



INSTITUTO TECNOLÓGICO  
"CORDILLERA"

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE BANCA Y FINANZAS

APOYAR AL SECTOR DE LA SALUD INFANTIL, MEDIANTE LA  
REALIZACIÓN DE UN PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA  
PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR  
ESPECIALES PARA NIÑOS CON DISPLASIA DE CADERAS  
EN EL CANTÓN QUITO.

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Tecnólogo en  
Administración de Banca y Finanzas

Autor: Diana Eloisa Ogoño Sánchez.

Tutor: Doctor Elvis Flores Jaramillo M.Sc.

QUITO, ABRIL 2015

---

## DECLARACIÓN DE APROBACIÓN DE TUTOR Y LECTOR DECLARATORIA

Declaro que la investigación es absolutamente original, autentica, personal, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

---

Diana Eloisa Ogoño Sánchez

CC: 172274839-7

---

## CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Diana Eloisa Ogoño Sánchez alumna de la Escuela de Administración en Banca y Finanzas, libre y voluntariamente cedo los derechos de autor de mi investigación a favor del Instituto Tecnológico Superior "Cordillera".

---

Diana Eloisa Ogoño Sánchez  
C.I. 172274839-7

---

## CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL

Comparecen a la celebración del presente contrato de cesión y transferencia de derechos de propiedad intelectual, por una parte, el estudiante ***Diana Eloisa Ogoño Sánchez*** por sus propios y personales derechos, a quien en lo posterior se le denominará el "CEDENTE"; y, por otra parte, el INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO CORDILLERA, representado por su Rector el Ingeniero Ernesto Flores Córdova, a quien en lo posterior se lo denominará el "CESIONARIO". Los comparecientes son mayores de edad, domiciliados en esta ciudad de Quito Distrito Metropolitano, hábiles y capaces para contraer derechos y obligaciones, quienes acuerdan al tenor de las siguientes cláusulas:

**PRIMERA: ANTECEDENTE.-** a) El Cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de administración bancaria y financiera que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnólogo en Administración Bancaria y Financiera, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado "APOYAR AL SECTOR DE LA SALUD INFANTIL, MEDIANTE LA REALIZACIÓN DE UN PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR ESPECIALES PARA NIÑOS CON DISPLASIA DE CADERAS EN EL CANTÓN QUITO..", el cual incluye el estudio de mercado y la factibilidad económica para la implementación de prendas de vestir especiales para niños con displasia de caderas y la aceptación del mercado. b) Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Superior Tecnológico Cordillera se desarrolla la creación del programa de ordenador, motivo por el cual se regula de forma clara la cesión de los derechos de autor que genera la obra literaria y que es producto del proyecto de grado, el mismo que culminado es de plena aplicación técnica, administrativa y de reproducción.

**SEGUNDA: CESIÓN Y TRANSFERENCIA.-** Con el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita todos los derechos patrimoniales del programa de ordenador descrito en la cláusula anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para sí ningún privilegio especial (código fuente, código objeto, diagramas de flujo, planos, manuales de uso, etc.). El Cesionario podrá explotar el programa de ordenador por cualquier medio o procedimiento tal cual lo establece el Artículo 20 de la Ley de Propiedad Intelectual, esto es, realizar, autorizar o prohibir, entre otros: a) La reproducción del programa de ordenador por cualquier forma o procedimiento; b) La comunicación pública del software; c) La distribución pública de ejemplares o copias, la comercialización, arrendamiento o alquiler del programa de ordenador; d) Cualquier transformación o modificación del programa de ordenador; e) La protección y registro en el IEPI el programa de ordenador a nombre del Cesionario; f) Ejercer la protección jurídica del programa de ordenador; g) Los demás derechos establecidos en la Ley de Propiedad Intelectual y otros cuerpos legales que normen sobre la cesión de derechos de autor y derechos patrimoniales.

**TERCERA: OBLIGACIÓN DEL CEDENTE.-** El cedente no podrá transferir a ningún tercero los derechos que conforman la estructura, secuencia y organización del programa de ordenador que es objeto del presente contrato, como tampoco

emplearlo o utilizarlo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad del programa de ordenador a favor del Cesionario.

**CUARTA: CUANTIA.-** La cesión objeto del presente contrato, se realiza a título gratuito y por ende el Cesionario ni sus administradores deben cancelar valor alguno o regalías por este contrato y por los derechos que se derivan del mismo.

**QUINTA: PLAZO.-** La vigencia del presente contrato es indefinida.

**SEXTA: DOMICILIO, JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.-** Las partes fijan como su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia derivada de éste, será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se solicitará la asistencia de un Mediador del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito. En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento, en el plazo de diez días calendario desde su inicio, pudiendo prorrogarse por mutuo acuerdo este plazo, las partes someterán sus controversias a la resolución de un árbitro, que se sujetará a lo dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación, al Reglamento del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de comercio de Quito, y a las siguientes normas: a) El árbitro será seleccionado conforme a lo establecido en la Ley de Arbitraje y Mediación; b) Las partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, se obligan a acatar el laudo arbitral y se comprometen a no interponer ningún tipo de recurso en contra del laudo arbitral; c) Para la ejecución de medidas cautelares, el árbitro está facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos, sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno; d) El procedimiento será confidencial y en derecho; e) El lugar de arbitraje serán las instalaciones del centro de arbitraje y mediación de la Cámara de Comercio de Quito; f) El idioma del arbitraje será el español; y, g) La reconvencción, caso de haberla, seguirá los mismos procedimientos antes indicados para el juicio principal.

**SÉPTIMA: ACEPTACIÓN.-** Las partes contratantes aceptan el contenido del presente contrato, por ser hecho en seguridad de sus respectivos intereses.

En aceptación firman a los 19 días del mes de Abril del dos mil trece.

f) \_\_\_\_\_  
C.C. N° 1722748397  
**CEDENTE**

f) \_\_\_\_\_  
Instituto Superior Tecnológico Cordillera  
**CESIONARIO**

## AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, por permitirme llegar a cumplir mi objetivo, a mis padres por su amor, sabiduría y paciencia en los momentos difíciles, por su apoyo incondicional que siempre me brindaron.

A mi hijo Royce Leonel Yautibug Ogoño que se convirtió en mi fuente de inspiración para seguir adelante.

A los Ingenieros, Elvis Flores, Juan Guevara y Angélica Aldaz quienes han transmitido sus conocimientos profesionales, por el valioso aporte no solo profesional, también humano por estar ahí siempre brindando sus conocimientos para de esa manera poder lograr un escalón más.

## **DEDICATORIA**

A mis padres por su apoyo incondicional.

A mi Esposo Víctor Yautibug por su tiempo y apoyo.

A mi hijo Royce Leonel Yautibug Ogoño por ser mi inspiración.

A mis hermanos por su colaboración y apoyo incondicional.

---

## INDICE GENERAL

|  |              |
|--|--------------|
| <b>DECLARACIÓN DE APROBACIÓN DE TUTOR Y LECTOR.....</b>          | <b>ii</b>    |
| <b>DECLARATORIA .....</b>  | <b>ii</b>    |
| <b>CESIÓN DE DERECHOS.....</b>                                   | <b>iii</b>   |
| <b>CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUALiv</b> | <b>iv</b>    |
| <b>AGRADECIMIENTO.....</b>                                       | <b>vi</b>    |
| <b>INDICE GENERAL.....</b>                                       | <b>viii</b>  |
| <b>INDICE DE GRÁFICOS.....</b>                                   | <b>xiv</b>   |
| <b>INDICE DE TABLAS .....</b>                                    | <b>xv</b>    |
| <b>RESUMEN EJECUTIVO.....</b>                                    | <b>xvii</b>  |
| <b>ABSTRACT.....</b>   | <b>xviii</b> |
| <b>INTRODUCCIÓN .....</b>  | <b>xix</b>   |
| <b>CAPÍTULO I.....</b>   | <b>1</b>     |
| <b>Introducción.....</b>   | <b>1</b>     |
| <b>1.1 Justificación .....</b>                                   | <b>1</b>     |
| <b>1.2 Antecedentes del Proyecto. ....</b>                       | <b>3</b>     |
| <b>1.2.1 La Displasia de Caderas. ....</b>                       | <b>3</b>     |
| <b>1.2.1.1 Epidemiología. ....</b>                               | <b>5</b>     |
| <b>1.2.1.2 Factores de riesgo. ....</b>                          | <b>6</b>     |
| <b>1.2.1.3 Historia natural.....</b>                             | <b>7</b>     |
| <b>1.2.2 Clasificación. ....</b>                                 | <b>8</b>     |
| <b>1.2.3 Diagnóstico. ....</b>                                   | <b>8</b>     |
| <b>1.2.4 Tratamiento. ....</b>                                   | <b>11</b>    |
| <b>CAPITULO II .....</b>   | <b>13</b>    |
| <b>Análisis Situacional.....</b>                                 | <b>13</b>    |
| <b>2.1. Evaluación Externa.....</b>                              | <b>13</b>    |
| <b>2.1.1. Factor Económico. ....</b>                             | <b>13</b>    |
| <b>2.1.1.1 Inflación.....</b>                                    | <b>14</b>    |
| <b>2.1.1.2 Tasas de Interés. ....</b>                            | <b>15</b>    |
| <b>2.1.1.2.1 Tasa Activa.....</b>                                | <b>16</b>    |
| <b>2.1.1.2.2 Tasa Pasiva. ....</b>                               | <b>17</b>    |
| <b>2.1.1.3 Producto Interno Bruto (PIB).....</b>                 | <b>18</b>    |
| <b>2.1.1.4 Balanza Comercial.....</b>                            | <b>20</b>    |

---

|   |           |
|---|-----------|
| <b>2.1.1.4.1 Importaciones.</b> .....                       | <b>20</b> |
| <b>2.1.1.4.2 Exportaciones.</b> .....                       | <b>20</b> |
| <b>2.1.1.5 Riesgos País.</b> .....                          | <b>22</b> |
| <b>2.1.2 Factor Social y Cultural.</b> .....                | <b>23</b> |
| <b>2.1.2.1 Cultura.</b> .....                               | <b>23</b> |
| <b>2.1.2.2 Sociedad.</b> .....                              | <b>24</b> |
| <b>2.1.2.3 Población.</b> .....                             | <b>24</b> |
| <b>2.1.2.4 Personas Económicamente Activas (PEA).</b> ..... | <b>25</b> |
| <b>2.1.2.5 Migración</b> .....                              | <b>26</b> |
| <b>2.1.3 Factor Político Legal.</b> .....                   | <b>28</b> |
| <b>2.1.4 Factor Tecnológico.</b> .....                      | <b>30</b> |
| <b>2.2 Entorno Local.</b> .....                             | <b>31</b> |
| <b>2.2.1 Clientes.</b> .....                                | <b>31</b> |
| <b>2.2.1.1 Clientes Internos.</b> .....                     | <b>32</b> |
| <b>2.2.1.2 Clientes Externos.</b> .....                     | <b>32</b> |
| <b>2.2.2 Proveedores.</b> .....                             | <b>33</b> |
| <b>2.2.3 Competencia.</b> .....                             | <b>35</b> |
| <b>2.2.3.1 Competencia Directa.</b> .....                   | <b>35</b> |
| <b>2.2.3.2 Competencia Indirecta</b> .....                  | <b>35</b> |
| <b>2.3 Análisis Interno.</b> .....                          | <b>36</b> |
| <b>2.3.1. Propuesta Estratégica</b> .....                   | <b>37</b> |
| <b>2.3.1.1 Misión.</b> .....                                | <b>37</b> |
| <b>2.3.1.2 Visión.</b> .....                                | <b>37</b> |
| <b>2.3.1.3. Objetivos.</b> .....                            | <b>38</b> |
| <b>2.3.1.3.1. Objetivo General.</b> .....                   | <b>38</b> |
| <b>2.3.1.3.2. Objetivo Específicos.</b> .....               | <b>38</b> |
| <b>2.3.1.4 Principios y Valores.</b> .....                  | <b>38</b> |
| <b>2.3.1.4.1 Principios.</b> .....                          | <b>38</b> |
| <b>2.3.1.4.2 Valores.</b> .....                             | <b>40</b> |
| <b>2.4 Gestión Administrativa</b> .....                     | <b>41</b> |
| <b>2.4.1 Planeación.</b> .....                              | <b>41</b> |
| <b>2.4.2.1 Organigrama Funcional.</b> .....                 | <b>43</b> |
| <b>2.4.3 Dirección.</b> .....                               | <b>45</b> |

---

|   |           |
|---|-----------|
| <b>2.4.4 Control.</b> .....                                       | <b>46</b> |
| <b>2.5 Gestión Operativa.</b> .....                               | <b>46</b> |
| <b>2.3.4 Gestión Comercial.</b> .....                             | <b>48</b> |
| <b>2.3.4.1 Producto.</b> .....                                    | <b>48</b> |
| <b>2.3.4.2 Precio.</b> .....                                      | <b>49</b> |
| <b>2.3.4.3. Plaza.</b> .....                                      | <b>49</b> |
| <b>2.3.4.4 Promoción.</b> .....                                   | <b>50</b> |
| <b>2.3.4.5 Publicidad.</b> .....                                  | <b>50</b> |
| <b>2.4 Análisis FODA.</b> .....                                   | <b>51</b> |
| <b>CAPÍTULO III.</b> .....  | <b>54</b> |
| <b>Estudio de Mercado.</b> .....                                  | <b>54</b> |
| <b>3.1 Investigación de Mercado.</b> .....                        | <b>54</b> |
| <b>3.1.1 Objetivos del estudio de Mercado.</b> .....              | <b>54</b> |
| <b>3.2 Definición de Mercado</b> .....                            | <b>55</b> |
| <b>3.2.1 El Servicio.</b> .....                                   | <b>55</b> |
| <b>3.3. Análisis del Consumidor.</b> .....                        | <b>56</b> |
| <b>3.3.1 Concepto de Consumidor.</b> .....                        | <b>56</b> |
| <b>3.3.2.1. Población.</b> .....                                  | <b>57</b> |
| <b>3.3.2.2. Muestra.</b> .....                                    | <b>58</b> |
| <b>3.3.3 Técnicas de la Obtención de la Información.</b> .....    | <b>60</b> |
| <b>3.3.4 Técnicas de Obtención de Recolección de Datos.</b> ..... | <b>60</b> |
| <b>3.3.4.1. Cuestionario.</b> .....                               | <b>60</b> |
| <b>3.3.4.2 Entrevista.</b> .....                                  | <b>61</b> |
| <b>3.3.4.3. Focus Group.</b> .....                                | <b>62</b> |
| <b>3.3.4.4. La observación.</b> .....                             | <b>62</b> |
| <b>3.3.4.5. Encuestas.</b> .....                                  | <b>63</b> |
| <b>3.4 Tabulación, Interpretación y Análisis.</b> .....           | <b>66</b> |
| <b>3.4.1. Primera pregunta.</b> .....                             | <b>66</b> |
| <b>3.4.2 Segunda pregunta.</b> .....                              | <b>67</b> |
| <b>3.4.3 Tercera pregunta.</b> .....                              | <b>68</b> |
| <b>3.4.4. Cuarta pregunta.</b> .....                              | <b>69</b> |
| <b>3.4.5 QUITA pregunta.</b> .....                                | <b>70</b> |
| <b>3.4.6 Sexta pregunta.</b> .....                                | <b>71</b> |

|   |           |
|---|-----------|
| <b>3.4.7 Séptima pregunta.</b> .....                        | <b>72</b> |
| <b>3.4.8. Octava pregunta.</b> .....                        | <b>73</b> |
| <b>3.4.9. Novena pregunta.</b> .....                        | <b>74</b> |
| <b>3.5 Demanda</b> .....                                    | <b>75</b> |
| <b>3.5.1 Aceptación.</b> .....                              | <b>75</b> |
| <b>3.5.2 Frecuencia.</b> .....                              | <b>75</b> |
| <b>3.5.3. Precio.</b> .....                                 | <b>75</b> |
| <b>3.5.4. Proyección de la Demanda.</b> .....               | <b>76</b> |
| <b>3.6 Oferta</b> .....                                     | <b>76</b> |
| <b>3.6.1 Oferta Histórica.</b> .....                        | <b>77</b> |
| <b>3.6.2 Oferta Actual</b> .....                            | <b>77</b> |
| <b>3.7 Demanda Insatisfecha.</b> .....                      | <b>77</b> |
| <b>CAPÍTULO IV</b> .....                                    | <b>79</b> |
| <b>Estudio Técnico.</b> .....                               | <b>79</b> |
| <b>4.1 Tamaño del proyecto.</b> .....                       | <b>79</b> |
| <b>4.1.1 Capacidad Instalada.</b> .....                     | <b>79</b> |
| <b>4.1.2 Capacidad Óptima.</b> .....                        | <b>80</b> |
| <b>4.2 Localización.</b> .....                              | <b>81</b> |
| <b>4.2.1 Macro-localización.</b> .....                      | <b>81</b> |
| <b>4.2.2 Micro-Localización.</b> .....                      | <b>82</b> |
| <b>4.2.3 Localización Óptima.</b> .....                     | <b>83</b> |
| <b>4.3 Ingeniería del Producto.</b> .....                   | <b>84</b> |
| <b>4.3.1 Distribución de planta.</b> .....                  | <b>85</b> |
| <b>4.3.1.1 Razones de cercanía.</b> .....                   | <b>86</b> |
| <b>4.3.1.2 Códigos de Cercanía.</b> .....                   | <b>86</b> |
| <b>4.3.1.3 Matriz Triangular.</b> .....                     | <b>86</b> |
| <b>4.3.3 Proceso Productivo.</b> .....                      | <b>91</b> |
| <b>4.3.4 Determinación de Maquinaria y Equipos.</b> .....   | <b>91</b> |
| <b>CAPITULO V</b> .....                                     | <b>93</b> |
| <b>5.1 Ingresos operacionales.</b> .....                    | <b>94</b> |
| <b>5.01.01 Materia Prima Directa (MPD)</b> .....            | <b>95</b> |
| <b>5.01.02 Mano de Obra Directa (MOD)</b> .....             | <b>95</b> |
| <b>5.01.03 Costos Indirectos de Fabricación (CIF)</b> ..... | <b>96</b> |

|  |            |
|--|------------|
| <b>5.1.4 Cálculos de Ingresos operacionales.</b> .....           | <b>97</b>  |
| <b>.5.2. Ingresos no Operacionales.</b> .....                    | <b>99</b>  |
| <b>5.3 Costos.</b> .....   | <b>99</b>  |
| <b>5.3.1 Costos Directos</b> .....                               | <b>100</b> |
| <b>5.3.2 Costos Indirectos.</b> .....                            | <b>100</b> |
| <b>5.3.3 Gastos.</b> .....                                       | <b>101</b> |
| <b>5.3.3.1 Gastos Administrativos.</b> .....                     | <b>101</b> |
| <b>5.3.3.2 Gastos de Venta.</b> .....                            | <b>103</b> |
| <b>5.3.3.3 Costos Fijos y Variables.</b> .....                   | <b>104</b> |
| <b>5.4 Inversiones.</b> .....                                    | <b>105</b> |
| <b>5.4.1 Inversión Fija.</b> .....                               | <b>106</b> |
| <b>5.4.1.1 Activos Fijos</b> .....                               | <b>106</b> |
| <b>5.4.1. 2 Inversión de Activos Nominales.</b> .....            | <b>107</b> |
| <b>5.4.2 Capital de Trabajo.</b> .....                           | <b>107</b> |
| <b>5.4.3 Fuentes de Financiamiento y uso de fondos.</b> .....    | <b>109</b> |
| <b>5.4.4 Amortización del Préstamo.</b> .....                    | <b>109</b> |
| <b>5.4.5 Depreciaciones.</b> .....                               | <b>110</b> |
| <b>5.4.6 Estado de situación inicial.</b> .....                  | <b>111</b> |
| <b>5.4.7 Estado de Resultados Projectados.</b> .....             | <b>112</b> |
| <b>5.4.8 Flujo de Caja</b> .....                                 | <b>113</b> |
| <b>5.5 Evaluación.</b> .....                                     | <b>114</b> |
| <b>5.5.1 Tasa de descuento (TMAR)</b> .....                      | <b>115</b> |
| <b>5.5.2 Valor Actual Neto (VAN)</b> .....                       | <b>115</b> |
| <b>5.5.3 Tasa Interna de Retorno (TIR)</b> .....                 | <b>117</b> |
| <b>5.5.4 Período de Recuperación de la Inversión (PRI)</b> ..... | <b>118</b> |
| <b>5.5.5 Relación Costo Beneficio (RBC).</b> .....               | <b>119</b> |
| <b>5.5.6 Punto de Equilibrio.</b> .....                          | <b>119</b> |
| <b>5.5.7 Análisis de Índices Financieros.</b> .....              | <b>121</b> |
| <b>5.5.7.1 Razón de endeudamiento.</b> .....                     | <b>121</b> |
| <b>5.5.7.2 Rentabilidad del patrimonio (ROE).</b> .....          | <b>122</b> |
| <b>5.5.7.3 Rentabilidad del Activo (ROA).</b> .....              | <b>123</b> |
| <b>CAPÍTULO VI</b> .....   | <b>125</b> |
| <b>Análisis de Impacto</b> .....                                 | <b>125</b> |

---

|  |            |
|--|------------|
| <b>6.1 Impacto Ambiental.....</b>          | <b>125</b> |
| <b>6.2 Impacto Económico. ....</b>         | <b>126</b> |
| <b>6.3 Impacto Productivo.....</b>         | <b>127</b> |
| <b>6.4 Impacto Social.....</b>             | <b>127</b> |
| <b>CAPÍTULO VII.....</b>                   | <b>128</b> |
| <b>Conclusiones y Recomendaciones.....</b> | <b>128</b> |
| <b>7.1 Conclusiones. ....</b>              | <b>128</b> |
| <b>7.2 Recomendaciones. ....</b>           | <b>129</b> |
| <b>Bibliografías.....</b>                  | <b>130</b> |

---

## INDICE DE GRÁFICOS

|  |           |
|--|-----------|
| Gráfico 1 Inflación.....                           | 15        |
| Gráfico 2 Tasa de interés activa.....              | 16        |
| Gráfico 3 Tasa de interés pasiva.....              | 17        |
| Gráfico 4 Producto Interno Bruto.....              | 19        |
| Gráfico 5 Producto Interno Bruto.....              | 19        |
| Gráfico 6 Balanza Comercial.....                   | 21        |
| <b>Gráfico 7 Riesgo País.....</b>                  | <b>23</b> |
| Gráfico 8 Población.....                           | 25        |
| Gráfico 9 Población Económicamente Activa.....     | 26        |
| Gráfico 10 Migración.....                          | 27        |
| Gráfico 11 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL.....            | 43        |
| Gráfico 12 Logotipo de la empresa.....             | 50        |
| Gráfico 13 Formato de tarjeta de presentación..... | 51        |
| Gráfico 14 Pregunta 1.....                         | 66        |
| Gráfico 15 Pregunta 2.....                         | 67        |
| Gráfico 16 Pregunta 3.....                         | 68        |
| Gráfico 17 Pregunta 4.....                         | 69        |
| Gráfico 18 Pregunta 5.....                         | 70        |
| Gráfico 19 Pregunta 6.....                         | 71        |
| Gráfico 20 Pregunta 7.....                         | 72        |
| Gráfico 21 Pregunta 8.....                         | 73        |
| Gráfico 22 Pregunta 9.....                         | 74        |
| Gráfico 23 Matriz Triangular.....                  | 86        |
| Gráfico 24 Distribución de la Planta.....          | 87        |
| Gráfico 25 Punto de Equilibrio.....                | 121       |

---

## INDICE DE TABLAS

|  |    |
|--|----|
| Tabla 1 Inflación. ....                            | 14 |
| Tabla 2 Tasa de interés activa. ....               | 16 |
| Tabla 3 Tasa de interés pasiva ....                | 17 |
| Tabla 4 Producto interno bruto. ....               | 18 |
| Tabla 5 Balanza Comercial. ....                    | 21 |
| Tabla 6 Riesgo País.....                           | 22 |
| Tabla 7 Población.....                             | 24 |
| Tabla 8 Población Económicamente Activa .....      | 26 |
| Tabla 9 Migración .....                            | 27 |
| Tabla 10 Matriz de Clientes. ....                  | 33 |
| Tabla 11 Matriz de Proveedores. ....               | 34 |
| Tabla 12 Matriz de Competencia. ....               | 36 |
| Tabla 13 Cronograma de actividades.....            | 42 |
| Tabla 14 Matriz FODA Oportunidades y Amenazas..... | 52 |
| Tabla 15 Matriz FODA Fortalezas y Debilidades..... | 53 |
| Tabla 16 Población.....                            | 57 |
| Tabla 17 Pregunta 1 .....                          | 66 |
| Tabla 18 Pregunta 2 .....                          | 67 |
| Tabla 19 Pregunta 3 .....                          | 68 |
| Tabla 20 Pregunta 4 .....                          | 69 |
| Tabla 21 Pregunta 5 .....                          | 70 |
| Tabla 22 Pregunta 6 .....                          | 71 |
| Tabla 23 Pregunta 7 .....                          | 72 |
| Tabla 24 Pregunta 8 .....                          | 73 |
| Tabla 25 Pregunta 9 .....                          | 74 |
| Tabla 26 Proyección de la Demanda.....             | 76 |
| Tabla 27 CALCULO DE LA OFERTA PROYECTADA.....      | 77 |
| Tabla 28 Demanda Insatisfecha. ....                | 78 |
| Tabla 29 Capacidad Instalada. ....                 | 80 |
| Tabla 30 Capacidad Óptima.....                     | 80 |

|   |     |
|---|-----|
| Tabla 31 Macro-localización.....                            | 82  |
| Tabla 32 Localización Óptima.....                           | 84  |
| Tabla 33 Distribución de planta.....                        | 85  |
| Tabla 34 Razones de cercanía.....                           | 86  |
| Tabla 35 Proceso Productivo.....                            | 91  |
| Tabla 36 Determinación de Maquinaria y Equipos.....         | 92  |
| Tabla 37 Materia Prima Directa (MPD).....                   | 95  |
| Tabla 38 Mano de Obra Directa (MOD).....                    | 96  |
| Tabla 39 Costos Indirectos de Fabricación (CIF).....        | 97  |
| Tabla 40 Cálculos de Ingresos operacionales.....            | 98  |
| Tabla 41 Cálculos de Ingresos operacionales.....            | 99  |
| Tabla 42 Costos Directos.....                               | 100 |
| Tabla 43 Costos Indirectos.....                             | 101 |
| Tabla 44 Gastos Administrativos.....                        | 102 |
| Tabla 45 Gastos Administrativos.....                        | 102 |
| Tabla 46 Suministros de oficina.....                        | 103 |
| Tabla 47 Proyección de los Gastos Administrativos.....      | 103 |
| Tabla 48 Gastos de Venta.....                               | 104 |
| Tabla 49 Costos Fijos y Variables.....                      | 105 |
| Tabla 50 Activos Fijos.....                                 | 106 |
| Tabla 51 Capital de Trabajo.....                            | 108 |
| Tabla 52 Fuentes de Financiamiento y uso de fondos.....     | 109 |
| Tabla 53 Amortización del Préstamo.....                     | 110 |
| Tabla 54 Depreciaciones.....                                | 111 |
| Tabla 55 Estado de situación inicial.....                   | 112 |
| Tabla 56 Estado de Resultados proyectados.....              | 113 |
| Tabla 57 Flujo de Caja.....                                 | 114 |
| Tabla 58 Tasa de descuento (TMAR).....                      | 115 |
| Tabla 59 Valor Actual Neto (VAN).....                       | 116 |
| Tabla 60 Tasa Interna de Retorno (TIR).....                 | 117 |
| Tabla 61 Período de Recuperación de la Inversión (PRI)..... | 118 |
| Tabla 62 Relación Costo Beneficio (RBC).....                | 119 |
| Tabla 63 Punto de Equilibrio.....                           | 120 |

## RESUMEN EJECUTIVO.

El presente proyecto está enfocado en la producción y comercialización de prendas de vestir especiales para niños con displasia de caderas.

Se propone una tienda la cual va exponer prendas de vestir especiales para niños con displasia de cadera, en diferentes tallas y modelos para los niños.

El mercado objetivo estará segmentado a un target medio bajo, ubicado en el sector norte de Quito ya que en las calles Ángel Ludeña y Machala se aprecia un gran número de personas que llegan al hospital con sus hijos que padecen displasia de caderas, considerándoles como posibles consumidores, se pretende una expansión para abarcar más mercado.

Su rentabilidad está representada con una TIR de 51%, la cual representa que el proyecto es viable, su costo beneficio es de \$0.90 centavos de dólar, por cada dólar invertido. En cuanto a los indicadores de liquides se puede apreciar que la razón de endeudamiento externo es de 0.05% el margen la utilidad neta será del 12.24% y su rendimiento sobre la inversión será del 0.42%

## ABSTRACT

This project is focused on the production and marketing of special clothing for children with hip dysplasia.

A store that will expose special clothing for children with hip dysplasia, in different sizes and models for children is proposed.

The target market is segmented at an average target low, located in the northern part of Quito and in the streets Angel Ludeña and Machala a large number of people entering the hospital with their children who suffer from hip dysplasia, considering them as potential shown consumers, an expansion is intended to cover more market.

Its performance is represented with an IRR of 51%, which represents that the project is viable, cost profit was \$ 0.90 cents for every dollar invested. As liquides indicators can be seen that the ratio of external debt is 0.05% of the net income will marguen of 12.24% and its sombre performance of the investment will be 0.42%.

---

## INTRODUCCIÓN

El presente proyecto se ha elaborado por parte de quien lo suscribe con carácter de un trabajo profesional de fin de carrera para obtener el título de Tecnólogo en Administración Bancaria y Financiera; el nombre del proyecto es: “Apoyar al sector de la salud infantil, mediante la realización de un proyecto de factibilidad para la producción y comercialización de prendas de vestir especiales para niños con displasia de caderas en el cantón Quito.

La iniciativa de este proyecto radica en poder receptar a clientes que aceptan el producto como novedoso; la implementación del mismo también toma en cuenta la demanda insatisfecha del mercado.

El proyecto en su redacción muestra claramente diferentes análisis, lo cuales comprenden los antecedentes donde se establecen las bases generales de la empresa, además indican un diagnóstico del ambiente interno como externo para conocer cuáles son los puntos débiles y fuertes, los factores que inciden desde lo externo como amenazas o como posibles oportunidades del cual el proyecto saque ventaja; así mismo contiene un estudio de mercado donde se definen los posibles clientes; el estudio técnico que determina la logística, espacios físicos y distribución; y por último el estudio financiero que expone la rentabilidad sobre la inversión.



---

## CAPÍTULO I

### Introducción

#### 1.1 Justificación

La aplicación de la estrategia la atención integrada de enfermedades prevalentes en la infancia <sup>1</sup>AIEPI, mejora los conocimientos y prácticas de la familia para el tratamiento y cuidado en el hogar, de las distintas enfermedades que se presentan, es muy importante porque de esta manera la madre y la familia va a saber cómo actuar y que acciones tomar en caso de que su niño presente una de las enfermedades contempladas en AIEPI, como displasia de cadera, van a poder dar los primeros cuidados que el niño necesita previo y posterior al tratamiento médico. Además que con la aplicación de la Estrategia de AIEPI Comunitario se vincula en una forma más cercana y sostenida todos los actores de la sociedad que de una u otra forma tienen que ver con la salud, el crecimiento y el desarrollo del niño.

Cada día millones de padres acuden a hospitales, centros de salud, farmacéuticos, médicos y sanadores que aplican prácticas tradicionales en busca

---

<sup>1</sup> AIEPI: Atención integrada a las enfermedades prevalentes de la infancia

---

de atención sanitaria para sus hijos enfermos. Los estudios indican que en muchos casos estos dispensadores de salud no evalúan ni tratan adecuadamente a los niños, y que los padres tampoco reciben asesoramiento adecuado.

La Atención Integrada a las Enfermedades Prevalentes de la Infancia (AIEPI) es una estrategia elaborada por la Organización Mundial de la Salud <sup>2</sup>(OMS) y el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia <sup>3</sup>(UNICEF), que fue presentada en 1996 como la principal estrategia para mejorar la salud en la niñez.

En este contexto, el presente proyecto tiene como finalidad elaborar y comercializar prendas de vestir especiales para niños con displasia de caderas en el Cantón Quito, considerando el entorno que existe actualmente en la Ciudad, esta propuesta surge a raíz de la necesidad de los consumidores insatisfechos de prendas de vestir para niños con displasia de caderas en la Cantón Quito, no solo se lo realiza con la finalidad de proveer prendas de vestir especiales y de calidad que satisfagan las necesidades de los clientes, sino también ayudar a que el tratamiento sea efectivo, tomando en cuenta que es un problema muy común, el objetivo es determinar la cantidad de bienes y servicios que necesitaremos para la producción de las prendas de vestir ofreciendo un producto de calidad a un precio accesible, también busca adquirir materia prima nacional ya que de esta manera se está ayudando a

---

<sup>2</sup> OMS: Organización Mundial de la Salud

<sup>3</sup> UNICEF: Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia

---

generar empleo para la población ecuatoriana, además se crean alternativas de trabajo que contribuirá a disminuir la tasa de migración existente en el país.

Una vez identificadas las características básicas de los clientes potenciales, dentro de las cuales se encuentran los hábitos de compra, se obtuvo las herramientas necesarias para la estimación de la demanda, así como la participación de mercado del producto, principales parámetros que serán necesarios para la construcción de nuestros estados financieros y así poder evaluar la factibilidad de este proyecto de inversión.

Al realizar este estudio se busca obtener información veraz sobre las necesidades que tienen los niños con displasia de caderas al momento de vestirse lo cual ayudará a satisfacer las necesidades de los clientes.

## **1.2 Antecedentes del Proyecto.**

### **1.2.1 La Displasia de Caderas.**

Bajo el nombre de displasia del desarrollo de la cadera <sup>4</sup>(DCC) se incluye un amplio espectro de alteraciones de dicha articulación que van desde un acetábulo superficial a defectos importantes como en las luxaciones teratológicas.

---

<sup>4</sup> DCC: Displasia del Desarrollo de la Cadera

---

Aunque la terminología habitual durante años ha sido luxación congénita de cadera o displasia congénita de cadera, la American Academy of Orthopaedic Surgeons, la American Academy of Pediatrics y la Pediatric Orthopaedic Society of North America ha aceptado el termino displasia del desarrollo de cadera por ser un concepto más amplio que abarca no solo las alteraciones congénitas sino también los problemas que pueden surgir durante el desarrollo. De esta manera, la displasia de cadera incluye todas las alteraciones de crecimiento y de estabilidad tanto en el periodo intrauterino como en el recién nacido y el lactante.

El término de displasia implica alteración del desarrollo, tamaño, forma y organización del acetábulo, de la cabeza femoral o de ambos. El acetábulo pierde su habitual forma de cúpula y se convierte en un acetábulo plano e incongruente. La cabeza femoral también modifica su morfología, más difícil de detallarla hasta que sea visible radiológicamente hacia los 4-7 meses. A estos cambios que implican displasia, puede asociarse o no inestabilidad articular. Estos conceptos son importantes dado que para llegar a un desarrollo normal de la cadera es imprescindible que exista una congruencia entre la cabeza femoral y el acetábulo.

El termino luxación de cadera indica que la cabeza femoral está situada por fuera de los límites del acetábulo, siendo reductible o no. La mayoría de las veces adopta una posición craneoposterior respecto el acetábulo.

---

El termino de cadera luxable se refiere a una cadera reducida pero que puede perder la contención articular, al imprimírsele una fuerza anteroposterior con la cadera en aducción. (Secot, 2010).

### *1.2.1.1 Epidemiologia.*

Los datos epidemiológicos de la DDC deben ser interpretados con cautela desde el punto de vista que tanto el cribado de la patología como la interpretación de los hallazgos pueden variar significativamente. Así, desde la introducción del estudio ecográfico por parte del Graaf, han aumentado el número de caderas inmaduras con cifras que llegan al 30%, según las series. El <sup>5</sup>cribado universal practicado en los países de Centro Europa, como Alemania, Austria o Suiza, aumenta la incidencia de displasia hasta un 2.4% y de luxación a un 0.5-1%, mientras que en países anglosajones y nórdicos donde solo se evalúan ecográficamente los pacientes con riesgo o con exploración física patológica, las cifras son de 0.5-1% de displasia y de 0.05% de luxaciones. La costumbre cultural de los pueblos lapones o ciertas tribus norteamericanas que envuelven a los niños con las extremidades inferiores juntas y en extensión. Favorece el incremento hasta un 5% de luxación de caderas. Por el contrario, la posición con las piernas abiertas sobre el tronco de la madre, característico de determinadas poblaciones africanas, favorecen que no se registren casos de displasia. (Secot, 2010).

---

<sup>5</sup> CRIBADO: es un anglicismo utilizado para indicar una estrategia aplicada sobre una población para detectar una enfermedad en individuos sin signos o síntomas de esa enfermedad.

---

### 1.2.1.2 Factores de riesgo.

La DDC tiene una predisposición por el sexo femenino (relación 4:1) y por la cadera izquierda (se estima una afectación izquierda en el 60% de los casos, un 20% en la derecha y bilateral en el 20% restante). La preferencia por el sexo femenino se explicaría por una mayor laxitud ligamentosa secundaria a la circulación hormonal materna y a la producción de estrógenos del feto femenino en el útero; la lateralidad por el hecho que la posición intrauterina más habitual es la occipital anterior izquierda, restando la cadera izquierda presionada y en educación contra la columna lumbosacra de la madre. Wynne-Davies determino la probabilidad de tener un hijo con displasia de caderas en las familias de riesgo, observando una incidencia del 6% si existía un hijo previo afectado, un 12% si es uno de los padres y un 36% si hay un padre y un hijo afectado. Otros factores relacionados son la presentación de nalgas, que incrementa el riesgo en un 2-32%, según las series, el embarazo múltiple, el oligohidramnios, la patología durante el embarazo o la coexistencia de otras malformaciones como los pies zambos, la tortícolis congénita o la escoliosis. La displasia de cadera y la luxación son más frecuentes en los neonatos con posición de nalgas intraútero, tanto si el parto es por vía vaginal como por cesárea. La posición de nalgas propicia la inestabilidad de la cadera debido a la extensión mantenida a la que obliga a las rodillas. Esta presentación del feto es dos veces más frecuente en las niñas que en los niños, incidiendo nuevamente en la predisposición femenina de esta patología. Finalmente se ha observado mayor incidencia de displasia de cadera en el primer embarazo, hecho que se atribuye a un útero menos distendido que comprime más el feto, unido a una

---

mayor presión abdominal. En este caso también cabe relacionar la presentación podálica con el número de gestación, puesto que el 60% de los casos de nalgas son primogénitos.

En contraposición a estas consideraciones, existen trabajos donde se demuestra que si bien son importantes los factores de riesgo, hay muchos casos sin ninguno de ellos.

Patel, en un trabajo publicado en 2001, señala que hasta un 60% de los casos de DDC no presentaban factores de riesgo identificables (Secot, 2010).

### ***1.2.1.3 Historia natural.***

La historia natural de la displasia de cadera en el recién nacido es muy variable. Un neonato con displasia de cadera sin inestabilidad puede evolucionar hacia la normalidad sin tratamiento. Sin embargo, si existe inestabilidad o luxación verdadera, frecuentemente, desarrollan alteraciones morfológicas progresivas y pérdida de movilidad que conllevaran con el tiempo la aparición de dolor en el adulto. Es poco probable esperar una remisión espontánea de la displasia si la diagnosticamos por encima de los 6 meses, debido a la instauración de alteraciones estructurales anatómicas y a una menor capacidad de remodelación.

Si la displasia de cadera persiste en la adolescencia o en la vida adulta, provocara una alteración progresiva de la marcha, disminución de la aducción y la aparición de lesiones degenerativas. Wedge y Wasylenko demuestran que la

---

persistencia de displasia acetabular es un factor pronóstico de mala evolución clínica. En otra serie Stulberg y Harris demostraron que en un 50% de pacientes con artrosis idiopática de cadera existía displasia previamente. En los pacientes con luxación unilateral de cadera que persiste en la vida adulta, el pronóstico funcional es peor que en los casos de afectación bilateral puesto que presentan disimetría de extremidades, cojera y asimetría en la potencia muscular. Los pacientes con subluxación presentarán sintomatología antes que los que tienen una luxación completa. Cooperman demostró que los signos degenerativos aparecían antes en los pacientes con subluxación de cadera que en los pacientes con displasia. (Secot, 2010).

### **1.2.2 Clasificación.**

La DDC de las caderas se clasifica en cuatro grupos:

- Displasia con cadera estable
- Displasia con cadera inestable
- Subluxación (pérdida parcial de las relaciones articulares).
- Luxación. (Plata Rueda, E. & Leal Quevedo, F.J., 2002)

### **1.2.3 Diagnóstico.**

La valoración de las caderas es parte fundamental del examen físico general del recién nacido. Se debe examinar la estabilidad de las caderas mediante el signo de Barlow, que indica que la cadera es "luxable" y el signo de Ortolani que muestra que la cadera se encuentra luxada. La limitación para la abducción de las caderas que normalmente es de más o menos 70 grados sólo se hace evidente

---

después del tercer mes y casi nunca aparece durante las primeras semanas de vida. La asimetría de los pliegues inguinales tiene una mayor sensibilidad para hacer el diagnóstico de DDC, que la asimetría de los pliegues del muslo. La maniobra de Allis Galleazzi, en la que se flexionan las caderas y rodillas con el niño en decúbito supino, es útil para valorar diferencias en la longitud de las extremidades inferiores, hallazgo presente no solo en la luxación del desarrollo de la cadera, sino también en el acortamiento congénito de las extremidades. En los niños que comienzan a caminar se hace evidente la cojera por acortamiento y por insuficiencia del músculo glúteo medio, marcha que se conoce como de Trendelenburg. Es usual que el dolor en la DDC aparezca hasta la adolescencia o en la segunda o tercera década de la vida.

Algunos pacientes con DDC pueden no presentar anormalidades en el examen físico. De ahí la importancia de las imágenes diagnósticas solicitadas de manera temprana, fundamentales para el diagnóstico, tratamiento y seguimiento.

La radiografía simple de las caderas es una ayuda más utilizada para el diagnóstico precoz. Su uso es controversial en los cuatro primeros meses de vida del niño, porque no permite visualizar el componente cartilaginoso de la cadera. Se debe hacer énfasis en una adecuada posición del niño durante el estudio, pues cualquier inclinación de la pelvis en el plano antero-posterior o lateral altera las imágenes.

---

En la radiografía se valora la morfología del acetábulo, las imágenes en “gota de lágrima”, que son la confluencia de tres líneas que corresponden a la pared del acetábulo; la pared de la pelvis menor, y la corteza semicilíndrica de la muesca acetabular. También se debe evaluar la forma de las epífisis femorales y el acetábulo, la lateralización de las metáfisis femorales y en último término el índice acetabular, mediada que tiene una gran variabilidad entre observadores. Sugiero solicitar una radiografía antero posterior de las caderas a todos los niños de 4 meses de edad aun sin factores de riesgo, e independientemente de los hallazgos en el examen físico.

La ecografía dinámica de las caderas es un método utilizado actualmente en muchos paises del mundo para el diagnóstico temprano de la DDC. No produce radiación ionizante, valora el componente cartilaginoso desde el momento del nacimiento y permite hacer una evaluación dinámica de la estabilidad articular. Es un estudio que requiere de una persona con experiencia en la interpretación de las imágenes y que esté familiarizado con la anatomía patológica de la displasia de las caderas. Se realiza a partir de las seis semanas de vida ya que antes de las seis semanas muchos niños tienen inestabilidad fisiológica y signo de Barlow positivo. La ecografía está indicada en los niños con hallazgos anormales al examen físico o tengan factores de riesgo para DDC. La ecografía dinámica también es útil para valorar la estabilidad de las caderas durante el tratamiento con el arnés de Pavlik.

La tomografía axial computarizada puede ayudar cuando se quiere valorar la concentricidad de una cadera después de una reducción cerrada e

---

inmovilización en <sup>6</sup>espica de yeso. Puede aportar información en tres dimensiones sobre el cubrimiento de las cabezas femorales en niños mayores y determinar la necesidad de tratamiento quirúrgico en algunos casos.

La resonancia nuclear magnética de caderas ayuda a determinar el cubrimiento cartilaginoso de la cabeza femoral en casos en que la radiografía simple deje dudas. (Plata Rueda, E. & Leal Quevedo, F.J., 2002)

#### **1.2.4 Tratamiento.**

El tratamiento de la DDC depende de la edad del paciente y de si hay inestabilidad de las caderas. En pacientes menores de seis meses el tratamiento más usado es el arnés de <sup>7</sup>Pavlik, útil no solamente para las caderas displásicas sino para los casos de inestabilidad y luxación. El principio de funcionamiento del arnés radica en que al mantener las caderas en abducción permanente y en contacto con el fondo acetabular, se estimula su adecuado desarrollo. En los casos de luxación hace que las caderas se estabilicen. En niños menores de 4 meses, es eficiente en un 90 a 95% de los casos y tiene un índice de complicaciones muy bajo (1 a 5%). El arnés es un dispositivo que requiere un seguimiento permanente para verificar una adecuada reducción de las caderas. Su uso incorrecto en el que las caderas permanecen luxadas en el tratamiento ideal es la reducción cerrada e inmovilización en espica de yeso bajo anestesia general, que a menudo se asocia a tenomía de los músculos aductores. La necrosis avascular de la cabeza femoral es

---

<sup>6</sup> Espica:

<sup>7</sup> Arnés de Pavlik: es un aparato ortopédico para ayudar a corregir la luxación y displasia congénita de cadera.

---

una de las complicaciones más temidas con este tratamiento, pues deja secuelas irreversibles hasta en un 20% de los niños tratados.

Una vez el niño inicia la marcha, es necesario hacer una reducción abierta de la cadera luxada, procedimiento que muchas veces se acompaña de cirugía del ilíaco o el fémur proximal. A medida que el niño crece aumenta la complejidad de los procedimientos quirúrgicos necesarios, y disminuyen las posibilidades de obtener una cadera normal y no dolorosa en el futuro. En adultos jóvenes con cambios de artritis degenerativa la única alternativa es el reemplaza articular, por lo que la mejor opción de tratamiento depende de un diagnóstico temprano. (Plata Rueda, E. & Leal Quevedo, F.J., 2002)

## CAPITULO II

### Análisis Situacional.

En el análisis situacional se determina cuáles son los diferentes factores que influyen en el entorno del proyecto y los riesgos del mismo.

#### 2.1. Evaluación Externa.

De acuerdo a la complejidad organizacional y la relación con el ambiente externo es necesario analizar dichos factores que de acuerdo a sus tendencias y acontecimientos claves del pasado, presente y futuro nos ayudarán a determinar cuál es la situación actual.

##### 2.1.1. Factor Económico.

En el factor económico se puede determinar cómo contribuirá el proyecto en el cambio de la matriz productiva y como ayudará en la economía de nuestro país.

El análisis del factor económico envuelve asuntos desde el punto de vista de la sociedad y cómo influye directamente sobre nuevos proyectos.

### 2.1.1.1 Inflación.

La inflación es el alza constante del nivel general de precios con el transcurso del tiempo, alza que tiene consecuencias tanto para las decisiones de gestión financiera como para la información contenida en los estados financieros. En estos se procura medir en unidades monetarias los cambios de carácter económico que se han producido entre dos fechas, pero cuando existe inflación el valor real de dichas unidades se modifica continuamente.

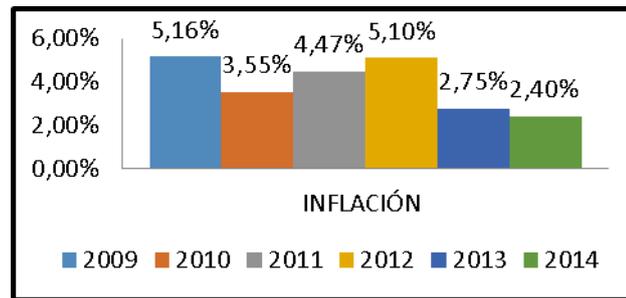
(International Labour Organization, 2008).

**Tabla 1 Inflación.**

| AÑOS | PORCENTAJE |
|------|------------|
| 2009 | 5,16%      |
| 2010 | 3,55%      |
| 2011 | 4,47%      |
| 2012 | 5,10%      |
| 2013 | 2,75%      |
| 2014 | 2,40%      |

Fuente: Banco Central del Ecuador  
Elaborado por: Diana Eloisa Ogoño Sánchez

**Gráfico 1 Inflación.**



Fuente: Banco Central del Ecuador  
Elaborado por: Diana Eloisa Ogoño Sánchez

Análisis.- De los resultados obtenidos se desprende que la inflación en los últimos años ha tenido una tendencia a la baja, sin embargo para el presente proyecto representa una amenaza de carácter bajo.

#### **2.1.1.2 Tasas de Interés.**

En términos generales, se define a la tasa de interés como el rendimiento porcentual que se paga durante algún periodo contra un préstamo seguro, al que rinde cualquier forma de capital monetario en un mercado competitivo exento de riesgos, o en el que todos los riesgos están ya asegurados mediante primas adecuadas. En términos más sencillos, la tasa de interés es el porcentaje que se aplica a una cantidad monetaria que denominamos capital, y que equivale al monto que debe cobrarse o pagarse por prestar o pedir prestado dinero. (Ortiz, O.L., 2001)

### 2.1.1.2.1 Tasa Activa.

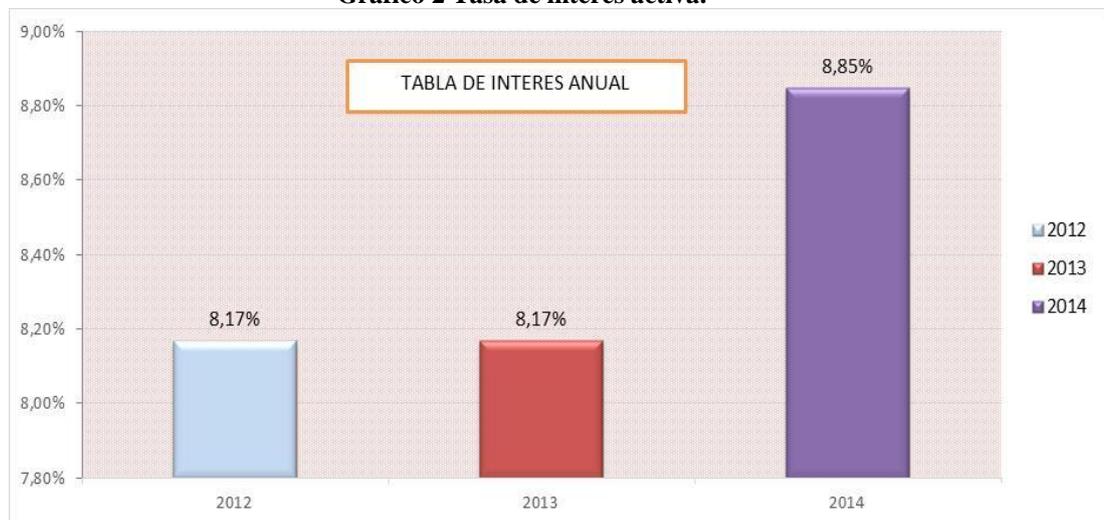
Es el porcentaje al que está invertido un capital en una unidad de tiempo, determinar lo que se refiere como el precio del dinero en el mercado financiero.

**Tabla 2 Tasa de interés activa.**

| AÑOS | PORCENTAJE |
|------|------------|
| 2012 | 8,17%      |
| 2013 | 8,17%      |
| 2014 | 8,85%      |

Fuente: Banco Central del Ecuador  
Elaborado por: Diana Eloisa Ogoño Sánchez

**Gráfico 2 Tasa de interés activa.**



Fuente: Banco Central del Ecuador  
Elaborado por: Diana Eloisa Ogoño Sánchez

**Análisis.-** La tasa de interés activa de acuerdo a los bajos porcentajes que se han incrementado en los tres últimos años, representa una oportunidad por la posibilidad de incrementar el capital necesario para el presente proyecto.

### 2.1.1.2.2 Tasa Pasiva.

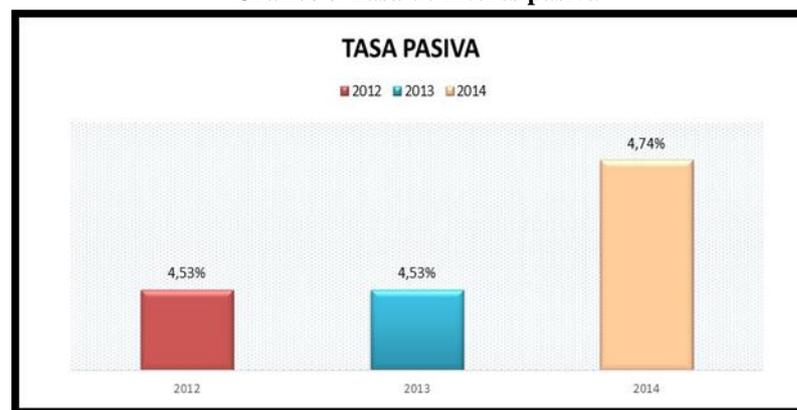
Es el porcentaje que paga una institución bancaria a quien deposita dinero mediante cualquiera de los instrumentos que para tal efecto existen.

**Tabla 3 Tasa de interés pasiva.**

| AÑOS | PORCENTAJE |
|------|------------|
| 2012 | 4,53%      |
| 2013 | 4,53%      |
| 2014 | 4,74%      |

Fuente: Banco Central del Ecuador  
Elaborado por: Diana Eloisa Ogoño Sánchez

**Gráfico 3 Tasa de interés pasiva**



Fuente: Banco Central del Ecuador  
Elaborado por: Diana Eloisa Ogoño Sánchez

---

Análisis.- Las cifras obtenidas por el banco central demuestran que el porcentaje de incremento en la tasa de interés pasiva en los últimos tres años es bajo lo cual representa una amenaza al momento de invertir en la banca.

### 2.1.1.3 Producto Interno Bruto (PIB).

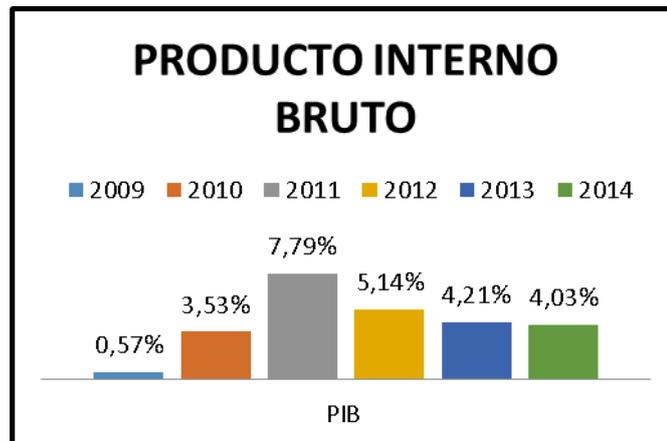
El PIB es el valor monetario de los bienes y servicios finales producidos por una economía en un período determinado. EL PIB es un indicador representativo que ayuda a medir el crecimiento o decrecimiento de la producción de bienes y servicios de las empresas de cada país, únicamente dentro de su territorio. Este indicador es un reflejo de la competitividad de las empresas.

**Tabla 4 Producto Interno Bruto.**

| AÑOS | PORCENTAJE |
|------|------------|
| 2009 | 0,57%      |
| 2010 | 3,53%      |
| 2011 | 7,79%      |
| 2012 | 5,14%      |
| 2013 | 4,21%      |
| 2014 | 4,03%      |

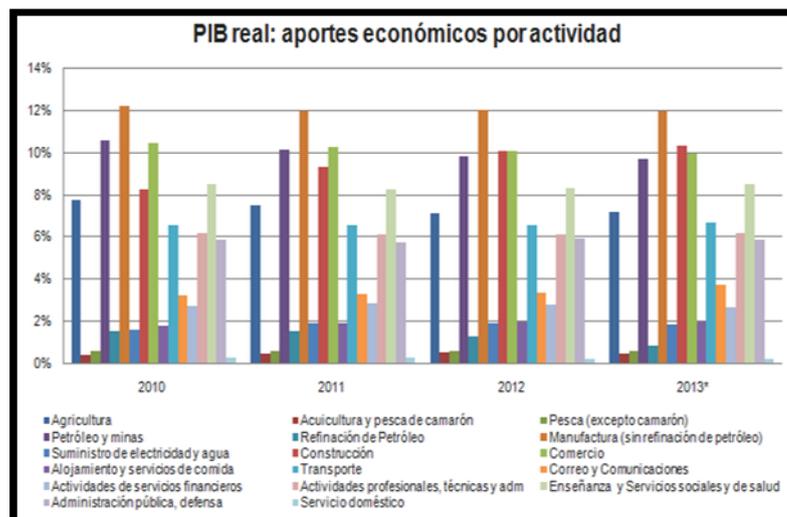
Fuente: Banco Central del Ecuador  
Elaborado por: Diana Eloisa Ogoño Sánchez

**Gráfico 4 Producto Interno Bruto.**



Fuente: Banco Central del Ecuador  
Elaborado por: Diana Eloisa Ogoño Sánchez

**Gráfico 5 Producto Interno Bruto.**



Fuente: Banco Central del Ecuador  
Elaborado por: Diana Eloisa Ogoño Sánchez

Análisis.- El crecimiento del PIB representa una oportunidad para nuestro proyecto ya que existe un buen desarrollo en los sectores productivos del Ecuador, y por ende ayuda al fortalecimiento de las empresas.

---

#### **2.1.1.4 Balanza Comercial.**

Es el registro de las importaciones y exportaciones de un país durante un periodo determinado, si las exportaciones son mayores que las importaciones tenemos resultados positivo en un país determinado va a existir más dinero circulante y por ende el nivel de vida va a mejorar progresivamente. (Ecuador, 2013)

##### **2.1.1.4.1 Importaciones.**

Es el transporte legítimo de bienes y servicios nacionales, estos bienes o servicios son para uso o consumo interno de otro país, estas se someten a diferentes normas y políticas del país al que se importa.

##### **2.1.1.4.2 Exportaciones.**

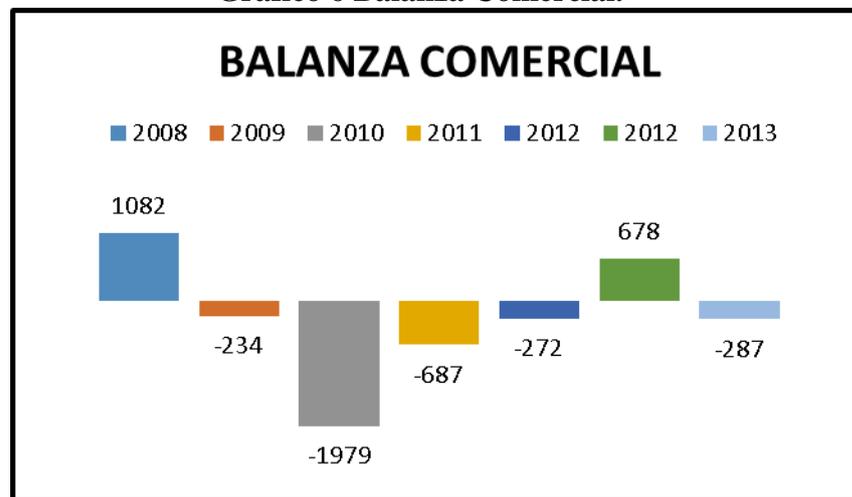
Es el tráfico de bienes y servicios propios de un país con el fin de ser usados y consumidos en otro país, las exportaciones generan numerosos y variados fenómenos fiscales dependiendo del producto a exportar. (Forex, 2013)

**Tabla 5 Balanza Comercial.**

| AÑOS | PORCENTAJE |
|------|------------|
| 2008 | 1082       |
| 2009 | -234       |
| 2010 | -1979      |
| 2011 | -687       |
| 2012 | -272       |
| 2012 | 678        |
| 2013 | -287       |

Fuente: Banco Central del Ecuador  
Elaborado por: Diana Eloisa Ogoño Sánchez

**Gráfico 6 Balanza Comercial.**



Fuente: Banco Central del Ecuador  
Elaborado por: Diana Eloisa Ogoño Sánchez

**Análisis.-** Con las cifras obtenidas de la balanza comercial en los últimos años demuestra que ha subido el nivel de comercio, teniendo una oportunidad de sobresalir en el mercado nacional por la restricción de algunas mercaderías importadas.

---

### 2.1.1.5 Riesgos País.

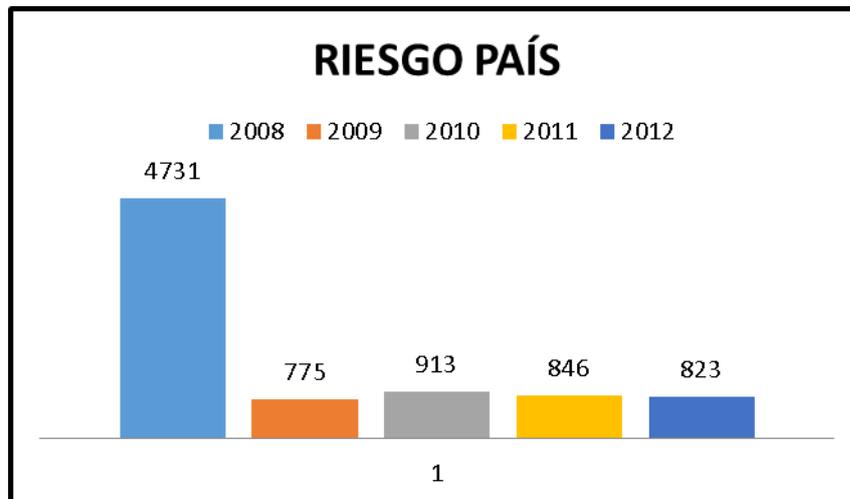
El riesgo país es un índice que intenta medir el grado de riesgo que entraña un país para las inversiones extranjeras. Los inversores, al momento de realizar sus elecciones de dónde y cómo invertir, buscan maximizar sus ganancias, pero además tienen en cuenta el riesgo, esto es, la probabilidad de que las ganancias sean menor que lo esperado o que existan pérdidas. En términos estadísticos, las ganancias se suelen medir usualmente por el rendimiento esperado, y el riesgo por la desviación estándar del rendimiento esperado. Debido a la gran cantidad de información disponible y al costo de obtenerla, a problemas de información imperfecta y asimetrías de información, y principalmente a que es imposible adivinar el futuro, es imposible saber con exactitud cuál es el rendimiento esperado y la desviación estándar de una inversión.

**Tabla 6 Riesgo País**

| AÑOS | PORCENTAJE |
|------|------------|
| 2008 | 4731       |
| 2009 | 775        |
| 2010 | 913        |
| 2011 | 846        |
| 2012 | 823        |

Fuente: Banco Central del Ecuador  
Elaborado por: Diana Eloisa Ogoño Sánchez

Gráfico 7 Riesgo País



Fuente: Banco Central del Ecuador  
Elaborado por: Diana Eloisa Ogoño Sánchez

**Análisis.-** Los porcentajes de incremento que se han registrado en los últimos años en cuanto al riesgo país, ha hecho que inversionistas extranjeros no inviertan en el Ecuador, representando una amenaza en el caso de expandirnos a mercados internacionales.

## 2.1.2 Factor Social y Cultural.

### 2.1.2.1 Cultura.

La cultura denota un patrón de significados transmitidos históricamente encarnados en símbolos, un sistema de concepciones heredadas expresadas en formas simbólicas por medio de las cuales la gente se comunica, perpetúa y desarrolla su conocimiento sobre las actitudes hacia la vida. La función de la

---

cultura es dotar de sentido al mundo y hacerlo comprensible. (Geertz, C. J, 2002)

### **2.1.2.2 Sociedad.**

La definición de la sociedad abarca dos niveles, a los que corresponden dos clases de integración. La integración social se ejecuta mediante “mecanismos de acción que armonizan entre sí las orientaciones de acción de los participantes”. La integración sistemática, en cambio, se cumple a través de mecanismos que entrelazan funcionalmente “las consecuencias agregadas de la acción”, estabilizando “plexos de acción no pretendidos.

### **2.1.2.3 Población.**

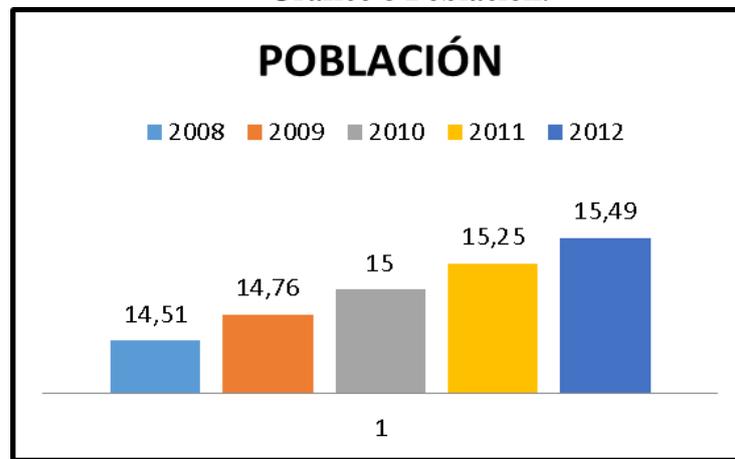
Una población es un conjunto de elementos acotados en un tiempo y en un espacio determinado, con alguna característica común observable o medible.

**Tabla 7 Población.**

| AÑOS | PORCENTAJE |
|------|------------|
| 2008 | 14,51      |
| 2009 | 14,76      |
| 2010 | 15         |
| 2011 | 15,25      |
| 2012 | 15,49      |

Fuente: Banco Central del Ecuador  
Elaborado por: Diana Eloisa Ogoño Sánchez

Gráfico 8 Población.



Fuente: Banco Central del Ecuador  
Elaborado por: Diana Eloisa Ogoño Sánchez.

**Análisis.-** Con los datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadística y Censo podemos determinar que en los últimos años existió un crecimiento en la población lo que significa una oportunidad.

#### 2.1.2.4 Personas Económicamente Activas (PEA).

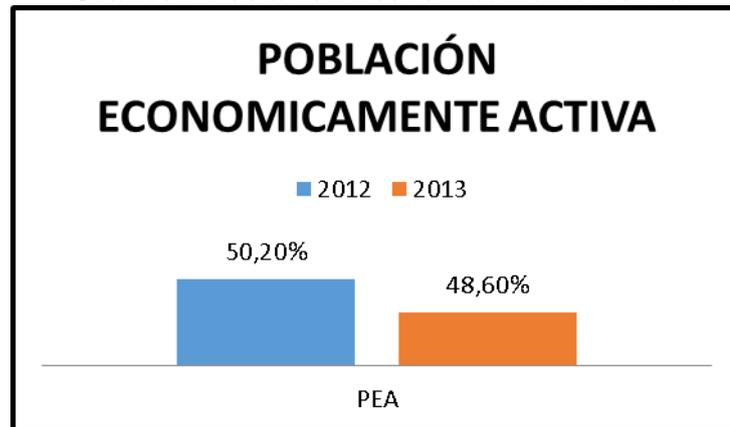
Es el número de personas económicamente activas pertenecientes al grupo determinado de la población. La PEA está conformada por las personas de 10 años y más que trabajaron al menos 1 hora en la semana de referencia, o que no laboraron, pero tuvieron empleo (ocupados), o bien, aquellas personas que no tenían empleo, pero estaban disponibles para trabajar y buscaban empleo (desocupados).

**Tabla 8 Población Económicamente Activa**

| AÑOS | PORCENTAJE |
|------|------------|
| 2012 | 50,20%     |
| 2013 | 48,60%     |

Fuente: Banco Central del Ecuador  
Elaborado por: Diana Eloisa Ogoño Sánchez

**Gráfico 9 Población Económicamente Activa**



Fuente: Banco Central del Ecuador  
Elaborado por: Diana Eloisa Ogoño Sánchez

**Análisis.-** Según los porcentajes podemos determinar que la población económicamente activa es la población total que participa en la producción económica de nuestro país, ya sea aquellas personas que ingresan a prestar sus servicios o que solamente lo buscan, representando una oportunidad para nuestro proyecto.

#### **2.1.2.5 Migración.**

Son los desplazamientos de personas que tienen como intención un cambio de residencia desde un lugar de origen a otro de destino, atravesando algún

límite geográfico que generalmente es una división político-administrativa.

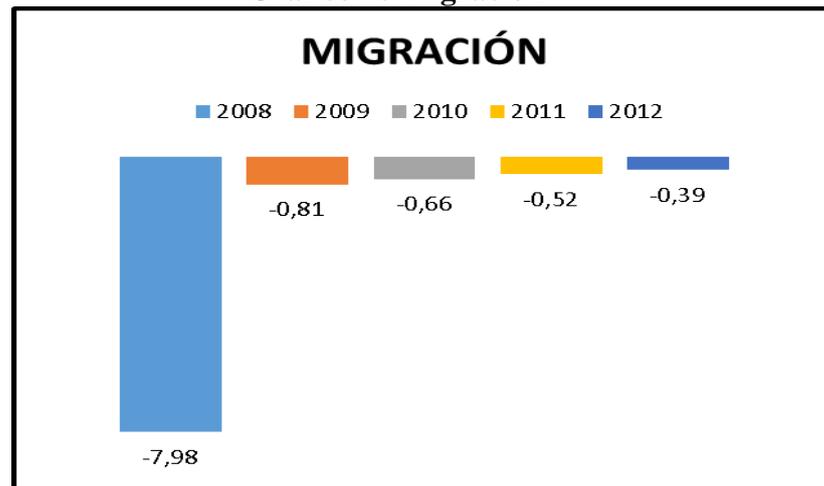
(Ruiz García, Aida, 2002)

**Tabla 9 Migración**

| AÑOS | PORCENTAJE |
|------|------------|
| 2008 | -7,98      |
| 2009 | -0,81      |
| 2010 | -0,66      |
| 2011 | -0,52      |
| 2012 | -0,39      |

Fuente: Banco Central del Ecuador  
Elaborado por: Diana Eloisa Ogoño Sánchez

**Gráfico 10 Migración**



Fuente: Banco Central del Ecuador  
Elaborado por: Diana Eloisa Ogoño Sánchez

**Análisis.-** En los datos se puede observar que en los últimos periodos la migración a disminuido por los programas que se imparten en nuestro país un ejemplo claro es el sector industrial gracias a su crecimiento se ha generado fuentes de empleo ayudando a la economía de nuestro país.

---

### **2.1.3 Factor Político Legal.**

Es la relación que tiene el Gobierno con las diversas políticas monetarias y fiscales que se relacionan directamente con las diferentes industrias y de esa manera regular la competencia y proteger al consumidor. El Ecuador como tal está sufriendo diversos cambios debido a las normativas que se están implementando para proteger de una u otra manera la producción nacional y de esa forma establecer una cultura de consumo nacional, una empresa como tal debe someterse a las diversas políticas fiscales, tributarias, los diferentes permisos que se deben implementar para el normal funcionamiento de la empresa.

Las leyes y normativas que regulan el funcionamiento de las empresas lo constituyen: Constitución de la república del Ecuador, ley de compañías, ley régimen tributario interno, código de trabajo, código orgánico de la producción, comercio e inversiones, ley de seguridad social.

El proyecto se constituirá como Compañía Limitada, el momento que se desea constituir una empresa debemos tener en cuenta cual es la actividad a la que se dedica, en este caso el proyecto se enfoca en la elaboración y comercialización de prendas de vestir especiales para niños con displasia de caderas.

---

## Constitución del Negocio.

**SRI.** Registro Único de Contribuyentes.- para que el servicio de rentas internas le emita un Numero RUC

Requisitos:

- Cédula.
- Papeleta de votación.
- Planilla de servicios básicos.

Obtener la Licencia Metropolitana de Funcionamiento otorgada por el Municipio de Quito

Requisitos:

- Copia de cedula.
- Copia de papeleta de votación.
- Copia del Ruc.

Obtener el Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos

- Solicitud de inspección del local.
- Informe favorable de la inspección.
- Copia del Ruc.

- 
- Copia de la calificación artesanal.

Una vez obtenidos los permisos correspondientes debemos realizar el cumplimiento de todos los parámetros legales:

- Realizar contrato de trabajo notariado
- Afiliación a los trabajadores esto se realizara en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social "IESS"
- Pagos de los beneficios de ley a los que son acreedores en el ministerio de trabajo y empleo; cumpliendo con todas las normas estipuladas en código de trabajo.

#### **2.1.4 Factor Tecnológico.**

La tecnología juega un papel importante en las empresas, en los últimos años se ha visto un rápido desarrollo de la tecnología para poder ofrecer mayor número de servicios y de calidad a nuestros clientes utilizándolo como un instrumento para competir, la información se ha convertido en el eje promotor de cambios sociales, económicos y culturales. El auge de las telecomunicaciones ha producido una transformación de las tecnologías de la información y de la comunicación cuyo impacto ha afectado a todos los sectores de la economía.

La tecnología, tales como los sistemas de telefonía, hardware y sistemas de correo electrónico, desempeñan un papel fundamental en el funcionamiento

---

diario de cualquier negocio. Los sitios de medios sociales como Facebook, MySpace y Twitter han demostrado ser herramientas esenciales en la promoción de la imagen de la empresa y éstos llegan a una amplia gama de clientes. Estas herramientas abren el negocio al mundo y no deben ser subestimadas como herramientas de negocios de gran alcance. La tecnología también ayuda a las empresas a mejorar su comunicación con los empleados.

El crecimiento de la tecnología ha tenido un gran impacto sobre las empresas y, sin duda, sigue teniendo un efecto. Por lo tanto, las empresas deben adoptar la tecnología y las que no lo hacen seguramente se quedarán atrás. A medida que aumenta la inversión en tecnología, el papel de la tecnología en los negocios evoluciona, transformando las empresas de manera se ha convertido en un habilitador clave de negocios.

## **2.2 Entorno Local.**

### ***2.2.1 Clientes.***

Se puede determinar que un cliente es aquella persona que recibe cierto servicio o bien, a cambio de alguna compensación monetaria o cualquier otro objeto de valor, se puede clasificar un cliente en dos categorías el cliente final que es aquel que adquiere cierto producto para satisfacer necesidades y el cliente intermedio es aquel que compra el producto para venderlo y obtener una utilidad del mismo.

---

### **2.2.1.1 Clientes Internos.**

Son los diferentes miembros de una organización, que reciben los resultados de un proceso anterior para llevarlo a cabo, es decir es una red en la cual interviene los proveedores y los clientes directamente para de esa manera obtener resultados en beneficio de la organización. (MailxMail.com, 2013)

### **2.2.1.2 Clientes Externos.**

Los clientes externos es la sociedad en general, cada individuo o grupo que se encuentra o no en capacidad de consumir los diferentes productos o servicios que se encuentran en el mercado. (MailxMail.com, 2013).

Los posibles clientes se encuentran ubicados principalmente como pacientes en los siguientes Hospitales: Hospital de niños Baca Ortiz, Hospital Pablo Arturo Suarez, Centro médico Metropolitano y Meditrópoli.

**Tabla 10 Matriz de Clientes.**

| Matriz de Clientes |                             |   |           |
|--------------------|-----------------------------|---|-----------|
| N.                 | Nombre del Hospital         | Dirección                                 | Teléfono. |
| 1                  | Baca Ortiz                  | Av. Colón y 6 de Diciembre                | 2220977   |
| 2                  | Pablo Arturo Suárez         | Ángel Ludeña y Guerrero                   | 2598101   |
| 3                  | Centro médico Metropolitano | Mariana de Jesús y Nicolás Arteta         | 2256581   |
| 4                  | Centro médico Meditrópoli   | Av. Mariana de Jesús OE8 y Av. Occidental | 2274610   |

Elaborado por: Diana Eloisa Ogoño Sánchez

### 2.2.2 Proveedores.

Los proveedores son aquellos que proveen o abastecen, o sea que entregan bienes o servicios a otros. Un proveedor puede ser una persona o una empresa con existencias o artículos, los cuales serán transformados para venderlos posteriormente o directamente se compran para su venta.

**Tabla 11 Matriz de Proveedores.**

| Matriz de Proveedores |                         |                                |   |           |
|-----------------------|-------------------------|--------------------------------|---|-----------|
| N                     | Proveedor               | Tipo de Producto               | Dirección                               | Teléfono. |
| 1                     | Almacén City            | Telas                          | AV. 6 de Diciembre 6004                 | 2431171   |
| 2                     | Mil Colores             | Telas e insumos                | Ulloa N23-26 y Marchena                 | 2904231   |
| 3                     | Botones Eberle          | Botones, broches de presión    | De la República E5-22 e Inglaterra esq. | 2247522   |
| 4                     | Hilos fufus del Ecuador | Botones.                       | Av. América N37-232 y Villalengua       | 2436088   |
| 5                     | Coats Cadena            | Hilos                          | De las Avellanas E2-74 y El Juncal      | 2802020   |
| 6                     | Erikador                | Hilos                          | Sangolqui                               | 2870196   |
| 7                     | Demiq s.a               | agujas y accesorios para coser | Manuel Larrea N17-241 y Santiago        | 2549181   |

Elaborado por: Diana Eloisa Ogoño Sánchez

---

### **2.2.3 Competencia.**

Se denomina competencia a la circunstancia en la que dos entidades se relacionan con los recursos de un medio determinado intentando acapararlos por completo.

#### ***2.2.3.1 Competencia Directa.***

Son los negocios que venden un producto igual o casi iguala al que se está prestando y lo direccionan a los mismos clientes.

Análisis.- En cuanto a la competencia nuestra no existe debido a que no hay fábricas o diseñadores que realicen estas prendas de vestir especiales para niños con displasia de caderas.

#### ***2.2.3.2 Competencia Indirecta.***

Son los negocios que intervienen de forma lateral con el mercado y los clientes, que buscan satisfacer las mismas necesidades de forma diferente y con productos sustitutos.

**Tabla 12 Matriz de Competencia.**

| Matriz de Competencia. |                     |                  |                                |          |
|------------------------|---------------------|------------------|--------------------------------|----------|
| N                      | Empresa             | Tipo de Producto | Dirección                      | Teléfono |
| 1                      | world socks         | medias,<br>bodys | Autopista General<br>Rumiñahui | 2608078  |
| 2                      | Magica<br>travesura | bodys            | Centro Comercial<br>"CCNU"     | 2440765  |
| 3                      | Leitos              | licras           | Centro Comercial el<br>Recreo  | 2962690  |

Elaborado por: Diana Eloisa Ogoño Sánchez

### 2.3 Análisis Interno.

Las diferentes anomalías que se han venido registrando en los niños recién nacidos han sido varias hoy en día el sector de la salud ha realizado estudios que ayuden a determinar sus causas, una de ellas es la displasia de caderas que ha teniendo un gran crecimiento, el presente proyecto de prendas de vestir especiales para niños con displasia de caderas es factible por que no existen empresas que diseñen esas prendas para la efectividad del tratamiento, teniendo en cuenta que un gran porcentaje de personas con este problema optan por comprar ropa más grande que se adapte a la férula de aros o al arnés de palvik.

---

### **2.3.1. Propuesta Estratégica.**

El presente proyecto está diseñado para brindar comodidad a los niños con displasia de caderas con prendas que ayuden a obtener un buen resultado en su tratamiento, con precios accesibles en el mercado, estas prendas estarán diseñadas en diferentes tallas, tomando en cuenta las diferentes edades de los pacientes.

#### ***2.3.1.1 Misión.***

Creaciones ROYCE es una microempresa especializada en elaborar y comercializar prendas de vestir especiales para niños con displasia de caderas, con la participación y vigilancia de profesionales de la salud, especializados en el tema, con la finalidad de ayudar en el tratamiento médico.

#### ***2.3.1.2 Visión.***

Ser una microempresa líder en el mercado de prendas de vestir especiales que ayude a los niños con displasia de caderas a tener un mejor estilo de vida, bajo el asesoramiento de personal profesional.

---

### **2.3.1.3. Objetivos.**

#### **2.3.1.3.1. Objetivo General.**

Realizar un estudio de factibilidad para mejorar la producción y comercialización de prendas de vestir especiales para niños con displasia con la finalidad de brindar comodidad y efectividad durante el tratamiento de infantes con esta anomalía.

#### **2.3.1.3.2. Objetivo Específicos.**

- Identificar el grupo de niños que sufren de esta anomalía y reciben tratamiento en las diferentes unidades médicas ubicadas en el sector norte de la ciudad de Quito.
- Realizar un estudio de mercado para determinar el tipo de aceptación que tendrá la propuesta.
- Determinar el tipo de empresa que debe crearse con la finalidad de apoyar a niños que sufren de displasia, así como la posibilidad de generar recursos y empleo por parte de la inversión.

#### **2.3.1.4 Principios y Valores.**

##### **2.3.1.4.1 Principios.**

“Son reglas o normas de conducta que orientan la acción de las personas, son normas de carácter general del ser humano, que apoyan su necesidad de desarrollo y felicidad”. (Slideshare, 2010)

---

**Cultura de la innovación.-** contar con maquinaria actualizada que ayude a garantizar una buena productividad e eficiencia buscando la excelencia y la satisfacción de nuestros colaboradores y de los clientes.

**Cultura de calidad.-** producir productos de calidad perfeccionando continuamente los procesos que permitan alcanzar la excelencia.

**Compromiso en el servicio.-** ofrecer servicios de calidad en la empresa.

**Cuidado del medio ambiente.-** poseer una buena práctica de preservación y ayudar a mejorar el medio ambiente.

**Responsabilidad social con la comunidad.-** realizar actividades con el entorno social impulsando el desarrollo sustentable de la sociedad.

**Desarrollo y bienestar del recurso humano.-** cumplir con todo lo estipulado en la ley, proporcionando una adecuada calidad de vida a nuestros trabajadores.

**Cultura de resultados.-** de acuerdo a los procesos diseñados para la producción, obtendremos una rentabilidad que ayude al crecimiento de nuestra microempresa.

---

#### 2.3.1.4.2 Valores.

Una empresa socialmente responsable, es aquella que tiene el compromiso consiente y congruente de cumplir íntegramente con el final de la empresa.”

(Slideshare, 2010)

**Honestidad.-** responsabilidad con las actividades asignadas, manteniendo una buena conducta dentro y fuera de la misma.

**Creatividad.-** crear nuevos modelos que ayuden a la innovación de la producción para beneficio del trabajador y la sociedad.

**Equidad.-** asignar las remuneraciones justas de acuerdo a lo que le corresponde según criterios ciertos y razonables.

**Respeto.-** poseer una conducta con valores y derechos fundamentales con las demás colaboradores.

**Solidaridad.-** contar con un buen clima laboral para que todos en equipo logren los objetivos propuestos.

**Laboriosidad.-** fuerza de trabajo que ayude a alcanzar los objetivos de nuestra organización.

---

**Puntualidad.-** cumplir con los compromisos y obligaciones en el tiempo determinado

## **2.4 Gestión Administrativa.**

Es el acto de administrar como planear, organizar, dirigir, coordinar y controlar. Las funciones administrativas engloban los elementos de la administración. Estos mismos elementos constituyen el proceso administrativo que pueden ser encontrados en cualquier área de la empresa, es decir, que cada cual desempeña actividades de planeación, organización, como actividades administrativas esenciales. (Fleitman, Jack, 2010)

### **2.4.1 Planeación.**

Según Jesús López manifiesta que la planeación es el proceso metódico diseñado para obtener un objetivo determinado. En el sentido más universal, implica tener uno o varios objetivos a realizar junto con las acciones requeridas para concluirse exitosamente. (Jesús López, 2009).

## Cronograma de actividades.

**Tabla 13 Cronograma de actividades.**

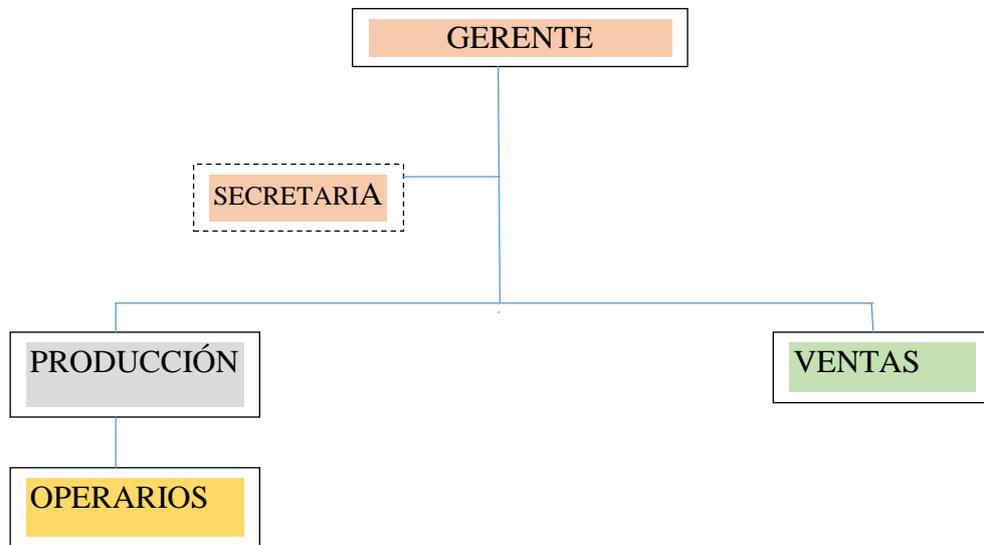
|     |   | DURACION DE PROYECTO EN MESES |   |   |   |           |   |   |   |           |   |   |   |       |   |   |   |         |   |   |   |       |   |   |   |  |  |  |  |
|-----|---|-------------------------------|---|---|---|-----------|---|---|---|-----------|---|---|---|-------|---|---|---|---------|---|---|---|-------|---|---|---|--|--|--|--|
| N.- | ACTIVIDAD                               | Octubre                       |   |   |   | Noviembre |   |   |   | Diciembre |   |   |   | Enero |   |   |   | Febrero |   |   |   | Marzo |   |   |   |  |  |  |  |
|     |   | 1                             | 2 | 3 | 4 | 1         | 2 | 3 | 4 | 1         | 2 | 3 | 4 | 1     | 2 | 3 | 4 | 1       | 2 | 3 | 4 | 1     | 2 | 3 | 4 |  |  |  |  |
| 1   | Presentación del tema                   |                               |   | X | X |           |   |   |   |           |   |   |   |       |   |   |   |         |   |   |   |       |   |   |   |  |  |  |  |
| 2   | Aprobación del tema                     |                               |   |   |   | X         |   |   |   |           |   |   |   |       |   |   |   |         |   |   |   |       |   |   |   |  |  |  |  |
| 3   | Planteamiento del problema              |                               |   |   |   |           | X |   |   |           |   |   |   |       |   |   |   |         |   |   |   |       |   |   |   |  |  |  |  |
| 4   | Justificación del proyecto              |                               |   |   |   |           |   | X | X |           |   |   |   |       |   |   |   |         |   |   |   |       |   |   |   |  |  |  |  |
| 5   | Marco referencial                       |                               |   |   |   |           |   |   |   | X         | X |   |   |       |   |   |   |         |   |   |   |       |   |   |   |  |  |  |  |
| 6   | Análisis del ambiente interno y externo |                               |   |   |   |           |   |   |   |           |   | X | X |       |   |   |   |         |   |   |   |       |   |   |   |  |  |  |  |
| 7   | Estudio de mercado                      |                               |   |   |   |           |   |   |   |           |   |   |   | X     |   |   |   |         |   |   |   |       |   |   |   |  |  |  |  |
| 8   | Instrumentos de recolección de datos    |                               |   |   |   |           |   |   |   |           |   |   |   |       | X |   |   |         |   |   |   |       |   |   |   |  |  |  |  |
| 9   | Elaboración de la propuesta             |                               |   |   |   |           |   |   |   |           |   |   |   |       |   | X |   |         |   |   |   |       |   |   |   |  |  |  |  |
| 10  | Estudio financiero                      |                               |   |   |   |           |   |   |   |           |   |   |   |       |   | X | X | X       |   |   |   |       |   |   |   |  |  |  |  |
| 11  | Evaluación del proyecto                 |                               |   |   |   |           |   |   |   |           |   |   |   |       |   |   |   | X       | X |   |   |       |   |   |   |  |  |  |  |
| 12  | Conclusiones y recomendaciones          |                               |   |   |   |           |   |   |   |           |   |   |   |       |   |   |   |         |   | X | X |       |   |   |   |  |  |  |  |
| 13  | Presentación final del proyecto         |                               |   |   |   |           |   |   |   |           |   |   |   |       |   |   |   |         |   |   |   |       |   | X | X |  |  |  |  |

Elaborado por: Diana Eloisa Ogoño Sánchez

### 2.4.2 Organización.

La organización es el arreglo del personal para facilitar el logro de ciertos propósitos pre-establecidos, a través de una adecuada ubicación de funciones y de responsabilidades. (Bertoglio, O.J., 2009)

Gráfico 11 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



#### 2.4.2.1 Organigrama Funcional.

**GERENTE GENERAL.**- el gerente general de la empresa tiene la mayor responsabilidad dentro de la misma y es el encargado de tomar las decisiones más importantes de la misma, como avalar los proyectos, las estrategias y los cursos alternativos de acción para el crecimiento de la empresa.

- 1.- Controla y dirige las actividades generales y medulares de la empresa.
- 2.- Establece objetivos, políticas y planes globales junto con los niveles jerárquicos altos (con los jefes de cada departamento).
- 3.- Es el representante de la empresa, es decir, vigila el buen funcionamiento.
- 4.- Aprueba los procedimientos de las compras (es decir, la materia prima, la calidad del producto y el precio adecuado).

---

5.- Busca mecanismos de capitalización (es decir que se concreten nuestras ganancias, compras ventas e inversiones para obtener mejor capital).

### **SECRETARIA.**

- Recepción de documentos.
- Atender llamadas telefónicas.
- Atender visitas.
- Archivo de documentos.
- Cálculos elementales.
- Informar sobre todo lo referente al departamento del que depende.
- Estar al día de la tramitación de expedientes.
- Tener actualizada la agenda, tanto telefónica como de direcciones, y de reuniones.
- Poseer conocimiento de los departamentos de las Administraciones Públicas con los que esté más relacionada la sección de que dependa.

### **OPERARIOS.**

- Lubricar y limpiar periódicamente la maquina a fin de garantizar su adecuado funcionamiento.
- Seguir normas de seguridad pertinentes, a fin de evitar accidentes de trabajo.

- 
- Responsabilizarse de todas las herramientas e implementos que sean asignados ya que de esto depende el correcto desempeño de la maquinaria asignada.
  - Mantener organizado y actualizado el registro de proveedores y el catálogo de materiales que requiere la administración Municipal.
  - Recibir y constatar que los bienes que ingresen al área de producción corresponden a las cantidades, calidades y especificaciones establecidas.

#### **VENTAS.**

- Desarrollar estrategias de ventas, objetivos y planes (para su equipo) Revisión de información de ventas y marketing
- Elaborar pronósticos de ventas.
- Realizar publicidad y promoción de ventas.
- Llevar un adecuado control y análisis de las ventas.

#### **2.4.3 Dirección.**

La dirección de la empresa ROYCE estará a cargo del gerente general, el cual se encarga de la administración de ingresos y costos, el gerente será el que tenga un conocimiento amplio del mercado y tomara las medidas necesarias para que la empresa funcione con éxito.

---

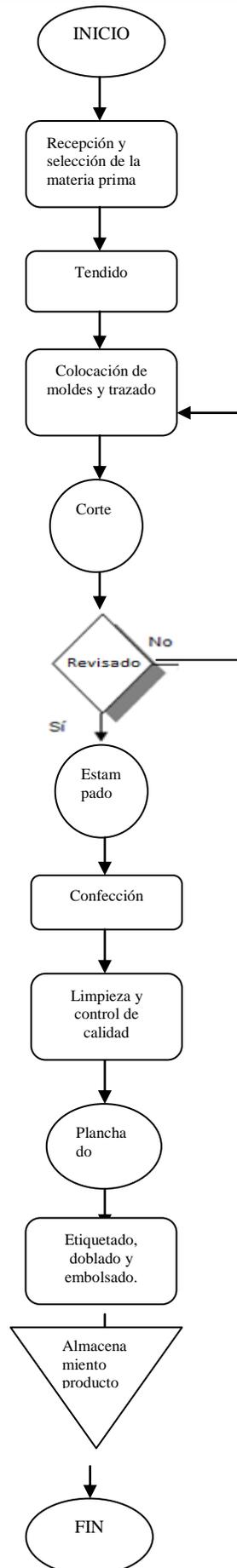
#### 2.4.4 Control.

El control es una etapa primordial en la administración, pues, aunque una empresa cuente con magníficos planes, una estructura organizacional adecuada y una dirección eficiente, el ejecutivo no podrá verificar cuál es la situación real de la organización i no existe un mecanismo que se cerciore e informe si los hechos van de acuerdo con los objetivos. (Glenn A. W., 2005)

**Análisis.-** con el organigrama estructural vamos a representar grafica la estructura orgánica de nuestra empresa que refleja en forma esquemática la posición de las aéreas que la integran, cargos y líneas de comunicación representando una visión inmediata y resumida de la forma de distribución de la misma.

#### 2.5 Gestión Operativa.

Abarca los cambios en la estructura de la organización y en el sistema de roles y funciones, la elección de personal directivo y asesor de mediano nivel, los procesos de capacitación del personal de planta permanente, la mejora continua del funcionamiento de la organización con su actual tecnología y la introducción de innovaciones técnicas y estratégicas acordes con los proyectos en curso.



---

### 2.3.4 Gestión Comercial.

Se aplica tanto a la política y los niveles de transacción. Las políticas comerciales se refieren a las reglas o prácticas que definen cómo las empresas se llevarán a cabo y las condiciones generales bajo las cuales las relaciones externas se llevarán a cabo. Muchas de estas políticas se reflejan en los términos de cualquier contrato en el que la organización se compromete. A nivel de transacciones, se aplica a través de la supervisión de las relaciones comerciales para garantizar su cumplimiento con los objetivos empresariales o políticas y de entender o manejar las consecuencias financieras y el riesgo de cualquier variación.

#### 2.3.4.1 *Producto.*

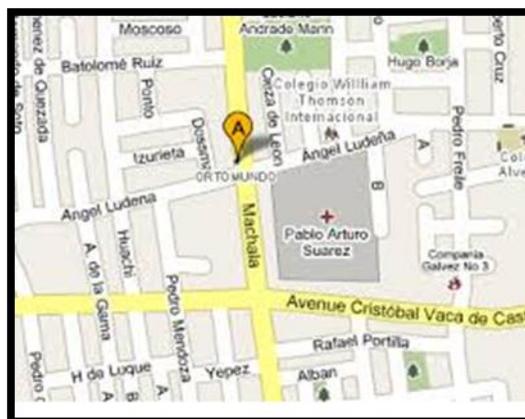
La empresa CREACIONES ROYCE dedicada a la producción y comercialización de prendas de vestir especiales para niños con displasia de caderas confeccionara bodys de manga corta en algodón. La espalda y la zona del pañal cuentan con tapeta de botones automáticos que permiten quitarlo y ponerlo con gran facilidad y rapidez. Evitando que se le quite así la férula de aros o el arnés de pavlik, con un corte alto que proporciona una gran libertad de movimiento que completa a la perfección el elegante estilo de este body.

### 2.3.4.2 Precio.

El precio es una variable controlable que se diferencia de los otros tres elementos de la mezcla o mix de mercadotecnia (producto, plaza y promoción) en que produce ingresos; los otros elementos generan costos. Sin embargo, para que el precio sea una variable que produzca los ingresos necesarios, tiene que ser previamente aceptado por el mercado, por lo que es fundamental que sea sometido a la prueba ácida del mercado. Y es, precisamente en este punto, en el que el concepto de precio pone bastante énfasis, por lo que resulta imprescindible que toda persona que tenga relación directa con el área comercial de una empresa u organización lo conozca a fondo.

### 2.3.4.3. Plaza.

Comprende las diversas actividades de la compañía para que el producto llegue a los consumidores meta. Nuestra empresa estará situada en la parroquia Cotocollao Barrio San Carlos calle Ángel Ludeña y Machala Oe 5261, al norte del Distrito Metropolitano de Quito.



---

#### 2.3.4.4 Promoción.

Las personas que compren 2 o más prendas obtendrán una toalla de limpieza facial, dependiendo de la cantidad de adquisición que realicen se entregaran un obsequio como esferos, llaveros entre otros que estarán diseñados con el logotipo de nuestra empresa.

#### 2.3.4.5 Publicidad.

**Nombre de la Empresa:** CREACIONES ROYCE

**Eslogan:** llevando comodidad a los niños al momento de vestir.

#### Logotipo de la empresa.



Gráfico 12 Logotipo de la empresa.

Cada color tiene un significado para el logotipo se consideraron 3 colores diferentes que son:

- Azul.- es el color del agua, del cielo, del planeta, por lo tanto es color de vida, de crecimiento, de esperanza, de futuro

- Blanco.- significa seguridad, pureza y se lo asocia con la frescura
- Amarillo.- es el color del sol, lo cual implica energía, resplandor, brillantez.

Gráfico 13 Formato de tarjeta de presentación.



## 2.4 Análisis FODA.

El análisis FODA es una herramienta que permite estructurar un cuadro informativo de la situación actual del objeto de estudio, La sigla FODA, es un acrónimo de Fortalezas factores críticos positivos con los que se cuenta, Oportunidades, (aspectos positivos que podemos aprovechar utilizando nuestras fortalezas), Debilidades, (factores críticos negativos que se deben eliminar o reducir) y Amenazas, (aspectos negativos externos que podrían obstaculizar el logro de nuestros objetivos).

## Matriz FODA Oportunidades y Amenazas

**Tabla 14 Matriz FODA Oportunidades y Amenazas**

| Indicadores       | OPORTUNIDADES |       |      | AMENAZAS |       |      |
|-------------------|---------------|-------|------|----------|-------|------|
|                   | Alta          | Media | Bajo | Alta     | Media | Baja |
| Inflación         |               |       |      |          |       | X    |
| Tasas de interés  |               |       | X    |          |       |      |
| Pib               |               | X     |      |          |       |      |
| Balanza Comercial |               | X     |      |          |       |      |
| Riesgo País       |               |       |      |          | x     |      |
| entorno Político  |               |       |      |          |       |      |
| Social            |               |       | X    |          |       |      |
| Entorno           |               |       |      |          |       |      |
| Tecnológico       |               | X     |      |          |       |      |
| Entorno Legal     |               | X     |      |          |       |      |
| Total             |               | 4     | 2    |          | 1     | 1    |

Elaborado por: Diana Eloisa Ogoño Sánchez

Los resultados obtenidos en la Tabla N.- 9 de las Oportunidades y Amenazas son favorables para el presente proyecto con un puntaje mayoritario en las oportunidades con 4 puntos de oportunidad media y 2 puntos de baja, mientras que de amenazas tenemos 1 amenaza media y otra baja de acuerdo a los indicadores establecidos.

### Matriz FODA Fortalezas y Debilidades

**Tabla 15 Matriz FODA Fortalezas y Debilidades**

| Indicadores            | Fortalezas |       |      | Debilidades |       |      |
|------------------------|------------|-------|------|-------------|-------|------|
|                        | Alta       | Media | Bajo | Alta        | Media | Baja |
| Clientes               |            |       | X    |             |       |      |
| Proveedores            |            | X     |      |             |       |      |
| Competencia            |            |       |      |             | X     |      |
| Filosofía corporativa  |            | X     |      |             |       |      |
| Gestión Administrativa |            | X     |      |             |       |      |
| Gestión Operativa      |            |       | X    |             |       |      |
| Gestión Comercial      |            | X     |      |             |       |      |
| Total                  |            | 4     | 2    |             | 1     |      |

Elaborado por: Diana Eloisa Ogoño Sánchez

Los resultados obtenidos mediante la calificación de la tabla N.- 11 de la Matriz FODA de las fortalezas y debilidades se obtuvieron resultados positivos con 4 puntos de media y 2 puntos de baja para las fortalezas y un 1 punto en debilidades media del presente proyecto.

Análisis.- El proyecto de prendas de vestir especiales para niños con displasia de caderas ha determinado que de acuerdo al análisis FODA el presente proyecto es viable mediante los indicadores que se evaluaron obteniendo resultados positivos para el ejecución del mismo mejorando la economía del país.

---

## CAPÍTULO III

### Estudio de Mercado.

#### 3.1 Investigación de Mercado.

El estudio de mercado es el conjunto de acciones comerciales desarrolladas por la empresa con la finalidad de alcanzar unos objetivos determinados en el mercado, sirviendo como mecanismo que permita determinar la aceptación de un bien o servicio en un lugar específico, determinando la oferta y la demanda con la finalidad de obtener una visión clara de los consumidores del producto que se ofrece.( Fernández Ángel., 2008).

##### 3.1.1 Objetivos del estudio de Mercado.

Determina que el objetivo del estudio de mercado sirve para tener una noción clara de la cantidad de consumidores que habrán de adquirir el bien o servicio que se piensa vender, dentro de un espacio definido, durante un periodo de mediano plazo y a qué precio están dispuestos a obtenerlo.( Ferré Trenzano, J.M & Ferré Nadal, J., 2010).

---

## 3.2 Definición de Mercado

Son los consumidores reales y potenciales de un producto o servicio pues para ello existen tres elementos muy importantes.

- 1.- la presencia de uno o varios individuos con necesidades y deseos por satisfacer.
- 2.- la presencia de un producto que pueda satisfacer esas necesidades.
- 3.- la presencia de personas que ponen los productos a disposición de los individuos.

En síntesis el mercado es todo lugar, físico o virtual, donde existe por un lado, la presencia de compradores con necesidades o deseos específicos por satisfacer, dinero para gastar y disposición para participar en un intercambio que satisfaga esa necesidad o deseo. Y por otro lado, la de vendedores que pretenden satisfacer esas necesidades o deseos mediante un producto o servicio. Por lo tanto el mercado es el lugar donde se producen transferencias de títulos de propiedad.( Fisher L. & Espejo J., 2004).

### 3.2.1 El Servicio.

Miguel Gonzales Moreno indica que el servicio es el conjunto de actividades en la cual interviene una serie de elementos personales y materiales que conjuntamente organizados contribuyen a satisfacer una necesidad determinada.

---

### **3.3. Análisis del Consumidor.**

El análisis del consumidor determina cuales son los demandantes del presente proyecto y permite establecer un grupo objetivo de clientes de acuerdo al nivel socioeconómico al que pertenece cada uno de ellos.

#### **3.3.1 Concepto de Consumidor.**

Denomina que el consumidor es la persona u organización que demanda bienes o servicios satisfaciendo sus necesidades a partir de una actividad económica, siendo sujeto final del ciclo de producción.

Habitualmente, de acuerdo a los criterios básicos en los cuales se realiza una segmentación del mercado, los consumidores están divididos con frecuencia en grupos por edades, siendo por lo tanto los actores finales de diversas transacciones productivas. ( Mollá Descals A. & Berenguer Contrí G., 2008).

Los consumidores determinan las ventas y beneficios de las empresas con sus decisiones de compra. De ahí que estas se vean obligadas a conocer cuáles son los motivos y las acciones que los conducen a adquirir unos productos u otros. Y es que del conocimiento de todo ello dependerá, al menos en parte, la viabilidad de las empresas.

### 3.3.2 Determinación de la Población y Muestra.

La determinación de la población y muestra se lo realiza con el objetivo de conocer cuál será nuestro mercado objetivo al que se quiere ingresar y sus principales características, determinando la factibilidad del mismo.

#### 3.3.2.1. Población.

Es el conjunto de individuos que tiene ciertas características o propiedades que son las que se desea estudiar. (Icart Isern M. T. & Isaz Gallego C., 2008).

De acuerdo a la información proporcionada por el : Hospital de niños Baca Ortiz, Pablo Arturo Suarez, Hospital Metropolitano y clínicas privadas en el año 2014, se ha determinado como segmentación los niños que acuden al área de traumatología pediátrica, conforme al siguiente cuadro.

**Tabla 16 Población**

| HOSPITALES                      | POBLACIÓN    |
|---------------------------------|--------------|
| Hospital de niños<br>Baca Ortiz | 36000        |
| Hospital Pablo Arturo<br>Suarez | 1200         |
| Hospital<br>Metropolitano       | 4320         |
| Clínicas Privadas               | 6480         |
| <b>TOTAL</b>                    | <b>48000</b> |

Elaborado por: Diana Eloisa Ogoño Sánchez

---

### 3.3.2.2. Muestra.

La muestra es el grupo de individuos que realmente se estudiarán, es un subconjunto de la población. Para que se puedan generalizar los resultados obtenidos, dicha muestra ha de ser representativa de la población. (Icart Isern M. T. & Isaz Gallego C., 2008).

El presente proyecto de producción y comercialización de prendas de vestir especiales para niños con displasia de cadera está enfocada al norte del Distrito Metropolitano de Quito a los hospitales públicos y clínicas privadas que cuentan con el área de traumatología pediátrica en la cual se ha detectado una demanda insatisfecha en dicho sector, se realizó una investigación de campo a través de la aplicación de encuestas a las personas que acudieron a los hospitales que se han tomado como referencia para la obtención de la población.

Según los datos obtenidos en las diferentes fuentes de investigación, se procede a realizar los cálculos para la muestra:

Formula finita para determinar la muestra.

$$n = \frac{N \cdot P \cdot Q \cdot Z^2}{(N - 1)E^2 + P \cdot Q \cdot Z^2}$$

---

En donde:

n = El tamaño de la muestra.

N = Tamaño de la población o universo.

E = Margen de error se utilizara un margen de error del 5%

P = Probabilidad de éxito se utiliza el 50%

Q = Probabilidad de fracasos es el 50%

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación al 95% de confianza equivale a 1,96 (como más usual) o en relación al 99% de confianza equivale 2,58, valor que queda a criterio del investigador.

Cálculo:

N = 48000

E = 0.05%

P = 0.50%

Q = 0.50%

Z = 1.96%

---

$$N = \frac{N.P.Q.Z^2}{(N-1)e^2 + P.Q.Z^2}$$

$$n = \frac{48000 * 0.5 * 0.5 * 1,96^2}{0,05^2(48000 - 1) + 0.5 * 0.5 * 1,96^2} = 381$$

El número de encuestas a realizar en el norte del Distrito Metropolitano de Quito es de 381 encuestas que se realizarán en los lugares tomados como referencia para la obtención de la población.

### 3.3.3 Técnicas de la Obtención de la Información.

Para desarrollar investigaciones, las organizaciones deben encortar información, que debe reunir las siguientes características, actualidad, disponibilidad, precisión, suficiencia y relevancia.

Existen diferentes maneras para la obtención de la información las cuales son: Investigación y cuestionario, Focous group y Observación.

### 3.3.4 Técnicas de Obtención de Recolección de Datos.

#### 3.3.4.1. Cuestionario.

Un cuestionario es un conjunto articulado y coherente de preguntas redactadas en un documento para obtener la información necesaria para poder

---

realizar la investigación que la requiere. Desempeña funciones esenciales como. (Grande Ildefonso & Abascal Elena., 2008).

Traslada el objetivo de la investigación a preguntas concretas que serán respondidas por las personas encuestadas.

Homogeneiza las obtención de información, porque todos los encuestados responden a los mismos ítems, ya que el cuestionario los formula a todos por igual.

Si su diseño, estructura, ordenación y aspecto es acertado, el cuestionario contribuye eficazmente a que las personas proporcionen información.

Ayuda a que el tratamiento de datos se haga más rápido, porque facilita las tareas de codificación de datos, pues figuran en el propio cuestionario, y su grabación en los equipos informáticos, especialmente cuando se trata de cuestionarios que se pueden leer con un lector óptico.

#### ***3.3.4.2 Entrevista.***

La entrevista es una técnica de investigación muy utilizada en la mayoría de las disciplinas empíricas. Apelando a un rasgo propio de la condición humana –nuestra capacidad comunicacional .esta técnica permite que las personas puedan hablar de sus experiencias, sensaciones, ideas, entre otras. (Yuni José & Urbano Claudio., 2009).

---

### **3.3.4.3. Focus Group.**

Un focus group está integrado por entre seis y 10 personas, cuidadosamente seleccionadas en función de determinadas características psicográficas o demográficas, que se reúnen para discutir en detalle diversos temas de interés. Los entrevistados suelen recibir una pequeña cantidad de dinero por participar. El moderador, un investigador profesional, plantea una serie de preguntas que sirve de estímulo, según una guía o un orden del día preparado de antemano por los gerentes de marketing, para cerciorarse de que se cubren todos los temas relevantes”. (Philip Kotler & Lane Keller Kevin., 2008)

Los moderadores intentan registrar todas las ideas potencialmente útiles a la vez que intentan descubrir cuáles son los verdaderos motivos de los consumidores y por qué hacen y dicen ciertas cosas. Por lo general, las sesiones se graban, y los gerentes de marketing suelen estar presentes en una sala contigua separada por un espejo –ventana.

### **3.3.4.4. La observación.**

En la observación se mide directamente el fenómeno, ya que el investigador obtiene la información de la unidad de análisis. Hay que considerar lo que deberá ser observado, como y cuando registrarlo. También se debe establecer la relación entre el observador y lo observado y los procedimientos para garantizar que la información recolectada sea bien

---

registrada y llevada desde el sitio de observación hasta el lugar de análisis y trabajo. Existen dos tipos de observaciones: la no estructurada que se usa en investigaciones exploratorias, cuando no hay conocimiento del fenómeno, y la estructurada, muy planificada, en donde se quiere información más precisa y específica. En la primera hay una gran libertad para que mediante las técnicas de observación se hagan los registros, mientras que en la estructurada se tiene bien definido lo que se va a medir, cómo y cuándo. Generalmente para este tipo de registro de información se elaboran formatos que permitan agilizar los procesos y garantizar claridad en la información. (Larrote Estrada E., 2006).

#### **3.3.4.5. Encuestas.**

La encuesta se puede definir como una técnica primaria de obtención de información sobre la base de un conjunto objetivo, coherente y articulado de preguntas, que garantiza que la información proporcionada por una muestra pueda ser analizada mediante métodos cuantitativos y los resultados sean extrapolables con determinados errores y confianzas a una población.

Para la presente investigación se realizara el método de encuestas, este sistema permite obtener información más real, fidedigna y actual para determinar de una mejor manera la oferta y demanda que puede tener la producción y comercialización de prendas de vestir especiales para niños con displasia de caderas en el Distrito Metropolitano de Quito.

ENCUESTA.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

**Objetivo:** La presente encuesta tiene como finalidad recolectar información referente a la producción de prendas de vestir especiales para niños con displasia de caderas, la misma que tiene fines académicos.

PARTE I DATOS INFORMATIVOS

Nombre:..... Genero M

Edad:  Ingresos:.....

PARTE II CUESTIONARIO.

1. Conoce usted de que se trata la displasia de caderas?

SI

NO

2. Considera oportuno que en el barrio San Carlos se implemente una empresa de comercialización y producción de prendas de vestir especiales para niños con displasia de caderas?

SI

NO

3. Con que frecuencia adquiere prendas de vestir especiales para niños con displasia de caderas.

Mensualmente  Semestral  Anual

4. Cuánto usted estaría dispuesto a pagar por un body especial para niños con displasia de caderas.

16 – 18

20 - 22

24 – 25

5. Está usted de acuerdo con los productos sustitutos que le ofrece la competencia.

SI

NO

6. Cuando va a comprar ropa para niños ¿Qué es lo que mas importa para usted?

|           |                          |
|-----------|--------------------------|
| a)Calidad | <input type="checkbox"/> |
| b)Diseño  | <input type="checkbox"/> |
| c)Precio  | <input type="checkbox"/> |

7. De que material prefiere las prendas de vestir para niños.

|             |                          |
|-------------|--------------------------|
| a) Lana     | <input type="checkbox"/> |
| b)Algodón   | <input type="checkbox"/> |
| c)Poliéster | <input type="checkbox"/> |

8. ¿Dónde usualmente adquiere la ropa de niños?

|  |                          |
|--|--------------------------|
| a) Supermercados   | <input type="checkbox"/> |
| b) Grandes tiendas                                       | <input type="checkbox"/> |
| c)Tiendas independientes especializadas en ropa de niños | <input type="checkbox"/> |

9. De qué manera le gustaría pagar las prendas de vestir especiales para niños con displasia de caderas.

Contado

Crédito personal.

Gracias por la atención prestada.

### 3.4 Tabulación, Interpretación y Análisis.

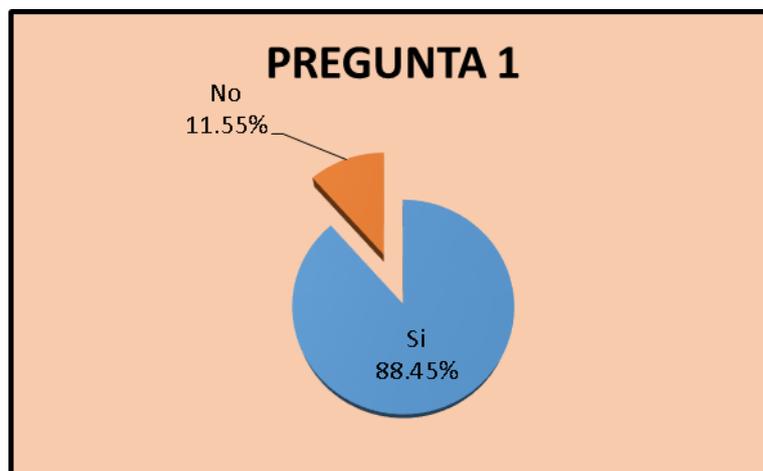
#### 3.4.1. Primera pregunta.

¿Conoce usted de que se trata la displasia de caderas?

**Tabla 17 Pregunta 1**

| CONCEPTOS    | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|------------|
| Si           | 337        | 88.45%     |
| No           | 44         | 11.55%     |
| <b>TOTAL</b> | <b>381</b> | <b>100</b> |

**Gráfico 14 Pregunta 1**



**Análisis.-** De los datos proporcionados de la primera pregunta, se desprende que el 88,45% de la muestra tienen conocimiento acerca de la displasia de caderas, y el 11.55% manifiesta que desconoce.

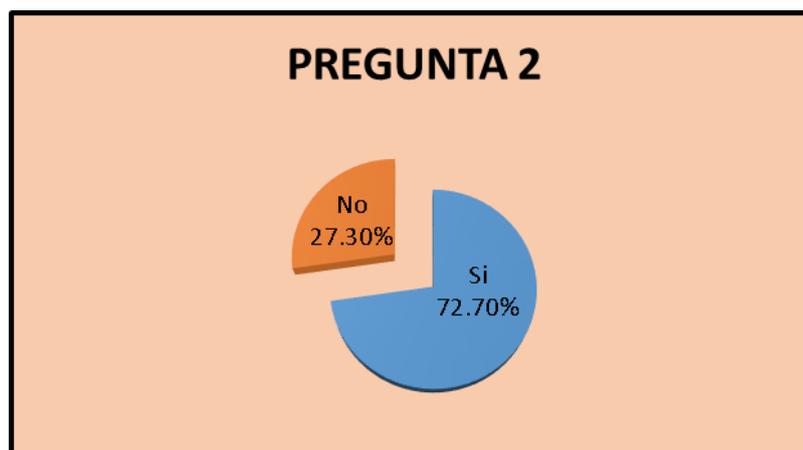
### 3.4.2 Segunda pregunta.

Considera oportuno que en el barrio San Carlos se implemente una empresa de comercialización y producción de prendas de vestir especiales para niños con displasia de caderas?

**Tabla 18 Pregunta 2**

| CONCEPTOS    | FRECUENCIA | PORCENTAJE  |
|--------------|------------|-------------|
| Si           | 277        | 72.70%      |
| No           | 104        | 27.30%      |
| <b>TOTAL</b> | <b>381</b> | <b>100%</b> |

**Gráfico 15 Pregunta 2**



**Análisis.-** De acuerdo a los datos proporcionados de la encuesta un 72.70% de la población esta de acuerdo que se implemente una empresa productora y comercializadora de prendas de vestir especiales para el tratamiento de la displasia de caderas y el 27.30% no esta de acuerdo, tomando en cuenta los porcentajes podemos determinar que es factible dicho proyecto.

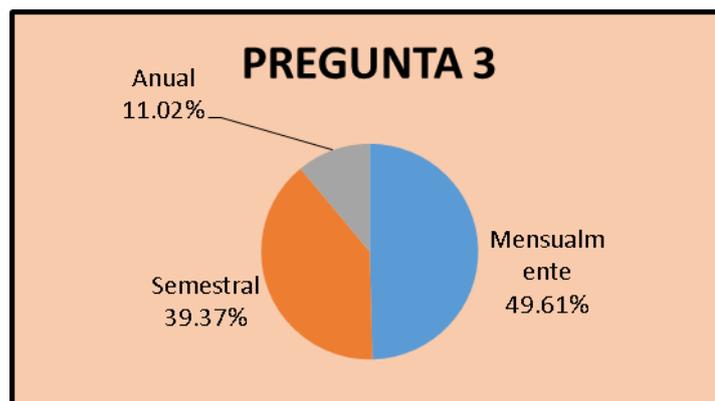
### 3.4.3 Tercera pregunta.

Con que frecuencia adquiere prendas de vestir especiales para niños con displasia de caderas.

**Tabla 19 Pregunta 3**

| CONCEPTOS    | FRECUENCIA | PORCENTAJE  |
|--------------|------------|-------------|
| Mensualmente | 189        | 49.61%      |
| Semestral    | 150        | 39.37%      |
| Anual        | 42         | 11.02%      |
| <b>TOTAL</b> | <b>381</b> | <b>100%</b> |

**Gráfico 16 Pregunta 3**



**Análisis.-** la población adquiere las prendas de vestir mensualmente un 49.61%, Semestralmente 39.37% y Anualmente un 11.02%, de acuerdo a estos datos determinamos que hay una buena demanda en dichas prendas.

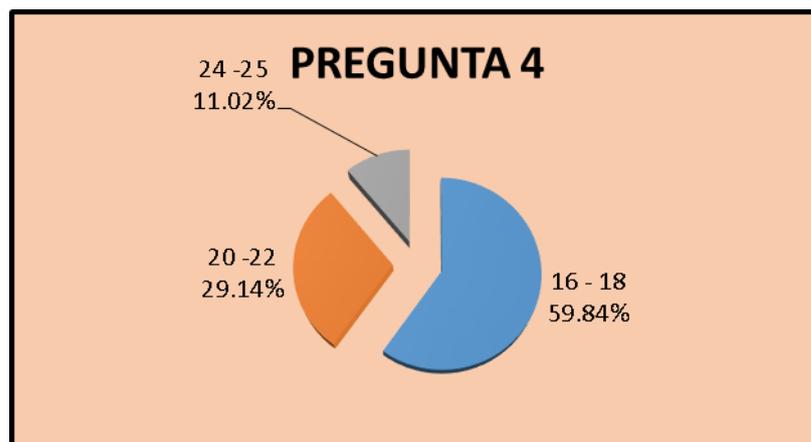
### 3.4.4. Cuarta pregunta.

Cuanto usted estaría dispuesto a pagar por un body especial para niños con displasia de caderas?

**Tabla 20 Pregunta 4**

| CONCEPTOS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------|------------|------------|
| 16 - 18   | 228        | 59.84%     |
| 20 -22    | 111        | 29.14%     |
| 24 -25    | 42         | 11.02%     |
| TOTAL     | 381        | 100%       |

**Gráfico 17 Pregunta 4**



**Análisis.-** los porcentajes obtenidos en esta pregunta se refleja de acuerdo a los ingresos económicos de cada personal siendo así que el 59.84% pagarían entre US\$ 16 – 18, el 29.14% pagaría de US\$ 20 – 22 y el 11.02% pagarían entre US\$ 24 – 25, lo que nos encamina a producir prendas económicas para dicho tratamiento.

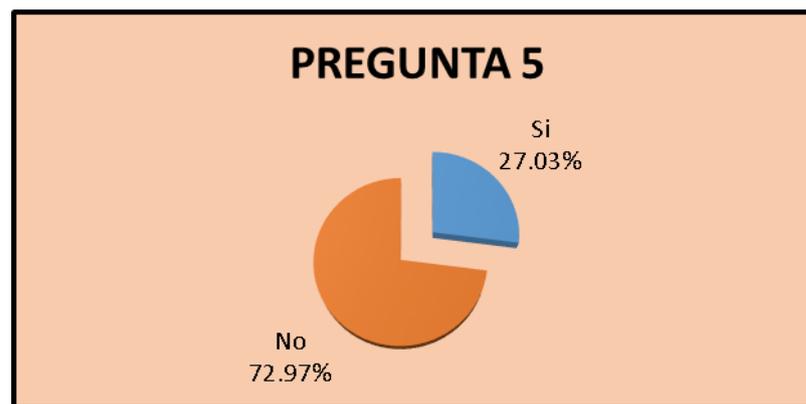
### 3.4.5 Quita pregunta.

Está usted de acuerdo con los productos sustitutos que le ofrece la competencia?

**Tabla 21 Pregunta 5**

| CONCEPTOS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------|------------|------------|
| Si        | 103        | 27.03%     |
| No        | 278        | 72.97%     |
| TOTAL     | 381        | 100%       |

**Gráfico 18 Pregunta 5**



**Análisis.-** con lo datos proporcionados en la encuesta manifiesta que el 27.03% está de acuerdo con los productos sustitutos que le ofrece la competencia, más el 72.97% no está de acuerdo por los resultados en el tratamiento, razón importante para nuestro proyecto que brindara eficiencia en el tratamiento.

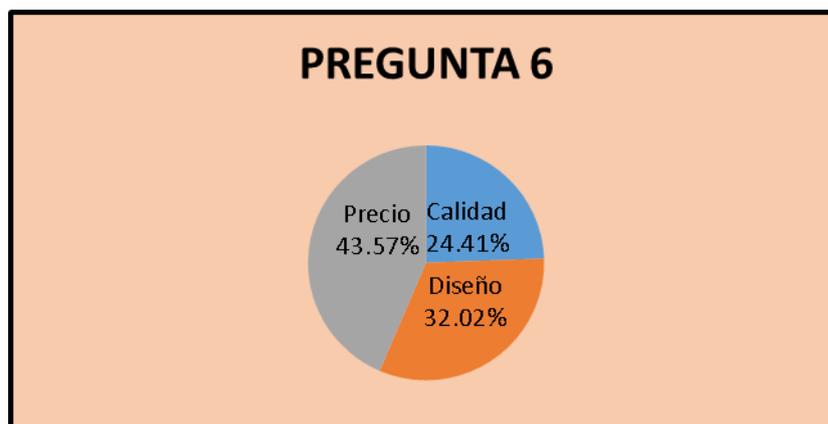
### 3.4.6 Sexta pregunta.

Cuando va a comprar ropa para niños ¿Qué es lo que más importa para usted?

**Tabla 22 Pregunta 6**

| CONCEPTOS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------|------------|------------|
| Calidad   | 93         | 24.41%     |
| Diseño    | 122        | 32.02%     |
| Precio    | 166        | 43.57%     |
| TOTAL     | 381        | 100%       |

**Gráfico 19 Pregunta 6**



**Análisis.-** los factores que influyen en la compra nos llevan a determinar que el 24.41% observan calidad, el 32.02% diseño y el 43.57% lo adquiere por el precio llegando a la conclusión que este factor es el que más influye en la adquisición.

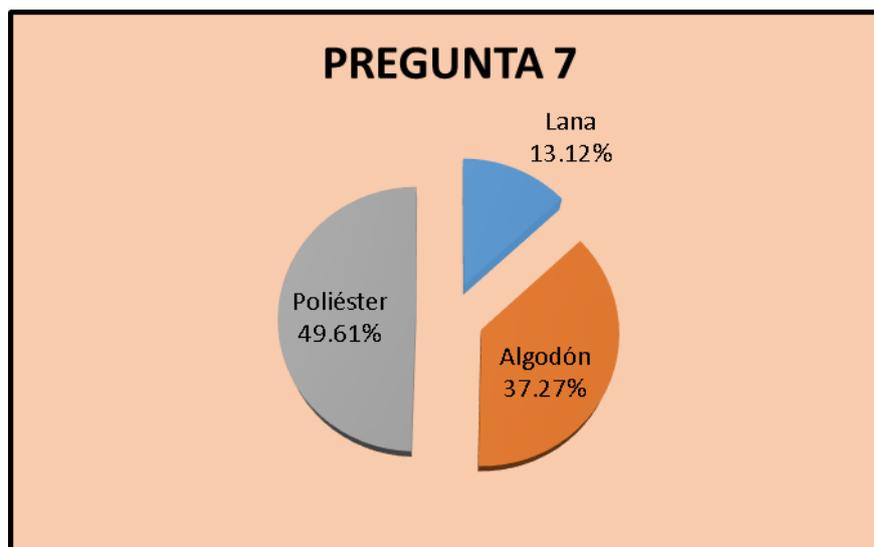
### 3.4.7 Séptima pregunta.

De que material prefiere las prendas de vestir para niños?

**Tabla 23 Pregunta 7**

| CONCEPTOS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------|------------|------------|
| Lana      | 50         | 13.12%     |
| Algodón   | 142        | 37.27%     |
| Poliéster | 189        | 49.61%     |
| TOTAL     | 381        | 100%       |

**Gráfico 20 Pregunta 7**



**Análisis.-** en lo que se refiere a calidad de las prendas de vestir se ha tomado en consideración tres materiales, lana con un 13.12%, algodón con un 37.27% y poliéster con un 49.61% siendo este el preferido en lo que se refiere a material.

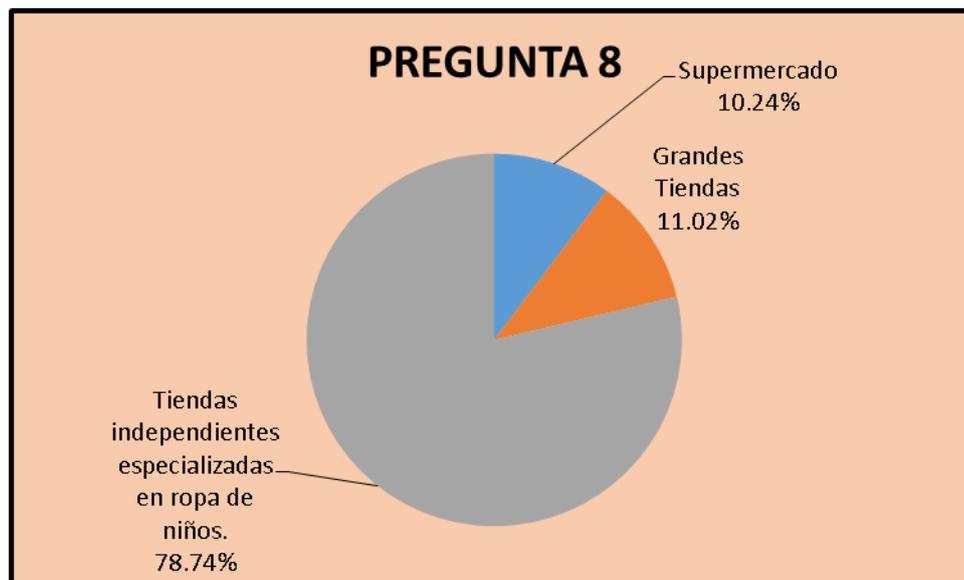
### 3.4.8. Octava pregunta.

¿Dónde usualmente adquiere la ropa de niños?

**Tabla 24 Pregunta 8**

| CONCEPTOS   | FRECUENCIA | PORCENTAJE  |
|---|------------|-------------|
| Supermercado  | 39         | 10.24%      |
| Grandes Tiendas   | 42         | 11.02%      |
| Tiendas independientes especializadas en ropa de niños. | 300        | 78.74%      |
| <b>TOTAL</b>  | <b>381</b> | <b>100%</b> |

**Gráfico 21 Pregunta 8**



**Análisis.-** con los datos analizados en la encuesta se muestra una preferencia en lo que se refiere a tiendas independientes especializadas en ropa de niños con un 78.74%, punto importante en la implementación con nuestras prendas de vestir, mientras que el 11.02% acude a grandes tiendas y el 10.24% a supermercados.

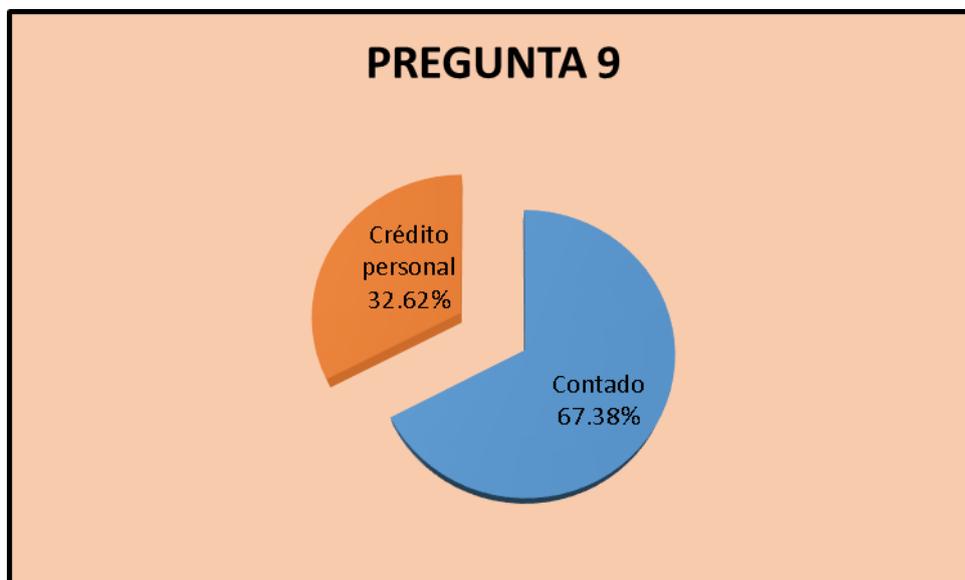
### 3.4.9. Novena pregunta.

De qué manera le gustaría pagar las prendas de vestir especiales para niños con displasia de caderas?

**Tabla 25 Pregunta 9**

| CONCEPTOS        | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|------------------|------------|------------|
| Contado          | 283        | 67.38%     |
| Crédito personal | 137        | 32.62%     |
| TOTAL            | 420        | 100%       |

**Gráfico 22 Pregunta 9**



**Análisis.-** la forma de adquisición de estas prendas las personas lo prefieren pagar al contado con un 67.38% y el 32.62% lo prefieren a crédito personal, para la creación de este proyecto se deberá tomar en consideración la economía.

---

### 3.5 Demanda

La demanda señala las cantidades de un bien o servicio que un consumidor estaría dispuesto a adquirir a un determinado precio. Por lo tanto, esta implica una relación inversa entre cantidades y precios: a mayor precio, menor será la cantidad demandada. Entonces, la demanda por cualquier bien o servicio surge del ingreso que los consumidores tienen disponible para gastar, de los precios que deben pagar y de sus deseos, expresados en una función de utilidad.

(O'Meara Bautista Gloria., 2008)

#### 3.5.1 Aceptación.

$$48000 \times 0.8845 = 42456$$

#### 3.5.2 Frecuencia.

$$42456 \times 0,4961 \times 12 = 252749,06 \quad \text{Al año}$$

#### 3.5.3. Precio.

$$16+18 = 34/2 = 17$$

$$252749.06 \times 17 = 4296734,02 \quad \text{Demanda actual en dólares}$$

### 3.5.4. Proyección de la Demanda.

Permite establecer la aceptación del producto mediante el paso del tiempo para que un proyecto sea rentable se toma como referencia 5 años de proyección.

Según el Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC) la tasa de crecimiento poblacional es del 1,5% anual.

**Tabla 26 Proyección de la Demanda.**

| DEMANDA PROYECTADA |                 |                     |                    |
|--------------------|-----------------|---------------------|--------------------|
| AÑO                | DEMANDA ACTUAL  | TASA DE CRECIMIENTO | DEMANDA PROYECTADA |
| 2014               | \$ 3.246.679,38 |                     | \$ 3.246.679,38    |
| 2015               | \$ 3.246.679,38 | 1                   | \$ 3.246.679,38    |
| 2016               | \$ 3.246.679,38 | 1,05                | \$ 3.409.013,35    |
| 2017               | \$ 3.409.013,35 | 1,05                | \$ 3.579.464,02    |
| 2018               | \$ 3.579.464,02 | 1,05                | \$ 3.758.437,22    |
| 2019               | \$ 3.758.437,22 | 1,05                | \$ 3.946.359,08    |

Elaborado por: Diana Eloisa Ogoño Sánchez

### 3.6 Oferta

Para determinar el cálculo de la oferta es necesario tomar como referencia el porcentaje de aceptación de la competencia es decir el número de encuestas a favor.

Aceptación de la competencia: 0.2703%

### 3.6.1 Oferta Histórica.

El presente proyecto no posee datos para determinar la oferta histórica por lo que se procede a determinar la oferta actual mediante las encuestas realizadas en las parroquias establecidas.

### 3.6.2 Oferta Actual

Se toma como referencia el porcentaje de aceptación de la competencia conjuntamente con la demanda proyectada para el 2014 y de esa manera se determina la oferta actual.

**Tabla 27 Cálculo de la oferta proyectada.**

| OFERTA PROYECTADA |                    |                              |                   |
|-------------------|--------------------|------------------------------|-------------------|
| AÑO               | DEMANDA PROYECTADA | PORCENTAJE DE LA COMPETENCIA | OFERTA PROYECTADA |
| 2015              | \$ 3.409.013,35    | 0,27                         | \$ 920.433,60     |
| 2016              | \$ 3.579.464,02    | 0,27                         | \$ 966.455,28     |
| 2017              | \$ 3.758.437,22    | 0,27                         | \$ 1.014.778,05   |
| 2018              | \$ 3.946.359,08    | 0,27                         | \$ 1.065.516,95   |
| 2019              | \$ 4.143.677,03    | 0,27                         | \$ 1.118.792,80   |

Elaborado por: Diana Eloisa Ogoño Sánchez

### 3.7 Demanda Insatisfecha.

Este balance permite examinar cual va a ser la demanda insatisfecha en un sector económico y de esta manera hacer proyecciones para determinar cuál va a ser el mercado libre de competencia y las posibilidades que tiene el presente proyecto de subsistir en la plaza establecida.

**Tabla 28 Demanda Insatisfecha.**

| DEMANDA INSATISFECHA |                    |                   |                      |
|----------------------|--------------------|-------------------|----------------------|
| AÑO                  | DEMANDA PROYECTADA | OFERTA PROYECTADA | DEMANDA INSATISFECHA |
| 2015                 | \$ 3.246.679,38    | 920433,6042       | \$ 2.326.245,78      |
| 2016                 | \$ 3.409.013,35    | 966455,2844       | \$ 2.442.558,06      |
| 2017                 | \$ 3.579.464,02    | 1014778,049       | \$ 2.564.685,97      |
| 2018                 | \$ 3.758.437,22    | 1065516,951       | \$ 2.692.920,27      |
| 2019                 | \$ 3.946.359,08    | 1118792,799       | \$ 2.827.566,28      |

Elaborado por: Diana Eloisa Ogoño Sánchez

## **CAPÍTULO IV**

### **Estudio Técnico.**

El estudio técnico consiste en la descripción de los procedimientos que utilizará la empresa para producir el bien o el servicio así como también los recursos materiales y humanos que se requerirán. (Ramírez Elbar & Cajigas Margot., 2010)

#### **4.1 Tamaño del proyecto.**

El presente proyecto cuenta con 88 m<sup>2</sup> los mismos que están distribuidos de acuerdo a las siguientes áreas.

##### **4.1.1 Capacidad Instalada.**

La capacidad instalada es la distribución total del espacio y tamaño del proyecto dividido por áreas las cuales están distribuidas de la

**Tabla 29 Capacidad Instalada.**

| TAMAÑO DEL PROYECTO |                             |   |
|---------------------|-----------------------------|---|
| Nº                  | Áreas                       | Dimensiones   |
| 1                   | Área de atención al cliente | $3 \times 4\text{m}^2 + 1 \times 1\text{m}^2 + 2 \times 3\text{m}^2 = 19\text{m}^2$ |
| 2                   | Área de Producción          | $3 \times 5\text{m}^2 + 3 \times 1\text{m}^2 = 18\text{m}^2$                        |
| 3                   | Área Administrativa         | $3 \times 5 \text{ m}^2 = 15\text{m}^2$   |
| 4                   | Secretaria                  | $2 \times 2\text{m}^2 = 4\text{m}^2$  |
| 5                   | Bodega                      | $4 \times 5\text{m}^2 = 20\text{m}^2$   |
| 6                   | Baño Administrativo         | $1 \times 2\text{m}^2 = 2\text{m}^2$  |
| 7                   | Baño Producción             | $1 \times 2\text{m}^2 = 2\text{m}^2$  |
| 8                   | Parqueadero                 | $4 \times 2 \text{ m}^2 = 8\text{m}^2$  |
| <b>TOTAL</b>        |                             | <b>88m<sup>2</sup></b>  |

Elaborado por: Diana Eloisa Ogoño Sánchez

#### 4.1.2 Capacidad Óptima.

La capacidad óptima es el espacio físico que es indispensable para la producción de un bien o un servicio de acuerdo a la naturaleza del negocio.

**Tabla 30 Capacidad Óptima.**

| Tamaño del Proyecto |                             |   |
|---------------------|-----------------------------|---|
| Nº                  | Áreas                       | Dimensiones   |
| 1                   | Área de atención al cliente | $3 \times 4\text{m}^2 + 1 \times 1\text{m}^2 + 2 \times 3\text{m}^2 = 19\text{m}^2$ |
| 2                   | Área de Producción          | $3 \times 5\text{m}^2 + 3 \times 1\text{m}^2 = 18\text{m}^2$                        |
| 3                   | Área Administrativa         | $3 \times 5 \text{ m}^2 = 15\text{m}^2$   |
| 4                   | Secretaria                  | $2 \times 2\text{m}^2 = 4\text{m}^2$  |
| 5                   | Bodega                      | $4 \times 5\text{m}^2 = 20\text{m}^2$   |
| 6                   | Baño administrativo         | $1 \times 2\text{m}^2 = 2\text{m}^2$  |
| 7                   | Baño Producción             | $1 \times 2\text{m}^2 = 2\text{m}^2$  |
| <b>TOTAL</b>        |                             | <b>80m<sup>2</sup></b>  |

Elaborado por: Diana Eloisa Ogoño Sánchez

---

## 4.2 Localización.

El estudio de localización se refiere tanto a la macro-localización como a la micro-localización de una nueva unidad de producción, llegándose hasta la definición precisa de su ubicación en una ciudad o en una zona rural. La macro localización del proyecto, o sea su ubicación en el país o en una región en el sub-espacio urbano o en el sub-espacio rural, debe también justificarse en la presentación del proyecto, mostrándose en ambos casos las consecuencias de las alternativas consideradas, en términos de costos de inversión y de operación y de costos sociales. Es estudio de localización debe contemplar en principio algunas alternativas que permitan establecer un juicio comparativo, mediante el cual la solución que se dé a este problema pueda contribuir a minimizar los costos del proyecto. (Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social., 2009)

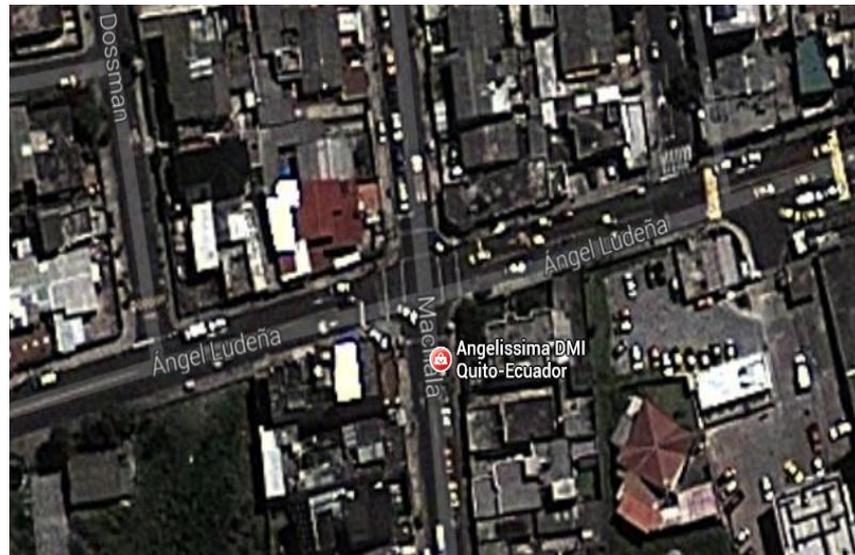
### 4.2.1 Macro-localización.

La Macro-localización "Es la selección preliminar de la región o zona más adecuada, evaluando la presencia de los atractivos necesarios para la instalación del proyecto. ( Hamilton Wilson Martin & Pezo Paredes Alfredo., 2009)



---

cuenta el crecimiento del sector de la salud, cubriendo una demanda que se está generando en la zona.



#### 4.2.3 Localización Óptima.

La localización óptima nos ayuda a determinar los aspectos más importante para delimita la localización exacta del proyecto y de esta manera determinar una oportunidad o una debilidad para el estudio.

**Tabla 32 Localización Óptima.**

| FACTORES RELEVANTES     | Ponderación | LOCAL 1                     |       | LOCAL 2                |       | LOCAL 3                    |       |
|-------------------------|-------------|-----------------------------|-------|------------------------|-------|----------------------------|-------|
|                         |             | Versalles y Ramírez Dávalos |       | Ángel Ludeña y Machala |       | Av. Colon y 6 de Diciembre |       |
|                         |             | calificación                | total | calificación           | total | calificación               | Total |
| Cercanía al mercado     | 0.15        | 8                           | 1.2   | 9                      | 1.35  | 9                          | 1.35  |
| Costo de renta          | 0.10        | 7                           | 0.7   | 7                      | 0.7   | 5                          | 0.5   |
| Seguridad               | 0.20        | 8                           | 1.6   | 7                      | 1.40  | 8                          | 1.6   |
| Parqueadero             | 0.10        | 6                           | 0.6   | 5                      | 0.5   | 6                          | 0.6   |
| Servicios básicos       | 0.10        | 10                          | 1     | 10                     | 1     | 10                         | 1     |
| Vías de acceso          | 0.05        | 10                          | 0.5   | 10                     | 0.5   | 10                         | 0.5   |
| Servicios de transporte | 0.10        | 10                          | 1     | 10                     | 1     | 10                         | 1     |
| Crecimiento de mercado  | 0.20        | 7                           | 1.40  | 8                      | 1.6   | 8                          | 1.6   |
| <b>Total</b>            | <b>1</b>    | <b>8</b>                    |       | <b>8.05</b>            |       | <b>7.15</b>                |       |

Elaborado por: Diana Eloisa Ogoño Sánchez

La matriz de localización óptima se realiza en tres sectores estratégicos para el presente estudio, considerando algunos factores relevantes, como cercanía del mercado, costo de renta, vías de acceso, servicios de transporte entre otros.

Determinando una mayor ponderación de 8.05 en la calle Ángel Ludeña y Machala, lugar más aceptable para la ubicación del presente proyecto.

### 4.3 Ingeniería del Producto.

La ingeniería de producto se refiere al proceso de diseño y desarrollo de un equipo, sistema o aparato de forma tal que se obtiene un elemento apto para su comercialización mediante algún proceso de fabricación, por lo general la ingeniería de producto comprende actividades relacionadas con optimizar

el costo de producción, para que el producto resulte más atractivo y competitivo en el segmento del mercado aumentando las posibilidades de éxito.

#### 4.3.1 Distribución de planta.

La distribución de la planta consiste en la ubicación de las áreas considerando la función que va a realizar cada una de ellas determinando el grado de importancia de las mismas para un normal funcionamiento de una empresa, eliminando tiempos muertos.

**Tabla 33 Distribución de planta.**

| TAMAÑO DEL PROYECTO         |   |
|-----------------------------|---|
| AREAS                       | Dimensiones   |
| Área Administrativa         | 3 x 5 m <sup>2</sup> = 15m <sup>2</sup>   |
| Secretaria                  | 2 x 2m <sup>2</sup> = 4m <sup>2</sup>   |
| Área de atención al cliente | 3 x 4m <sup>2</sup> + 1 X 1m <sup>2</sup> + 2 X 3m <sup>2</sup> =19m <sup>2</sup> |
| Baño administrativo         | 1 x 2m <sup>2</sup> = 2m <sup>2</sup>   |
| Área de Producción          | 3 x 5m <sup>2</sup> + 3 x 1m <sup>2</sup> = 18m <sup>2</sup>                      |
| Baño Producción             | 1 x 2m <sup>2</sup> = 2m <sup>2</sup>   |
| Bodega                      | 4 x 5m <sup>2</sup> = 20m <sup>2</sup>  |
| <b>TOTAL</b>                | <b>80m<sup>2</sup></b>  |

Elaborado por: Diana Eloisa Ogoño Sánchez

#### 4.3.1.1 Razones de cercanía.

Tabla 34 Razones de cercanía.

| RAZONES DE CERCANIA |  |
|---------------------|--|
| <b>A</b>            | Absolutamente necesario que este cerca |
| <b>E</b>            | Especialmente necesario que este cerca |
| <b>I</b>            | Importante que este cerca              |
| <b>O</b>            | Cercanía ordinaria                     |
| <b>U</b>            | Cercanía indiferente                   |
| <b>X</b>            | Cercanía indeseable                    |

#### 4.3.1.2 Códigos de Cercanía

| CODIGOS DE CERCANIA |                            |
|---------------------|----------------------------|
| <b>1</b>            | Por procesos               |
| <b>2</b>            | Por gestión administrativa |
| <b>3</b>            | Necesidad                  |
| <b>4</b>            | Ruido                      |
| <b>5</b>            | Higiene                    |

#### 4.3.1.3 Matriz Triangular.

Gráfico 23 Matriz Triangular.

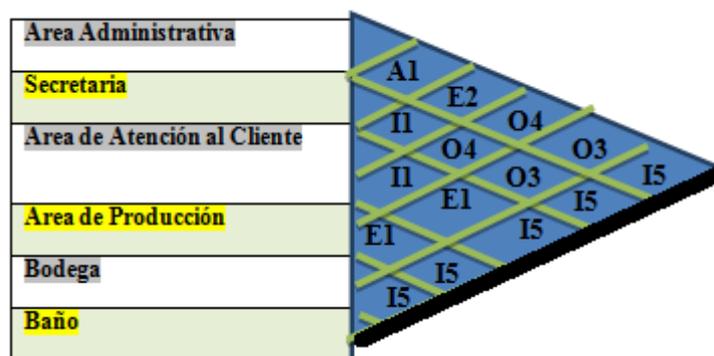
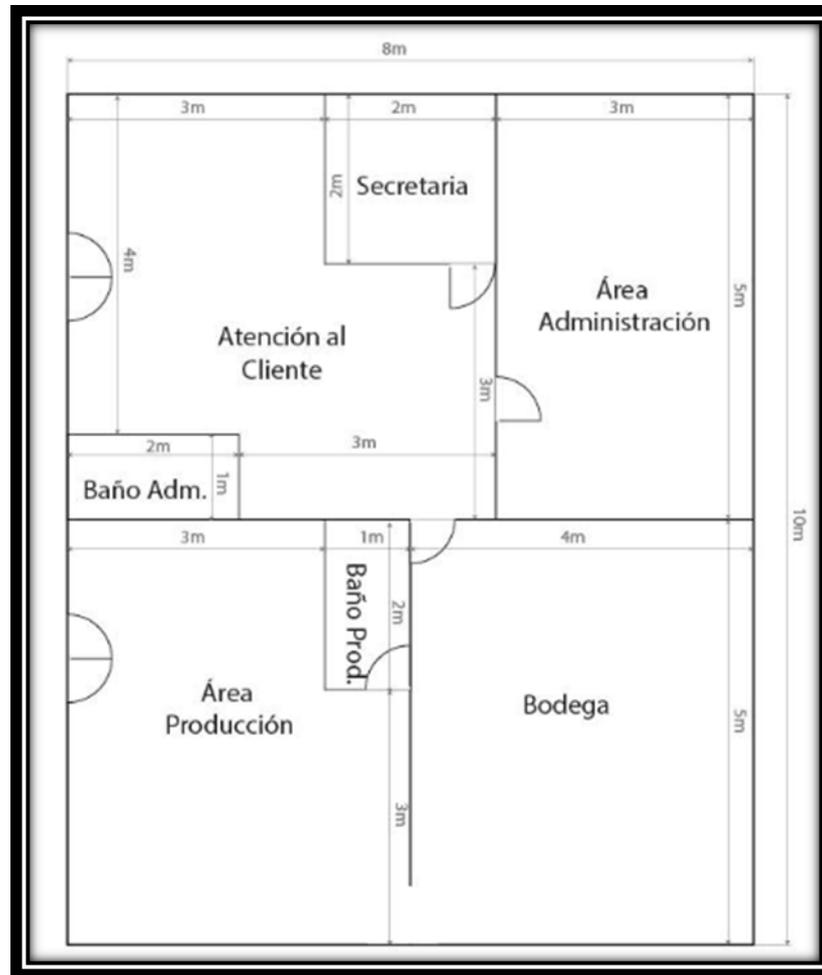


Gráfico 24 Distribución de la Planta.

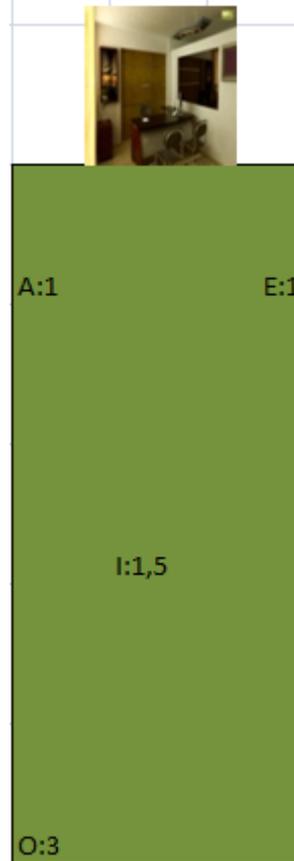


Nuestro esquema en la distribución de la planta con sus respectivas dimensiones y la cercanía de cada una de ellas ayudara a desarrollar las actividades de una forma correcta, ya que la producción de un producto requiere de varios procesos que deben ser cumplidos y de esa manera aumentar el rendimiento de la misma.

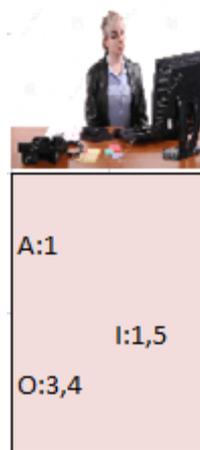
---

### 4.3.1.4 Tabulación de la Matriz

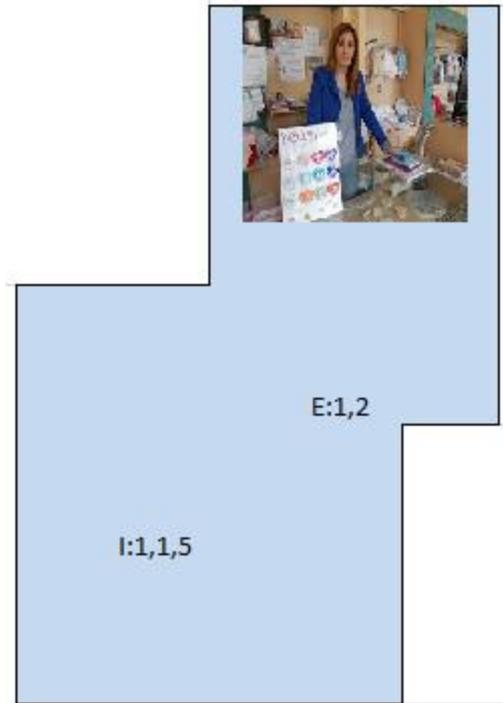
Área Administrativa:  $3 \times 5m^2 = 15m^2$



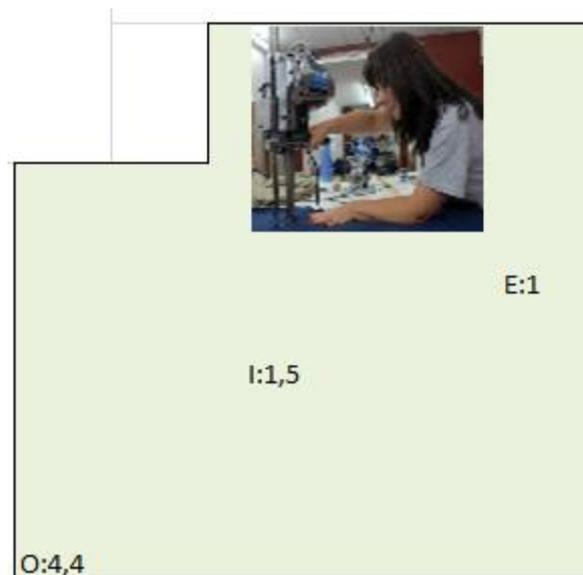
Secretaria:  $2 \times 2m^2 = 4m^2$



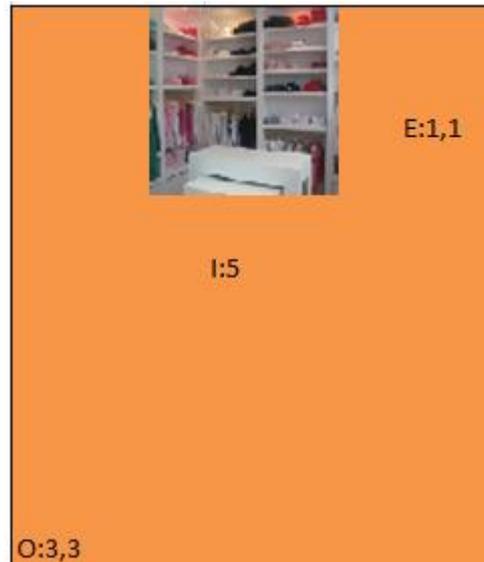
Área de Atención Al Cliente:  $3 \times 4m^2 + 1 \times 1m^2 + 2 \times 3m^2 = 19m^2$ .



Área de Producción:  $3 \times 5m^2 + 3 \times 1m^2 = 18m^2$ .



Bodega:  $4 \times 5 \text{m}^2 = 20 \text{m}^2$



Baño:  $1 \times 2 \text{m}^2 = 2$



### 4.3.3 Proceso Productivo.

Fullana Belda Carmen & Paredes Ortega José. (2009) Manual de contabilidad de costes, (4ª. ed., pp. 47). España.: Editorial Delta Publicaciones. Manifiesta que “El proceso productivo consiste en una series de operaciones físicas realizadas con un orden establecido, en las que intervienen todos los medios productivos de que dispone la empresa en su organización (edificios, instalaciones, equipos y personas), con objeto de transformar las materias primas u otros elementos en productos terminados con forma diferente y aplicaciones superiores. (Fullana Belda Carmen & Paredes Ortega José., 2009)

**Tabla 35 Proceso Productivo.**

| N.- | ACTIVIDAD                                 | TIEMPO (minutos) |
|-----|---|------------------|
| 1   | Recepción y selección de la materia prima | 30min.           |
| 2   | Tendido                                   | 15min.           |
| 3   | Colocación de moldes y trazado            | 60min.           |
| 4   | Corte                                     | 30min.           |
| 5   | Revisado                                  | 25min.           |
| 6   | Estampado                                 | 45min.           |
| 7   | Confección                                | 20 min.          |
| 8   | Limpieza y control de calidad             | 25min.           |
| 9   | Planchado                                 | 5min.            |
| 10  | Etiquetado, doblado y embolsado.          | 5min.            |
| 11  | Almacenamiento                            | 5min.            |
|     | TOTAL TIEMPO                              | 265min.          |

Elaborado por: Diana Eloisa Ogoño Sánchez

### 4.3.4 Determinación de Maquinaria y Equipos.

El presente proyecto contara con la siguiente maquinaria detallada en la tabla a continuación.

**Tabla 36 Determinación de Maquinaria y Equipos.**

| <b>ACTIVO FIJO</b>                   |                 |                   |                    |
|--------------------------------------|-----------------|-------------------|--------------------|
| <b>DESCRIPCION</b>                   | <b>CANTIDAD</b> | <b>V/UNITARIO</b> | <b>V/TOTAL</b>     |
| Infraestructura                      | 1               | 1500              | 1500               |
| Terreno                              | 1               | 6000              | 6000               |
| <b>Total Maquinaria y Equipos</b>    | <b>2</b>        | <b>7500</b>       | <b>7500</b>        |
| <b><u>Maquinaria y Equipos</u></b>   |                 |                   |                    |
| <b>DESCRIPCION</b>                   | <b>CANTIDAD</b> | <b>V/UNITARIO</b> | <b>V/TOTAL</b>     |
| Máquina de coser Recta industrial    | 1               | \$ 900,00         | \$ 900,00          |
| Maquina Overlock                     | 1               | \$ 900,00         | \$ 900,00          |
| Maquina recubridora                  | 1               | \$ 900,00         | \$ 900,00          |
| Cortadora Manual                     | 1               | \$ 600,00         | \$ 600,00          |
| Bordadora                            | 1               | \$ 950,00         | \$ 950,00          |
| Etiquetadora                         | 1               | \$ 900,00         | \$ 900,00          |
| Maquilla                             | 1               | \$ 600,00         | \$ 600,00          |
| tijeras rematadoras                  | 2               | \$ 50,00          | \$ 100,00          |
| tijeras barrilitos grandes           | 1               | \$ 35,00          | \$ 35,00           |
| tijeras medianas                     | 2               | \$ 15,00          | \$ 30,00           |
| plancha                              | 2               | \$ 400,00         | \$ 800,00          |
| tizas                                | 9               | \$ 1,00           | \$ 9,00            |
| Cintas                               | 5               | \$ 25,00          | \$ 125,00          |
| <b>Total Maquinaria y Equipos</b>    | <b>28</b>       | <b>\$6.276,00</b> | <b>\$ 6.849,00</b> |
| <b><u>Muebles y enseres</u></b>      |                 |                   |                    |
| <b>DESCRIPCION</b>                   | <b>CANTIDAD</b> | <b>V/UNITARIO</b> | <b>V/TOTAL</b>     |
| Escritorios                          | 2               | \$ 100,00         | \$ 200,00          |
| Mesas                                | 2               | \$ 100,00         | \$ 200,00          |
| Mesas producción                     | 2               | \$ 150,00         | \$ 300,00          |
| Sillas                               | 5               | \$ 50,00          | \$ 250,00          |
| Archivadores                         | 5               | \$ 150,00         | \$ 750,00          |
| Perchas                              | 3               | \$ 100,00         | \$ 300,00          |
| <b>Total muebles y enseres</b>       | <b>19</b>       | <b>\$650,00</b>   | <b>\$ 2.000,00</b> |
| <b><u>Equipos de oficina</u></b>     |                 |                   |                    |
| <b>DESCRIPCION</b>                   | <b>CANTIDAD</b> | <b>V/UNITARIO</b> | <b>V/TOTAL</b>     |
| Teléfono                             | 3               | \$ 100,00         | \$ 300,00          |
| Calculadora                          | 1               | \$ 60,00          | \$ 60,00           |
| <b>Total equipos de oficina</b>      | <b>4</b>        | <b>\$160,00</b>   | <b>\$ 360,00</b>   |
| <b><u>Equipos de computación</u></b> |                 |                   |                    |
| <b>DESCRIPCION</b>                   | <b>CANTIDAD</b> | <b>V/UNITARIO</b> | <b>V/TOTAL</b>     |
| Computadora portátil                 | 1               | \$ 600,00         | \$ 600,00          |
| Computadora de mesa                  | 1               | \$ 500,00         | \$ 500,00          |

Elaborado por: Diana Eloisa Ogoño Sánchez

---

## CAPITULO V

### Estudio Financiero

El estudio financiero es un proceso de reflexión con el fin de evaluar la situación financiera actual y pasada de la empresa, así como los resultados de sus operaciones, con el objetivo básico de determinar, del mejor modo posible, una estimación sobre la situación y los resultados futuros. El proceso de análisis consiste en la aplicación de un conjunto de técnicas e instrumentos analíticos a los estados financieros para deducir una serie de medidas y relaciones que son significativas y útiles para la toma de decisiones. En consecuencia, la función esencial del análisis de los estados financieros, es convertir los datos en información útil, razón por la que el análisis de los estados financieros debe ser básicamente decisional. De acuerdo con esta perspectiva, a lo largo del desarrollo de un análisis financiero, los objetivos perseguidos deben traducirse en una serie de preguntas concretas que deberán encontrar una respuesta adecuada. Este estudio en especial, comprende el monto de los recursos económicos necesarios que implica la realización del proyecto previo a su puesta en marcha, así como la determinación del costo total requerido en su periodo de operación. (Rubio Domínguez Pedro., 2006)

---

## 5.1 Ingresos operacionales.

Son todos los aumentos brutos del patrimonio originados directamente en el desarrollo del objeto social del ente, distintos de los aumentos en los aportes de los propietarios.

Un ingreso operacional tiene relación directa con la producción de un bien o servicio que constituye el objeto social de la empresa. Todo ingreso operacional representa una fuente bruta interna de recursos y resulta del giro ordinario del negocio. Es importante anotar que un ingreso de recursos no necesariamente constituye un ingreso, pues para que lo sea se requiere que el recurso ingresado aumente en forma bruta el patrimonio del ente. El pago de un deudor en efectivo significa un ingreso de efectivo, pero no es un ingreso ya que el efecto neto sobre el patrimonio es nulo, pues representa simplemente el cambio de un recurso por otro, se disminuye un recurso realizable y aumenta un recurso disponible en el mismo valor. Es diferente cuando se vende, bien sea al contado o a crédito, pues en esta situación existe un aumento en los recursos del ente y por ende en el patrimonio.

Con esta definición es importante tener en cuenta el porqué de los ingresos operacionales, más para saber cuál es el valor que este generara es necesario identificar los tres costos fundamentales requeridos para este cálculo los cuales son:

- Mano de Obra Directa (MOD)
- Materia Prima Directa (MPD)
- Costos Indirectos de Fabricación (CIF)

### 5.01.01 Materia Prima Directa (MPD)

Se refiere a aquellos materiales que integran físicamente el producto perdiendo su identidad o que por efectos de materialidad se toman como indirectos. Las etiquetas que se usa en la fabricación de los bodys hace parte del producto, pero su costo puede no ser tan fácilmente medido como un costo de una unidad procesada, o su costo por unidad puede ser bastante insignificante para ser medido como un costo de material directo.

**Tabla 37 Materia Prima Directa (MPD)**

| <b>Materia Prima Directa</b>              |                 |                       |                 |                 |                    |
|---|-----------------|-----------------------|-----------------|-----------------|--------------------|
| <b>Materia prima requerida anualmente</b> |                 |                       |                 |                 |                    |
| <b>Producción</b>                         | <b>Cantidad</b> | <b>Materia prima</b>  | <b>Valor</b>    | <b>Costo</b>    | <b>Costo anual</b> |
| <b>mensual</b>                            |                 |                       | <b>unitario</b> | <b>mensual</b>  |                    |
| 640                                       | 1               | Model dobies niños    | \$ 2,00         | \$1.280,00      | \$15.360,00        |
| 640                                       | 150             | Tela algodón          | \$ 10,00        | \$6.400,00      | 76.800,00          |
| 640                                       | 400             | Hilo                  | \$ 0,40         | \$ 256,00       | 3.072,00           |
| 640                                       | 1500            | Broches               | \$ 0,05         | \$ 32,00        | 384,00             |
| 640                                       | 150             | Cinta velcro adhesivo | \$ 0,10         | \$ 64,00        | 768,00             |
| <b>Total de materia prima</b>             |                 |                       |                 | <b>8.032,00</b> | <b>96.384,00</b>   |

Elaborado por: Diana Eloisa Ogoño Sánchez.

### 5.01.02 Mano de Obra Directa (MOD)

Constituye el esfuerzo laboral que aplican los trabajadores que están físicamente relacionados con el proceso productivo, de los bodys sea por acción manual o por operación de una maquina o equipo. El costo del esfuerzo laboral que

desarrollan los trabajadores sobre la materia prima para convertirla en producto terminado constituye el costo de mano de obra directa. El salario y las prestaciones sociales que devengan, por ejemplo el trabajador que corta la madera o arma la mesa se maneja como costo de mano de obra directa.

Teniendo en cuenta esta definición los costos de mano de obra de este proyecto de inversión se expresa la siguiente tabla.

**Tabla 38 Mano de Obra Directa (MOD)**

| Mano de Obra Directa |                      |                 |                 |                 |                   |                 |                  |                     |
|----------------------|----------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-------------------|-----------------|------------------|---------------------|
| Concepto             | Remuneración mensual | Décimo tercero  | Décimo cuarto   | Vacaciones      | Fondos de Reserva | Aportes al IESS | Total mensual    | Total Anual         |
| Trabajador 1         | \$ 365,15            | \$ 30,43        | \$ 29,50        | \$ 15,21        | \$ 30,42          | 40,71           | \$ 470,71        | \$ 5.648,47         |
| Trabajador 2         | \$ 365,15            | \$ 30,43        | \$ 29,50        | \$ 15,21        | \$ 30,42          | 40,71           | \$ 470,71        | \$ 5.648,47         |
| <b>Total</b>         | <b>\$ 730,30</b>     | <b>\$ 60,86</b> | <b>\$ 59,00</b> | <b>\$ 30,42</b> | <b>\$ 60,83</b>   | <b>81,43</b>    | <b>\$ 941,41</b> | <b>\$ 11.296,95</b> |

Elaborado por: Diana Eloisa Ogoño Sánchez

Análisis. De los datos anteriores podemos determinar que los fondos de reserva se pagaran a partir del mes 13 de haber laborado consecutivamente en la empresa.

### 5.01.03 Costos Indirectos de Fabricación (CIF)

Los costos indirectos comprenden todos los costos asociados con la fabricación de los productos, con la excepción de la materia prima directa y la mano

de obra directa. En este elemento se incluyen los materiales indirectos, mano de obra indirecta, suministros, servicios públicos, impuesto predial, seguros, depreciación, mantenimiento y todos aquellos costos relacionados con la operación de manufactura de la empresa.

**Tabla 39 Costos Indirectos de Fabricación (CIF)**

| <b>Costos Indirectos de Fabricación</b> |                 |                       |                      |                    |
|---|-----------------|-----------------------|----------------------|--------------------|
| <b>Concepto</b>                         | <b>Cantidad</b> | <b>Costo unitario</b> | <b>Costo mensual</b> | <b>Costo anual</b> |
| Empaque                                 | 150,00          | 0,50                  | 75,00                | 900,00             |
| Etiqueta                                | 150,00          | 0,30                  | 45,00                | 540,00             |
| Estampado                               | 150,00          | 0,40                  | 60,00                | 720,00             |
| Servicios Básicos                       |                 |                       | 100,00               | 1.200,00           |
| <b>Total costos indirectos</b>          |                 |                       | <b>280,00</b>        | <b>3.360,00</b>    |

Elaborado por: Diana Eloisa Ogoño Sánchez

#### **5.1.4 Cálculos de Ingresos operacionales.**

Los ingresos operacionales son los provenientes del desarrollo del objeto social de la Entidad. (Cardozo C. Hernán., 2006).

Comprende los valores recibidos y/o causados como resultado de las actividades desarrolladas en cumplimiento del objeto social mediante la entrega de bienes y servicios, así como otros importes por concepto de intermediación financiera, siempre y cuando se identifique con el objeto social de la entidad.

---

Una vez identificado los tres principales costos se procede a realizar el cálculo respectivo a los ingresos operacionales y su proyección en el tiempo de duración estándar del proyecto que es de 5 años los cuales se expresan en la siguiente tabla.

**Tabla 40 Cálculos de Ingresos operacionales.**

| <b>Bodys</b>                 |                 |
|------------------------------|-----------------|
| Costo de producción unitario | 13,75           |
| Utilidad del 35%             | 4,81            |
| P.V.P                        | 18,56           |
| Producción mensual           | 40,00           |
| <b>Ingreso mensual</b>       | <b>742,50</b>   |
| <b>Ingresos anual</b>        | <b>8.910,00</b> |

Elaborado por: Diana Eloisa Ogoño Sánchez

Para la identificación de estos ingresos se ha considerado una utilidad del 35%, la misma que está entre los parámetros de ganancia aceptable para una inversión, de estos valores se procede a la proyección, tomando en consideración la tasa de crecimiento del sector manufacturero del 4.80%.

**Tabla 41 Cálculos de Ingresos operacionales.**

| Ingresos Proyectados |                |                 |              |
|----------------------|----------------|-----------------|--------------|
| Años                 | Ingreso actual | Tasa del sector | Ingreso      |
|                      | ( \$ )         | Alimenticio     | anual ( \$ ) |
| (año base)<br>2015   | -              | -               | 8.910,00     |
| 2016                 | 8.910,00       | 1,05            | 9.337,68     |
| 2017                 | 9.337,68       | 1,05            | 9.785,89     |
| 2018                 | 9.785,89       | 1,05            | 10.255,61    |
| 2019                 | 10.255,61      | 1,05            | 10.747,88    |
| 2020                 | 10.747,88      | 1,05            | 11.263,78    |

Elaborado por: Diana Eloisa Ogoño Sánchez

## 5.2 Ingresos no Operacionales.

El presente proyecto de inversión no tiene ingresos no operacionales pues estos son actividades que no constituyen a la razón de ser a la empresa, de esta manera este proyecto no genera ningún ingreso no operacional.

## 5.3 Costos.

Billene Ricardo. (2006). *Análisis de costos II* (pp.149). Argentina.: Ediciones Jurídicas Cuyo. Indican que el costo representa los recursos económicos que han sido, deben o deberían sacrificarse en el desarrollo de las actividades necesarias para alcanzar un objetivo, independientemente de la forma de medición de los mismos.

De acuerdo a esta definición los costos son valores que se desembolsan con el fin de dar marcha a una actividad.

---

### 5.3.1 Costos Directos

Son aquellos costos en los que puede establecerse una medición aproximadamente exacta del consumo que de ellos hace el objeto de costos. La medición de la cantidad de unidades de recursos consumida por el objeto de costo puede establecerse con razonable exactitud (se puede determinar la cantidad de la componente física o real del costo que es utilizada por el objeto de costos). (Billene Ricardo., 2006).

**Tabla 42 Costos Directos**

| Costos directos              |                  |
|------------------------------|------------------|
| Materia prima                | 21.024,00        |
| Mano de obra directa         | 11.296,95        |
| <b>Total costos directos</b> | <b>32.320,95</b> |

Elaborado por: Diana Eloisa Ogoño Sánchez

### 5.3.2 Costos Indirectos.

Los costos indirectos no se asocian en forma directa con los productos, por lo tanto se dificulta representar con precisión cuando de los costos indirectos se debe cargar a cada producto. Los costos indirectos se denominan de diferente manera: carga fabril, overhead, gastos de fabricación, gastos generales de fabricación, gastos indirectos de producción. ( Rincón Carlos & Lasso Giovanny., 2012).

**Tabla 43 Costos Indirectos.**

| <b>Costos Indirectos de Fabricación</b> |                 |                 |                |                  |
|---|-----------------|-----------------|----------------|------------------|
| <b>Concepto</b>                         | <b>Cantidad</b> | <b>Costo</b>    | <b>Costo</b>   | <b>Costo</b>     |
|   |                 | <b>unitario</b> | <b>mensual</b> | <b>anual</b>     |
| Empaque                                 | 640,00          | 0,50            | 320,00         | 3.840,00         |
| Etiqueta                                | 640,00          | 0,35            | 224,00         | 2.688,00         |
| Estanpado                               | 640,00          | 0,40            | 256,00         | 3.072,00         |
| Servicios Basicos                       |                 |                 | 100,00         | 1.200,00         |
| <b>Total costos indirectos</b>          |                 |                 | <b>900,00</b>  | <b>10.800,00</b> |

Elaborado por: Diana Eloisa Ogoño Sánchez

### 5.3.3 Gastos.

Se llaman también egresos o salidas y se refiere a los pagos de dinero que la empresa hace con el fin de producir ingresos. Ejemplo: gastos administrativos, gastos de venta, gastos generales, gastos de producción, etc. (Orton Bib., 2008).

#### 5.3.3.1 Gastos Administrativos.

Son todas aquellas erogaciones que tienen que ver con la remuneración del personal y sus prestaciones, y dentro de ellas están: salarios base, vacaciones, seguro social, impuesto sobre remuneraciones, uniformes y alimentación. Todas las anteriores son prestaciones de ley, se puede incluir papelería y útiles de oficina, gastos de representación, comunicaciones (teléfono, cables, fax); transporte

(movilidad local, viajes y viáticos); relaciones públicas, investigación y desarrollo.

(Cuevas Francisco., 2004).

**Tabla 44 Gastos Administrativos.**

| Gastos administrativos |             |                  |                 |                 |                 |                 |                    |                    |
|------------------------|-------------|------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|--------------------|--------------------|
| Concepto               | Cantidad    | Sueldo           | Décimo          | Décimo          | Vacaciones      | Fondos de       | Total              | Valor              |
|                        |             | mensual          | tercero         | cuarto          |                 | reserva         | mensual            | anual              |
| Gerente general        | 1,00        | \$ 500,00        | -               | -               | \$ 20,83        | \$ 41,65        | \$ 562,48          | \$ 6.749,76        |
| Secretaria / Vendedora | 1,00        | \$ 361,40        | \$ 30,12        | \$ 29,50        | \$ 15,06        | \$ 30,10        | \$ 466,18          | \$ 5.594,16        |
| <b>Total</b>           | <b>2,00</b> | <b>\$ 861,40</b> | <b>\$ 30,12</b> | <b>\$ 29,50</b> | <b>\$ 35,89</b> | <b>\$ 71,75</b> | <b>\$ 1.028,66</b> | <b>\$12.343,92</b> |

Elaborado por: Diana Eloisa Ogoño Sánchez

Análisis. De los datos anteriores podemos determinar que los fondos de reserva se pagaran a partir del mes 13 de haber laborado consecutivamente en la empresa.

**Tabla 45 Suministros de limpieza.**

| Material de Aseo |       |          |                 |                  |
|------------------|-------|----------|-----------------|------------------|
| Concepto         | Costo | Cantidad | Trimestral      | Anual            |
| Escoba           | 4,50  | 4,00     | \$ 18,00        | \$ 216,00        |
| Recogedor        | 1,50  | 3,00     | \$ 4,50         | \$ 54,00         |
| Trapeador        | 2,00  | 2,00     | \$ 4,00         | \$ 48,00         |
| Desinfectantes   | 5,00  | 3,00     | \$ 15,00        | \$ 180,00        |
| <b>Total</b>     |       |          | <b>\$ 41,50</b> | <b>\$ 498,00</b> |

Elaborado por: Diana Eloisa Ogoño Sánchez

**Tabla 46 Suministros de oficina**

| Suministros de Oficina |              |               |
|------------------------|--------------|---------------|
| Concepto               | Valor        | Valor         |
|                        | mensual      | anual         |
| Suministros de oficina | 30,00        | 360,00        |
| Servicios básicos      | 50,00        | 600,00        |
| <b>Total</b>           | <b>80,00</b> | <b>960,00</b> |

Elaborado por: Diana Eloisa Ogoño Sánchez

**Tabla 47 Proyección de los Gastos Administrativos**

| Proyección Gastos Administrativos |           |                 |                 |                 |                 |                 |                 |
|-----------------------------------|-----------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Descripción                       | Inflación | Año base        | 2016            | 2017            | 2018            | 2019            | 2020            |
|                                   |           | 2015            |                 |                 |                 |                 |                 |
| <b>Gastos del personal</b>        |           |                 |                 |                 |                 |                 |                 |
| Gerente general                   | 1,03      | 633,65          | 654,12          | 675,24          | 697,06          | 719,57          | 742,81          |
| Contador                          | 1,03      | 466,18          | 481,24          | 496,78          | 512,83          | 529,39          | 546,49          |
| <b>Total</b>                      |           | <b>1.099,83</b> | <b>1.135,35</b> | <b>1.172,03</b> | <b>1.209,88</b> | <b>1.248,96</b> | <b>1.289,30</b> |
| <b>Otros gastos</b>               |           |                 |                 |                 |                 |                 |                 |
| Suministros de oficina            | 1,03      | 360,00          | 371,63          | 383,63          | 396,02          | 408,81          | 422,02          |
| Material de aseo                  | 1,03      | 498,00          | 514,09          | 530,69          | 547,83          | 565,53          | 583,79          |
| Servicios básicos                 | 1,03      | 360,00          | 371,63          | 383,63          | 396,02          | 408,81          | 422,02          |
| <b>Total</b>                      |           | <b>1.218,00</b> | <b>1.257,34</b> | <b>1.297,95</b> | <b>1.339,88</b> | <b>1.383,16</b> | <b>1.427,83</b> |

Elaborado por: Diana Eloisa Ogoño Sánchez

### 5.3.3.2 Gastos de Venta.

Son aquellos egresos que se efectúan para tratar de incrementar las ventas. Como ejemplos tenemos: publicidad, comisiones sobre ventas (en algunos casos), promociones, gastos de reparto (en el caso de existir servicio a domicilio), artículos promocionales, anuncios espectaculares, entre otros.

**Tabla 48 Gastos de Venta.**

| <b>Gasto de venta</b>  |                |                 |
|------------------------|----------------|-----------------|
| <b>Gastos de venta</b> |                |                 |
| <b>Concepto</b>        | <b>Valor</b>   | <b>Valor</b>    |
|                        | <b>mensual</b> | <b>anual</b>    |
| Servicios básicos      | 30,00          | 360,00          |
| Gasolina               | 30,00          | 360,00          |
| Publicidad             | 80,00          | 960,00          |
| Material POP           | 40,00          | 480,00          |
| <b>Total</b>           | <b>180,00</b>  | <b>2.160,00</b> |

Elaborado por: Diana Eloisa Ogoño Sánchez

| <b>Proyección gasto de ventas</b> |                      |                  |                    |                    |                    |                    |                    |
|-----------------------------------|----------------------|------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| <b>Descripción</b>                | <b>Año base 2015</b> | <b>INFLACION</b> | <b>2016</b>        | <b>2017</b>        | <b>2018</b>        | <b>2019</b>        | <b>2020</b>        |
| Servicios básicos                 | \$ 360,00            | 1,04             | \$ 373,21          | \$ 386,91          | \$ 401,11          | \$ 415,83          | \$ 431,09          |
| Gasolina                          | \$ 360,00            | 1,04             | \$ 373,21          | \$ 386,91          | \$ 401,11          | \$ 415,83          | \$ 431,09          |
| Publicidad                        | \$ 960,00            | 1,04             | \$ 995,23          | \$ 1.031,76        | \$ 1.069,62        | \$ 1.108,88        | \$ 1.149,57        |
| Material POP                      | \$ 480,00            | 1,04             | \$ 497,62          | \$ 515,88          | \$ 534,81          | \$ 554,44          | \$ 574,79          |
| <b>Total</b>                      | <b>\$2.160,00</b>    |                  | <b>\$ 2.239,27</b> | <b>\$ 2.321,45</b> | <b>\$ 2.406,65</b> | <b>\$ 2.494,97</b> | <b>\$ 2.586,54</b> |

Elaborado por: Diana Eloisa Ogoño Sánchez

### 5.3.3.3 Costos Fijos y Variables.

Costos Fijos son todos aquellos valores los cuales la empresa debe de pagar, estos desembolsos no tienen dirección directa con la producción, esto quiere decir que si la producción sea mayor o menos los costos no variarían.

Costos variables son todos aquellos valores los cuales la empresa desembolsa estos tienen correlación con la producción entre ellos la mano de obra, materia prima; los cuales se los adquiere según el volumen de la producción; estos costos variables se los consideran adaptables a los cambios de la oferta.

**Tabla 49 Costos Fijos y Variables.**

| Proyección de costos anuales |                                    |                      |                      |                      |                      |                      |
|------------------------------|------------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| En dólares                   |                                    | Años                 |                      |                      |                      |                      |
| N° 1                         | Detalle                            | 1                    | 2                    | 3                    | 4                    | 5                    |
| <b>1</b>                     | <b>Costos fijos</b>                |                      |                      |                      |                      |                      |
|                              | Depreciación                       | \$ 1.437,57          | \$ 1.437,57          | \$ 1.437,57          | \$ 1.070,90          | \$ 1.070,90          |
|                              | Amortización de inversión diferida | \$ 204,00            | \$ 204,00            | \$ 204,00            | \$ 204,00            | \$ 204,00            |
|                              | Sueldos administrativos            | \$ 12.796,94         | \$ 13.266,59         | \$ 13.753,47         | \$ 14.258,23         | \$ 14.781,50         |
| <b>2</b>                     | <b>Costos variables</b>            | <b>\$ 14.438,51</b>  | <b>\$ 14.908,16</b>  | <b>\$ 15.395,04</b>  | <b>\$ 15.533,13</b>  | <b>\$ 16.056,40</b>  |
|                              | Materia prima                      | \$ 99.921,29         | \$ 103.588,40        | \$ 107.390,10        | \$ 111.331,32        | \$ 115.417,17        |
|                              | Mano de Obra                       | \$ 11.711,55         | \$ 12.141,36         | \$ 12.586,95         | \$ 13.048,89         | \$ 13.527,78         |
|                              | Costos indirectos de fabricación   | \$ 11.196,36         | \$ 11.607,27         | \$ 12.033,25         | \$ 12.474,87         | \$ 12.932,70         |
|                              | Gastos ventas                      | \$ 2.239,27          | \$ 2.321,45          | \$ 2.406,65          | \$ 2.494,97          | \$ 2.586,54          |
|                              | <b>Total</b>                       | <b>\$ 125.068,47</b> | <b>\$ 129.658,48</b> | <b>\$ 134.416,95</b> | <b>\$ 139.350,05</b> | <b>\$ 144.464,20</b> |
|                              | <b>Ventas</b>                      | <b>\$ 139.506,98</b> | <b>\$ 144.566,64</b> | <b>\$ 149.811,99</b> | <b>\$ 154.883,18</b> | <b>\$ 160.520,60</b> |

Elaborado por: Diana Eloisa Ogoño Sánchez

## 5.4 Inversiones.

García P. Mercedes & Jorda L. Josep. (2004). *Dirección financiera*

(pp.169).Barcelona.: Ediciones Univ. Politèc. De Catalunya. Se define la inversión

como el proceso por el cual un sujeto decide vincular unos recursos financieros

líquidos a cambio de la expectativa de obtener unos beneficios, también líquidos a lo

largo de un plazo de tiempo que denominamos vida útil de la inversión.

### 5.4.1 Inversión Fija.

Son aquellos recursos tangibles y no tangibles necesarios para la realización del proyecto, las inversiones fijas tiene una vida útil mayor a un año se deprecian, tal es el caso de las maquinarias y equipos, muebles, enseres, vehículos entre otros. Los terrenos son los únicos activos que no se deprecian. La inversión en activos fijos se recupera mediante el mecanismo de depreciación. Se llama Inversión Fija porque el Proyecto no puede desprenderse fácilmente de el sin que con ello perjudique la actividad productiva.

#### 5.4.1.1 Activos Fijos

Los activo fijos son los bienes los cuales estas destinados para la utilización permanente y constantemente por la empresa aprovechando el máximo su vida útil; los cuales facilitan las operaciones de dicha empresa.

**Tabla 50 Activos Fijos**

| Activos fijos                 |                  |
|-------------------------------|------------------|
| Terreno                       | 5.000,00         |
| Infraestructura               | 10.000,00        |
| Maquinaria y equipos          | 9.217,00         |
| Muebles y enseres             | 3.200,00         |
| Equipo de computo             | 14.700,00        |
| Equipo de oficina             | 360,00           |
| <b>Total de activos fijos</b> | <b>42.477,00</b> |

Elaborado por: Diana Eloisa Ogoño Sánchez

#### **5.4.1. 2 Inversión de Activos Nominales.**

Las inversiones nominales son aquellas inversiones que son utilizadas para la documentación de los requisitos de constitución, como permisos de funcionamiento, es la inversión de constitución para dicho proyecto.

#### **5.4.2 Capital de Trabajo.**

Son los recursos que requiere la empresa para realizar sus operaciones, el capital de trabajo ayuda a cubrir a tiempo la erogaciones de dinero en los primeros periodos de operación de la empresa donde no existe captación de ganancia, este capital contempla las remuneraciones, salariales, materia prima, entre otras necesidades de la empresa.

**Tabla 51 Capital de Trabajo**

| <b>Inversión</b>                   |                      |                         |                             |
|------------------------------------|----------------------|-------------------------|-----------------------------|
| <b>Concepto</b>                    | <b>Uso de fondos</b> | <b>Recursos propios</b> | <b>Recursos financiados</b> |
| <b>Activos fijos</b>               |                      |                         |                             |
| Terreno                            | 5.000,00             | -                       | 5.000,00                    |
| Infraestructura                    | 10.000,00            | -                       | 10.000,00                   |
| Maquinaria y equipos               | 9.217,00             | 9.217,00                |                             |
| Muebles y enseres                  | 3.200,00             | 3.200,00                |                             |
| Equipo de computo                  | 14.700,00            | 14.700,00               |                             |
| Equipo de oficina                  | 360,00               | 360,00                  |                             |
| <b>Total de activos fijos</b>      | <b>42.477,00</b>     | <b>27.477,00</b>        | <b>15.000,00</b>            |
| <b>Activos diferidos</b>           |                      |                         | <b>1.020,00</b>             |
| Gasto de constitución              |                      | 1.020,00                |                             |
| <b>Total activos diferidos</b>     | <b>1.020,00</b>      |                         |                             |
| <b>Capital de trabajo</b>          |                      |                         |                             |
| Costos de producción               | 8.910,00             | 8.910,00                | \$ 0,00                     |
| Gasto administrativos              | 1.099,83             | 1.099,83                | \$ 0,00                     |
| Gasto de venta                     | 180,00               | 180,00                  | \$ 0,00                     |
| <b>Total de capital de trabajo</b> | <b>10.189,83</b>     | <b>10.189,83</b>        | <b>-</b>                    |
| <b>Total de la inversión</b>       | <b>53.686,83</b>     | <b>37.666,83</b>        | <b>15.000,00</b>            |
| <b>Participación</b>               | <b>100%</b>          | <b>57,23%</b>           | <b>42,77%</b>               |

Elaborado por: Diana Eloisa Ogoño Sánchez

---

### 5.4.3 Fuentes de Financiamiento y uso de fondos.

Para el presente proyecto, se necesitara una inversión de \$53686.83, de la cual el \$37.666.83, será de recursos propios mientras que 15.000 será financiado a través de un préstamo bancario.

**Tabla 52 Fuentes de Financiamiento y uso de fondos.**

|          |           |
|----------|-----------|
| MONTO    | 15.000,00 |
| INTERES  | 10,21     |
| PLAZO    | 2 AÑOS    |
| PERIODOS | 24        |

Elaborado por: Diana Eloisa Ogoño Sánchez

Análisis.- el financiamiento se lo realizara por la suma de 15.000 a una tasa de interés del 10.21%, y la forma de cancelar será cuotas mensuales durante dos años.

### 5.4.4 Amortización del Préstamo.

La amortización es el reflejo de las pérdidas de valor que experimentan los elementos integrados dentro del activo fijo de la empresa.

La finalidad de la política de amortización es dotar a la empresa de unos fondos, mediante cálculos anuales, que le permitan sustituir los elementos del inmovilizado por otros nuevos, disponiendo de recursos financieros necesarios para ello

**Tabla 53 Amortización del Préstamo.**

| TABLA DE AMORTIZACION DE PRESTAMO |         |                 |              |               |                |             |
|-----------------------------------|---------|-----------------|--------------|---------------|----------------|-------------|
| AÑOS                              | PERIODO | CAPITAL (MONTO) | INTERES      | CUOTA DE PAGO | CAPITAL PAGADO | SALDO       |
| 2014(AÑO BASE)                    | -       | \$ 7.500,00     |              |               |                | \$ 7.500,00 |
| 2015                              | 1,00    | \$ 7.500,00     | \$ 38.287,50 | \$ 1.875,00   | \$ 40.162,50   | \$ 5.625,00 |
|                                   | 2,00    | \$ 5.625,00     | \$ 28.715,63 | \$ 1.875,00   | \$ 30.590,63   | \$ 3.750,00 |
| 2016                              | 3,00    | \$ 3.750,00     | \$ 19.143,75 | \$ 1.875,00   | \$ 21.018,75   | \$ 1.875,00 |
|                                   | 4,00    | \$ 1.875,00     | \$ 9.571,88  | \$ 1.875,00   | \$ 11.446,88   | -           |
|                                   |         | Cuota de pago   | \$ 1.875,00  |               |                |             |

Elaborado por: Diana Eloisa Ogoño Sánchez

#### 5.4.5 Depreciaciones.

Es la pérdida del valor que sufren los activos fijos de la empresa por el transcurso del tiempo o prestar la función para los cuales fueron creados o bien causa del progreso tecnológico.

**Tabla 54 Depreciaciones.**

| Tabla de Depreciaciones |                     |                   |                    |                    |                    |                    |                    |
|-------------------------|---------------------|-------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Activo                  | Valor de Compra     | Vida del Proyecto | Año 1              | Año 2              | Año 3              | Año 4              | Año 5              |
| Infraestructura         | \$ 1.500,00         | \$ 10,00          | \$ 150,00          | \$ 150,00          | \$ 150,00          | \$ 150,00          | \$ 150,00          |
| Maquinaria y equipos    | \$ 6.849,00         | \$ 10,00          | \$ 684,90          | \$ 684,90          | \$ 684,90          | \$ 684,90          | \$ 684,90          |
| Muebles y Enseres       | \$ 2.000,00         | \$ 10,00          | \$ 200,00          | \$ 200,00          | \$ 200,00          | \$ 200,00          | \$ 200,00          |
| Equipo de Computación   | \$ 1.100,00         | \$ 3,00           | \$ 366,67          | \$ 366,67          | \$ 366,67          |                    |                    |
| Equipo de Oficina       | \$ 360,00           | \$ 10,00          | \$ 36,00           | \$ 36,00           | \$ 36,00           | \$ 36,00           | \$ 36,00           |
| <b>Valor Total</b>      | <b>\$ 11.809,00</b> | <b>\$ 43,00</b>   | <b>\$ 1.437,57</b> | <b>\$ 1.437,57</b> | <b>\$ 1.437,57</b> | <b>\$ 1.070,90</b> | <b>\$ 1.070,90</b> |

Elaborado por: Diana Eloisa Ogoño Sánchez

#### 5.4.6 Estado de situación inicial.

Los estados de situación inicial es la información contable al inicio del periodo fiscal la cual se presenta en un momento determinado aquel estado no presenta estimaciones.

**Tabla 55 Estado de situación inicial**

| <b>CREACIONES ROYCE CIA LTDA</b>   |               |                      |                      |
|------------------------------------|---------------|----------------------|----------------------|
| <b>Estado de Situación Inicial</b> |               |                      |                      |
| <b>Activos</b>                     |               |                      |                      |
| <b>Activo corriente</b>            |               | <b>\$ 140.484,87</b> |                      |
| Bancos                             | \$ 140.484,87 |                      |                      |
|                                    |               |                      |                      |
| <b>Activos corrientes</b>          |               | <b>\$ 10.309,00</b>  |                      |
| Maquinarias y quipos               | \$ 6.849,00   |                      |                      |
| Muebles y enseres                  | \$ 2.000,00   |                      |                      |
| Equipo de computación              | \$ 1.100,00   |                      |                      |
| Equipo de oficina                  | \$ 360,00     |                      |                      |
|                                    |               |                      |                      |
| <b>Activo fijo</b>                 |               |                      |                      |
|                                    |               |                      |                      |
| <b>Activo diferido</b>             |               | <b>\$ 1.020,00</b>   | <b>\$ 1.020,00</b>   |
| Gastos de constitución             | \$ 1.020,00   |                      |                      |
|                                    |               |                      |                      |
| <b>Total activos</b>               |               |                      | <b>\$ 151.813,87</b> |
|                                    |               |                      |                      |
| <b>Pasivos</b>                     |               |                      | <b>\$ 7.500,00</b>   |
| <b>Pasivo corriente</b>            |               | <b>\$ 7.500,00</b>   |                      |
| Prestamo bancario por pagar        | \$ 7.500,00   |                      |                      |
|                                    |               |                      |                      |
| <b>Patrimonio</b>                  |               |                      | <b>\$ 144.313,87</b> |
| Capital                            |               | <b>\$ 144.313,87</b> |                      |
|                                    |               |                      |                      |
| <b>Total pasivo + patrimonio</b>   |               |                      | <b>\$ 151.813,87</b> |

Elaborado por: Diana Eloisa Ogoño Sánchez

#### 5.4.7 Estado de Resultados Proyectados.

Los estados de resultados son también conocidos como el estado de pérdidas y ganancia, es un documento que detalla los diferentes ingresos y egresos que puede tener una empresa en un periodo determinado generalmente un año, de esa manera se puede encontrar cual será la utilidad que se obtendrá en ese periodo.

**Tabla 56 Estado de Resultados Projectados**

| Estado de resultado proyectado          |          |                     |                     |                     |                     |                     |
|---|----------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Descripción                             | 2015     | 2016                | 2017                | 2018                | 2019                | 2020                |
|   | año base |                     |                     |                     |                     |                     |
| <b>VENTAS</b>                           |          | \$ 149.946,16       | \$ 157.143,58       | \$ 164.686,47       | \$ 172.591,42       | \$ 180.875,81       |
| - Costos de producción                  |          | \$ 122.829,20       | \$ 127.337,03       | \$ 132.010,30       | \$ 136.855,08       | \$ 141.877,66       |
| <b>= Utilidad bruta en ventas</b>       |          | <b>\$ 27.116,96</b> | <b>\$ 29.806,55</b> | <b>\$ 32.676,17</b> | <b>\$ 35.736,34</b> | <b>\$ 38.998,15</b> |
| - Gastos administrativos                |          | \$ 12.796,94        | \$ 13.266,59        | \$ 13.753,47        | \$ 14.258,23        | \$ 14.781,50        |
| - Gastos de venta                       |          | \$ 2.239,27         | \$ 2.321,45         | \$ 2.406,65         | \$ 2.494,97         | \$ 2.586,54         |
| - Depreciaciones                        |          | \$ 1.437,57         | \$ 1.437,57         | \$ 1.437,57         | \$ 1.070,90         | \$ 1.070,90         |
| - Amortizaciones                        |          | \$ 204,00           | \$ 204,00           | \$ 204,00           | \$ 204,00           | \$ 204,00           |
| <b>= Utilidad operacional</b>           |          | <b>\$ 10.439,18</b> | <b>\$ 12.576,94</b> | <b>\$ 14.874,48</b> | <b>\$ 17.708,24</b> | <b>\$ 20.355,21</b> |
| ± Otros gastos                          |          | \$ 0,00             | \$ 0,00             | \$ 0,00             | \$ 0,00             | \$ 0,00             |
| - Gasto financiero                      |          | \$ 0,00             | \$ 0,00             | \$ 0,00             | \$ 0,00             | \$ 0,00             |
| <b>= Utilidad antes de part. e imp.</b> |          | <b>\$ 10.439,18</b> | <b>\$ 12.576,94</b> | <b>\$ 14.874,48</b> | <b>\$ 17.708,24</b> | <b>\$ 20.355,21</b> |
| - 15 % participación trabajadores       |          | \$ 1.565,88         | \$ 1.886,54         | \$ 2.231,17         | \$ 2.656,24         | \$ 3.053,28         |
| <b>= Utilidad antes de impuestos</b>    |          | <b>\$ 8.873,31</b>  | <b>\$ 10.690,40</b> | <b>\$ 12.643,31</b> | <b>\$ 15.052,01</b> | <b>\$ 17.301,93</b> |
| - 22 % Impuesto a la renta              |          | \$ 1.952,13         | \$ 2.351,89         | \$ 2.781,53         | \$ 3.311,44         | \$ 3.806,42         |
| <b>= Utilidad neta del ejercicio</b>    |          | <b>\$ 6.921,18</b>  | <b>\$ 8.338,51</b>  | <b>\$ 9.861,78</b>  | <b>\$ 11.740,57</b> | <b>\$ 13.495,50</b> |

Elaborado por: Diana Eloisa Ogoño Sánchez

### 5.4.8 Flujo de Caja

El flujo de caja o flujo neto de efectivo es el resultado de un instrumento que resume las entradas y salidas de un proyecto de inversión o empresa en un determinado periodo de tiempo y tiene como objetivo ser la base del cálculo de los indicadores de rentabilidad económica. Los elementos básicos de un flujo de caja de esta naturaleza están conformados por las inversiones, los ingresos y egresos futuros, las depreciaciones y el periodo de tiempo en que ocurren estas entradas y salidas de efectivo. Los flujos de caja pueden formularse desde la perspectiva del proyecto con o sin financiamiento del inversionista. (Defeo Omar., 2006)

**Tabla 57 Flujo de Caja**

| Flujo de caja proyectada                |                   |                     |                     |                     |                     |                     |
|---|-------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Descripción                             | 2014              | 2015                | 2016                | 2017                | 2018                | 2019                |
|   | año base          |                     |                     |                     |                     |                     |
| <b>VENTAS</b>                           |                   | \$ 149.946,16       | \$ 157.143,58       | \$ 164.686,47       | \$ 172.591,42       | \$ 180.875,81       |
| - Costos de producción                  |                   | \$ 122.829,20       | \$ 127.337,03       | \$ 132.010,30       | \$ 136.855,08       | \$ 141.877,66       |
| <b>= Utilidad bruta en ventas</b>       |                   | <b>\$ 27.116,96</b> | <b>\$ 29.806,55</b> | <b>\$ 32.676,17</b> | <b>\$ 35.736,34</b> | <b>\$ 38.998,15</b> |
| - Gastos administrativos                |                   | \$ 12.796,94        | \$ 13.266,59        | \$ 13.753,47        | \$ 14.258,23        | \$ 14.781,50        |
| - Gastos de venta                       |                   | \$ 2.239,27         | \$ 2.321,45         | \$ 2.406,65         | \$ 2.494,97         | \$ 2.586,54         |
| - Depreciaciones                        |                   | \$ 1.437,57         | \$ 1.437,57         | \$ 1.437,57         | \$ 1.070,90         | \$ 1.070,90         |
| - Amortizaciones                        |                   | \$ 204,00           | \$ 204,00           | \$ 204,00           | \$ 204,00           | \$ 204,00           |
| <b>= Utilidad operacional</b>           |                   | <b>\$ 10.439,18</b> | <b>\$ 12.576,94</b> | <b>\$ 14.874,48</b> | <b>\$ 17.708,24</b> | <b>\$ 20.355,21</b> |
| ± Otros gastos                          |                   | \$ 0,00             | \$ 0,00             | \$ 0,00             | \$ 0,00             | \$ 0,00             |
| - Gasto financiero                      |                   | \$ 0,00             | \$ 0,00             | \$ 0,00             | \$ 0,00             | \$ 0,00             |
| <b>= Utilidad antes de part. e imp.</b> |                   | <b>\$ 10.439,18</b> | <b>\$ 12.576,94</b> | <b>\$ 14.874,48</b> | <b>\$ 17.708,24</b> | <b>\$ 20.355,21</b> |
| - 15 % participación trabajadores       |                   | \$ 1.565,88         | \$ 1.886,54         | \$ 2.231,17         | \$ 2.656,24         | \$ 3.053,28         |
| <b>= Utilidad antes de impuestos</b>    |                   | <b>\$ 8.873,31</b>  | <b>\$ 10.690,40</b> | <b>\$ 12.643,31</b> | <b>\$ 15.052,01</b> | <b>\$ 17.301,93</b> |
| - 22 % Impuesto a la renta              |                   | \$ 1.952,13         | \$ 2.351,89         | \$ 2.781,53         | \$ 3.311,44         | \$ 3.806,42         |
| <b>= Utilidad neta del ejercicio</b>    |                   | <b>\$ 6.921,18</b>  | <b>\$ 8.338,51</b>  | <b>\$ 9.861,78</b>  | <b>\$ 11.740,57</b> | <b>\$ 13.495,50</b> |
| + Depreciaciones                        |                   | \$ 1.437,57         | \$ 1.437,57         | \$ 1.437,57         | \$ 1.070,90         | \$ 1.070,90         |
| + Amortizaciones                        |                   | \$ 204,00           | \$ 204,00           | \$ 204,00           | \$ 204,00           | \$ 204,00           |
| Deuda                                   | 7.500,00          |                     |                     |                     |                     |                     |
| - Amortizaciones de la deuda            |                   | \$ 0,00             | \$ 0,00             | \$ 0,00             | \$ 0,00             | \$ 0,00             |
| - Compra del activo fijo                |                   | \$ 0,00             | \$ 0,00             | \$ 0,00             | \$ 0,00             | \$ 0,00             |
| - <b>Inversión inicial</b>              | 18.829,00         |                     |                     |                     |                     |                     |
| - Capital de trabajo                    | 132.984,87        |                     |                     |                     |                     |                     |
| <b>= Flujo de caja del periodo</b>      | <b>144.313,87</b> | <b>\$ 8.562,75</b>  | <b>\$ 9.980,08</b>  | <b>\$ 11.503,35</b> | <b>\$ 13.015,47</b> | <b>\$ 14.770,40</b> |

Elaborado por: Diana Eloisa Ogoño Sánchez

## 5.5 Evaluación.

Después del estudio financiero se procederá a la evaluación financiera que permite conocer si el proyecto es viable y rentable en base a determinados indicadores financieros.

### 5.5.1 Tasa de descuento (TMAR)

La tasa de descuento se utiliza para actualizar los flujos de ingresos y costos futuros del proyecto de inversión, con el fin de expresar el valor monetario de esos flujos en un periodo determinado. (Horngren Charles & Foster George., 2007).

En conclusión la tasa de descuento es la suma de la tasa activa más la tasa pasiva.

**Tabla 58 Tasa de descuento (TMAR)**

|   |        |
|---|--------|
| <b>CALCULO DE LA TASA DE DESCUENTO O TMAR</b> |        |
|   |        |
| <b>TASA ACTIVA</b>                            | 10,21% |
| <b>(+) TASA PASIVA</b>                        | 4,98%  |
| <b>TASA DE DESCUENTO</b>                      | 15,19% |
|   |        |
| <b>CALCULO DEL VALOR PRESENTE NETO (VPN)</b>  |        |

Elaborado por: Diana Eloisa Ogoño Sánchez

**Análisis.-** Con esta evaluación podemos visualizar la tasa mínima aceptable de rendimiento del capital la cual ha sido por criterio de personal del 15,19 % con ella podemos traer los valores futuros a valores presentes.

### 5.5.2 Valor Actual Neto (VAN)

El Valor Actual Neto (VAN) consiste en encontrar la diferencia entre el valor actualizado de los flujos de beneficio y el valor, también actualizado, de las

inversiones y otros egresos de efectivo. Si el valor actual neto (VAN) de un proyecto es positivo, la inversión deberá realizarse y si es negativo, deberá rechazarse. Las inversiones con valores actuales netos positivos incrementan el valor de la empresa, puesto que tienen un rendimiento mayor que el mínimo aceptable.

El VAN es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial. (Jiménez B. Francisco J., 2007).

**Tabla 59 Valor Actual Neto (VAN)**

|                          |           |
|--------------------------|-----------|
| TMAR O TASA DE DESCUENTO | 15,19%    |
| INVERSION                | (-17809)  |
| AÑO 2015                 | 8.562,75  |
| 2016                     | 9.980,08  |
| 2017                     | 11.503,35 |
| 2018                     | 13.015,47 |
| 2019                     | 14.770,40 |
| VAN                      | 37.157,15 |

Elaborado por: Diana Eloisa Ogoño Sánchez

Análisis.- En el cuadro anterior se determina que la vida útil del proyecto tiene un valor actual neto de **\$37.157.15**, de una inversión de \$ 42.477.00 por lo tanto el indicador es aceptable.

### 5.5.3 Tasa Interna de Retorno (TIR)

Horngren Charles & Foster George. (2007). *Contabilidad de Costos* (pp.728). México.: Ediciones Pearson Educación. La TIR Determina la tasa de descuento a la cual el valor presente de los ingresos de efectivo esperados en un proyecto es igual al valor presente de los egresos de efectivo esperados.

La TIR es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial. Es la tasa de descuento por la cual el VAN es igual a cero.

**Tabla 60 Tasa Interna de Retorno (TIR)**

|           |             |
|-----------|-------------|
| INVERSION | (17.809,00) |
| AÑO 2015  | 8.562,75    |
| 2016      | 9.980,08    |
| 2017      | 11.503,35   |
| 2018      | 13.015,47   |
| 2019      | 14.770,40   |
| TIR       | 51%         |

Elaborado por: Diana Eloisa Ogoño Sánchez

Análisis.- la TIR tiene un valor de 51% nos indica que el proyecto es viable porque se encuentra dentro de los parámetros establecidos.

### 5.5.4 Período de Recuperación de la Inversión (PRI)

El período o plazo de recuperación de una inversión es el tiempo que tarda en recuperarse la inversión inicial del proyecto. Cuando los flujos netos de efectivo generados por el proyecto son iguales en cada período. (Ketelhohn Werner., 2004).

El PRI determina el tiempo en años, meses y días en el cual el inversionista recupera el valor invertido.

**Tabla 61 Período de Recuperación de la Inversión (PRI)**

| AÑOS | FLUJOS ACTUALES | FACTOR DE ACTUALIZACION | FLUJOS ACTUALIZADOS | FLUJOS ACUMULADOS |
|------|-----------------|-------------------------|---------------------|-------------------|
| 2015 | 25.036,48       | 0,87                    | 21.734,94           | 21.734,94         |
| 2016 | 25.509,53       | 0,75                    | 19.225,29           | 40.960,24         |
| 2017 | 25.993,20       | 0,65                    | 17.006,52           |                   |
| 2018 | 21.587,60       | 0,57                    | 12.261,55           |                   |
| 2019 | 22.092,85       | 0,49                    | 10.893,76           |                   |

Elaborado por: Diana Eloisa Ogoño Sánchez

Análisis: de los cálculos realizados se determina que la inversión de Creaciones Royce se recuperara en 2 años.

### 5.5.5 Relación Costo Beneficio (RBC)

Por medio de la relación costo beneficio se puede llegar a determinar cuál es el valor o benéfico que tendremos con respecto a cada dólar invertido.

**Tabla 62 Relación Costo Beneficio (RBC)**

| AÑOS |           |
|------|-----------|
|      |           |
| 2015 | 21.734,94 |
| 2016 | 19.225,29 |
| 2017 | 17.006,52 |
| 2018 | 12.261,55 |
| 2019 | 10.893,76 |
|      | 81.122,06 |
| RC/B | 0,90      |

Elaborado por: Diana Eloisa Ogoño Sánchez

**Análisis.-** de los cálculos realizados se desprende que la relación costo beneficio de cada dólar invertido se recuperara \$ 0.90 centavos, el cual es beneficioso para el proyecto.

### 5.5.6 Punto de Equilibrio.

El punto de equilibrio es la igualdad entre los ingresos y los costos, nos ayuda determinar cuál es la cantidad que debemos producir para poder obtener utilidad. Determina el momento exacto donde las ventas cubren exactamente los costos

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costo Fijo}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Unitario}}{\text{Ventas}}}$$

**Tabla 63 Punto de Equilibrio**

| Costos Fijos:             | Valor            |
|---------------------------|------------------|
| Gastos Administrativos    | 12,343.92        |
| Gastos de Ventas          | 2,160.00         |
| Gastos Financieros        | 0.00             |
| <b>TOTAL COSTOS FIJOS</b> | <b>14,503.92</b> |

|                         |       |
|-------------------------|-------|
| Costo Variable unitario | 13.80 |
|-------------------------|-------|

|        |       |
|--------|-------|
| Precio | 18.63 |
|--------|-------|

|      |  |    |   |     |  |
|------|--|----|---|-----|--|
| PE = |  | CF |   |     |  |
|      |  | p  | - | Cvu |  |

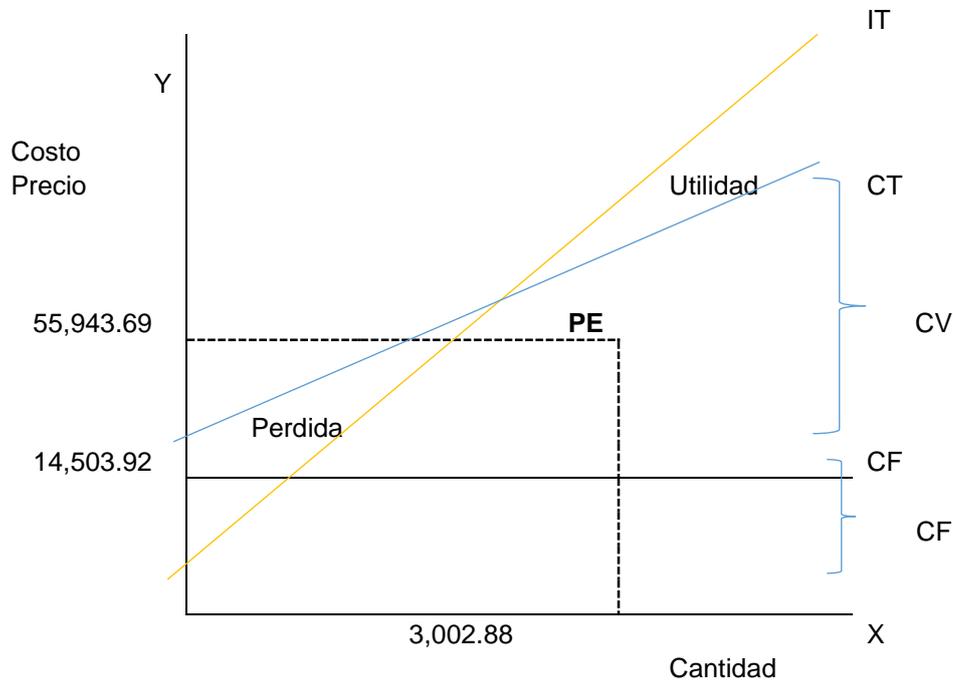
|      |  |           |   |       |  |
|------|--|-----------|---|-------|--|
| PE = |  | 14,503.92 |   |       |  |
|      |  | 18.63     | - | 13.80 |  |

|      |  |           |   |          |   |
|------|--|-----------|---|----------|---|
| PE = |  | 14,503.92 |   |          |   |
|      |  | 4.83      | = | 3,002.88 | u |

**DEMOSTRACION**

|                            |           |
|----------------------------|-----------|
| VENTAS                     | 55,943.69 |
| ( - ) Costo Variable       | 41,439.77 |
| ( = ) Margen Contribucion  | 14,503.92 |
| ( - ) Costo Fijos          | 14,503.92 |
| ( = ) Utilidad Operacional | -         |

**GRAFICO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO**



**Gráfico 25 Punto de Equilibrio**

**5.5.7 Análisis de Índices Financieros.**

Este tipo de análisis no toma en cuenta el valor del dinero a través del tiempo y no están relacionados en forma directa con el análisis de la rentabilidad económica, sino con la evaluación financiera de la empresa. (pag.232) Baca Urbina (2006)

**5.5.7.1 Razón de endeudamiento.**

Señala el grado de endeudamiento del activo total con recursos de terceros.

$$\text{Endeudamiento} = \frac{\text{Pasivo total}}{\text{Activo total}}$$

$$\text{Endeudamiento} = \frac{7500}{151.813,87}$$

$$\text{Endeudamiento} = 0,05$$

**Análisis.-** El grado de endeudamiento del activo total con recursos de terceros es del 0.05%, el cual está dentro de los parámetros normales.

#### 5.5.7.2 Rentabilidad del patrimonio (ROE)

$$\text{Rentabilidad del patrimonio} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Patrimonio}}$$

$$\text{Rentabilidad del patrimonio} = \frac{6921,18}{10439,18}$$

$$\text{Rentabilidad del patrimonio} = 0.60$$

**Análisis.-** La rentabilidad sobre el patrimonio es de un 60%, lo que significa que el patrimonio en los próximos años crecerá.

### 5.5.7.3 Rentabilidad del Activo (ROA).

Señala el grado de rentabilidad de los activos.

$$\text{Rentabilidad del activo} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Total de activos}}$$

$$\text{Rentabilidad del activo} = \frac{6921,18}{151813,87}$$

$$\text{Rentabilidad del activo} = 0,41$$

Análisis.- El grado de rentabilidad sobre el activo es del 0.41% lo que significa que el activo genera una rentabilidad para la empresa.

### 5.5.7.4 Rentabilidad de la Inversión (ROI)

Señala la rentabilidad sobre la inversión realizada por los accionistas o dueños de la empresa.

$$\text{Rentabilidad de la inversión} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Inversión}}$$

$$\text{Rentabilidad de la inversión} = \frac{17654.78}{42477}$$

$$\text{Rentabilidad de la inversión} = 0,42$$

**Análisis.-** la rentabilidad sobre la inversión es del 42%, y se encuentra dentro de los parámetros establecidos.

## CAPÍTULO VI

### Análisis de Impacto

#### 6.1 Impacto Ambiental.

El impacto ambiental que generara Creaciones Royce se dan en los distintos procesos de fabricación de prendas de vestir generan una serie de residuos y emisiones que afectan significativamente al medio ambiente. Es importante conocer el impacto ambiental producido para tratar, siempre que sea posible, de minimizarlo.

Sin embargo las Materias primas son fibras naturales que se obtienen mayoritariamente de explotaciones agrarias intensivas. Esto implica el uso de fertilizantes y plaguicidas químicos, perjudiciales tanto para nuestra salud, como para el equilibrio ecológico de las tierras de cultivo.

Las fibras artificiales proceden de industrias químicas, que vierten residuos contaminantes a los ríos y a la atmósfera. Las fibras sintéticas, además, son derivadas del petróleo, un recurso no renovable y que genera un impacto ambiental enorme, sobre todo por su contribución al cambio climático. La mayor problemática, desde el punto de vista ambiental, es el PVC.

---

Inevitablemente, después de un determinado período de uso, llega un momento en que una pieza de ropa ya no se puede usar para vestir. Sin embargo, el tejido del que está hecha es un recurso material que sí puede ser útil.

Si tiramos la ropa a la basura, estamos desaprovechando este recurso. La ropa acabará probablemente en un vertedero o en una incineradora. Aunque parezca que desaparece, no es así, puesto que la materia no se crea ni se destruye, sino que se transforma.

En un vertedero, la ropa contribuirá a agrandar el montón de basura, hasta que se descomponga, si es de fibras naturales, después de muchos años. En una incineradora, se convertirá en ceniza y humo que, según cuales sean los componentes del tejido, pueden ser contaminantes y tóxicos y, por tanto, perjudiciales para la salud de los seres vivos y del medio ambiente.

## **6.2 Impacto Económico.**

El presente proyecto representará un impacto económico por que creará campos laborales, estos empleados demandarán salarios que para la empresa representaría un gasto, a su vez los mismos empleados demandan servicios que ofrecen las empresas por lo cual pagan un precio, convirtiéndose así en un ingreso para el establecimiento; a este proceso se lo conoce como ciclo económico.

Tiene un impacto positivo en el aspecto económico ya que por el hecho de estar en un sector que tiene un gran desarrollo tendrá gran demanda y por

---

consecuencia el desarrollo económico de sus habitantes se verá incrementado por el desarrollo de actividades productivas involucradas en este tipo de negocio.

### **6.3 Impacto Productivo.**

Creaciones Royce, tiene gran impacto en el campo productivo ya que es un servicio que requiere de otros sectores de la producción para su ejecución. El impacto además de ser grande es positivo ya que la productividad genera grandes ganancias en las organizaciones.

El campo productivo se ve afectado por, la inestabilidad del marco regulatorio en materia ambiental y la materia prima produciendo incertidumbre jurídica y técnica, ya que estos acontecimientos pueden influir en los costos del servicio, las acciones que se tomaran para ello es fortalecer en los costos operaciones.

### **6.4 Impacto Social**

Creaciones Royce, para evitar los problemas de la empresa considera necesario e imprescindibles trabajar con proveedores registrados y legalmente constituidos que estén ejerciendo sus actividades apegados a las normas y políticas de nuestro país.

Se orienta a cubrir y generar ingresos para el país por medio de los impuestos, uno de los objetivos fundamental es reducir los índices de desempleo, ofreciendo una mejora en la calidad de vida por lo cual ayudaría al desarrollo del país.

## CAPÍTULO VII

### Conclusiones y Recomendaciones

#### 7.1 Conclusiones.

En el estudio realizado “CREACIONES ROYCE” busca el cuidado ambiental utilizando herramientas avanzadas que reduzcan la contaminación y la optimización de recursos que se utilizan en la confección de las prendas de vestir, se cumple el objetivo n.- 7 del Plan Nacional del Buen Vivir.

Por medio del análisis del ambiente tanto interno como externo llegamos a la conclusión que los factores económicos son favorables para la implementación del proyecto, es así que puede observarse una inflación no muy alta y tasas de interés consecuentes de una economía estable; así mismo se puede observar una política con altos grados de apoyo a la micro empresa principalmente en los últimos años.

Gracias al estudio de mercado expresa que las prendas de vestir especiales para niños con displasia de caderas, tendrías alta acogida por los clientes así mismo la plaza que se desea utilizar tiene un gran nicho de mercado el cual puede aprovecharse dada la aceptación que éste ha reflejado en las encuestas realizadas.

Por medio del estudio técnico se ha escogido la ubicación adecuada para que genere rentabilidad al proyecto, contribuyendo así a generar mayor eficiencia en el servicio.

La parte del estudio financiero refleja datos positivos en el cual la TMAR arroja un resultado de 15,19% ; por otro lado la TIR expone un porcentaje de rendimiento sobre la recuperación de la inversión del ( 51 %), ello permite mayor atractivo para invertir. Por su parte el costo beneficio representa \$0.90 centavos por cada dólar invertido, llegando a la conclusión que el proyecto es viable para su implementación.

## **7.2 Recomendaciones.**

Que se utilicen al máximo los recursos para la generación de productos de calidad y no existan desperdicios de materia prima en la generación de los mismos.

Que se generen fuentes de empleo sostenibles para la reducción del desempleo en el Ecuador y de esa manera disminuir la pobreza, la delincuencia y la mendicidad que afecta al Ecuador.

Adaptarse a la tecnología como un parámetro positivo para el desarrollo de las industrias ya que con el cambio de la Matriz Productiva las empresas ecuatorianas deben ser más competitivas y desarrolladas.

---

### Bibliografías.

- Bertoglio, O.J., (2009) *Anatomía de la empresa*, Editorial Linusa S.A: de C.V: Mexico,(p.p 21)
- Billene Ricardo. (2006). *Análisis de costos II* (pp.149). Argentina.: Ediciones Jurídicas Cuyo.
- Cardozo C. Hernán. (2006). *Auditoría del sector solidario* (pp.291). España.: Ecoe Ediciones.
- Cuevas Francisco. (2004). *Control de Costos y Gastos* (pp.150).México.: Ediciones Editorial Limusa.
- Defeo Omar. (2006). *Asistencia microempresarial a través del servicio social universitario* (pp.157).México.: Ediciones Anuies.
- Fernández Ángel. (2008). Concepto y metodología, *Investigación y técnicas de mercado* (2ª. Ed., pp.19). Madrid.: Editorial ESIC.
- Ferré Trenzano, J.M & Ferré Nadal, J. (2010). Determinación de los objetivos de investigación, *Los Estudios de Mercado* (2ª. Ed., pp.111). Madrid.: Editorial Ediciones Díaz de Santos.
- Fisher L. & Espejo J. (2004). *Mercadotecnia* (3ª. Ed., pp.24). Madrid.: Editorial Mc Graw Hill.
- Fleitman, Jack,(2010), *Negocios Exitosos*, Editorial McGraw-Hill,(p.p 246)
- Fullana Belda Carmen & Paredes Ortega José. (2009) *Manual de contabilidad de costes*, (4ª. ed., pp. 47). España.: Editorial Delta Publicaciones.

- 
- García P. Mercedes & Jorda L. Josep. (2004). *Dirección financiera* (pp.169).Barcelona.: Ediciones Univ. Politèc. De Catalunya.
  - Geertz, C. J (2002), *la interpretación de las culturas*, España. Editorial Paidós.
  - Grande Ildefonso & Abascal Elena. (2008). *Análisis de encuestas*. (2ª. Ed., pp.23). España.: Editorial ESIC.
  - Glenn A. W., (2005) *Proceso administrativo, Presupuestos: planificación y control*, Editor Pearson Educacion, (p.p 19).
  - Horngren Charles & Foster George. (2007). *Contabilidad de Costos* (pp.728).México.: Ediciones Pearson Educación.
  - Hamilton Wilson Martin & Pezo Paredes Alfredo. (2009) *Formulación y evaluación de proyectos tecnológicos empresariales aplicados*, (147ª. ed., pp. 83). Colombia.: Editorial ISBN.
  - Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social. (2009) *Guía para la presentación de proyectos*, (7ª. ed., pp. 94). México.: Editorial ISBN.
  - International Labour Organization, (2008). Valor del balance como fuente de información, *Como interpretar un balance* Segunda edición (2ª, ed., p.p 207)
  - Icart Isern M. T. & Isaz Gallego C. (2008). *Sujetos del Estudio, Elaboración y presentación de un proyecto de investigación y una Tesina* (2ª. Ed., pp.56). Barcelona.: Editorial ISBN Ediciones Universitat Barcelona.
  - Jiménez B. Francisco J. (2007). *Ingeniería Económica* (pp.81).Costa Rica.: Ediciones Editorial Tecnológica de CR.

- 
- Ketelhohn Werner. (2004). *Inversiones* (pp.52).Bogotá.: Ediciones Editorial Norma.
  - Larrote Estrada E. (2006). *Teoría general de sistemas aplicada a la solución integral de Problemas*. (2ª. Ed., pp. 25). Colombia.: Editorial Universal del Valle.
  - MailxMail.com, 2013.
  - Mollá Descals A. & Berenguer Contrí G. (2008). Estrategia de marketing y comportamiento del consumidor, *Comportamiento del consumidor* (1ª. Ed., pp.14). Barcelona.: Editorial UOC.
  - Ortiz, O.L., (2001) La teoría, la política y las instituciones, *El dinero*, UNAM.
  - O'Meara Bautista Gloria (2008) *Estrategias de producción y mercado para los servicios*. (2ª. Ed., pp. 68) España.: Editorial ESIC.
  - Orton Bib. (2008). *Memoria del segundo taller de Contabilidad – Estados Financieros* (pp.37).
  - Plata Rueda, E. & Leal Quevedo, F.J. (2002) Motivos de consulta más frecuentes en ortopedia infantil, *El pediatra eficiente* (6ª. ed., pp. 540). Bogotá.: Editorial Medica Panamericana.
  - Philip Kotler & Lane Keller Kevin. (2008) *Dirección de Marketing*. (12ª. Ed., pp.105) Mexico.: Editorial PEARSON.
  - Ramírez Elbar &Cajigas Margot. (2010) *Proyectos de inversión competitivos*, (1ª. ed., pp. 159). Colombia.: Editorial ISBN.
  - Rincón Carlos & Lasso Giovanni. (2012). *Contabilidad siglo XXI* (pp.177). España.: Ediciones Ecoe ediciones.

- Ruiz García, Aida. (2002) *Migración oaxaqueña, una aproximación a la realidad*. Oaxaca: Coordinación Estatal de Atención al Migrante Oaxaqueño, (p.13)
- Rubio Domínguez Pedro, (2006) *Manual de análisis financiero* (pp.2). Editorial ISBN ED.
- Secot. (2010). Displasia del desarrollo de la cadera, *Manual de cirugía ortopédica y traumatología* (6<sup>a</sup>. Ed., pp.1085). España.: Editorial Medica Panamericana.
- Slideshare, 2010
- Yuni José & Urbano Claudio. (2009). *Técnicas para investigar y formular proyectos de investigación*. (2<sup>a</sup> Ed., pp.33). Argentina.: Editorial Brujas.

---

## ANEXOS.

