: Correo electrónico

Empresa: génesis2014@hotmail.com

	MANUAL DE PERFILES Y FUNCIONES	Código:	ADM-GEN - 001
		Versión:	00
		Fecha:	Marzo, 2014
		Página:	

Funciones:

- Planificar la producción mensual en función de los pedidos gestionados por ventas.
- Supervisar el cumplimiento de tiempo y entregas de pedidos.
- Controlar costos de producción por producto.
- Controlar operaciones de bodega y producción.

PUESTO: OPERARIAS COSTURERAS (Área de operaciones)

DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO: Cortar, ensamblar, empaquetar las prendas que continuamente están en proceso, nivel operativo.

Requisitos:

- Título de maestras de taller
- Experiencia: indispensable

Fecha de emisión:

Salario: \$ 340,00

Comienzo:

Duración: Trabajo estable

Solicitudes: Correo electrónico

Empresa: génesis2014@hotmail.com

Funciones:

- Realizar el pedido de materia prima e insumos al asistente administrativo en función del plan de producción.
- Tender la tela y realizar los cortes según plantillas entregadas por diseño.
- Confeccionar las prendas en función del diseño y el modelo de producción establecidos.
- Entregar los productos terminados para almacenar.

	MANUAL DE PERFILES Y FUNCIONES	Código:	ADM-GEN - 001
		Versión:	00
		Fecha:	Marzo, 2014
		Página:	

PUESTO: VENDEDOR (A) (Área de ventas)

DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO: Asesorar a los clientes, contribuir a la solución de problemas y establecer un nexo entre los clientes y la empresa.

Requisitos:

- Estudios universitarios en marketing.
- Trabajo a presión.
- Actitudes positivas.
- Habilidades personales y para ventas.
- Conocimientos en el manejo de recaudación y cuentas por cobrar
- Conocimientos de los productos y servicios que la empresa comercializa y del mercado.

Fecha de emisión:

Salario: \$ 340,00

Comienzo:

Duración: Trabajo estable

Solicitudes: Correo electrónico

Empresa: génesis2014@hotmail.com

Funciones

- Diseñar el plan de ventas anual.
- Establecer convenios con sub distribuidores para la comercialización de los productos.
- Recepción y distribución del producto terminado
- Estudiar e investigar mercados.
- Establecer canales de promoción y publicidad de los productos.
- Atender al cliente.
- Tomar pedidos.
- Realizar servicio de post venta.

	MANUAL DE PERFILES Y FUNCIONES	Código:	ADM-GEN - 001
		Versión:	00
		Fecha:	Marzo, 2014
		Página:	

- Elaborar facturas sobre pedidos.
- Cobrar facturas.
- Cerrar caja.
- Elaborar balances de ingresos por forma de pago.

La contratación del personal se realizará a través de entrevista personal y la ejecución de pruebas en su respectiva área o puesto requerido

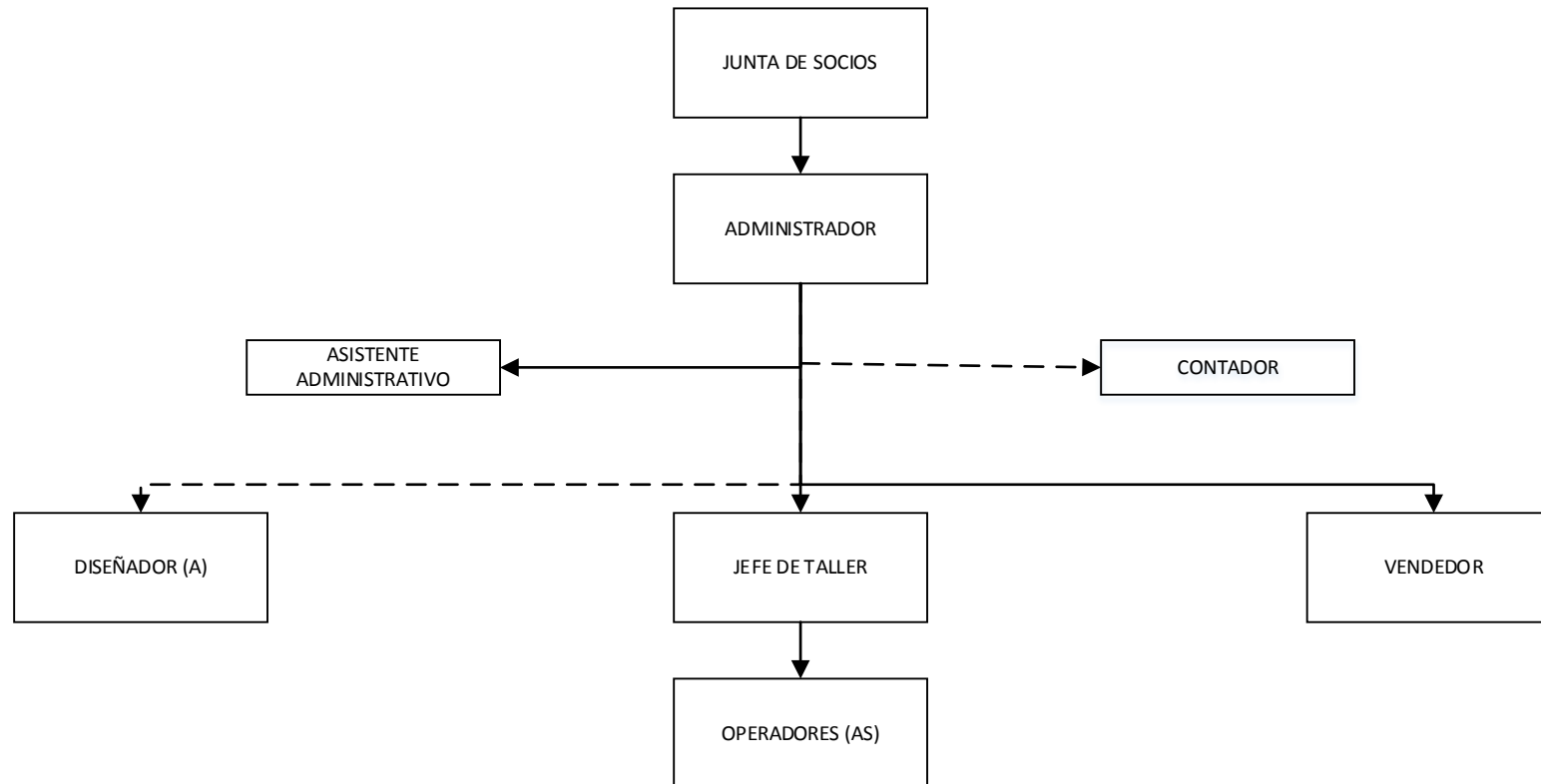
4.1.9 Inducción a puestos.

La inducción será el tiempo necesario para que el personal alcance la ambientación en el diseño a confeccionarse, se estima un tiempo de 3 semanas en el cual la empresa diseñará el plan adecuado para el inicio de sus operaciones.

Las principales áreas de entrenamiento se concentrarán en:

- Cultura organizacional
- Proceso productivo
- Políticas comerciales y de crédito
- Proceso de caja
- Manejo de quejas y reclamos

Gráfica N° 10: Organigrama posicional



Elaborado por: Alexandra Catota

4.1.10 Flujo de la comunicación de la empresa.

La estructura pequeña en cuanto a niveles jerárquicos permitirá a la empresa a tener una respuesta muy breve a todos los requerimientos de información que sean necesarios para un correcto y mejor desenvolvimiento de la misma. Es necesario maniobrar un ambiente de cordialidad manejando siempre la igualdad humana y los requerimientos de información eficientes entre el personal, y los clientes de la futura empresa.

En vista de que la empresa es pequeña la comunicación será estrictamente oral, por lo que los canales de comunicación establecidos entre emisor y receptor serán medios directos entre los cuales se tiene:

- Voz
- Gestos
- Movimientos.(Madrigal López, 2010)

También puede ser a través de medios indirectos tal como teléfonos, mensajería instantánea o videoconferencias.

La comunicación interna se la realizará de forma directa a través de los canales establecidos para el efecto, en el caso de todos los trabajadores la realizarán a través de su jefe inmediato superior, en el caso de operaciones será directamente a la jefa de taller y en el caso de los demás departamentos directamente con el administrador.

Los canales de comunicación con los clientes se los realizará por medio de venta directa, publicidad y servicio de post venta, manteniendo así los lazos de confianza en los productos y servicios ofertados.

Las comunicaciones para venta directa se dirigirán a través de visitas a distribuidores, por medio de llamadas telefónicas a clientes que deseen hacer pedidos de catálogo.

4.1.11 Análisis FODA.

Tabla N° 21: Matriz FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">• Disponibilidad de la maquinaria inmediata y en buen estado para actividad de la confección.• Personal inmediato para empezar a laborar.	<ul style="list-style-type: none">• La existencia de distribuidores de ropa de dormir y complementarios, que podrán constituirse como aliados estratégicos de compra del producto ofertado• Adecuada ubicación geográfica de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, que es el centro de comercio de toda la zona adyacente y que pertenecen a 5 provincias.• Apoyo del estado en cuanto a la defensa de la producción interna que está permitiendo disminuir la lluvia de productos sin aranceles hacia el Ecuador• La fuerza emprendedora de nuestros pequeños empresarios
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">• Estructura organizativa en proceso.• Personal con baja experiencia en la confección.	<ul style="list-style-type: none">• Contrabando de productos hacia el interior del país• Gran número de empresas formales e informales con similares características de producción.• Pocos proveedores de insumos en la zona.

Elaborado por: Alexandra Catota

4.2 Aspectos legales.

La empresa Génesis se constituirá bajo una sociedad de responsabilidad limitada; por lo que a continuación se detalla los documentos necesarios para la constitución formal de la misma.

4.2.1 Estatuto de constitución de la empresa.

Para la constitución de la empresa Génesis se deberá cumplir con los siguientes requisitos:

1.1 COMPAÑÍAS DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

Requisitos:

1.1.1 El nombre.- En esta especie de compañías puede consistir en una razón social, una denominación objetiva o de fantasía. Deberá ser aprobado por la Secretaría General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías, o por la Secretaría General de la intendencia de Compañías de Quito, o por el funcionario que para el

efecto fuere designado en las intendencias de compañías de Cuenca, Ambato, Machala Portoviejo y Loja (Art. 92 de la Ley de Compañías y Resolución N°. SC. SG. 2008.008 (R. O. 496 de 29 de diciembre de 2008).

Las denominaciones sociales se rigen por los principios de “propiedad” y de “inconfundibilidad” o “peculiaridad”. (Art. 16 Ley de Compañías).

El “principio de propiedad” consiste en que el nombre de cada compañía es de su dominio de o propiedad y no puede ser adoptado por ninguna otra.

El “principio de inconfundibilidad o peculiaridad” consiste en que el nombre de cada compañía debe ser claramente distinguido del de cualquier otra sociedad sujeta al control y vigilancia de la Superintendencia de Compañías

De conformidad con lo prescrito en el Art. 293 de la Ley de Propiedad Intelectual, el titular de un derecho sobre marcas, nombres comerciales u obtenciones vegetales que constatare que la Superintendencia de Compañías hubiere aprobado uno o más nombres de las sociedades bajo su control que incluyan signos idénticos a dichas marcas, nombres comerciales u obtenciones vegetales, podrá solicitar al Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual –IEPI-, a través de los recursos correspondientes, la suspensión del uso de la referida denominación o razón social para eliminar todo riesgo de confusión o utilización indebida del signo protegido.

1.1.2 Solicitud de aprobación.- La presentación al Superintendente de Compañías o a su delegado de tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, a las que se adjuntará la solicitud, suscrita por abogado, requiriendo la aprobación del contrato constitutivo (Art. 136 de la Ley de Compañías).

1.1.3 Socios

1.1.3.1. Capacidad: Se requiere capacidad civil para contratar, no podrán hacerlo entre padres e hijos no emancipados ni entre cónyuges. Art. 99 de la ley de Compañías

1.1.3.2. Números mínimo y máximo de socios.- La compañía se constituirá con dos socios, como mínimo, según el primer inciso del Artículo 92 de la Ley de Compañías, reformado por el Artículo 68 de la Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad

Limitada, publicada en el Registro Oficial No. 196 de 26 de enero del 2006, o con un máximo de quince, y si durante su existencia jurídica llegare a exceder este número deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse (Art. 95 de la Ley de Compañías).

1.1.4 Capital

1.1.41.- Capital mínimo.- La compañía de responsabilidad limitada se constituye con un capital mínimo de cuatrocientos dólares de los Estados Unidos de América. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse al menos en el 50% del valor nominal de cada participación. Las aportaciones pueden consistir en numerario (dinero) o en especies (bienes) muebles o inmuebles e intangibles, o incluso, en dinero y especies a la vez. En cualquier caso las especies deben corresponder a la actividad o actividades que integren el objeto de la compañía. Si la aportación fuere en especie, en la escritura respectiva se hará constar el bien en que consista, su valor, la transferencia de dominio a favor de la compañía y las participaciones que correspondan a los socios a cambio de las especies aportadas. Estas serán valuadas por los socios o por peritos por ellos designados, y los avalúos incorporados al contrato. Los socios responderán solidariamente frente a la compañía y con respecto a terceros por el valor asignado a las especies aportadas. (Artículos 102 y 104 de la Ley de Compañías). Si como especie inmueble se aportare a la constitución de una compañía un piso, departamento o local sujeto al régimen de propiedad horizontal será necesario que se inserte en la escritura respectiva copia auténtica tanto de la correspondiente declaración municipal de propiedad horizontal cuanto del reglamento de copropiedad del inmueble al que perteneciese el departamento o local sometido a ese régimen. Tal dispone el Art. 19 de la Ley de Propiedad Horizontal (Codificación 2005-013. R. O. 119 del 6 de octubre de 2005). Asimismo, para que pueda realizarse la transferencia de dominio, vía aporte, de un piso, departamento o local, será requisito indispensable que el respectivo propietario pruebe estar al día en el pago de las expensas o cuotas de administración, conservación y reparación, así como el seguro. Al efecto, el notario autorizante exigirá como documento habilitante la certificación otorgada por el administrador, sin la cual no podrá celebrarse ninguna escritura. Así prescribe la Disposición General Primera del Reglamento a la Ley de Propiedad Horizontal, Decreto 1229, publicado en el R. O. 270 de 6 de septiembre de 1999, Reformado, Decreto 1759, publicado en el R. O. 396 de 23 de agosto de 2001

El aporte de intangibles, se fundamenta en los artículos 1y 10 de la Ley de Compañías en concordancias con los artículos 1 y 2 de la Ley de Propiedad Intelectual y en el Artículo Primero, inciso tercero de la Decisión 291 de la Comisión del Acuerdo de Cartagena y Artículos 12 y 14 de la Ley de Promoción y Garantía de las Inversiones.

En esta clase de compañías no es procedente establecer el capital autorizado. Y, conforme a lo dispuesto en el artículo 105 de la Ley de la materia, esta compañía tampoco puede constituirse mediante suscripción pública.

1.14.2. Participaciones.- Comprenden los aportes del capital, son iguales, acumulativas e indivisibles. La compañía entregará a cada socio un certificado de aportación en el que consta, necesariamente, su carácter de no negociable y el número de las participaciones que por su aporte le corresponde.

1.1.5 El objeto social: La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitidos por la Ley, a excepción, hecha de operaciones de bancos, seguros, capitalización de ahorro. Artículo 94 de la Ley de Compañías. (Superintendencia de Compañías, 2008)

4.2.2 Minuta: contrato compañía limitada.

MINUTA DE CONSTITUCIÓN DE COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA SEÑOR NOTARIO:

En el protocolo de escrituras públicas a su cargo, sírvase insertar una de constitución de compañía, contenida en las siguientes cláusulas:

PRIMERA.- COMPARECIENTES.-Intervienen en el otorgamiento de esta escritura el Socio 1 y la Srta. Alexandra Catota de nacionalidad Ecuatoriana domiciliada en la Ciudad de Santo Domingo, de estado civil soltera

SEGUNDA.- DECLARACIÓN DE VOLUNTAD.-Los comparecientes declaran que constituyen, como en efecto lo hacen, una compañía de responsabilidad limitada, que se someterá a las disposiciones de la Ley de Compañías, del Código de Comercio, a los convenios de las partes y a las normas del Código Civil.

TERCERA.- ESTATUTO DE LA COMPAÑÍA.-

Título I

Del nombre, domicilio, objeto y plazo

Artículo 1°.- Nombre.-El nombre de la compañía que se constituye es Génesis.

Artículo 2°.- Domicilio.-El domicilio principal de la compañía es Santo Domingo de los Tsáchilas. Podrá establecer agencias, sucursales o establecimientos en uno o más lugares dentro del territorio nacional o en el exterior, sujetándose a las disposiciones legales correspondientes.

Artículo 3°.- Objeto.-El objeto de la compañía consiste en: Confección y comercialización de ropa de dormir femenina. En cumplimiento de su objeto, la compañía podrá celebrar todos los actos y contratos permitidos por la ley.

Artículo 4°.- Plazo.- El plazo de duración de la compañía es de diez (10) años, contados desde la fecha de inscripción de esta escritura.

Título II

Del Capital

Artículo 5°.- Capital y participaciones.- El capital suscrito es de Nueve mil ochocientos sesenta y tres dólares con ochenta centavos (\$ 9.863,80), dividido en novecientas ochenta y seis (986) participaciones sociales de diez dólares (\$ 10,00) de valor nominal cada una.

Título III

Del gobierno y de la administración

Artículo 6°.- Norma general.- El gobierno de la compañía corresponde a la junta general de socios, y su administración al gerente y al presidente. La representación legal, judicial y extrajudicial corresponderá al Gerente. En caso de falta temporal o definitiva, le subrogará el Presidente hasta que la Junta General nombre al titular.

Artículo 7°.- Convocatorias.- La convocatoria a junta general efectuará el gerente de la compañía, mediante nota dirigida a la dirección registrada por cada socio en ella, con ocho días de anticipación, por lo menos, respecto de aquél en el que se celebre la reunión. En tales ocho días no se contarán ni el de la convocatoria ni el de realización de la junta (optativo publicar por la prensa).

Artículo 8°.- De la Junta Universal, de las facultades de la junta, del quórum de instalación y del quórum de decisión.- Se estará a lo dispuesto en la Ley de Compañías.

Artículo 9°.-El Presidente y el Gerente ejercerán todas las atribuciones previstas para los administradores en la Ley de Compañías.

Título IV

Disolución y liquidación

Artículo 10°.- Norma general.- La compañía se disolverá y se liquidará conforme se establece en la Sección XII de la Ley de Compañías.

CUARTA.-

CUADRO DE SUSCRIPCIÓN Y PAGO DEL CAPITAL SOCIAL

Nombre socios	Capital Suscrito	Capital Pagado	Capital por pagar	Número de participaciones	Capital Total
Socio 1	\$ 4.833,26	\$ 4.833,26	\$ -	483	\$ 4.833,26
Alexandra Catota	\$ 5.030,54	\$ 5.030,54	\$ -	503	\$ 5.030,54
Total				986	\$ 9.863,80

DISPOSICIÓN TRANSITORIA.-Los contratantes acuerdan autorizar al doctor Abg. Héctor Quinaluisa Rocha para que a su nombre solicite al Superintendente o a su delegado la aprobación del contrato contenido en la presente escritura, e impulse posteriormente el trámite respectivo hasta la inscripción de este instrumento.

En todo lo no estipulado en este estatuto, se estará a lo dispuesto en la Ley de Compañías y demás leyes afines.

En caso de controversia, las partes podrán someterse a la Ley de Mediación.

Usted, Señor Notario, se dignará añadir las correspondientes cláusulas de estilo.

4.2.3 Trámites de implantación Superintendencia de Compañías.

- **Aprobación del nombre de la compañía**

Presentar alternativas de nombres para aprobación en la Superintendencia de Compañías.

- Requisitos
 - Copia de cédula.

- **Apertura de cuenta de integración de capital**

Aperturar una cuenta de integración de capital en cualquier banco de la ciudad de domicilio de la compañía.

- Documentos
 - Copia de cédulas y papeletas de votación de las personas que constituirán la compañía.
 - Aprobación del nombre dado por la Superintendencia de Compañías.
 - Solicitud para la apertura de la cuenta de integración de capital, que contenga un cuadro de la distribución del capital.
 - El valor del depósito.

- **Celebrar la escritura pública**

Presentar en la Notaría la minuta para constitución de la compañía.

- Documentos
 - Copia de cédulas y papeletas de votación de las personas que constituirán la compañía.
 - Aprobación del nombre dado por la Superintendencia de Compañías.
 - Certificado de apertura de la cuenta de integración de capital dada por el banco.
 - Minuta para constituir la compañía.
 - Pago derechos de Notaría.
- **Solicitar la aprobación de las escrituras de constitución**

Las escrituras de constitución deberán ser aprobadas por la Superintendencia de Compañías.

 - Documentos
 - Tres copias certificadas de la escritura de constitución.
 - Copia de la cédula del Abogado que suscribe la solicitud.
 - Solicitud de aprobación de las escrituras de constitución de la compañía.
- **Obtención de la resolución de aprobación de escrituras**

La superintendencia de Compañías entregará las escrituras aprobadas con un extracto y tres resoluciones de aprobación de la escritura.

 - Documentación
 - Recibo entregado por la Superintendencia de Compañías.
 - Publicar un extracto de la escritura de constitución en un periódico de la ciudad de domicilio de la compañía.

4.2.4 Trámites fiscales (SRI) Servicio de Rentas Internas.

Para la obtención del RUC se deberá presentar la siguiente documentación:

- Formulario 01A con sello de recepción de la Superintendencia de Compañías.
- Formulario 01B con sello de recepción de la Superintendencia de Compañías.
- Original y copia de los nombramientos Gerente y Presidente inscritos en el Registro Mercantil.
- Original y copia de la Escritura de constitución debidamente inscrita en el Registro Mercantil.
- Original y copia de la cédula de identidad y papeleta de votación del Representante Legal.

- Una copia de la planilla de luz, agua, teléfono, pago del impuesto predial del lugar donde estará domiciliada la Compañía a nombre de la misma o, contrato de arrendamiento. Cualquiera de estos documentos a nombre de la Compañía o del Representante Legal.
- Si no es posible la entrega de estos documentos, una carta por el propietario del lugar donde ejercerá su actividad la Compañía, indicando que les cede el uso gratuito.
- Original y copia de las 4 hojas de datos que entrega la Superintendencia de Compañías.
- Si el trámite lo realiza un tercero deberá adjuntar una carta firmada por el Representante Legal autorizando.

4.2.5 Trámites laborales (Afiliación al Seguro Social).

Para el registro de nuevo empleador se deberá:

- Ingresar a la página web www.iesgob.ec Servicios por Internet, Escoger Empleadores- Actualizar datos del registro patronal. - Escoger el sector al que pertenece (privado, público o doméstico) - Ingresar los datos obligatorios que tienen asterisco - Digitar el número de RUC y (En caso de doméstica digitar número de cédula). - Seleccionar el tipo de empleador - En el resumen del Registro de Empleador al final del formulario se visualizará imprimir solicitud de clave.
- Una vez registrados los datos solicitados, tiene que acercarse a las oficinas de Historia Laboral del Centro de Atención Universal del IESS a solicitar la clave de empleador, con los siguientes documentos:
 - Solicitud de Entrega de Clave (impresa del Internet)
 - Copia del RUC (excepto para el empleador doméstico).
 - Copias de las cédulas de identidad a color del representante legal y de su delegado en caso de autorizar retiro de clave.
 - Copias de las papeletas de votación de las últimas elecciones o del certificado de abstención del representante legal y de su delegado, en caso de autorizar el retiro de clave.
 - Copia de pago de un servicio básico (agua, luz o teléfono).
 - Original de la cédula de ciudadanía.

Registrado como empleador en la base de datos del IESS, el mismo podrá:

- Aprobar claves de afiliado.
- Registros de aviso de entradas y salidas.
- Cambio de actividad sectorial.
- Actualizaciones de afiliados.
- Registro de dependientes.
- Débito bancario.
- Consulta e impresión de planillas.
- Planillas de pago.
- Rol de empleados.

CAPÍTULO VI
ANÁLISIS ECONÓMICO FINANCIERO

5.1 Inversiones: costo de operación e ingresos.

Dentro del siguiente apartado se describirán a profundidad las inversiones, costos y gastos en los que deberá incurrir la empresa Génesis para el establecimiento de sus operaciones. Además se determinará en función de la cobertura de la demanda y el precio los ingresos que la misma percibiría por la venta de pijamas en Santo Domingo de los Tsáchilas, esto permitirá concluir con la construcción de los estados financieros y determinación del punto de equilibrio de la empresa.

5.1.1 Inversiones.

Las inversiones son todos los desembolsos que la empresa realizará para la adquisición de activos fijos y el pago de activos diferidos, además se incluirá el capital de trabajo necesario para iniciar la operación del negocio.

5.1.1.1 Activos fijos.

“A los activos con vida útil de más de un año, y que se utilizan en las operaciones de la empresa, se les conoce como Inmuebles, mobiliario y equipo, o activos Fijos”.(Meza Vargas, 2007)

Los activos fijos que deberá adquirir la empresa Génesis para el inicio de operaciones son los siguientes⁶:

- Adecuaciones: corresponde a los trabajos que se necesitan realizar para adecuar el lugar establecido para el funcionamiento de la planta y las oficinas, los valores en los que se deberá incurrir son:

⁶Todas las inversiones cuentan con una valor adicional del 2% correspondiente a imprevistos.

Tabla N° 22: Adecuaciones

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Divisiones modulares	25	\$ 50,60	\$ 1.265,00
Masillado y pintura de interiores – fachada	150	\$ 3,20	\$ 480,00
Instalaciones etc.			\$ 500,00
Subtotal			\$ 2.245,00
Imprevistos 2%			\$ 44,90
TOTAL			\$ 2.289,90

Elaborado por: Alexandra Catota

- Muebles y enseres: es todo el mobiliario destinado a equipar las oficinas de la empresa, dentro de los mismos se tiene:

Tabla N° 23: Muebles y enseres

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Estación de trabajo	5	\$ 200,00	\$ 1.000,00
Archivador aéreo	3	\$ 80,00	\$ 240,00
Cajonera metálica / Archivador	2	\$ 65,00	\$ 130,00
Silla	2	\$ 89,00	\$ 178,00
Mesas de corte	2	\$ 300,00	\$ 600,00
Sillas	3	\$ 25,00	\$ 75,00
SUBTOTAL			\$ 2.223,00
Imprevistos 2%			\$ 44,46
TOTAL			\$ 2.267,46

Elaborado por: Alexandra Catota

- Equipo de oficina: equipo destinado para la comunicación interna y externa de la empresa, la inversión a realizar es de:

Tabla N° 24: Equipo de oficina

Detalle	Cantidad	Valor unitario	valor total
Teléfono panasonic TS 500	3	\$ 16,30	\$ 48,90
SUBTOTAL			\$ 48,90
Imprevistos 2%			\$ 0,98
TOTAL			\$ 49,88

Elaborado por: Alexandra Catota

- Equipo de computación: inversión destinada para el manejo y administración de datos de la empresa Génesis, además se incluye el valor de una impresora matricial para la elaboración de facturas; el valor de la inversión en la siguiente tabla:

Tabla N° 25: Equipo de computación

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Computador 4gb Led19	2	\$ 475,00	\$ 950,00
Impresora	1	\$ 135,00	\$ 135,00
SUBTOTAL			\$ 1.085,00
Imprevistos 2%			\$ 90,64
TOTAL			\$ 1.175,64

Elaborado por: Alexandra Catota

- Maquinaria y equipo: tal como se describió dentro del estudio técnico, la inversión necesaria para cubrir la adquisición de los mismos se resume en la siguiente tabla:

Tabla N° 26: Maquinaria y equipo

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Maquina puntada overlock Marca Singer	2	900	\$ 1.800,00
Maquina puntada recta	1	800	\$ 800,00
Maquina puntada recubridora	1	2400	\$ 2.400,00
Plancha para transfer	1	900	\$ 900,00
Cortadora vertical	1	550	\$ 550,00
Cortadora circular	1	160	\$ 160,00
SUBTOTAL			\$ 6.610,00
Imprevistos 2%			\$ 132,20
TOTAL			\$ 6.742,20

Elaborado por: Alexandra Catota

En resumen la inversión en activos fijos en las que deberá incurrir la empresa Génesis es por un total de \$ 10.235,18, tal como se muestra en la tabla:

Tabla N° 27: Activos fijos

Detalle	Valor inversión
Maquinaria y Equipos	\$ 6.742,20
Muebles y Enseres	\$ 2.267,46
Equipo de Oficina	\$ 49,88
Equipo de Computación	\$ 1.175,64
TOTAL	\$ 10.235,18

Elaborado por: Alexandra Catota

5.1.1.2 Activos diferidos

“Integrado por valores cuya recuperabilidad está condicionada generalmente por el transcurso del tiempo, es el caso de inversiones realizadas por el negocio y que en un lapso se convertirán en gastos”.(Hernández Mangones, 2006)

Los activos diferidos son generalmente los egresos en los que la empresa incurre para poder iniciar su establecimiento y operaciones, entre los rubros considerados dentro de este concepto se encuentran:

Tabla N° 28: Activos diferidos

Detalle	Valor total
Gastos legales de constitución	\$ 475,00
Permisos, patentes y marcas,	\$ 286,00
Estudio Previos	\$ 400,00
Adecuaciones instalaciones etc	\$ 2.289,90
Subtotal	\$ 3.450,90
Imprevistos 2%	\$ 69,02
TOTAL	\$ 3.519,92

Fuente: Investigación de campo, Municipio de Santo Domingo de los Colorados
Elaborado por: Alexandra Catota

5.1.1.3 Depreciaciones y amortizaciones

“La pérdida de valor de un activo fijo y tangible, a consecuencia de su insuficiencia, uso u obsolescencia, se denomina depreciación”.(Villalobos, 2001)

Así se puede determinar que la depreciación es la pérdida de valor de los activos fijos por su uso en las actividades productivas de la empresa; según la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno, las depreciaciones de activos se deberán realizar en función de la disminución de un porcentaje a cada año de vida útil del activo (método de línea recta), para el caso de la empresa Génesis se tomó un valor residual del 5% del valor del activo, las depreciaciones se presentan de la siguiente manera:

Tabla N° 29: Depreciaciones

Detalle	Valor inicial	Valor residual	Vida útil	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Maquinaria y Equipos	\$ 6.742,20	5%	10	\$ 640,51	\$ 640,51	\$ 640,51	\$ 640,51	\$ 640,51
Muebles y Enseres	\$ 2.267,46	5%	10	\$ 226,75	\$ 226,75	\$ 226,75	\$ 226,75	\$ 226,75
Equipo de Oficina	\$ 49,88	5%	10	\$ 4,99	\$ 4,99	\$ 4,99	\$ 4,99	\$ 4,99
Equipo de Computación	\$ 1.175,64	5%	3	\$ 391,88	\$ 391,88	\$ 391,88	\$ 0,00	\$ 0,00
TOTAL	\$ 10.235,18	5%		\$ 1.264,12	\$ 1.264,12	\$ 1.264,12	\$ 872,24	\$ 872,24

Elaborado por: Alexandra Catota

Las amortizaciones por otra parte se aplican directamente a los activos diferidos, estos se amortizan en función del periodo de tiempo establecido para su recuperación, al igual que la depreciación se aplica la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno y se aplica el método de línea recta. Siendo el plazo máximo de amortización determinado por la ley de cinco años; así la tabla de amortización para la empresa Génesis será:

Tabla N° 30: Amortizaciones

Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
\$ 703,98	\$ 703,98	\$ 703,98	\$ 703,98	\$ 703,98

Elaborado por: Alexandra Catota

5.1.2 Capital de trabajo.

Otro de los componentes de las inversiones iniciales en las que deberá incurrir la empresa Génesis es el capital de trabajo, el mismo se define como:

La inversión en capital de trabajo corresponde al conjunto de recursos necesarios, en forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo, esto es, el proceso que se inicia con el primer desembolso para cancelar los insumos de la operación y finaliza cuando los insumos transformados en productos terminados son vendidos y el monto de la venta recaudado y disponible para cancelar la compra de nuevos insumos. (Miranda, 1996, pág. 209)

Para el cálculo del capital de trabajo se utilizará el método del desfase que implica la suma de todos los costos y gastos clasificados en los que incurrirá la empresa Génesis durante el primer año de operación, el detalle de los mismos será tratado en los puntos destinados para el efecto. El resumen de costos y gastos en la siguiente tabla:

Tabla N° 31: Costos y gastos⁷

	Año 1
COSTOS DIRECTO	\$ 29.626,38
Inventario	\$ 13.696,00
Mano de obra	\$ 10.851,44
Materiales directos	\$ 5.078,94
COSTO INDIRECTO	\$ 7.023,10
Mano de obra indirecta	\$ 7.023,10
GIF	\$ 4.210,56
Servicios Básicos Producción	\$ 1.762,56
Arriendo	\$ 2.448,00
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 18.652,65
Sueldos administrativos	\$ 14.718,52
Mantenimiento	\$ 343,85
Materiales y útiles de oficina	\$ 473,28
Servicios básicos	\$ 771,00
Pago de honorarios	\$ 2.346,00
GASTOS DE VENTA	\$ 12.973,72
Sueldos de ventas	\$ 5.425,72
Publicidad	\$ 7.548,00
Total	\$ 72.486,41

Elaborado por: Alexandra Catota

Determinado el valor anual de costos y gastos, se debe calcular el valor diario de los mismos, para ello se divide el total anual para el número de días contables (360 días), a dicho resultado se lo multiplica por el número de días en que se espera obtener los primeros ingresos provenientes de la venta de pijamas (30 días); obteniendo el siguiente resultado:

Tabla N° 32: Capital de trabajo

Método del desfase=	PC 360	X	Días de desfase
Método del desfase=	\$ 72.486,41 360	x	30
Método del desfase=	\$ 6.040,53		

Elaborado por: Alexandra Catota

Determinados todos los valores de inversiones iniciales (Activos fijos, diferidos y capital de trabajo) en los que deberá incurrir la empresa Génesis, el total de inversión para iniciar el negocio será de \$ 19.795,63

⁷Costos y gastos obtenidos del desarrollo efectuado en el punto 6.1.4.

Tabla N° 33: Resumen de inversiones

Descripción	Monto de Inversión
Maquinaria y Equipos	\$ 6.742,20
Muebles y Enseres	\$ 2.267,46
Equipo de Oficina	\$ 49,88
Equipo de Computación	\$ 1.175,64
Activos Diferidos	\$ 3.519,92
Capital de Trabajo	\$ 6.040,53
TOTAL INVERSIÓN	\$ 19.795,63

Elaborado por: Alexandra Catota

5.1.3 Fuentes de financiamiento.

Determinados los valores de inversión inicial para la empresa Génesis, es necesario establecer las fuentes de financiamiento, es decir, de donde provendrán los recursos para el establecimiento de la empresa.

En el caso de Génesis los recursos provendrán específicamente de dos fuentes:

- Aportes propios: son las aportaciones realizadas por los socios en dinero o en bienes muebles o inmuebles; para el caso estos recursos cubrirán el 49,83% del total de la inversión, siendo está de \$ 9.863,80.
- Aportes del crédito: son aportes obtenidos mediante la consecución de un crédito en una institución financiera pública o privada; para el caso se decidió la opción de realizarlo con el Banco Nacional de Fomento, el cual cubrirá el restante 50,17% de la inversión inicial, es decir, cubrirá \$ 9.931,83.

Tabla N° 34: Fuentes de financiamiento

Descripción	Monto de Inversión	Estructura de capital			
		Propio	%	Préstamo	%
Maquinaria y Equipos	\$ 6.742,20	\$ 3.371,10	50%	\$ 3.371,10	50%
Muebles y Enseres	\$ 2.267,46	\$ 2.267,46	100%	\$ -	0%
Equipo de Oficina	\$ 49,88	\$ 49,88	100%	\$ -	0%
Equipo de Computación	\$ 1.175,64	\$ 1.175,64	100%	\$ -	0%
Activos Diferidos	\$ 3.519,92	\$ 2.999,72	85%	\$ 520,20	15%
Capital de Trabajo	\$ 6.040,53	\$ -	0%	\$ 6.040,53	100%
TOTAL INVERSIÓN	\$ 19.795,63	\$ 9.863,80		\$ 9.931,83	
Fuentes y usos			49,83%		50,17%

Elaborado por: Alexandra Catota

Los aportes propios cubrirán el total de las inversiones en muebles y enseres, equipo de oficina, equipo de computación, además cubrirá el 50% del valor de inversión en maquinarias y equipos y el 85% de activos diferidos. Por otra parte los aportes obtenidos del crédito cubrirán el restante 50% de la maquinaria y equipo, el 15% de activos diferidos, y el 100% del capital de trabajo.

Se debe aclarar que el crédito a obtener deberá cumplir las siguientes condiciones:

Tabla N° 35: Condiciones del crédito

Monto	Tasa de interés PYMES	Tiempo	Periodicidad
\$ 9.931,83	11,83%	2 años	Mensual

Elaborado por: Alexandra Catota

El pago de la deuda será cancelado con intereses en 24 cuotas, según la siguiente tabla de amortización:

Tabla N° 36: Tabla de amortización del crédito

No.	SALDO	INTERES	PRINCIPAL	DIVIDENDO
0	9.931,83			
1	9.563,00	97,91	368,83	466,74
2	9.190,54	94,28	372,46	466,74
3	8.814,41	90,60	376,13	466,74
4	8.434,56	86,90	379,84	466,74
5	8.050,98	83,15	383,59	466,74
6	7.663,61	79,37	387,37	466,74
7	7.272,42	75,55	391,19	466,74
8	6.877,38	71,69	395,04	466,74
9	6.478,44	67,80	398,94	466,74
10	6.075,57	63,87	402,87	466,74
11	5.668,73	59,89	406,84	466,74
12	5.257,87	55,88	410,85	466,74
13	4.842,97	51,83	414,90	466,74
14	4.423,98	47,74	418,99	466,74
15	4.000,85	43,61	423,12	466,74
16	3.573,56	39,44	427,30	466,74
17	3.142,05	35,23	431,51	466,74
18	2.706,28	30,98	435,76	466,74
19	2.266,23	26,68	440,06	466,74
20	1.821,83	22,34	444,40	466,74
21	1.373,05	17,96	448,78	466,74
22	919,85	13,54	453,20	466,74
23	462,18	9,07	457,67	466,74
24	(0,00)	4,56	462,18	466,74
		1.269,87	9.931,83	11.201,70

Elaborado por: Alexandra Catota

5.1.4 Ingresos y gastos.

En primer lugar se determinarán los costos y gastos asociados con la producción, posteriormente los asociados con la administración y se finalizarán con los gastos de venta y gastos financieros. Para la empresa Génesis los costos y gastos se detallan a continuación⁸:

- Costos directos
 - Mano de obra directa: corresponde al pago del salario de los operarios en la zona de producción, los cuales percibirán una remuneración básica unificada de \$340,00 y gozará de todos los beneficios de ley. El rol de pagos para el primer año y su proyección en las siguientes tablas:

Tabla N° 37: Rol de pagos mano de obra

Cargo	Nro. Personas	Remuneración Mensual	Aporte Patronal 12,15%	Provisión de beneficios	Total mensual sin beneficios	Total Remuneración Año 1
Operarias	2	\$ 680,00	\$ 82,62	\$ 224,29	\$ 680,00	\$10.851,44
Total		\$ 680,00	\$ 82,62	\$ 224,29	\$ 680,00	\$10.851,44

Cargo	Nro. Personas	1	2	3	4	5
Operarios	2	\$ 10.851,44	\$ 11.793,20	\$ 12.060,91	\$ 12.334,69	\$ 12.614,69
TOTAL		\$ 10.851,44	\$ 11.793,20	\$ 12.060,91	\$ 12.334,69	\$ 12.614,69

Elaborado por: Alexandra Catota

- Materias primas: corresponde en el caso a la cantidad de tela necesaria para la elaboración de pijamas por parte de la empresa; en función de la cantidad de prendas a elaborar la cantidad de tela necesaria (0,40 kg. por prenda) y a un precio por kg. para el primer año de \$ 5,40 con proyección de \$ 6,04 al quinto año sobre la inflación vigente, se obtiene:

⁸Las proyecciones de los costos y gastos se realizaron con la tasa anual de inflación vigente, que a septiembre de 2013 es de 2,27% según dato obtenido del Banco Central del Ecuador.

Tabla N° 38: Materias primas

Año	1	2	3	4	5
Total de prendas a fabricar	6200	6355	6514	6676	6843
Total Kilos Tela Jersey Llana	2480	2542	2605.6	2670.4	2737.20
Precio x kilogramo	\$ 5,52	\$ 5,65	\$ 5,78	\$ 5,91	\$ 6,04
Total Materia Prima	\$ 13.696,00	\$ 14.557,07	\$ 15.050,34	\$ 15.774,77	\$ 16.535,42

Elaborado por: Alexandra Catota

- Materiales directos: dentro de los materiales directos se consideran en función de la cantidad de prendas a producir a los siguientes materiales:
 - cintas 0,30centímetrospor prenda a un costo de \$ 0,30
 - hilos 1 por prenda a un costo de \$ 0,30;
 - botones 2 por prenda a un costo de \$ 0,008;
 - fundas de empaque 1 por prenda a un costo de \$ 0,035;
 - estampado 1 por prenda a un costo de \$ 0,40 y
 - etiquetas 1 por prenda a un costo de \$ 0,05.

Los costos anuales y su proyección en la siguiente tabla resumen:

Tabla N° 39: Materiales Directos

Materiales directos	1	2	3	4	5
Cintas	\$ 570.67	\$ 598.21	\$ 627.10	\$ 657.28	\$ 689.02
Hilos	\$ 1.902,22	\$ 1.994,04	\$ 2.090,32	\$ 2.190,94	\$ 2.296,73
Botones	\$ 101,45	\$ 103,35	\$ 111,48	\$ 116,85	\$ 122,49
Fundas para empaque	\$ 221,93	\$ 232,64	\$ 243,87	\$ 255,61	\$ 267,95
Estampado	\$ 2.536,30	\$ 2.658,72	\$ 2.787,10	\$ 2.921,25	\$ 3.062,30
Etiqueta	\$ 317,04	\$ 332,34	\$ 348,39	\$ 365,16	\$ 382,79
Total	\$ 5.078,94	\$ 5.321,09	\$ 5.581,16	\$ 5.849,81	\$ 6.132,26

Elaborado por: Alexandra Catota

- Costos indirectos
 - Mano de obra indirecta: corresponde al pago de salarios a la jefa de taller, la cual percibirá una remuneración de \$ 450,00 y gozará de todos los beneficios de ley. El rol de pagos para el primer año y su proyección para cinco años:

Tabla N° 40: Rol de pagos mano de obra indirecta

Cargo	Nro. Personas	Remuneración Mensual	Aporte Patronal 12,15%	Provisión de beneficios	Total mensual sin beneficios	Total Remuneración Año 1
Jefa de Taller	1	\$ 450,00	\$ 54,68	\$ 135,26	\$ 450,00	\$ 7.023,10
Total		\$ 450,00	\$ 54,68	\$ 135,26	\$ 450,00	\$ 7.023,10

Cargo	Nro. Personas	1	2	3	4	5
Jefa de Taller	1	\$ 7.023,10	\$ 7.625,90	\$ 7.792,38	\$ 7.962,63	\$ 8.136,76
TOTAL		\$ 7.023,10	\$ 7.625,90	\$ 7.792,38	\$ 7.962,63	\$ 8.136,76

Elaborado por: Alexandra Catota

- Gastos indirectos de fabricación
 - Servicios básicos: corresponde a los valores destinados a cubrir los servicios de energía eléctrica en función del consumo promedio de cada máquina y del agua utilizados en la planta de producción.

Tabla N° 41: Servicios básicos de producción

Rubro	V. Unitario	Cantidad	Total mes	1	2	3	4	5
Agua	\$ 0,55	120	\$ 66,00	\$ 792,00	\$ 809,98	\$ 828,36	\$ 847,17	\$ 866,40
Luz	\$ 0,60	130	\$ 78,00	\$ 936,00	\$ 957,25	\$ 978,98	\$ 1.001,20	\$ 1.023,93
Subtotal			\$ 144,00	\$ 1.728,00	\$ 1.767,23	\$ 1.807,34	\$ 1.848,37	\$ 1.890,33
Imprevistos 2%			\$ 2,88	\$ 34,56	\$ 35,34	\$ 36,15	\$ 36,97	\$ 37,81
TOTAL			\$ 146,88	\$ 1.762,56	\$ 1.802,57	\$ 1.843,49	\$ 1.885,34	\$ 1.928,13

Elaborado por: Alexandra Catota

- Arriendo: corresponde al valor pagado por concepto del alquiler del bien inmueble donde se establecerá la empresa Génesis, el mismo tendrá un valor mensual de \$ 200,00.

Tabla N° 42: Arriendos

Rubros	1	2	3	4	5
Arriendo	\$ 2.400,00	\$ 2.454,48	\$ 2.510,20	\$ 2.567,18	\$ 2.625,45
Subtotal	\$ 2.400,00	\$ 2.454,48	\$ 2.510,20	\$ 2.567,18	\$ 2.625,45
Imprevistos 2%	\$ 48,00	\$ 49,09	\$ 50,20	\$ 51,34	\$ 52,51
TOTAL	\$ 2.448,00	\$ 2.503,57	\$ 2.560,40	\$ 2.618,52	\$ 2.677,96

Elaborador: Alexandra Catota

- Gastos administrativos
 - Sueldos: corresponde al salario que recibirá el personal administrativo de la empresa Génesis, corresponde al administrador que recibirá una remuneración de \$ 600,00 y al asistente administrativo polivalente quien recibirá una remuneración básica unificada de \$ 340,00, además gozarán de todos los beneficios de ley. El rol de pagos para el primer año y su proyección en las siguientes tablas:

Tabla N° 43: Rol de pagos administración

Cargo	Nro. Personas	Remuneración Mensual	Aporte Patronal 12,15%	Provisión de beneficios	Total mensual sin beneficios	Total Remuneración Año 1
Administrador	1	\$ 600,00	\$ 72,90	\$ 174,40	\$ 600,00	\$ 9.292,80
Asistente Administrativo Polivalente	1	\$ 340,00	\$ 41,31	\$ 112,14	\$ 340,00	\$ 5.425,72
Total		\$ 940,00	\$ 114,21	\$ 286,54	\$ 940,00	\$ 14.718,52

Cargo	1	2	3	4	5
Administrador	\$ 9.292,80	\$ 10.096,53	\$ 10.318,50	\$ 10.545,51	\$ 10.777,68
Asistente Administrativo Polivalente	\$ 5.425,72	\$ 5.896,60	\$ 6.030,45	\$ 6.167,35	\$ 6.307,34
TOTAL	\$ 14.718,52	\$ 15.993,13	\$ 16.348,95	\$ 16.712,86	\$ 17.085,02

Elaborado por: Alexandra Catota

- Mantenimiento de equipos: para el pago del mantenimiento o arreglos de la maquinaria o equipos será destinado un valor anual correspondiente al 5% del valor de inversión en maquinaria.

Tabla N° 44: Mantenimiento de equipos

Rubros	V. Anual	Cantidad	Año1
Provisión de mantenimiento de maquinaria	\$ 337,11	1,00	\$ 337,11
Subtotal			\$ 337,11
Imprevistos 2%			\$ 6,74
TOTAL			\$ 343,85

Elaborado por: Alexandra Catota

- Materiales y útiles de oficina: comprende el gasto correspondiente a hojas, esferográficos, cintas adhesivas, entre otros; además se adiciona el valor de los insumos de computación.

Tabla N° 45: Materiales y útiles de oficina

Rubros	V. Unitario mes	Cantidad	Año 1
Materiales de oficina	\$ 20,00	12,00	\$ 240,00
Tóner e insumos de computación	\$ 112,00	2,00	\$ 224,00
Subtotal			\$ 464,00
Imprevistos 2%			\$ 9,28
TOTAL			\$ 473,28

Elaborado por: Alexandra Catota

- Servicios de área administrativa: corresponde a los valores a cancelar por concepto de energía eléctrica, agua potable, telefonía e internet.

Tabla N° 46: Servicios básicos administración

Rubros	Medida	Valor unitario	Cantidad	Año 1
Agua	m3	\$ 0,55	20	\$ 132,00
Luz	kw/h	\$ 0,60	20	\$ 144,00
Teléfono e internet		\$ 39,99	12	\$ 479,88
Subtotal				\$ 755,88
Imprevistos 2%				\$ 15,12
TOTAL				\$ 771,00

Elaborado por: Alexandra Catota

- Servicios profesionales: como servicios complementarios se contratará de forma independiente a una diseñadora de modas para el establecimiento del modelo de pijamas a confeccionar, y además se requerirá mensualmente los servicios de un contador para el control de cuentas y declaración de impuestos.

Tabla N° 47: Servicios profesionales

Rubros	V. Unitario mes	Cantidad	1
Asistencia contable	\$ 150,00	12,00	\$ 1.800,00
Servicios de diseño (modas)	\$ 500,00	1,00	\$ 500,00
Subtotal			\$ 2.300,00
Imprevistos 2%			\$ 46,00
TOTAL			\$ 2.346,00

Elaborado por: Alexandra Catota

- Gastos de Ventas
 - Sueldo vendedor: corresponde al salario que percibirá el personal de ventas, el mismo recibirá una Remuneración Básica Unificada de \$ 340,00, gozará de todos los beneficios de ley, el rol de pagos del año 1 y su proyección en las siguientes tablas:

Tabla N° 48: Rol de pagos ventas

Cargo	Nro. Personas	Remuneración Mensual	Aporte Patronal 12,15%	Provisión de beneficios	Total mensual sin beneficios	Total Remuneración Año 1
Vendedor	1	\$ 340,00	\$ 41,31	\$ 112,14	\$ 340,00	\$ 5.425,72
Total		\$ 340,00	\$ 41,31	\$ 112,14	\$ 340,00	\$ 5.425,72

Cargo	Nro. Personas	1	2	3	4	5
Vendedor	1	\$ 5.425,72	\$ 5.896,60	\$ 6.030,45	\$ 6.167,35	\$ 6.307,34
TOTAL		\$ 5.425,72	\$ 5.896,60	\$ 6.030,45	\$ 6.167,35	\$ 6.307,34

Elaborado por: Alexandra Catota

- Publicidad: el gasto publicidad comprende la elaboración de afiches por un valor mensual de \$ 200,00; material POP y merchandising por un valor trimestral de \$ 1.200,00; para la promoción de la empresa Génesis.

Tabla N° 49: Material publicitario

RUBROS	V. UNITARIO MES	Cantidad	1
Afiches	\$ 150,00	12	\$ 1.800,00
Material POP	\$ 550,00	4	\$ 2.200,00
Merchandising	\$ 200,00	4	\$ 800,00
Catalogo	\$ 1.000,00	2	\$ 2.000,00
pagina web, maniquies	\$ 150,00	4	\$ 600,00
Subtotal			\$ 7.400,00
Imprevistos 2%			\$ 148,00
TOTAL			\$ 7.548,00

Elaborado por: Alexandra Catota

Tabla N° 50: Publicidad

Gastos de ventas	1	2	3	4	5
Publicidad	\$ 7.548,00	\$ 7.719,34	\$ 7.894,57	\$ 8.073,78	\$ 8.257,05

Elaborado por: Alexandra Catota

- Otros gastos
 - Gastos financieros: corresponden a los provenientes por el uso del dinero del crédito a obtener con el Banco Nacional de Fomento por el periodo de 2 años.

Tabla N° 51: Gastos financieros

Rubros	Año 1	Año 2	TOTAL
Intereses	\$ 926,90	\$ 342,98	\$ 1.269,87

Elaborado por: Alexandra Catota

5.1.4.1 Ingresos

Los ingresos son incrementos del patrimonio neto, distintos de las aportaciones de fondos a la entidad por parte de los propietarios, como consecuencia de las actividades económicas de ventas de bienes o prestación de servicios o como consecuencia de las variaciones en el valor de activos o pasivos que deben reconocerse contablemente. (Alcarria Jaime, 2009)

Para el caso de la empresa Génesis los ingresos provendrán directamente de la venta de pijamas, pero para determinar el valor de los ingresos es primordial calcular el precio de venta, para ello se utilizará el método del costo más margen.

Dicho método establece el costo total unitario de producir o confeccionar una prenda, al cual se le suma un porcentaje de ganancia, estableciendo así el precio de venta. Para la empresa Génesis el detalle de costos se expresan a continuación:

Tabla N° 52: Resumen de costos

COSTOS	1	2	3	4	5
COSTOS DIRECTO	\$ 29.626,38	\$ 31.671,36	\$ 32.692,41	\$ 33.959,27	\$ 35.282,37
Inventario	\$ 13.696,00	\$ 14.557,07	\$ 15.050,34	\$ 15.774,77	\$ 16.535,42
Mano de obra directa	\$ 10.851,44	\$ 11.793,20	\$ 12.060,91	\$ 12.334,69	\$ 12.614,69
Materiales directos	\$ 5.078,94	\$ 5.321,09	\$ 5.581,16	\$ 5.849,81	\$ 6.132,26
COSTO INDIRECTO	\$ 7.023,10	\$ 7.625,90	\$ 7.792,38	\$ 7.962,63	\$ 8.136,76
Mano de obra indirecta	\$ 7.023,10	\$ 7.625,90	\$ 7.792,38	\$ 7.962,63	\$ 8.136,76
GASTO INDIRECTO DE FABRICACIÓN	\$ 4.851,07	\$ 4.946,65	\$ 5.044,40	\$ 5.144,37	\$ 5.246,60
Servicios Básicos Producción	\$ 1.762,56	\$ 1.802,57	\$ 1.843,49	\$ 1.885,34	\$ 1.928,13
Arriendo	\$ 2.448,00	\$ 2.503,57	\$ 2.560,40	\$ 2.618,52	\$ 2.677,96
Depreciaciones de Maquinaria y Equipo	\$ 640,51	\$ 640,51	\$ 640,51	\$ 640,51	\$ 640,51
GASTOS DE OPERACIÓN					
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 19.980,25	\$ 21.344,16	\$ 21.791,32	\$ 21.856,75	\$ 22.324,43
Sueldos administrativos	\$ 14.718,52	\$ 15.993,13	\$ 16.348,95	\$ 16.712,86	\$ 17.085,02
Mantenimiento	\$ 343,85	\$ 351,66	\$ 359,64	\$ 367,80	\$ 376,15
Materiales y útiles de oficina	\$ 473,28	\$ 484,02	\$ 495,01	\$ 506,25	\$ 517,74
Servicios básicos	\$ 771,00	\$ 788,50	\$ 806,40	\$ 824,70	\$ 843,42
Pago de honorarios	\$ 2.346,00	\$ 2.399,25	\$ 2.453,72	\$ 2.509,42	\$ 2.566,38
Depreciación muebles y enseres	\$ 226,75	\$ 226,75	\$ 226,75	\$ 226,75	\$ 226,75
Depreciación equipo de oficina	\$ 4,99	\$ 4,99	\$ 4,99	\$ 4,99	\$ 4,99
Depreciación equipo de computación	\$ 391,88	\$ 391,88	\$ 391,88	\$ 0,00	\$ 0,00
Amortización de diferidos	\$ 703,98	\$ 703,98	\$ 703,98	\$ 703,98	\$ 703,98
GASTOS DE VENTA	\$ 12.973,72	\$ 13.615,94	\$ 13.925,02	\$ 14.241,13	\$ 14.564,39
Sueldos de ventas	\$ 5.425,72	\$ 5.896,60	\$ 6.030,45	\$ 6.167,35	\$ 6.307,34
Publicidad	\$ 7.548,00	\$ 7.719,34	\$ 7.894,57	\$ 8.073,78	\$ 8.257,05
GASTOS FINANCIEROS	\$ 926,90	\$ 342,98	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Intereses	\$ 926,90	\$ 342,98	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
TOTAL EGRESOS	\$ 75.381,42	\$ 79.546,99	\$ 81.245,53	\$ 83.164,14	\$ 85.554,55

Elaborado por: Alexandra Catota

La determinación de los ingresos también se encontrará en función de la cantidad de pijamas que se van a confeccionar, tal como se determinó en la demanda las cantidades a producir son:

Tabla N° 53: Cantidades de producción

	1	2	3	4	5
Cantidad	6200	6355	6514	6676	684

Elaborado por: Alexandra Catota

Obtenido el total de costos y gastos para el primer año se obtiene el siguiente costo de ventas:

Tabla N° 54: Costo total de ventas

Distribución del costo	
Costos unitarios	\$ 6,69
Gastos	\$ 5,46
Costo total de ventas	\$ 12,16

Elaborado por: Alexandra Catota

Determinado el costo de ventas el porcentaje de utilidad que se ha considerado para la empresa es del 15%, obteniendo el siguiente precio de venta:

Tabla N° 55: Precio de venta

Costo unitario por prenda	\$ 12,16
Porcentaje de utilidad	15%
Utilidad por prenda	\$ 1,82
PVP Exwork	\$ 13,98

Elaborado por: La Alexandra Catota

Como parte de la estrategia de mercado se ha considerado mantener el precio de \$ 13,98 durante los 5 años de proyección con lo que se obtendría los siguientes ingresos:

Tabla N° 56: Total anual de ingresos

	1	2	3	4	5
Ingresos	\$ 86.688,63	\$ 88.855,85	\$ 91.078,99	\$ 93.344,08	\$ 95.679,08

Elaborado por: Alexandra Catota

Así los ingresos que se espera percibir por la confección de pijamas varían de \$86.688,63 al primer año proyectado a \$ 95.679,08 al quinto año.

5.1.5 Capital social.

“El capital social es la aportación de recursos materiales que efectúa una sociedad al constituir una entidad económica para realizar transacciones financieras con fines de lucro”.(Elizondo López, 2003)

“El capital social está representado por títulos que han sido emitidos a favor de los accionistas o socios como evidencia de su participación en la entidad”(Elizondo López, 2003)

En la empresa Génesis las aportaciones del capital social, tal como se determinó en la estructura del financiamiento el total de aportes de capital es de \$ 9.863,80; el mismo será dividido entre dos socios iniciales los cuales realizarán el aporte de la siguiente manera:

Tabla N° 57: Capital social

Socio	% de aportaciones	Total en dólares
Socio 1	49%	\$ 4.833,26
Socio 2	51%	\$ 5.030,54
Total		\$ 9.863,80

Elaborado por: Alexandra Catota

5.1.6 Estados financieros.

Dentro de los estados financieros se establece la construcción de los balances de situación inicial, el cual muestra la valoración de activos, pasivos y patrimonio; y el estado de pérdidas y ganancias que muestra el resultado de los ingresos menos los gastos como consecuencia de la operación de la empresa durante un periodo, dando como resultado pérdidas o ganancias por la operación.

Tabla N° 58: Balance de situación inicial

Balance de Situación Inicial			
Empresa Génesis			
ACTIVOS		PASIVOS	
Activo Corriente	\$ 6.040,53	Pasivo corriente	\$ 0,00
Caja, Bancos	\$ 6.040,53		\$ 0,00
Activos Fijos	\$ 13.755,10	Pasivo Largo Plazo	\$ 9.931,83
Maquinaria y Equipos	\$ 6.742,20	Préstamo Banco de Fomento	\$ 9.931,83
Muebles y Enseres	\$ 2.267,46	Patrimonio	\$ 9.863,80
Equipo de Oficina	\$ 49,88	Capital social	\$ 9.863,80
Equipo de Computación	\$ 1.175,64		
Activos diferidos	\$ 3.519,92		
Total activos	\$ 19.795,63	Total Pasivo y Patrimonio	\$ 19.795,63

Elaborado por: Alexandra Catota

Tabla N° 59: Estado de pérdidas y ganancias

Descripción	Año 1
INGRESOS	\$ 86.688,63
INGRESOS OPERACIONALES	\$ 86.688,63
(-) COSTO DE VENTAS	\$ 41.500,55
COSTOS DIRECTO	\$ 29.626,38
Inventario	\$ 13.696,00
Mano de obra	\$ 10.851,44
Materiales indirectos	\$ 5.078,94
COSTO INDIRECTO	\$ 7.023,10
Mano de obra indirecta	\$ 7.023,10
GIF	\$ 4.851,07
Servicios Básicos Producción	\$ 1.762,56
Arriendo	\$ 2.448,00
Depreciaciones de Maquinaria y Equipo	\$ 640,51
UTILIDAD BRUTA OPERACIONAL	\$ 45.188,08
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 19.980,25
Sueldos administrativos	\$ 14.718,52
Mantenimiento	\$ 343,85
Materiales y útiles de oficina	\$ 473,28
Servicios básicos	\$ 771,00
Pago de honorarios	\$ 2.346,00
Depreciación muebles y enseres	\$ 226,75
Depreciación equipo de oficina	\$ 4,99
Depreciación equipo de computación	\$ 391,88
Amortización de diferidos	\$ 703,98
GASTOS DE VENTA	\$ 12.973,72
Sueldos de ventas	\$ 5.425,72
Publicidad	\$ 7.548,00
GASTOS FINANCIEROS	\$ 926,90
Intereses	\$ 926,90
UTILIDAD NETA ANTES DE PARTICIPACIÓN	\$ 11.307,21
(-) Participación de Trabajadores 15%	\$ 1.696,08
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS	\$ 9.611,13
(-) Impuesto a la renta	\$ 2.114,45
UTILIDAD NETA	\$ 7.496,68

Elaborado por: Alexandra Catota

5.1.7 Punto de equilibrio.

Según Ugalde (2004),

El punto de equilibrio ofrece a la administración, lo que desea saber con respecto a la relación entre costos, volúmenes y utilidades; ya que frecuentemente se desea saber las repercusiones, si cambiase alguno de estos factores, o una combinación de los

mismos, y como consecuencia lógica, cuál cambio rendiría una utilidad más satisfactoria.(Ugalde Esquivel, 2004)

En el caso de la empresa Génesis lo que se espera determinar es el punto donde los costos y gastos se equiparan con los ingresos, es decir, donde la empresa vende lo suficiente para poder cubrir los costos y gastos de la operación.

Para el cálculo del punto de equilibrio es necesario clasificar los costos en fijos y variables para la aplicación de las siguientes fórmulas:

- Para el punto de equilibrio en dólares:

$$Pe = \frac{\text{Costos fijos}}{1 - \frac{\text{Costos variables}}{\text{Ingresos}}}$$

- Para el punto de equilibrio en cantidades:

$$Peq = \frac{\text{Costos fijos}}{\text{Precio } x \text{ u.} - \text{Costo Variable Unitario}}$$

Los costos fijos y variables referenciados para la empresa Génesis son:

Tabla N° 60: Costos fijos

Arriendo	\$ 1.836,00
Sueldos administrativos	\$ 14.367,44
Mantenimiento	\$ 343,85
Materiales y útiles de oficina	\$ 473,28
Servicios básicos	\$ 771,00
Pago de honorarios	\$ 2.346,00
Sueldos de ventas	\$ 5.074,64
Publicidad	\$ 7.548,00
Intereses	\$ 926,90
Total	\$ 33.687,11

Elaborado por: Alexandra Catota

Tabla N° 61: Costos variables

COSTOS VARIABLES

Servicios básicos producción	\$ 1.762,56
Inventario	\$ 13.696,00
Mano de obra directa	\$ 10.851,44
Mano de obra indirecta	\$ 7.023,10
Materiales indirectos	\$ 5.098,74
Total	\$ 38.431,84

Elaborado por: Alexandra Catota

Aplicando en las fórmulas los valores obtenidos;

- Punto de equilibrio en dólares

$$Pe = \frac{33.687,11}{1 - \frac{38.431,84}{86.688,63}}$$

$$Pe = 60.515,62$$

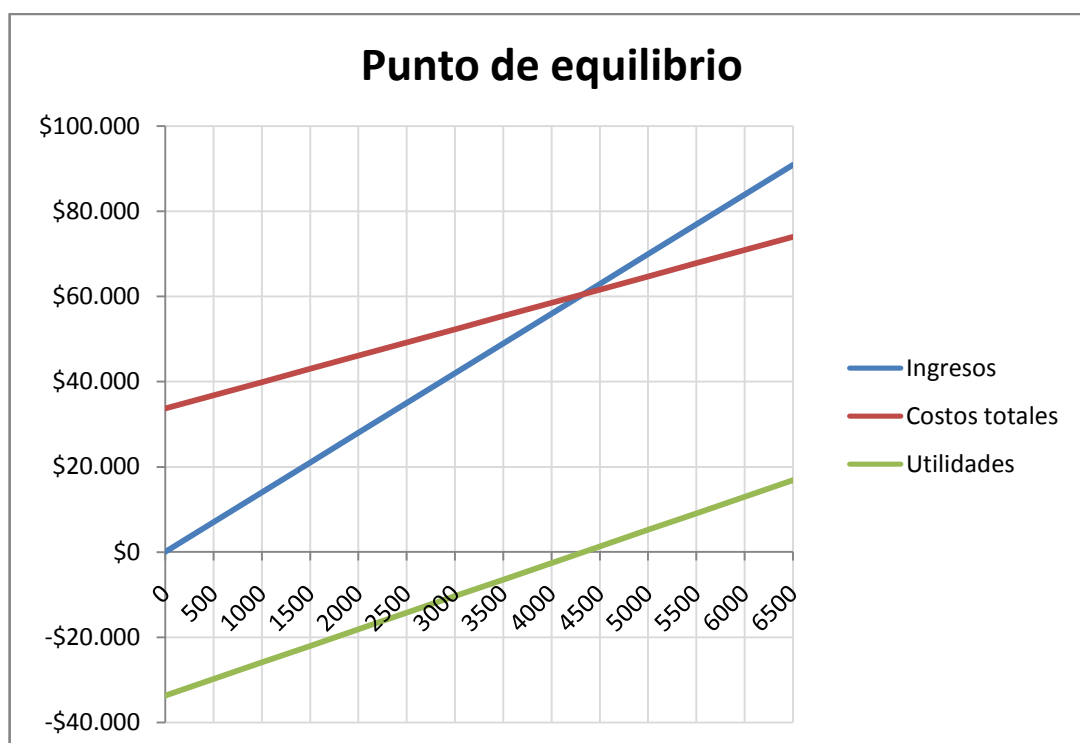
- Punto de equilibrio en unidades

$$Peq = \frac{33.687,11}{13,98 - 6,20}$$

$$Peq = 4329.23 \text{ u.}$$

Por lo tanto, el punto donde la empresa no gana ni pierde está determinado por ingresos de \$ 60.515,62 percibidos por la venta de 4329.23 pijamas. Datos representados en el siguiente gráfico:

Gráfica N° 11: Punto de equilibrio



Elaborado por: Alexandra Catota

5.2 Estudio financiero y económico.

Dentro del estudio financiero y económico el objetivo primordial es el de determinar a través de los flujos de caja proyectados los indicadores de evaluación financiera, con el fin de a través de su análisis expresar la viabilidad económica del proyecto y la rentabilidad de la inversión.

5.2.1 Flujo de caja.

“Es un esquema que presenta en forma orgánica y sistemática cada una de las erogaciones e ingresos líquidos registrados periodo por periodo”.(Miranda, 1996)

El flujo de caja se construye a partir de la elaboración del estado de pérdidas y ganancias proyectado, y para el caso de estudio se ha determinado un solo escenario, que contempla el aporte de los socios como el proveniente del crédito.

- Estado de pérdidas y ganancias proyectado

Tabla N° 62: Estado de pérdidas y ganancias con financiamiento

	1	2	3	4	5
INGRESOS	\$ 86.688,63	\$ 88.855,85	\$ 91.078,99	\$ 93.344,08	\$ 95.679,08
(-) COSTOS DE VENTAS	\$ 41.500,55	\$ 44.243,91	\$ 45.529,19	\$ 47.066,27	\$ 48.665,73
COSTOS DIRECTO	\$ 29.626,38	\$ 31.671,36	\$ 32.692,41	\$ 33.959,27	\$ 35.282,37
Inventario	\$ 13.696,00	\$ 14.557,07	\$ 15.050,34	\$ 15.774,77	\$ 16.535,42
Mano de obra directa	\$ 10.851,44	\$ 11.793,20	\$ 12.060,91	\$ 12.334,69	\$ 12.614,69
Materiales directos	\$ 5.078,94	\$ 5.321,09	\$ 5.581,16	\$ 5.849,81	\$ 6.132,26
COSTO INDIRECTO	\$ 7.023,10	\$ 7.625,90	\$ 7.792,38	\$ 7.962,63	\$ 8.136,76
Mano de obra indirecta	\$ 7.023,10	\$ 7.625,90	\$ 7.792,38	\$ 7.962,63	\$ 8.136,76
GASTO INDIRECTO DE FAFRICCIÓN	\$ 4.851,07	\$ 4.946,65	\$ 5.044,40	\$ 5.144,37	\$ 5.246,60
Servicios Básicos Producción	\$ 1.762,56	\$ 1.802,57	\$ 1.843,49	\$ 1.885,34	\$ 1.928,13
Arriendo	\$ 2.448,00	\$ 2.503,57	\$ 2.560,40	\$ 2.618,52	\$ 2.677,96
Depreciaciones de Maquinaria y Equipo	\$ 640,51	\$ 640,51	\$ 640,51	\$ 640,51	\$ 640,51
UTILIDA BRUTA	\$ 45.188,08	\$ 44.611,94	\$ 45.549,80	\$ 46.277,81	\$ 47.013,35
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 19.980,25	\$ 21.344,16	\$ 21.791,32	\$ 21.856,75	\$ 22.324,43
Sueldos administrativos	\$ 14.718,52	\$ 15.993,13	\$ 16.348,95	\$ 16.712,86	\$ 17.085,02
Mantenimiento	\$ 343,85	\$ 351,66	\$ 359,64	\$ 367,80	\$ 376,15
Materiales y útiles de oficina	\$ 473,28	\$ 484,02	\$ 495,01	\$ 506,25	\$ 517,74
Servicios básicos	\$ 771,00	\$ 788,50	\$ 806,40	\$ 824,70	\$ 843,42
Pago de honorarios	\$ 2.346,00	\$ 2.399,25	\$ 2.453,72	\$ 2.509,42	\$ 2.566,38
Depreciación muebles y enseres	\$ 226,75	\$ 226,75	\$ 226,75	\$ 226,75	\$ 226,75
Depreciación equipo de oficina	\$ 4,99	\$ 4,99	\$ 4,99	\$ 4,99	\$ 4,99
Depreciación equipo de computación	\$ 391,88	\$ 391,88	\$ 391,88	\$ 0,00	\$ 0,00
Amortización de diferidos	\$ 703,98	\$ 703,98	\$ 703,98	\$ 703,98	\$ 703,98
GASTOS DE VENTA	\$ 12.973,72	\$ 13.615,94	\$ 13.925,02	\$ 14.241,13	\$ 14.564,39
Sueldos de ventas	\$ 5.425,72	\$ 5.896,60	\$ 6.030,45	\$ 6.167,35	\$ 6.307,34
Publicidad	\$ 7.548,00	\$ 7.719,34	\$ 7.894,57	\$ 8.073,78	\$ 8.257,05
GASTOS FINANCIEROS	\$ 926,90	\$ 342,98	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Intereses	\$ 926,90	\$ 342,98	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
UTILIDAD NETA ANTES DE PARTICIPACIÓN	\$ 11.307,21	\$ 9.308,86	\$ 9.833,46	\$ 10.179,94	\$ 10.124,53
(-) Participación de Trabajadores 15%	\$ 1.696,08	\$ 1.396,33	\$ 1.475,02	\$ 1.526,99	\$ 1.518,68
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS	\$ 9.611,13	\$ 7.912,53	\$ 8.358,44	\$ 8.652,95	\$ 8.605,85
(-) Impuesto a la renta	\$ 2.114,45	\$ 1.740,76	\$ 1.838,86	\$ 1.903,65	\$ 1.893,29
UTILIDAD NETA	\$ 7.496,68	\$ 6.171,77	\$ 6.519,59	\$ 6.749,30	\$ 6.712,56

Elaborado por: Alexandra Catota

A partir de la utilidad neta obtenida se procede a la elaboración del flujo de caja, en los cuales se incluye un periodo o año cero (0), considerado como el año de la inversión inicial.

- Flujo de caja

Tabla N° 63: Flujo de caja

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
UTILIDAD NETA		\$ 7.496,68	\$ 6.171,77	\$ 6.519,59	\$ 6.749,30	\$ 6.712,56
Depreciaciones de Maquinaria y Equipo		\$ 640,51	\$ 640,51	\$ 640,51	\$ 640,51	\$ 640,51
Depreciación muebles y enseres		\$ 226,75	\$ 226,75	\$ 226,75	\$ 226,75	\$ 226,75
Depreciación equipo de oficina		\$ 4,99	\$ 4,99	\$ 4,99	\$ 4,99	\$ 4,99
Depreciación equipo de computación		\$ 391,88	\$ 391,88	\$ 391,88	\$ 0,00	\$ 0,00
Amortización de diferidos		\$ 703,98	\$ 703,98	\$ 703,98	\$ 703,98	\$ 703,98
INVERSIONES						
Activos fijos	-\$ 10.235,18					
Activos diferidos	-\$ 3.519,92					
Capital de trabajo	-\$ 6.040,53					
CRÉDITO						
(+)Capital de Crédito e Intereses deuda	\$ 9.931,83	-\$ 4.673,96	-\$ 5.257,87	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
RECUPERACIÓN DE CAPITAL DE TRABAJO ⁹						\$ 0,00
VALOR EN LIBROS DE ACTIVOS						\$ 0,00
FLUJO DE CAJA FINANCIADO	-\$ 9.863,80	\$ 4.790,83	\$ 2.882,01	\$ 8.487,70	\$ 8.325,53	\$ 8.288,79

Elaborado por: Alexandra Catota

De acuerdo a lo señalado por Baca Urbina (2005), el escenario que se tomó para la construcción del flujo de caja, corresponde a la inversión realizada por los socios con lo que, el flujo al año cero tomo en consideración únicamente su aporte de capital.

El flujo del efectivo en el año dos presenta una diferencia considerable en relación con el primer año, por la razón de que a partir del segundo año la empresa empieza a cancelar el fondo de reserva a los trabajadores, y también en ese mismo año se termina de cancelar el capital del crédito obtenido, esta diferencia se puede notar con los flujos de los años tres, cuatro, y cinco, que ya no existe pago de crédito.

⁹En función de que la actividad de la empresa se piensa extender a más de los cinco años de evaluación no se considera dentro de la elaboración del flujo de caja el valor de la recuperación del capital de trabajo.

5.2.2 Indicadores financieros.

Los indicadores financieros a calcular en el escenario propuesto son:

- **Valor Actual Neto (VAN)**

Para (Baca, 2002), el valor actual neto es el valor monetario que se obtiene de restar la sumatoria total de los flujos proyectados traídos al valor presente por medio de una tasa de descuento (costo de oportunidad), de la inversión inicial. Expresado matemáticamente:

$$VAN = \sum FNA - I_0 \quad (1)$$

El costo de oportunidad o tasa de descuento representada por t , se calcula de la siguiente manera:

$$t = [(rp + i + (rp * i)) * \%ap] + [ti * \%ac]$$

Donde:

rp = riesgo país (6,42%)

i = inflación (2,27%)¹⁰

%ap = porcentaje de aporte de los socios (49,83%)

ti = tasa de interés del crédito (11,83%)¹¹

%ac = porcentaje de aporte del crédito (50,17%)

Reemplazando en la fórmula se obtiene:

$$t = [(6,42\% + 2,27\% + (6,42\% * 2,27\%)) * 49,83\%] + [11,83\% * 50,17\%]$$

$$t = [8,84\% * 49,83\%] + [5,94\%]$$

$$t = [4,40\%] + [5,94\%]$$

$$t = 10,34\%$$

Para actualizar los flujos a valor presente por medio de la tasa de descuento se deberá aplicar la siguiente fórmula:

¹⁰Tasa anual de inflación vigente a septiembre de 2013 según datos obtenidos del Banco Central del Ecuador.

¹¹Tasa de interés para créditos PYMES del Banco Nacional de Fomento. Información contenida en el subtítulo 6.1.3. Fuentes de financiamiento.

$$VP = \frac{\text{Flujo Neto}}{(1 + t)^n}$$

Aplicando la fórmula se obtiene:

Tabla N° 64: Flujos de fondos actualizados

	t	10,34%	
n	Flujo de caja	Factor	Flujo Actualizado
1	\$ 4.790,83	1,10	\$ 4.341,88
2	\$ 2.882,01	1,22	\$ 2.367,17
3	\$ 8.487,70	1,34	\$ 6.318,16
4	\$ 8.325,53	1,48	\$ 5.616,68
5	\$ 8.288,79	1,64	\$ 5.067,88
	Sumatoria		\$ 23.711,78

Elaborado por: Alexandra Catota

El VAN para este escenario, reemplazando en (1) se obtiene:

$$VAN = 23.711,78 - 9.863,80$$

$$VAN = 13.847,98 \text{ dólares}$$

El criterio de aceptación del proyecto es: que el VAN sea > a 1; caso contrario el proyecto no es factible. Por lo tanto el proyecto es factible, ya que el VAN es de 13.847,98 dólares.

- **Tasa Interno de Retorno (TIR)**

“Es la tasa de interés que equipara el valor presente de los ingresos con el valor presente de los egresos”(Miranda, 1996)

Es decir, es la tasa donde el VAN se iguala a cero (0); la fórmula para su cálculo es:

$$TIR = t1 + (t2 - t1) \frac{van1}{van1 - van2} (2)$$

Para calcular los valores correspondientes de la fórmula se procede por aproximación a determinar dos tasas que expresen un valor de van positivo y negativo que se acerque más a cero (0), con lo que se obtiene:

Tabla N° 65: Tasa Interna de Retorno

			49,00%			50,00%
n	Flujo de caja	Factor	VAN 1	Factor	VAN 2	
1	\$ 4.790,83	1,49	\$ 3.215,32	1,5	\$ 3.193,89	
2	\$ 2.882,01	2,2201	\$ 1.298,15	2,25	\$ 1.280,90	
3	\$ 8.487,70	3,307949	\$ 2.565,85	3,375	\$ 2.514,87	
4	\$ 8.325,53	4,92884401	\$ 1.689,14	5,0625	\$ 1.644,55	
5	\$ 8.288,79	7,34397758	\$ 1.128,65	7,59375	\$ 1.091,53	
TOTAL			\$ 9.897,11	\$ 9.725,73		
INVERSIÓN			(\$ 9.863,80)	(\$ 9.863,80)		
VAN			\$ 33,31	(\$ 138,07)		

Elaborado por: Alexandra Catota

Reemplazando en (2), se obtiene:

$$TIR = 49\% + (50\% - 49\%) \frac{33,31}{33,31 - (-138,07)}$$

$$TIR = 49,19\%$$

La TIR obtenida del proyecto es de 49,19% que es mayor al costo de oportunidad, por lo que el proyecto se muestra rentable.

- **Periodo de Recuperación de la Inversión**

“Se puede definir como el tiempo que se tarda en recuperar el desembolso inicial”.(Gil Estallo & Celma Benaiges, 2002)

Su cálculo se realiza descontando del valor de la inversión el flujo de caja actualizado, hasta igualarse a cero (0).

Tabla N° 66: Periodo de recuperación de la inversión

AÑOS	Flujo Actualizado	PRI
0	(\$ 9.863,80)	(\$ 9.863,80)
1	\$ 4.344,24	(\$ 5.519,56)
2	\$ 2.369,75	(\$ 3.149,81)
3	\$ 6.328,48	\$ 3.178,67
4	\$ 5.628,92	\$ 8.807,59
5	\$ 5.081,68	\$ 13.889,27

Elaborado por: Alexandra Catota

El tiempo en el que se recupera la inversión realizada es al tercer año de operación y obteniendo un valor de 3.178,67 dólares en ese año.

- **Relación Beneficio / Costo**

$$RELACION \frac{BENEFICIO}{COSTO} = \frac{VAN}{INVERSION}$$

$$RELACION \frac{BENEFICIO}{COSTO} = \frac{13.847,98}{9.863,80}$$

$$RELACION \frac{BENEFICIO}{COSTO} = 1,40$$

Este indicador muestra que por cada dólar invertido ingresa 0.40 centavos de dólar adicionales, después de deducir todos los costos y gastos.

Concluyendo el análisis de los indicadores financieros los resultados obtenidos permiten visualizar que en el entorno donde se puede desarrollar la empresa Génesis es favorable, debido a que obtendrá mayor rentabilidad sobre la inversión.

Tabla N° 67: Resumen de indicadores

VAN	13.847,98
TIR	49,19%
TIEMPO DE RECUP.	3.Años
R.BEN/COST	1,40

Elaborado por: Alexandra Catota

CONCLUSIONES

- La industria textil en Santo Domingo de los Tsáchilas tendrá una gran trayectoria por delante, puesto que es una parte importante de la economía local que se está desarrollando de a poco, ya que genera varios empleos.
- Con el plan del actual gobierno, Santo Domingo es considerada una ciudad en auge de crecimiento por lo que aquí se desarrollará el proyecto de la nueva terminal terrestre del Ecuador, lo que beneficia el desarrollo de todo tipo de actividades.
- La producción de hilaturas y textiles solo cubre el algo más del 25% de la producción de prendas de vestir, haciendo necesaria la importación de materia prima de países vecinos lo que elevan los costos de producción de la prenda y presentándose como una amenaza.
- El análisis FODA permitió definir como fortaleza para la creación de la pequeña industria de lencería la disponibilidad inmediata de la maquinaria, como principal debilidad estructura organizativa en proceso, la mejor oportunidad apoyo del estado en lo referente producción interna y como principal amenaza pocos proveedores de insumos en la zona.
- El rango más representativo de consumidoras radica en edades entre los 25 y 39 años, con independencia financiera, las cuales tienen una frecuencia de compra mensual o trimestral y las que adquieren en tiendas especializadas aspirantes a pagar entre veinte hasta cuarenta dólares por prenda.
- El total de la demanda insatisfecha comprende alrededor de 96.775 prendas, por lo que existe un mercado potencial para la confección de pijamas en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, con una proyección al quinto (2019) de 109.492 prendas.
- Con una inversión de 19.795,63 dólares se espera obtener una rentabilidad de 13.884,63 dólares con una TIR de 49,19% y un Periodo de Recuperación de la Inversión en el tercer año de operación (2017).

RECOMENDACIONES

- Aprovechar el crecimiento poblacional y sectorial de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas para generar un crecimiento acelerado de la industria textil enfocada a la confección de prendas de vestir.
- Implementar una unidad estratégica de negocio dedicada a la importación de materia prima e insumos para evitar los costos adicionales de los distribuidores nacionales.
- Revisar anualmente los objetivos y metas propuestas de la empresa a fin de reacondicionarlas en función de la misión y visión propuestas para la empresa.
- Realizar una matriz de estrategias FODA con la que se pueda establecer los lineamientos del plan de mercadeo anual.
- Establecer un estudio de mercado que permita definir estrategias para penetrar con ofertas efectivas a los otros grupos de mujeres y aumentar su frecuencia de consumo.
- Aumentar la capacidad productiva en función del aumento de la demanda, ajustando la capacidad utilizada a la capacidad instalada.
- Revisar los indicadores financieros anualmente en correspondencia con la situación económica del país y la industria, a fin de no arriesgar la rentabilidad futura de la empresa.

BIBLIOGRAFÍA

- Alcarria Jaime, J. J. (2009). *Contabilidad financiera I*. Barcelona: UJI.
- Avellaneda, D. (2007). *Debajo del vestido y por encima de la piel: historia de la ropa interior femenina*. Buenos Aires: Nobuko.
- Baca, G. (2002). *Evaluación de proyectos*. México: Mc GrawHill.
- Banco Central del Ecuador. (2013). Banco Central del Ecuador.
- Barbier, M., & Boucher, S. (2011). *Lencería*. Londres: Boseline Co. Ltd.
- Barreno, L. (2004). *Formulación y evaluación de proyectos*. Quito.
- Chang, R. Y., & Niedzwiecki, M. E. (1999). *Las herramientas para la mejora continua de la calidad*. Buenos Aires: Granica.
- CIDEP. (2012). *Manual de corte y confección*. El Salvador: CIDEP.
- David, F. (2003). *Conceptos de Administración Estratégica*. México: Pearson Educación.
- Decreto N° 372. (28 de Mayo de 2010). Decreto N° 372. Quito.
- Díaz, C. (2010). *De bajo de la ropa*. Buenos Aires: Artes Visuales.
- Elizondo López, A. (2003). *Proceso contable 1. Contabilidad fundamental*. México: Thomson.
- Gil Estallo, M., & Celma Benaiges, M. (2002). *Concepto, contenido y objeto de la administración de empresas*. México: UOC.
- Hamilton Wilson, M., & Pezo Paredes, A. (2005). *Formulación y evaluación de proyectos tecnológicos empresariales aplicados*. Bogotá: Convenio Andrés Bello.
- Hernández Mangones, G. (2006). *Diccionario de Economía*. Medellín: EDUCC.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010). Censo de población y vivienda.
- Malhotra, N. (2008). *Investigación de mercados*. México: Pearson Educación.
- Meza Vargas, C. (2007). *Contabilidad. Análisis de cuentas*. Costa Rica: EUNED.
- Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad. (2011). *Agendas para la transformación productiva territorial: Provincia Santo Domingo de los Tsáchilas*. Santo Domingo de los Tsáchilas.
- Miranda, J. (1996). *Gestión de Proyectos*. Bogotá: MM Editores.
- Real Academia Española. (2001). *Diccionario de la lengua española*. España: Real Academia Española.
- Sapag, N., & Sapag, R. (2003). *Preparación y Evaluación de Proyectos*. México: Mc. Graw Hill.
- Silva Otero, A., & Mata de Grossi, M. (2005). *La llamada Revolución Industrial*. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello.

- Superintendencia de Compañías. (2008). *Instructivo Societario*. Quito: Superintendencia de Compañías.
- Ugalde Esquivel, G. (2004). *Administración de empresas agropecuarias*. San José: EUNED.
- Villalobos, J. L. (2001). *Matemáticas financieras*. México: Prentice Hall.

NETGRAFÍA

- Almacenes familiar. (Septiembre de 2013). *Máquina industrial recta SINGER 191D-30*. Obtenido de <http://www.almacenesfamiliar.com/index.php/industriales/maquina-industrial-recta-singer-191d-30-detalles.html>
- Almacenes Familiar. (Septiembre de 2013). *Máquina Industrial Recubridora SINGER 522D*. Obtenido de <http://www.almacenesfamiliar.com/index.php/industriales/maquina-recubridora-singer-522d-detalles.html>
- Artículo.org. (25 de Octubre de 2009). *artículo.org*. Obtenido de <http://www.articulo.org/articulo/8801/lenceria.html>
- Asociación CIAP. (Septiembre de 2013). *Confeción de prendas de vestir*. Obtenido de http://asociacion.ciap.org/article.php?lang=es&id_article=57
- Brildor. (Septiembre de 2013). *Plancha giratoria Brildor BT-A4*. Obtenido de <http://www.brildor.com/tienda/planchas-transfer-termicas/planchas-transfer-giratorias/plancha-giratoria-brildor-bt-a4-40x50.html>
- Casa Florencia. (Septiembre de 2013). *Máquina de coser SINGER FLORENCIA OVERLOCK*. Obtenido de <http://www.casarosarioweb.com.ar/maquina-de-coser-singer-florencia-overlock/>
- Ecuador en cifras. (2010). *Si emprende*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.com/siemprende/PreCenec.html>
- Gobierno Provincial Santo Domingo de los Tsáchilas. (Septiembre de 2013). *Información general*. Obtenido de http://www.gptsachila.gob.ec/index.php?option=com_content&task=view&id=16&Itemid=33
- Google. (Septiembre de 2013). *Google Maps*. Obtenido de <https://maps.google.com.ec/maps?client=firefox-a&channel=np&hl=es-419&q=mapa+de+santo+domingo+de+los+tsachilas&ie=UTF-8&hq=&hnear=0x91d548f5313d0c21:0x9299edec397be292,Santo+Domingo+de+los+Ts%C3%A1chilas&gl=ec&ei=Bh8yUrGvC4PI9QSt3YCYDA&ved=0CCoQ8gEwAA>
- INEC. (2010). *www.inec.gob.ec*. Obtenido de www.inec.gob.ec
- latinos.us. (2012). *pijamas.us*. Obtenido de <http://www.pijamas.us/>
- Latinos.us. (2012). *pijamas.us*. Obtenido de http://www.pijamas.us/femeninas/camisones/batas/camison_y_pijama/
- Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad. (2012). *estadisticasdeproduccion.gob.ec*. Obtenido de estadisticasdeproduccion.gob.ec

http://www.estadisticasdeproduccion.gob.ec/master.php?page=Reporte&sub=Reporte_Graficos#

- Mis respuestas. (30 de Julio de 2012). *misrespuestas.com*. Obtenido de <http://www.misrespuestas.com/cual-es-la-historia-de-la-lenceria.html>
- Paradas Caba, A. (18 de Septiembre de 2009). *Rexpuestas*. Obtenido de <http://www.rexpuestas.com/secciones/a-tu-salud/la-ropa-interior-que-usamos-influye-en-la-salud-de-nuestros-genitales/>
- Pijama. (2012). *pijama.es*. Obtenido de <http://pijama.es/origen-de-las-pijamas/>
- RIMELEC. (Septiembre de 2013). *Corte*. Obtenido de http://rimelec.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=9&Itemid=6
- Rodríguez Fleitas, A. (Enero de 2013). *efectomoda.com*. Obtenido de <http://www.efectomoda.com/140/tipos-de-lenceria-femenina/>
- Secretaría de Economía. (Septiembre de 2013). *Guías empresariales. Flujo del proceso productivo y escalas de producción*. Obtenido de <http://www.contactopyme.gob.mx/guiasempresariales/guias.asp?s=14&guia=83&giro=6&ins=896>
- Wikipedia. (2012). *Wikipedia.org*. Obtenido de http://es.wikipedia.org/wiki/Industria_textil

ANEXOS

ANEXO N° 1: Modelo de encuesta

OBJETIVO: Analizar y determinar si existe mercado potencial para la creación de una empresa de elaboración de lencería (segmento pijamas) en Santo domingo de los Tsáchilas.

Indicaciones: La presente investigación es de carácter estrictamente académico, por lo que se solicita responda con completa sinceridad marcando una x.

Id: _____

Cód.: _____

1. ¿A qué grupo de edad pertenece usted?

- a. 15 a 19 años _____
- b. 20 a 24 años _____
- c. 25 a 29 años _____
- d. 30 a 34 años _____
- e. 35 a 39 años _____
- f. 40 a 44 años _____
- g. 45 a 49 años _____
- h. 49 a 54 años _____
- i. 55 a 59 años _____
- j. Más de 60 años _____

2. ¿Cuál es su ocupación?

- Empleada pública _____
- Empleada privada _____
- Independiente _____
- Estudiante _____

3. ¿Qué modelo de pijama utiliza?

- Vestidos _____
- Pantalón y saco _____
- Shorts y camiseta _____
- No uso _____

4. ¿Qué tipo de tela prefiere?

- Algodón _____
- Licra _____
- Seda _____

5. ¿Qué tipo de diseños prefiere?

- Llanos _____
- Estampados _____
- Diseños _____

6. ¿Con qué frecuencia adquiere este tipo de prendas?

- Mensual _____
- Trimestral _____
- Semestral _____
- Anual _____

7. Califique según la importancia lo que usted prioriza al adquirir pijamas. (Utilice la siguiente escala: 1 nada importante, 2 poco importante, 3 neutral, 4 importante y 5 muy importante)

	1	2	3	4	5
Precio					
Calidad					
Marca					
Modelo					
Materiales de Confección					
Lugar donde lo compra					
Tendencias de moda					

8. ¿Dónde adquiere con mayor regularidad este tipo de prendas?

Centros comerciales _____
 Tiendas especializadas _____
 Catálogos _____
 Internet _____
 Otros _____

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la compra de un pijama?

10 dólares _____
 20 dólares _____
 30 dólares _____
 50 dólares _____

10. Seleccione el color de su preferencia al momento de adquirir pijamas. (Seleccione máximo 2 colores)

Beige _____
 Negro _____
 Rojo _____
 Azul _____
 Rosado _____
 Fucsia _____
 Morado _____
 Combinado _____
 Otros _____

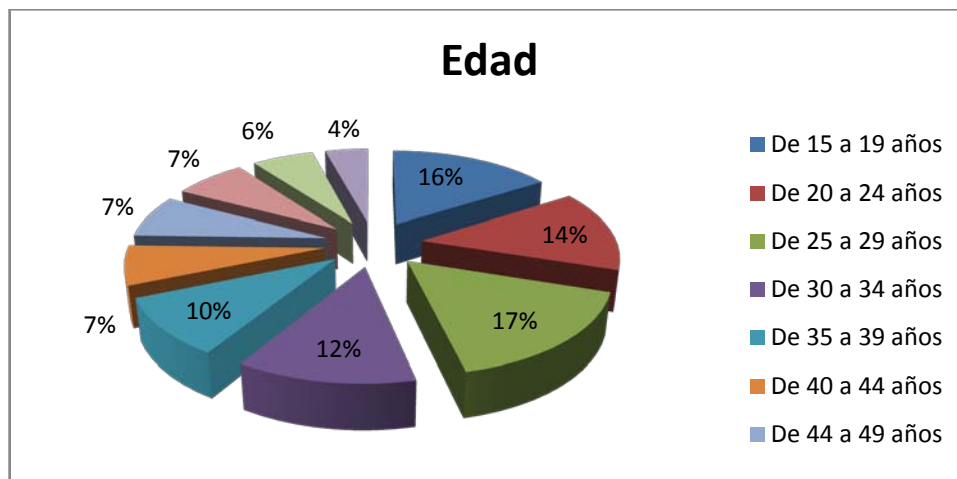
GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO N° 2: Análisis de Resultados de la Encuesta

Pregunta 1. ¿A qué grupo de edad pertenece usted?

Variable	Respuestas	%
De 15 a 19 años	61	15,89%
De 20 a 24 años	54	14,06%
De 25 a 29 años	63	16,41%
De 30 a 34 años	47	12,24%
De 35 a 39 años	38	9,90%
De 40 a 44 años	26	6,77%
De 44 a 49 años	28	7,29%
De 50 a 54 años	27	7,03%
De 55 a 59 años	23	5,99%
Más de 60 años	17	4,43%
TOTAL	384	100,00%

Fuente: Investigación de Mercados
Elaborado por: Alexandra Catota



Fuente: Investigación de Mercados
Elaborado por: Alexandra Catota

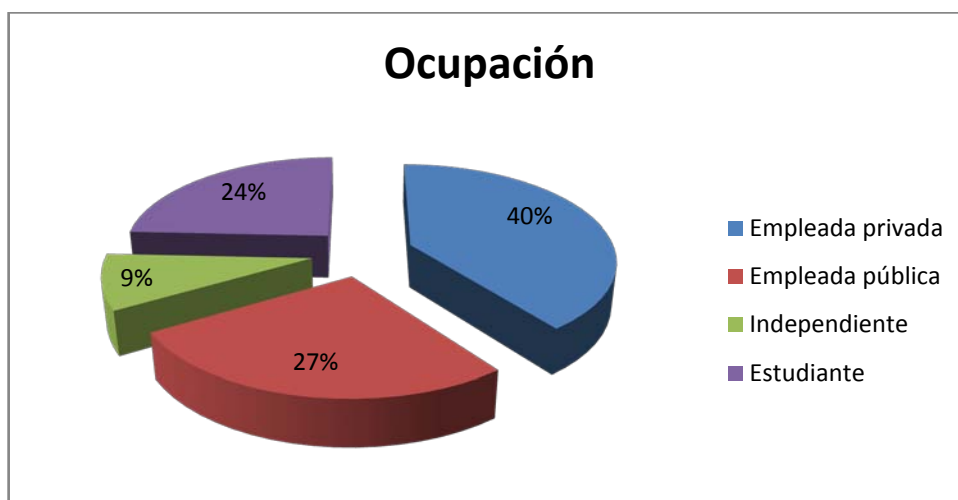
Interpretación: Los grupos de edad más representativos en Santo Domingo de los Tsáchilas está conformado por la mujeres de 25 a 29 años con el 16,41% de la muestra, el siguiente grupo lo conforman con el 15,89% las mujeres que se encuentran entre los 15 y 19 años, entre los 20 y 24 años alcanza el 14,06% y el último grupo representativo con el 12,24% lo conforman las mujeres de 30 a 34 años.

Análisis: Aquí se pueden identificar las edades de las mujeres, están concentradas entre los 15 a 39 años de edad, una población joven, referencia necesaria en el diseño de la prenda.

Pregunta 2. ¿Cuál es su ocupación?

Variable	Respuestas	%
Empleada privada	152	39,58%
Empleada pública	103	26,82%
Independiente	36	9,38%
Estudiante	93	24,22%
TOTAL	384	100,00%

Fuente: Investigación de Mercados
Elaborado por: Alexandra Catota



Fuente: Investigación de Mercados
Elaborado por: Alexandra Catota

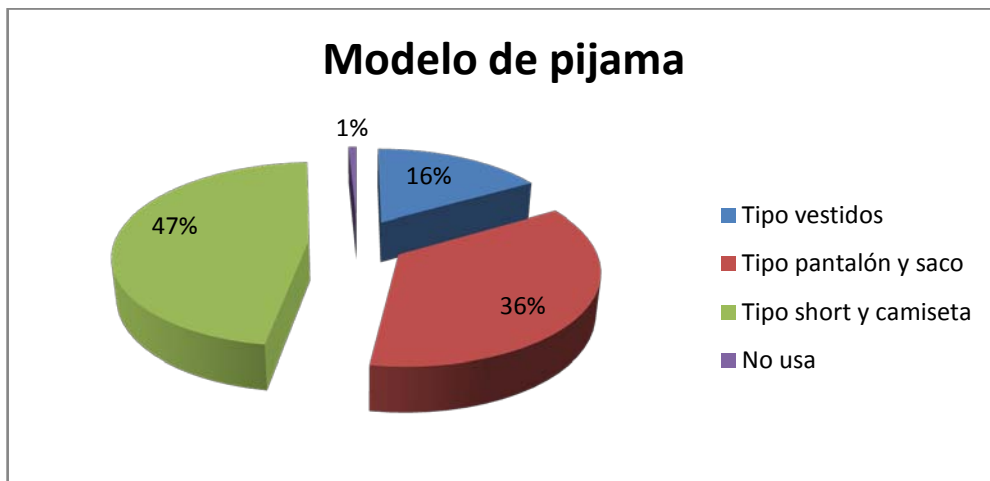
Interpretación: Dentro de las principales ocupaciones de las mujeres en el sector de Santo Domingo el 40% se desempeña como empleada privada, el 27% empleada pública, el 24% es estudiante y el 9% se definió como independiente.

Análisis: Aquí nos muestra que nuestro mercado está en las mujeres que trabajan en el sector privado, seguidas de las que tienen un empleo en el sector público, referencia también necesaria para poder tomar en cuenta detalles al momento de diseñar y elaborar la prenda

Pregunta 3. ¿Qué modelo de pijama utiliza?

Variable	Respuestas	%
Tipo vestidos	64	16,67%
Tipo pantalón y saco	137	35,68%
Tipo short y camiseta	179	46,61%
No usa	4	1,04%
TOTAL	384	100,00%

Fuente: Investigación de Mercados
Elaborado por: Alexandra Catota



Fuente: Investigación de Mercados
Elaborado por: Alexandra Catota

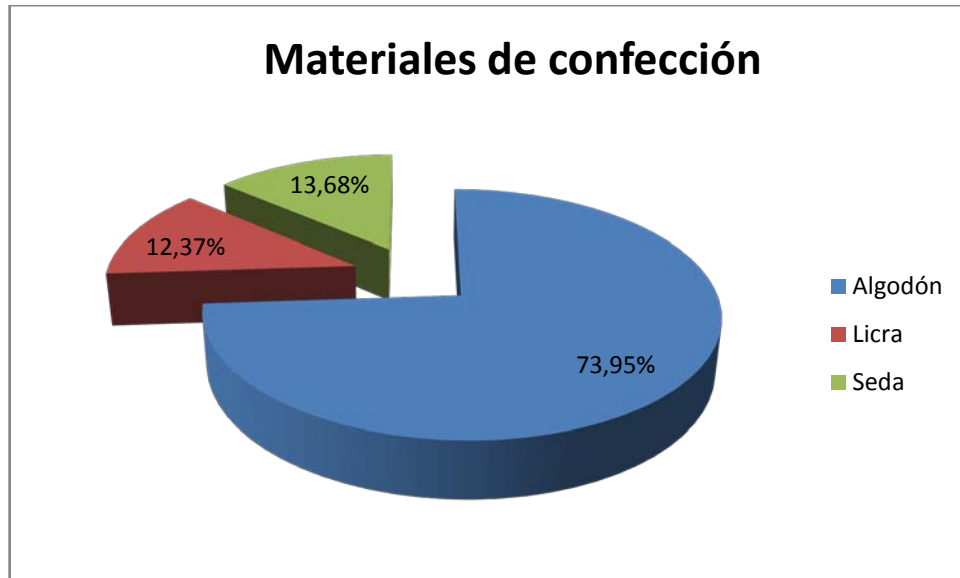
Interpretación: La investigación arroja resultados con respecto al modelo de pijama donde el 47% de las mujeres prefiere el tipo short y camiseta, el 36% prefiere el tipo pantalón y saco, el 16% los usa tipo vestido y el 1% no usa ningún modelo.

Análisis: La tendencia de tipo de pijamas permitirá definir cuáles son los modelos que se deberán confeccionar, según las preferencias de las mujeres.

Pregunta 4. ¿Qué material de confección prefiere?

Variable	Respuestas	%
Algodón	281	73,95%
Licra	47	12,37%
Seda	52	13,68%
TOTAL	380	100,00%

Fuente: Investigación de Mercados
Elaborado por: Alexandra Catota



Fuente: Investigación de Mercados
Elaborado por: Alexandra Catota

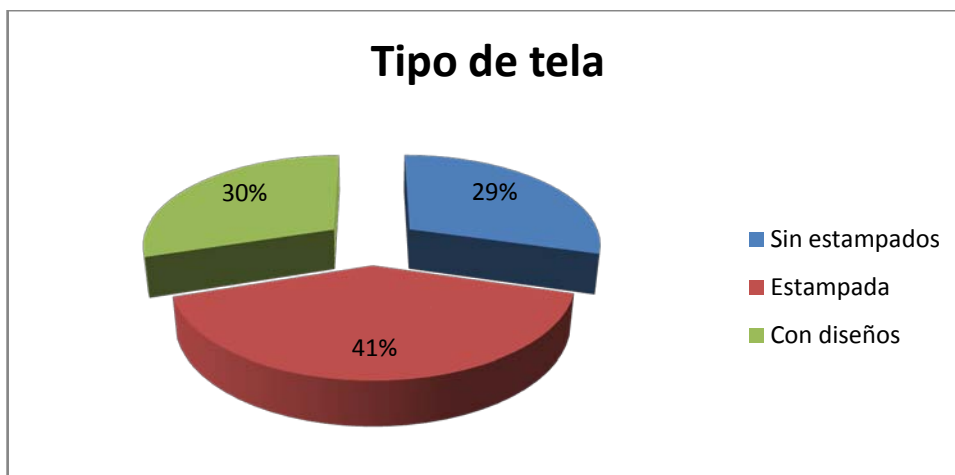
Interpretación: Las preferencias en materiales de confección de pijamas coloca en primer lugar al algodón con el 74%, el 15% de las preferencias se concentra en la seda y el 12% restante en la licra.

Análisis: El tipo de material preferido permite definir sobre que tela se deberán confeccionar las pijamas.

Pregunta 5. ¿Qué tipo de tela prefiere?

Variable	Respuestas	%
Sin estampados	112	29,47%
Estampada	154	40,53%
Con diseños	114	30,00%
TOTAL	380	100,00%

Fuente: Investigación de Mercados
Elaborado por: Alexandra Catota



Fuente: Investigación de Mercados
Elaborado por: Alexandra Catota

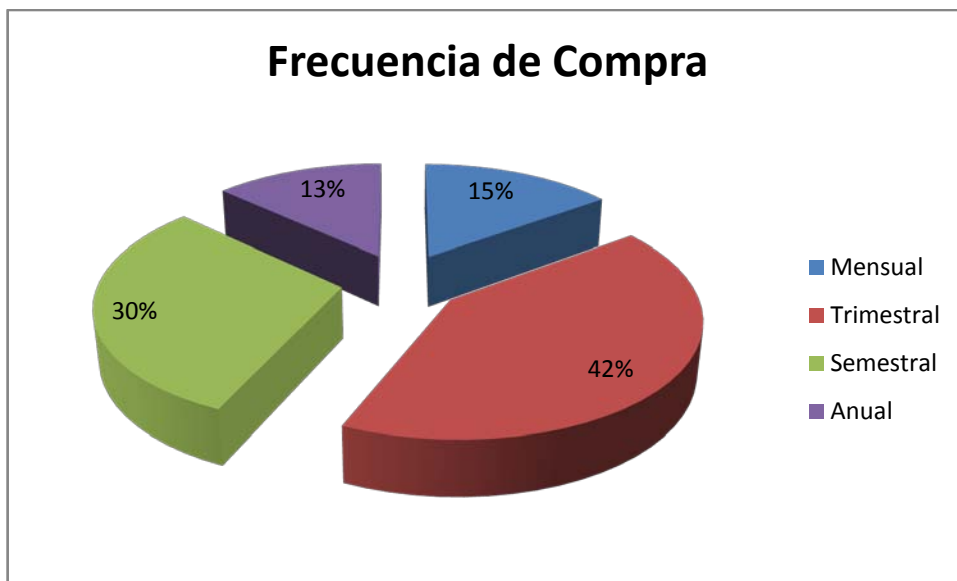
Interpretación: El 41% de las encuestadas prefiere que el tipo de tela para la confección de pijamas sea estampada, el 30% las prefiere con diseños varios y el 29% lo prefiere si estampados.

Análisis: Seleccionado el tipo de tela de preferencia, el diseño seleccionado del mismo contribuirá a establecer bajo que parámetros se confeccionarán las pijamas.

Pregunta 6. ¿Con qué frecuencia adquiere este tipo de prendas?

Variable	Respuestas	%
Mensual	57	15,00%
Trimestral	158	41,58%
Semestral	115	30,26%
Anual	50	13,16%
TOTAL	380	100,00%

Fuente: Investigación de Mercados
Elaborado por: Alexandra Catota



Fuente: Investigación de Mercados
Elaborado por: Alexandra Catota

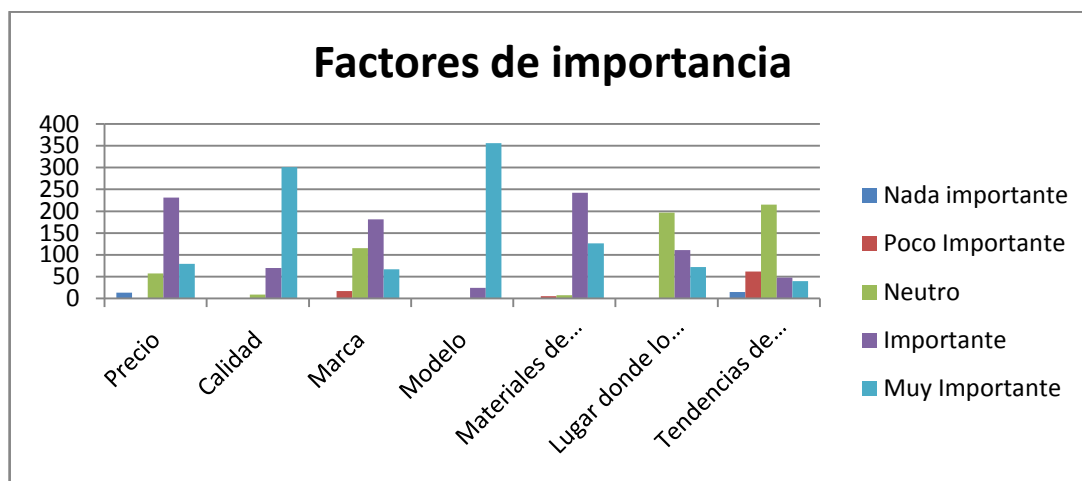
Interpretación: La frecuencia de consumo o de compra de pijamas es trimestral en un 42%, mientras que la frecuencia de compra mensual es del 30%, semestral 15% y anual 13%.

Análisis: La frecuencia de compra permitirá establecer definir la temporalidad con que la población femenina adquiere pijamas, de ahí que permitirá planificar la producción de la confección de las mismas.

Pregunta 7. Califique según la importancia lo que usted prioriza al adquirir pijamas.

	Nada importante	Poco Importante	Neutro	Importante	Muy Importante
Precio	13	0	57	231	79
Calidad	0	0	9	70	301
Marca	0	17	115	181	67
Modelo	0	0	0	24	356
Materiales de confección	0	5	7	242	126
Lugar donde lo compra	0	0	197	111	72
Tendencias de moda	15	62	215	48	40

Fuente: Investigación de Mercados
Elaborado por: Alexandra Catota



Fuente: Investigación de Mercados
Elaborado por: Alexandra Catota

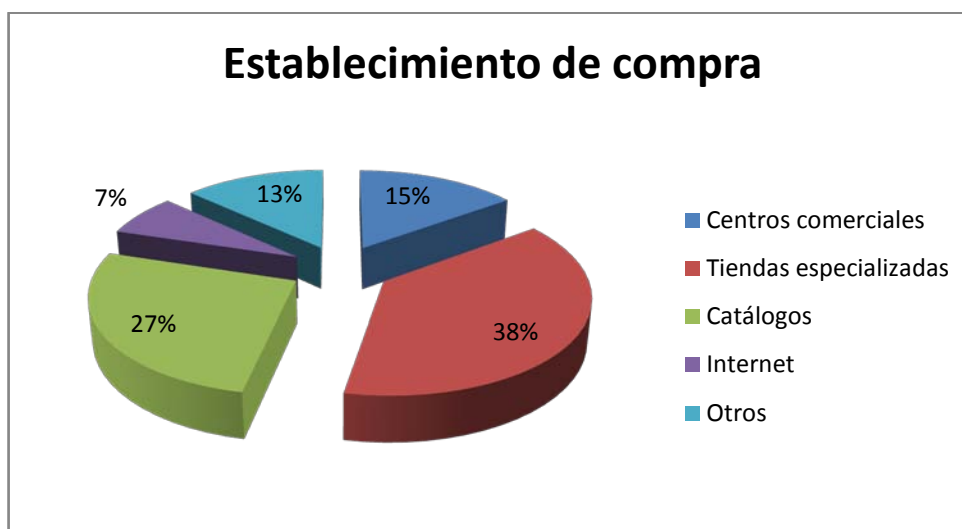
Interpretación: El momento de adquirir pijamas los principales factores que se priorizan en la compra son el precio de forma importante, la calidad fue catalogada como muy importante, la marca se calificó como importante, los materiales de elaboración se acentúa como importantes, el lugar de compra se mantiene neutro al igual que las tendencias de la moda.

Análisis: Es importante determinar o conocer cuáles son los principales factores que definen la compra de una pijama, estos factores contribuirán a definir una prenda que se ajuste a las necesidades de las consumidoras.

Pregunta 8. ¿Dónde adquiere con mayor regularidad este tipo de prendas?

Variable	Respuestas	%
Centros comerciales	57	15,00%
Tiendas especializadas	145	38,16%
Catálogos	101	26,58%
Internet	27	7,11%
Otros	50	13,16%
TOTAL	380	100,00%

Fuente: Investigación de Mercados
Elaborado por: Alexandra Catota



Fuente: Investigación de Mercados
Elaborado por: Alexandra Catota

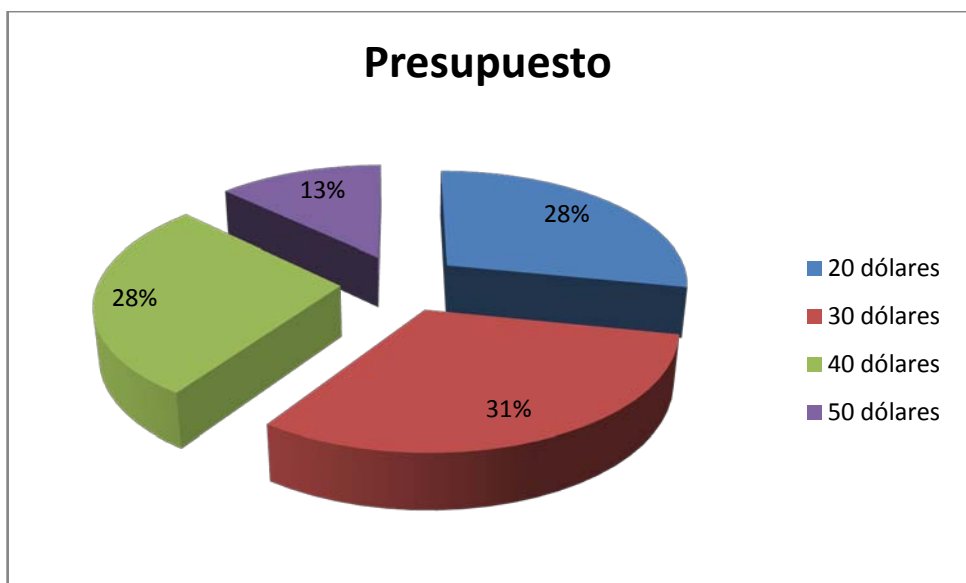
Interpretación: La mayoría de mujeres en Santo Domingo adquiere sus pijamas en tiendas especializadas lo cual representa el 38% de las encuestadas, el 27% generalmente lo adquiere por catálogos, el 15% en centros comerciales, el 7% lo hace a través del internet y el 13% restante lo hace en otro tipo de establecimientos.

Análisis: Para la promoción de las prendas se investigó los canales de compra que prefieren las consumidoras el momento de adquirir las pijamas.

Pregunta 9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la compra de un pijama?

Variable	Respuestas	%
20 dólares	107	28,16%
30 dólares	119	31,32%
40 dólares	105	27,63%
50 dólares	49	12,89%
TOTAL	380	100,00%

Fuente: Investigación de Mercados
Elaborado por: Alexandra Catota



Fuente: Investigación de Mercados
Elaborado por: Alexandra Catota

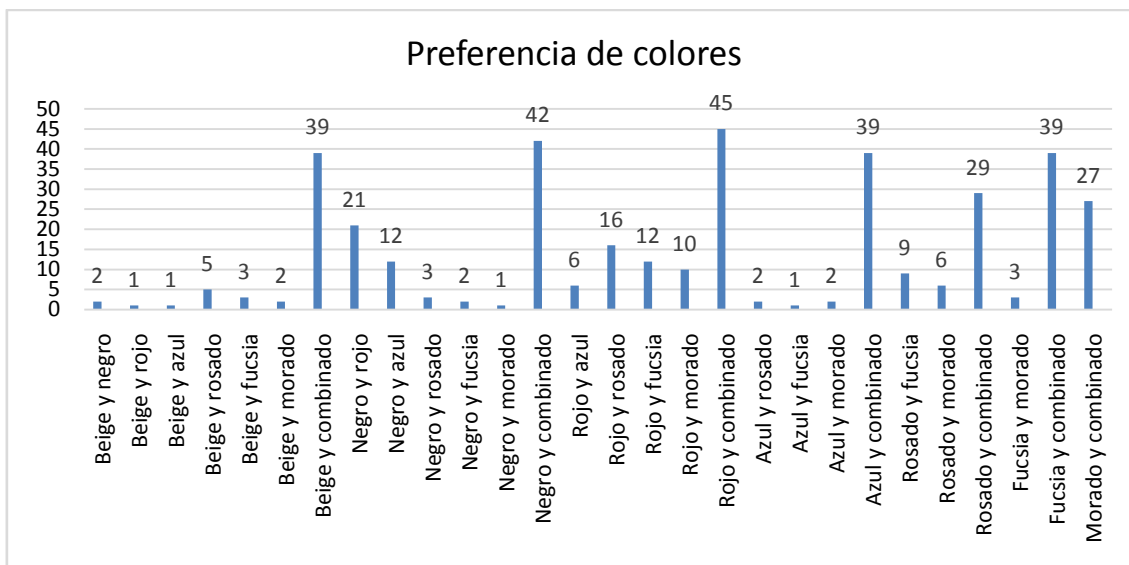
Interpretación: Las personas estarían dispuestas a pagar hasta 20 dólares en un 28%, el 31% pagaría hasta 30 dólares el 28% hasta 40 dólares y el 13% hasta el 13%.

Análisis: En base al presupuesto que cada mujer determina para la compra de vestimenta es necesario conocer que cantidad está dispuesta a pagar por una prenda, esto ayudará a establecer un precio de acorde al mercado.

Pregunta 10. Seleccione el color de su preferencia el momento de adquirir pijamas.

Variable	Respuestas	%
Beige y negro	2	0,53%
Beige y rojo	1	0,26%
Beige y azul	1	0,26%
Beige y rosado	5	1,32%
Beige y fucsia	3	0,79%
Beige y morado	2	0,53%
Beige y combinado	39	10,26%
Negro y rojo	21	5,53%
Negro y azul	12	3,16%
Negro y rosado	3	0,79%
Negro y fucsia	2	0,53%
Negro y morado	1	0,26%
Negro y combinado	42	11,05%
Rojo y azul	6	1,58%
Rojo y rosado	16	4,21%
Rojo y fucsia	12	3,16%
Rojo y morado	10	2,63%
Rojo y combinado	45	11,84%
Azul y rosado	2	0,53%
Azul y fucsia	1	0,26%
Azul y morado	2	0,53%
Azul y combinado	39	10,26%
Rosado y fucsia	9	2,37%
Rosado y morado	6	1,58%
Rosado y combinado	29	7,63%
Fucsia y morado	3	0,79%
Fucsia y combinado	39	10,26%
Morado y combinado	27	7,11%
TOTAL	380	100,00%

Fuente: Investigación de Mercados
Elaborado por: Alexandra Catota



Fuente: Investigación de Mercados
 Elaborado por: Alexandra Catota

Interpretación: La preferencia de colores presenta un alta gama de variables entre las más representativas están los colores negro, azul, rojo y beige, mientras que la mayoría de las encuestadas prefiere colores combinados.

Análisis: Esta pregunta apunta también a la producción, puesto que las tendencias de colores también es un parámetro importante para las consumidoras el momento de adquirir las prendas.

ANEXO N° 3: Microlocalización

La provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas se encuentra ubicada en la parte noroccidental de la cordillera de los Andes, en la región del trópico húmedo. Limita al norte con las provincias de Pichincha y Esmeraldas, al sur con Los Ríos y Cotopaxi, al este con Quito y Mejía y al oeste con la provincia de Manabí. Se encuentra a 656 metros sobre el nivel del mar, con una temperatura media de 22,9 grados centígrados. (Gobierno Provincial Santo Domingo de los Tsáchilas, 2013).

Como siguiente paso dentro de la ingeniería se determinará la micro localización entendida como “la selección específica del punto o terreno dentro de la región que presenta las mejores ventajas”. (Hamilton Wilson & Pezo Paredes, 2005, pág. 83), para ello se ha decidido aplicar el método de valoración de factores, para lo cual se ha tomado en cuenta los siguientes factores que inciden en la micro localización:

- “Medios y costos de transporte
- Disponibilidad y costo de mano de obra
- Cercanía de las fuentes de abastecimiento
- Factores ambientales
- Cercanía del mercado
- Costo y disponibilidad de terrenos
- Topografía del suelo
- Estructura impositiva y legal
- Disponibilidad de agua, energía y otros suministros
- Comunicaciones
- Posibilidad de desprenderse de desechos”. (Sapag & Sapag, 2003)

En función del listado los factores que inciden directamente para la localización de la planta de la empresa Génesis, y de la incidencia que podrían tener los mismos en la consecución del proyecto, se ha asignado un porcentaje como importancia relativa para la toma de la decisión del lugar más adecuado, se ha considerado expresarlo en la siguiente tabla:

Factores	Importancia relativa %
Medios y costos de transporte	0,05
Disponibilidad y costo de mano de obra	0,05
Cercanía de las fuentes de abastecimiento	0,15
Factores ambientales	0,05
Cercanía del mercado	0,20
Costo y disponibilidad de terrenos / oficinas	0,15
Estructura impositiva y legal	0,05
Disponibilidad de servicios	0,15
Comunicaciones	0,15
TOTAL	1,00

Fuente: Alexandra Catota

Elaborado por: Alexandra Catota

La importancia relativa de los factores asignada corresponde al criterio subjetivo del proyecto, en función de la influencia de cada factor en la industria de la manufactura.

Definidos los factores y su importancia relativa, se ha escogido tres lugares, los cuales serán evaluados en función de los factores definidos; los lugares que se han definido para situar la empresa son:

- Av. Quito y Av. Bruselas
- Tulcán y Catforth
- Urbanización Virgen del Cisne, Calle Chiguilpe y Peripa.

Como se puede anotar se han tomado en cuenta tres lugares externos; a continuación se calificará cada uno de los sitios en función de los factores, obteniendo los siguientes resultados:

Factores	Importancia relativa (%)	Sitio 1		Sitio 2		Sitio 3	
		Calificación	Peso	Calificación	Peso	Calificación	Peso
Medios y costos de transporte	5%	8	0,4	7	0,35	8	0,4
Disponibilidad y costo de mano de obra	5%	9	0,45	9	0,45	9	0,45
Cercanía de las fuentes de abastecimiento	15%	8	1,2	7	1,05	7	1,05
Factores ambientales	5%	7	0,35	7	0,35	7	0,35
Cercanía del mercado	20%	9	1,8	9	1,8	10	2
Costo y disponibilidad de terrenos / oficinas	15%	5	0,75	8	1,2	10	1,5
Estructura impositiva y legal	5%	5	0,25	5	0,25	8	0,4
Disponibilidad de servicios	15%	9	1,35	9	1,35	9	1,35
Comunicaciones	15%	9	1,35	9	1,35	9	1,35
Total	100%		7,9		8,15		8,85

Fuente: Alexandra Catota
Elaborado por: Alexandra Catota

El peso se obtiene del producto entre la importancia relativa asignada a cada factor y la calificación que se le adjudicó (del 1 al 10; siendo 1 la más baja y 10 la más alta) a cada uno de los mismos en función de los lugares escogidos; de ahí que la sumatoria de los mismos por lugar corresponderá a la resultante que deberá ser analizada para definir cuál es el lugar más indicado para el funcionamiento de la empresa. El criterio de evaluación considera que mientras más cercano sea a 10 este será el lugar más factible.

Los resultados obtenidos muestran que evaluados los factores que inciden en la localización de la planta el lugar más apropiado para el establecimiento del mismo es en la Urbanización Virgen del Cisne, Calle Chiguilpe y Peripa, que obtuvo una calificación de 8,85; sobre los 8,15 del sitio 2 y los 7,9 del sitio 1.

ANEXO N° 4: Equipos

- Máquina Overlock SINGER: Sirve para la unión de dos piezas de tela y definir su borde.(CIDEP, 2012). El modelo a utilizar es la Overlock 14SH654, la cual posee las siguientes características:
 - Cose con 3 o 4 hilos.
 - Corte y cose de todo tipo de telas y tejidos.
 - 4 hilos 2 agujas.
 - Velocidad de costura 1300 ppm.
 - Cuchilla de vidia.
 - Regula ancho de Zig – Zag.
 - Luz directa en el área de costura.
 - Controlador electrónico de velocidad.
 - Sistema exclusivo de diferencial, permite que la prenda terminada quede sin ondulaciones.
 - Brazo libre. (Casa Florencia, 2013)



Fuente: (Casa Florencia, 2013)

- Máquina recta: Puede hacer variedad de puntadas o patrones, se puede arrastrar, sujetar y mover la tela bajo la aguja para formar el patrón de la puntada. (CIDEP, 2012, pág. 36) De igual manera se utilizará la marca SINGER para el efecto, dentro de su línea industrial presenta el modelo 191D-30, la cual presente las siguientes características:

- Sistema de lubricación totalmente automático.
- Realiza hasta 4.500 puntadas por minuto.
- Largo de puntada de fácil ajuste (hasta 5 mm.).
- Devanado de bobina en el tablero.
- Sistema de transporte simple con retroceso (remate).
- Ajuste de la presión del prensatelas a través del tornillo graduado.
- Funcionamiento suave y silencioso.
- De fácil mantenimiento. (Almacenes familiar, 2013)



Fuente: (Almacenes familiar, 2013)

- Máquina recubridora: La recubridora permite tener puntadas rectas por el derecho y un remallado por el revés.(CIDEP, 2012) La máquina a utilizar es la SINGER 522D las cual posee las siguientes características:
 - Sistema de lubricación completamente automático con nuevo diseño de filtro de aceite para aumentar la eficiencia del filtrado.
 - Ajuste sencillo de la alimentación diferencial por medio de una palanca externa.
 - Costura de alta calidad para hilos sintéticos con enfriador de aguja y dispositivo de lubricado para el hilo de aguja.
 - Cambio simple de trabajo para multi-estilos (31-41) con solo cambiar los dispositivos de fijación. (Almacenes Familiar, 2013)



Fuente: (Almacenes Familiar, 2013)

- Plancha para transfer: Esta permite a más de planchar la prenda, el personalizar la prenda por medio de la transferencia de diseños por medio de impresión digital, sublimación, transfer con papel, vinilo textil, entre otras. (Brildor, 2013) El modelo a utilizar es la Brildor BT-A4, cuyas características son:
 - “Pantalla digital.
 - Bandeja inferior regulable en altura.
 - Rango de temperatura: 0 a 260° C.
 - Precisión de la temperatura: +- 2° C.
 - Temporizador: 0 a 999 seg.
 - Potencia: 2.500 W”. (Brildor, 2013)



Fuente: (Brildor, 2013)

- Cortadora vertical: Permite cortar todo tipo de telas desde materiales finos hasta telas gruesas. (RIMELEC, 2013). Las características corresponden a la cortadora vertical K.M. modelo KS-AU-V, estas son:
 - Motor desarrollado para la operación, garantizando un corte suave con gran poder y a bajas temperaturas.
 - Contiene una cinta abrasiva que afila el dispositivo.
 - El guía porta cuchilla es más delgado y liso que el estándar.
 - Posee un dispositivo automático de lubricación, el cual suministra el aceite a la guía metálica y a la unidad. La guarda interna de aceite mantiene las partes interiores limpias.
 - La base metálica es baja y su superficie es lisa, ayudando al deslizamiento suave del material, antes y después del corte.
 - Viene con protector del motor y cubierta para el switch de arranque.
 - Capacidad de corte; 160 mm.
 - Peso neto: 14,5 kg. (RIMELEC, 2013)



Fuente: (RIMELEC, 2013)

- Cortadora circular: Para cortes superfinos sobre una amplia variedad de materiales. Diseñado para corte de pocas capas de tela o de piezas individuales. (RIMELEC, 2013). El modelo OCTA RS-100 de la marca KM posee las siguientes características:
 - Cuchilla circular de 4”.
 - Lámina inferior inclinada para realizar cortes con la precisión de una tijera.
 - Cuchilla octogonal de 100 mm de diámetro (es posible utilizar cuchilla circular).
 - Contracuchilla fija de carburo que garantiza cortes finos.
 - Mecanismo afilador automático de un solo toque.
 - Platina base extradelgada con rodillos para deslizamiento suave.
 - Solo 2,9 kg de peso.
 - Capacidad de corte de 25 mm.
 - Potente motor, justo para las necesidades de corte.
 - Motor a 110 voltios y 50 Hz. (RIMELEC, 2013)



Fuente: (RIMELEC, 2013)