Universidad del Azuay

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

"Proyecto de Prefactibilidad para el Montaje de una Productora y Comercializadora de Jeans para hombre"

Trabajo de graduación previo a la obtención del título de:
Ingeniero Comercial

Autores: **Fabian Orlando Figueroa Pinos.**
Luis Alberto Mogrovejo Landívar

Director: **Econ. Lenin Zúñiga**

Cuenca - Ecuador
2010

DEDICATORIA

Primeramente esta monografía va dedicada a Dios por ser la luz que guió mi camino para poder alcanzar mis metas trazadas, a mis padres quienes supieron guiarme por el camino correcto, enseñándome sus valores y principios y por apoyarme incondicionalmente cuando más lo he necesitado, a mis hermanos quienes me supieron apoyar en toda mi vida universitaria. A todos mis amigos y compañeros quienes me extendieron una mano cuando lo requería, gracias a todos ellos y por el cariño y afecto que los tengo va dedicada esta monografía.

Atte. Fabian Figueroa Pinos.

DEDICATORIA

Esta Monografía la dedico principalmente a Dios quien nos ha dado la vida junto con las aptitudes que nos caracterizan; a mis padres por el apoyo brindado durante estos cuatro años de estudio en donde existieron buenos y malos momentos en los cuales nunca faltó su respaldo incondicional; y finalmente a mis hermanas quienes con su experiencia supieron darme sus consejos en algunas circunstancias de la vida estudiantil.

Atte. Luis Mogrovejo Landívar.

AGRADECIMIENTO

Principalmente quisiéramos agradecer al Econ. Lenin Zúñiga, director de nuestra monografía, quien supo guiarnos en todo este camino, brindándonos todo sus conocimientos, además quisiéramos agradecer a todos nuestros profesores quienes nos han brindado su sabiduría en todo el transcurso de nuestra vida estudiantil para que de esta manera pudiéramos culminar este trabajo. Un agradecimiento especial a nuestro compañero Sr. Xavier Reino quien supo ayudarnos en algunos momentos en los que requeríamos un poco de orientación. Además agradecemos al Sr. Ángel Figueroa y Sra. Rosa Pinos quienes nos facilitaron información importante por su experiencia en el área textil lo que fue importante para la elaboración de la presente monografía. Por último quisiéramos agradecer al Decano de la Facultad Econ. Luis Mario Cabrera y al director del Curso de Graduación Econ. Carlos Jaramillo quienes han hecho que todo este programa se haya desarrollado con éxito.

Índice de Contenidos

CAPÍTULO 1: ESTUDIO DE GENERALIDADES Y OBJETIVOS 3
1.1. Estudio de Generalidades 3
1.1.1. Nombre del Proyecto 3
1.1.2. Idea 3
1.1.3. Antecedentes 3
1.1.4. Tipo de Proyecto 4
1.1.4.1. Área de Actividad 5
1.1.4.2. Código CIIU 5
1.1.5. Constitución Jurídica 5
1.1.6. Localización 7
1.1.7. Relaciones con otras empresas 7
1.1.8. Justificación de la Vida Útil 8
1.1.9. Duración del Ciclo del Proyecto 8
1.1.10. Elementos de Planeación Estratégica 9
1.1.10.1. Misión 9
1.1.10.2. Visión 10
1.1.10.3. Objetivos 10
1.1.10.4. Políticas 10
1.1.10.5. Estrategia 11
1.1.11. Estructura Organizativa 12
1.1.11.1. Perfil de los Socios 12
1.1.11.2. Organigrama de las Áreas Funcionales 13
1.1.11.3. Descripción de las Áreas Funcionales 14
1.1.11.3.1. Gerencia 14
1.1.11.3.2. Área de Trazado y Corte 14
1.1.11.3.3. Área de Producción 14
1.1.11.3.4. Área de Comercialización 15
1.1.11.3.5. Área Financiera 15
1.1.12. Formuladores del Proyecto 15
1.1.13. Aporte Patrimonial 16
1.2. Estudio de Objetivos 16

1.2.1. Objetivo del Proyecto y de la Formulación 16
CAPÍTULO 2: ESTUDIO DE MERCADO 17
2.1. Análisis del Producto 17
2.1.1. Tipo de Producto y Unidad del Producto 17
2.1.2. Caracterización del Producto 17
2.1.2.1. Líneas de Producto 17
2.1.2.2. Estilo 18
2.1.2.3. Cualidades 18
2.1.2.4. Uso 18
2.1.2.5. Perfil General del Cliente Objetivo 18
2.1.2.6. Tallas 20
2.1.2.7. Materiales 20
2.1.2.8. Colores 21
2.1.2.9. Etiqueta y Empaque 23
2.1.2.10. Recomendaciones sobre el Producto 25
2.1.2.11. Servicios Adicionales 25
2.1.2.11.1. Características del Producto 26
2.1.2.11.2. Servicio de Entrega 27
2.1.2.12. Ubicación del Local y Taller 27
2.1.2.12.1. Exhibición del Producto 29
2.1.2.13. Fotos de las Líneas del Producto 29
2.1.2.14. El Ciclo de Vida del Producto 29
2.2. Análisis de Demanda 31
2.2.1. Cobertura 31
2.2.2. Segmento 31
2.2.3. Cuantificación del Segmento 31
2.2.4. Encuesta al Segmento y Determinación de la Demanda 35
2.3. Análisis de la Competencia 39
2.3.1. Competidores Directos 40
2.3.2. Competidores Indirectos 41
2.4. Análisis de Precio 44
2.5. Análisis de Comercialización 45
2.6. Otros Análisis 46

2.6.1. Marca 46
2.6.2. Logo 46
2.6.3. Plan de Atracción 47
2.6.3.1. Lanzamiento 47
2.6.3.2. Publicidad 48
CAPÍTULO 3: ESTUDIO TÉCNICO 49
3.1. Análisis del Proceso de Producción 49
3.1.1. Actividades del Proceso de Producción 49
3.1.1.1. Flujograma del Proceso de Producción Estandarizado 50
3.1.1.2. Descripción de las Actividades del Proceso de Producción Estandarizado 51
3.2. Análisis de Recursos 54
3.2.1. Matriz de Recursos del Proceso Estandarizado 54
3.2.2. Descripción de Recursos 55
3.2.2.1. Descripción de Recursos de Inventario 55
3.2.2.2. Descripción de Recursos de Operación 56
3.2.2.2.1. Talento Humano 56
3.2.2.2.2. Materia Prima 56
3.2.2.2.3. Insumos 57
3.3. Análisis de Tamaño 58
3.4. Análisis de Localización 60
3.4.1. Macrolocalización 60
3.4.2. Microlocalización 60
3.4.2.1. Factores Relevantes: 61
3.4.2.2. Opciones a elegir para la Localización Micro 61
CAPÍTULO 4: ESTUDIO FINANCIERO 62
4.1. Análisis de Inversiones 62
4.1.1. Inversiones Fijas 62
4.1.2. Inversiones Diferidas 64
4.1.3. Inversiones de Capital de Trabajo 65
4.1.4. Inversión Total 66
4.2. Análisis de Financiamiento 67
4.2.1. Fuentes Propias 67

4.2.2. Fuentes Externas 67
4.3. Análisis de Ingresos 67
4.3.1. Ingresos Operacionales 68
4.3.2. Ingresos No Operacionales 68
4.4. Análisis de Egresos 69
4.4.1. Costo de Producción 69
4.4.2. Gasto Administrativo 71
4.4.3. Gasto de Ventas 73
4.4.4. Gasto Financiero 74
4.5. Análisis de Rentabilidad 74
4.5.1. Crecimiento del Costo y Tiempo de Mano de Obra, con su respectivo aumento en la Producción 76
4.5.2. Crecimiento del Costo de Materia Prima, Materiales Generales e Insumos 81
4.5.3. Crecimiento de los Gastos Administrativos 83
4.5.3.1. Arriendo 83
4.5.3.2. Servicios Básicos 83
4.5.3.3. Sueldos 84
4.5.3.4. Varios 90
4.5.4. Crecimiento de los Gastos de Ventas 90
4.5.5. Gastos de Depreciación de Maquinaria 91
4.5.6. Resumen de Costos y Gastos 92
4.5.7. Flujo de Caja Proyectado 93
4.5.7.1. VAN y TIR 96
CAPÍTULO 5: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 97
5.1. Conclusiones 97
5.2. Recomendaciones 99
BIBLIOGRAFÍA 100
ANEXOS 101
ANEXO 1: POBLACIÓN TOTAL DE CUENCA 102
ANEXO 2: PROYECCIÓN PARA EL 2010 DE LA POBLACIÓN DE HOMBRES EN LA ZONA URBANA Y RURAL DE CUENCA 106
ANEXO 3: POBLACIÓN TOTAL POR CONDICIÓN DE ACTIVIDAD SEGÚN SEXO Y GRUPOS DE EDAD 107

ANEXO 4: PROYECCIÓN PARA EL 2010 DE LA POBLACIÓN DE HOMBRES EN LA ZONA URBANA DE CUENCA 108
ANEXO 5: PROYECCIÓN PARA EL 2010 DE HOMBRES ENTRE 18 Y 39 AÑOS EN LA ZONA URBANA DE CUENCA 109
ANEXO 6: POBLACIÓN E INGRESOS ANUALES SEGÚN SEXO Y EDAD 110
ANEXO 7: PROYECCIÓN PARA EL 2010 DE HOMBRES ENTRE 18 Y 39 AÑOS EN LA ZONA URBANA DE CUENCA DE CLASE MEDIA Y MEDIA-ALTA 111
ANEXO 8: DISEÑO Y OBJETIVOS DE LA ENCUESTA 112
ANEXO 9: ENCUESTA 117
ANEXO 10: RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS EN VALORES Y PORCENTAJES. 119
ANEXO 11: DEPRECIACIÓN DE LAS MÁQUINAS NUEVAS 121
ANEXO 12: VALOR RESIDUAL DE CADA MÁQUINA POR ADQUISICIÓN ANUAL 123
DISEÑO DE LA MONOGRAFIA 124

RESUMEN

La presente monografía tiene como principal objetivo formular y evaluar el proyecto de Prefactibilidad para el Montaje de una Productora y Comercializadora de Jeans para hombre, cuya denominación comercial es A.R. JEANS.

A.R. JEANS se dedicará a la producción y comercialización de Jeans para hombre dentro de un segmento de mercado específico correspondiente a la zona urbana de la ciudad de Cuenca.

La metodología utilizada para el análisis del proyecto consiste en la realización de cuatro estudios que son: Estudio de Generalidades y Objetivos, Estudio de Mercado, Estudio Técnico y Estudio Financiero que determinarán la vialidad del proyecto.

La idea surgió por dos personas con experiencia en el área textil de la Ciudad, quienes buscan explotar sus destrezas y de esta manera generar utilidades con la implantación de esta productora.

ABSTRACT

This monographic work's main objective is to formulate and evaluate a pre-feasibility project for the installation of a production and trading company of men's jeans, which brand name would be A.R. JEANS.

A.R. JEANS would manufacture and trade men's jeans within a specific market segment corresponding to the urban area of the city of Cuenca.

The methodology used for the analysis of the project consists of four market researches: Generalities and Objectives, Marketing, Technical Research, and Financial Research. These will determine the feasibility of the project.

The idea was given by two people who have some experience in the textile area in the city of Cuenca; they are trying to take advantage of their knowledge and skills for generating profits by installing this company.

INTRODUCCIÓN

Hoy en día, la falta de fuentes de trabajo en el Ecuador ha ocasionado que personas con buenas capacidades intelectuales y artesanales busquen sustentos en distintos países del mundo, pues lamentablemente es difícil encontrar empleo a nivel local por varias razones como la falta de oportunidades.

Las personas deberían hacer conciencia y arriesgarse a poner en práctica sus habilidades y destrezas, desarrollando nuevas ideas de negocios por medio del cual tendrían ingresos necesarios para sus familias y de esta forma crear nuevas plazas de trabajo.

Una persona emprendedora es aquella que encuentra cierta oportunidad que es analizada para posteriormente organizar los recursos necesarios y ponerla en práctica. Este término es utilizado para personas creadoras de sus propios negocios o alguien que forma una organización por sus propios medios con el fin de obtener beneficios.

En este caso existió una propuesta por parte de dos artesanos quienes se arriesgan a implantar una empresa productora y comercializadora de Jeans para hombre dentro de la ciudad de Cuenca; estas personas tienen conocimientos de la industria debido a que han formado parte de esta área en distintas empresas textiles durante varios años.

El segmento de mercado al cual está dirigida esta empresa es a hombres mayores de edad dentro de clase social media y media-alta de la zona urbana de la ciudad de Cuenca.

El principal objetivo de esta monografía es evaluar la información obtenida mediante los estudios realizados que son: Estudio de Generalidades, Estudio de Mercado, Estudio Técnico y Estudio Financiero los que permiten determinar si el proyecto es factible o no.

Por medio de este trabajo, se puede dar cuenta que no es necesario la inversión de enormes cantidades de dinero y maquinaria, ya que con suficientes recursos propios debidamente administrados podría ser rentable.

Además A.R. JEANS demuestra que gracias a la buena utilización de sus recursos económicos, materiales e intelectuales; pues finalmente obtiene buenos resultados financieros los cuales se reflejan en su nivel de rentabilidad.

CAPÍTULO 1: ESTUDIO DE GENERALIDADES Y OBJETIVOS

1.1. Estudio de Generalidades

1.1.1. Nombre del Proyecto

Montaje de una Productora y Comercializadora de Jeans para hombre llamada comercialmente: "A.R. JEANS".

1.1.2. Idea

La idea surgió de dos personas artesanas dedicadas al área textil, ambas con experiencia en este campo. Juntos tienen la idea de emprender un negocio que explote sus capacidades en la elaboración y comercialización de Jeans, tomando en cuenta la demanda que ha tenido este producto en las últimas décadas.

En el sector textil cuencano, existen oportunidades de trabajo que podrían ser aprovechadas, se buscará combinar los recursos disponibles y las habilidades artesanales y comerciales para implantar en el mercado cuencano una productora y comercializadora de Jeans para hombre por lo que se realizará un estudio de prefactibilidad para brindar al público un producto exclusivo.

El proyecto pretende ser un emprendimiento innovador, sostenible y sobre todo rentable que explote al máximo las aptitudes de los jóvenes artesanos.

1.1.3. Antecedentes

La empresa se dedicará a la fabricación y comercialización de Jeans para el sexo masculino en la ciudad de Cuenca, los cuales se caracterizan por su exclusividad y originalidad.

La estrategia que será utilizada por la empresa A.R. JEANS consistirá en el asesoramiento y especialmente la atención que se brinda al consumidor final la cual ayudará a la mejor elección del pantalón que más se ajuste a su preferencia y medida como también a su personalidad; brindando una mejor presentación del hombre ante la sociedad.

Se realizará el Estudio de Mercado a fin de permitir conocer los gustos y preferencias de los hombres en la ciudad de Cuenca, los mismos que se podrán tomar como referencia para tener una visión clara con la intención de satisfacer las necesidades del segmento a investigar. Luego de finalizar el estudio anterior y haber obtenido los resultados necesarios, se procederá a efectuar el Estudio Técnico el cual permitirá determinar una función de producción que servirá para optimizar el uso de recursos y de esta manera se podrá efectuar un plan de producción de los Jeans para hombre.

Por último se realizará un Estudio Financiero, a través del cual será posible la identificación de los ingresos y egresos aplicables a la ejecución del proyecto y en consecuencia la rentabilidad adecuada para los inversionistas.

1.1.4. Tipo de Proyecto

La clasificación del tipo de proyecto para A.R. JEANS es la siguiente:

- **En base a los Objetivos:** El proyecto a realizar es Privado puesto que los inversionistas buscan maximizar sus utilidades.

- **Por la Actividad que realiza:** El proyecto será de tipo Industrial que consiste en el proceso de transformación de la materia prima en producto terminado, con el uso intensivo de máquinas y herramientas.

  Así mismo, de acuerdo a la actividad que realiza, el proyecto será de tipo Artesanal debido a que a más del uso de la maquinaria, interviene el uso intensivo de la mano de obra al igual que la creatividad de las personas.

- **Por su tipo de Operación:** El proyecto será de tipo Continuo puesto que la producción de los Jeans será efectuada durante todo el ejercicio económico, además el nivel de ventas mostrará variaciones a lo largo de los meses del año y estas variaciones no son de mucha consideración.

1.1.4.1. Área de Actividad

A.R. JEANS se encontrará dentro del área de la actividad económica Secundaria, ya que esta empresa se centrará en la transformación de la materia prima en productos terminados.

La actividad económica Secundaria se aplica a todo tipo de transformación, tanto Industrial como Artesanal. Según esta clasificación, la empresa se encontrará dentro de la actividad Artesanal cuya definición es: "De modo general artesano es todo trabajador manual que produce objetos, presta servicios en su taller artesanal con el auxilio de herramientas."[1]

1.1.4.2. Código CIIU

La Productora y Comercializadora de Jeans para hombre A.R. JEANS se encuentra clasificado según el Código Internacional Industrial Uniforme (CIIU) con el número 181 que se refiere a "FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR, EXCEPTO PRENDAS DE PIEL"[2], el cual se integra dentro de las Industrias Manufactureras en las divisiones del 15 al 37 en el numeral 18 del CIIU.

1.1.5. Constitución Jurídica

La empresa A.R. JEANS estará formada jurídicamente por dos accionistas, por lo que el proyecto es catalogado como Societario.

[1] http://www.jnda.gov.ec/Jnda/index.php/the-news/79
[2] http://quimbaya.banrep.gov.co/servicios/saf2/BRCodigosCIIU.html

La socia, Rosa Enriqueta Pinos Bermeo con el RUC# 0101456572001 está calificada como Artesana dentro de la Ley de Defensa del Artesano. Los beneficios obtenidos por parte de esta calificación según la Codificación de la Ley de Defensa del Artesano, son los siguientes:

1. "Acogerse a los planes, programas y proyectos de la Junta Nacional de Defensa del Artesano.
2. Recibir asistencia técnica para la organización, capacitación, formación, titulación, clasificación y profesionalización.
3. Ser beneficiario de proyectos de capacitación para la competitividad, producción y comercialización, incluyendo alternativas de exportación.
4. Demanda preferencial de productos y servicios artesanales por parte del sector al público.
5. Exoneración de impuestos al capital en Giro-Activos totales.
6. Exoneración de alcabalas relacionadas con la transferencia de dominio de inmuebles destinados a talleres artesanales.
7. Exoneración de patentes y adicionales.
8. Exoneración de impuestos a las exportaciones de artesanías.
9. Declaración del IVA con tarifa 0.
10. Préstamos de fomento productivo con tasas preferenciales a largo plazo.
11. Seguro social para el maestro de taller, operarios, aprendices y familias.
12. Las organizaciones artesanales y los maestros de talleres están exonerados del pago de décimos, fondos de reserva, utilidades y bonificación complementaria a favor de operarios y aprendices.
13. Tratamiento preferente parea importación de maquinaria o materia prima que no se produce en el país.
14. Todo artesano está en le deber de conocer sus derechos, comprenderlos y defenderlos, es por eso que se transcribió el Art. 154 del Reglamento a la Ley de Régimen Tributario Interno."[3]

[3] http://www.jnda.gov.ec/Jnda/index.php/the-news/76-beneficios

1.1.6. Localización

País: Ecuador.
Provincia: Azuay.
Ciudad: Cuenca.
Zona: Urbana.
Parroquia: San Blas.
Dirección: Hurtado de Mendoza 8-96 y Río Palora esquina.
Teléfono: 2806-876
Celular: 096823238
E-mail: a.r.jeans@hotmail.com

1.1.7. Relaciones con otras empresas

La empresa contará con un proveedor principal ubicado en la ciudad de Cuenca llamada MODATEX, esta empresa importa tela de excelente calidad fabricada en Brasil.

Se podrá hacer un convenio entre ambas empresas con el fin de que A.R. JEANS y MODATEX obtengan un beneficio mutuo, el cual consistirá en adquirir la materia prima únicamente de dicho proveedor el cual ofrece descuentos de un 5% en compras al por mayor.

La compra de la maquinaria para la fabricación de los Jeans al contado, se realizará en el local del Sr. Marcelo Quinde y SCI Servicio Técnico del Sr. Segundo Criollo, los cuales brindan máquinas de buena calidad con garantía de 2 años por cada máquina.

SCI Servicio Técnico, además de proveer de maquinaria, brinda insumos necesarios para la producción del Jean como los hilos.

Se cuenta también con otro proveedor muy importante el Sr. Antonio Flores que brindará insumos como cierres, botones, remaches y etiquetas para el Jean, los pagos se realizarán al contado, obteniendo un 5% de descuento, ya que se realizará un convenio con dicho proveedor en la compra de estas materias al por mayor.

Además para el proceso de teñido, lavado y procesado del Jean, se contará con los servicios de la empresa TINTEX San José, la encargada del tinturado, encimado, frosteado, nevado, prelavado y estoneado de los Jeans.

1.1.8. Justificación de la Vida Útil

La vida útil del proyecto está en función de los recursos necesarios para su ejecución; que está conformado por maquinaria que será utilizada por A.R. JEANS, las cuales se enumeran a continuación:

- Máquinas Industriales Recta y Doble Aguja que sirven para el armado de las piezas de Tela. Vida Útil: 10 años.
- Máquina Overlock sirve para cerrar la tela de bolsillo y para los filos de la tela para que no se deshile. Vida Útil: 10 años.
- Máquina Pretinadora que sirve para unir la pretina en el resto pantalón. Vida Útil: 10 años.
- Planchas Industriales: 10 años de Vida Útil.
- Máquina Atracadora para ajustar con seguridad el pasador a la pretina: 10 años de Vida Útil.
- Máquina Cortadora de tela: 10 años de Vida Útil.

1.1.9. Duración del Ciclo del Proyecto

El Ciclo del Proyecto se establece en dos etapas las cuales están divididas en seis fases, las mismas que serán detalladas a continuación:

- **Etapa de Pre-inversión**: Es aquella que se da antes de las inversiones del proyecto y consta de tres fases, las cuales en el caso de la empresa, el tiempo empleado es el siguiente:

  - Identificación de la Idea: 1 semana.
  - Formulación: 3 meses.
  - Evaluación Ex-ante: 2 semanas.

- **Etapa de Inversión**: Esta fase es en la que se realizan las inversiones del proyecto para su desarrollo, aquí se llevará a cabo las actividades y tareas del proyecto con los recursos asignados, tratando de cumplir los objetivos propuestos en un plazo previsto. El tiempo asignado para A.R. JEANS es el siguiente:

  - Fase de Inversión: 3 meses.
  - Fase de Operación: 10 años.
  - Evaluación Ex-post: 1 mes.

1.1.10. Elementos de Planeación Estratégica

1.1.10.1. Misión

Producir y comercializar Jeans para hombre, brindando un producto que satisfaga las necesidades y expectativas de los clientes. Introducirse en el mercado artesanal, brindando Jeans con buenos atributos para de esta manera poder generar rentabilidad y sostenibilidad en beneficio de los propietarios y colaboradores.

1.1.10.2. Visión

A.R. JEANS busca desarrollarse y crecer dentro del mercado local, siendo una empresa que vista al hombre con Jeans de calidad y de esta forma poder desarrollar nuestra imagen a nivel nacional, así como la apertura de nuevos segmentos de mercado como el femenino tratando de ser la opción favorita del consumidor final.

1.1.10.3. Objetivos

- Comercializar 4.074 Jeans para hombre en la ciudad de Cuenca, en el primer año de vida de la empresa e incrementar las ventas de acuerdo a la capacidad instalada de la empresa ya que año a año se adiciona una costurera y una máquina más.
- Mejorar continuamente el proceso de producción estandarizado, mediante planificación, organización y control.
- Analizar anualmente los Jeans que más acogida causaron y que mayor utilidad dieron para poder analizar la posibilidad de crear sucursales dedicadas especialmente a la venta de estos Jeans.
- Contratar personal debidamente capacitado en el área de atención al cliente a fin de brindar un excelente servicio, y asesoría de las prendas que más se ajusten a su personalidad.
- Aliarse con proveedores de materia prima para de esta manera minimizar los costos con el fin de obtener precios competitivos en el mercado, lo cual se busca con la empresa MODATEX que brindará la tela Índigo para el Jean.

1.1.10.4. Políticas

- Las ventas a clientes se efectuarán al contado.
- Si al finalizar el periodo económico, se obtiene utilidades, se repartirá el 50% entre los socios, y el restante 50% para el mejoramiento de la empresa.
- Los pedidos de los Jeans por parte de los clientes serán entregados en el tiempo establecido por las dos partes.

- El pago a los trabajadores se realizará al final de cada mes.
- Realizar un control y mantenimiento de máquinas continuamente por parte de sus fabricantes y de esta manera evitar cualquier paralización de la producción, por culpa de la maquinaria.
- Se exigirá a los trabajadores su asistencia con sus respectivos uniformes y prendas de seguridad en el área de producción.
- Los Jeans serán distribuidos a todos los clientes dentro de la ciudad en el vehículo que provee uno de los inversionistas de la empresa, quien va ser el encargado de transportar para que lleguen a su destino sin daños y a tiempo.
- Conservar el flujo de caja positivo.

1.1.10.5. Estrategia

A.R. JEANS implantará estrategias de diferenciación. "Lo cual tiene como objetivo que las unidades empresariales se centren en el mercado y el consumidor, presentando ofertas diferenciadas y visiblemente superiores a los de la competencia; se podría decir, que la empresa tiende a crear una situación de competencia monopolística donde tenga un poder de mercado debido al componente distintivo."[4].

La empresa A.R. JEANS tratará de atraer a los posibles clientes a través de pantalones, el producto está principalmente dirigido a los hombres entre las edades de 18 a 39 años en la zona urbana de la ciudad de Cuenca de la clase media y media-alta que les interese esta clase de producto; por lo que la estrategia de diferenciación que adoptará es a través de los servicios asociados, que constan de lo siguiente:

- La calidad de atención al cliente para atraer mayor cantidad de compradores.
- Acortar los plazos en lo que se refiere a la fabricación y entrega de los Jeans, haciéndolo en lo posible más rápido que la competencia.
- El cumplimiento cabal de los plazos y ofrecimientos, es decir, nunca engañar al cliente.

[4] Mercadotecnia: Un análisis Global de Gestión. José Erazo Soria.

- Proporcionar a los clientes la información que necesiten.
- Dar un servicio postventa y garantizar el producto.

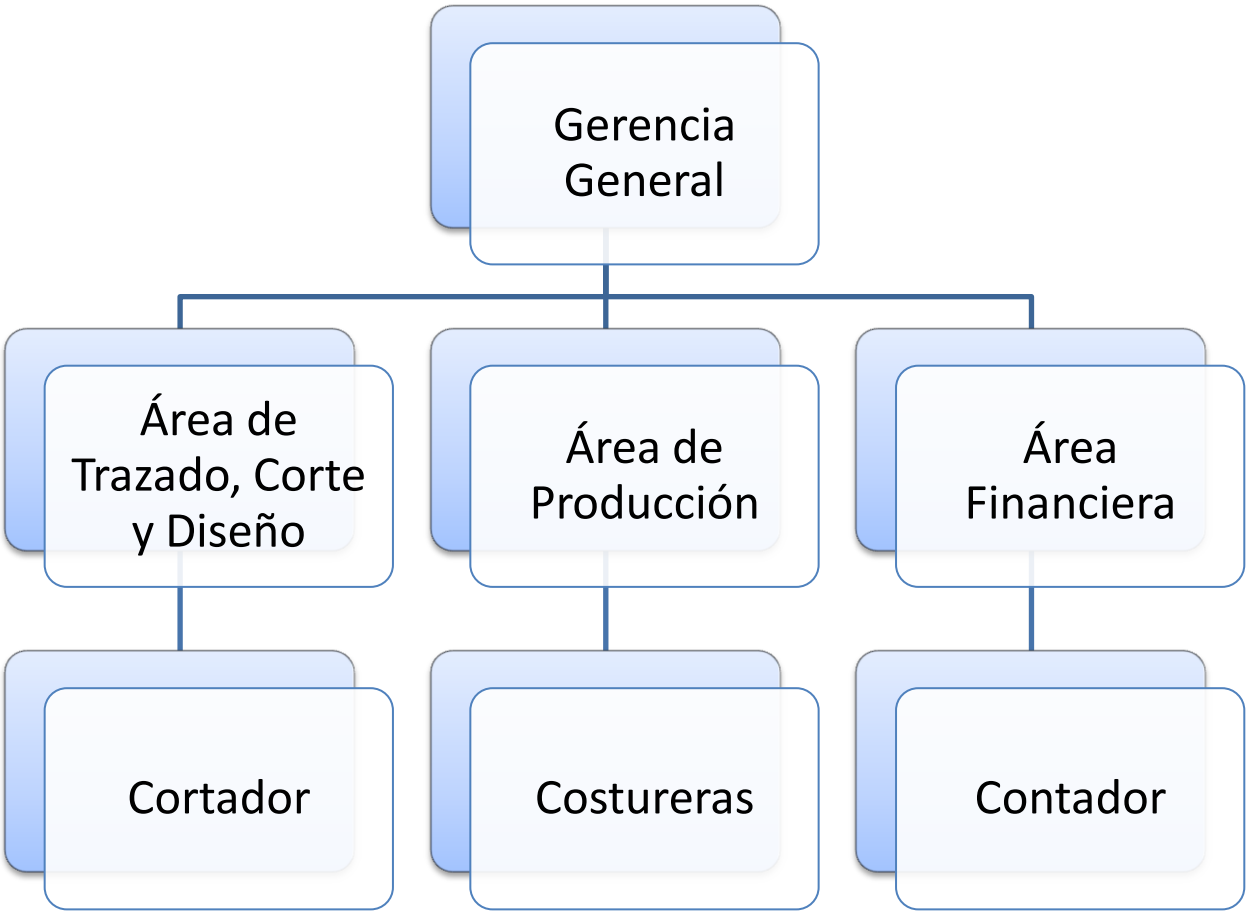
1.1.11. Estructura Organizativa

1.1.11.1. Perfil de los Socios

Nombre: Rosa Enriqueta Pinos Bermeo.
Edad: 52 años.
Lugar de nacimiento: Cuenca – Ecuador.
Estado civil: Casada.
Profesión: Costurera.
Estudios: Secundario Corazón de Jesús

Nombre: Ángel Oswaldo Figueroa Bermeo.
Edad: 60 años.
Lugar de nacimiento: Cuenca – Ecuador.
Estado civil: Casado.
Profesión: Auxiliar en Contabilidad.
Estudios: Colegio 24 de Mayo.

1.1.11.2. Organigrama de las Áreas Funcionales



1.1.11.3. Descripción de las Áreas Funcionales

1.1.11.3.1. Gerencia

La persona encargada del área administrativa de A.R. JEANS es el Sr. Fabián Figueroa P. quien es uno de los formuladores del presente proyecto, quien aportará con sus conocimientos adquiridos en la Universidad del Azuay y que está previo a incorporarse en la rama de Ingeniería Comercial, además será la persona encargada de tomar las decisiones dentro de la empresa.

1.1.11.3.2. Área de Trazado y Corte

La persona encargada de esta área será el socio de la empresa, puesto que tiene mucha experiencia al haber trabajado varios años en la misma además el este es un cargo especial por lo que él se encargará de adquirir toda la materia prima y aportará con nuevas ideas para elaborar los diseños de los Jeans tomando en cuenta la tendencia de moda que existe hoy en día, además será la persona encargada de la toma de las medidas.

1.1.11.3.3. Área de Producción

La persona encarga de esta área será la Sra. Rosa Pinos quien es socia del proyecto, además estará al mando del taller, realizará los diseños y tomará las decisiones pertinentes y acciones correctivas en caso de que existieran.

Esta área estará cubierta por 6 costureras quienes aplicarán sus habilidades físicas y mentales para la fabricación de los Jeans y de esta forma al momento de la producción tratar de que se use correctamente cada uno de los recursos, evitando en mayor medida los desperdicios que puedan existir y realizando las entregas oportunas a los respectivos clientes.

1.1.11.3.4. Área de Comercialización

El futuro inversionista Ángel Figueroa estará a cargo de las ventas que se efectuarán en la empresa con los mayoristas y minoristas de la ciudad de Cuenca, esta persona al igual que en el Área de Trazado y Corte, también posee experiencia en este campo al saber tratar con los clientes.

1.1.11.3.5. Área Financiera

La empresa A.R. JEANS adquirirá los servicios de un contador llamado Ing. Juan Gómez quien se encargará del Área Financiera, en especial en lo concerniente a la Contabilidad de la empresa, a esta persona se la contratará para medio tiempo y se presentará cuando se necesite de sus servicios; puesto que solamente se encargará de asuntos financieros y no necesita permanecer a tiempo completo en la empresa.

1.1.12. Formuladores del Proyecto

Nombre: Fabián Orlando Figueroa Pinos.
Edad: 22 años.
Lugar de nacimiento: Cuenca-Ecuador.
Profesión: Egresado de la Facultad de Ciencias de la Administración.
Estudios: Tercer Nivel, Universidad del Azuay.
Teléfono: 084511402
E-mail: fabianfipi_10@hotmail.com

Nombre: Luis Alberto Mogrovejo Landívar.
Edad: 22 años.
Lugar de nacimiento: Cuenca-Ecuador.
Profesión: Egresado de la Facultad de Ciencias de la Administración.
Estudios: Tercer Nivel, Universidad del Azuay.
Teléfono: 087106969
E-mail: luisbetoalberto@hotmail.com

1.1.13. Aporte Patrimonial

Ángel Figueroa aportará con el 50% y Rosa Pinos asumirá el 50% restante siendo ellos los inversionistas con igual Participación Patrimonial.

1.2. Estudio de Objetivos

1.2.1. Objetivo del Proyecto y de la Formulación

El presente proyecto tiene como finalidad realizar los estudios siguientes:

- Estudio de Generalidades.
- Estudio de Mercado.
- Estudio Técnico.
- Estudio Financiero.

Mediante este análisis se tratará de disminuir el Riesgo del Proyecto, además se determinará si el proyecto tiene viabilidad.

CAPÍTULO 2: ESTUDIO DE MERCADO

La razón de realizar un estudio de mercado en un proyecto, es identificar personas, familias o empresas que puedan estar interesados en forma verdadera a adquirir algún producto o servicio que una empresa desea fabricar.

A.R. JEANS para su estudio, tomará la encuesta como herramienta, con el fin de recopilar datos y obtener información primaria que será determinante para la toma de decisiones. La aplicación de esta encuesta será con entrevistas directas, es decir que el encuestador pregunta directamente al encuestado y anota sus respuestas. Cada encuesta contendrá 7 preguntas, las cuales se indicarán más adelante. Las encuestas se efectuarán en lugares como: Centro Histórico, Sector de Totoracocha, Sector de Indurama y Sector El Arenal. Estos sectores fueron escogidos de acuerdo a la capacidad de pago de los inversionistas y es en donde existen lugares disponibles para la implantación de la empresa.

2.1.Análisis del Producto

2.1.1. Tipo de Producto y Unidad del Producto

El producto que A.R. JEANS ofrecerá es catalogado como bien tangible de consumo final, el cual se encuentra en la categoría de Shopping Goods (Bien de Compra) debido a que el tiempo de decisión de su compra por parte del consumidor es un poco más largo, tomando en cuenta el precio, calidad, diseño.

La unidad del producto es el Número de Jeans.

2.1.2. Caracterización del Producto

2.1.2.1.Líneas de Producto

La empresa A.R. JEANS se dedicará al diseño, fabricación y comercialización de Jeans para hombre, ofreciendo al cliente exclusividad, comodidad y originalidad.

2.1.2.2.Estilo

A.R. JEANS fabricará sus Jeans con modelos originales y exclusivos, para que de esta manera el hombre tenga distinción ante la sociedad, estos Jeans serán elaborados en producciones estándar, tomando un molde de un diseño en particular por medio de la elección del cliente y del cortador.

2.1.2.3.Cualidades

A.R. JEANS presentará en su producto las siguientes cualidades:

- Originalidad.
- Comodidad.
- Calidad de la Materia Prima.
- Diseños con características artesanales y producción de calidad.

2.1.2.4.Uso

Los Jeans para hombre serán por lo general para el uso diario, pero también podrán ser combinados con ropa formal y semiformal, ya sea con: camisas, casacas, camisetas polo, etc., para cualquier evento. El producto dará distinción al hombre al presentarse ante la sociedad.

2.1.2.5.Perfil General del Cliente Objetivo

El producto estará dirigido especialmente a hombres entre las edades de 18 y 39 años que se apeguen a la originalidad, distinción y moda, a la clase media y media-alta, que residan en la ciudad de Cuenca.

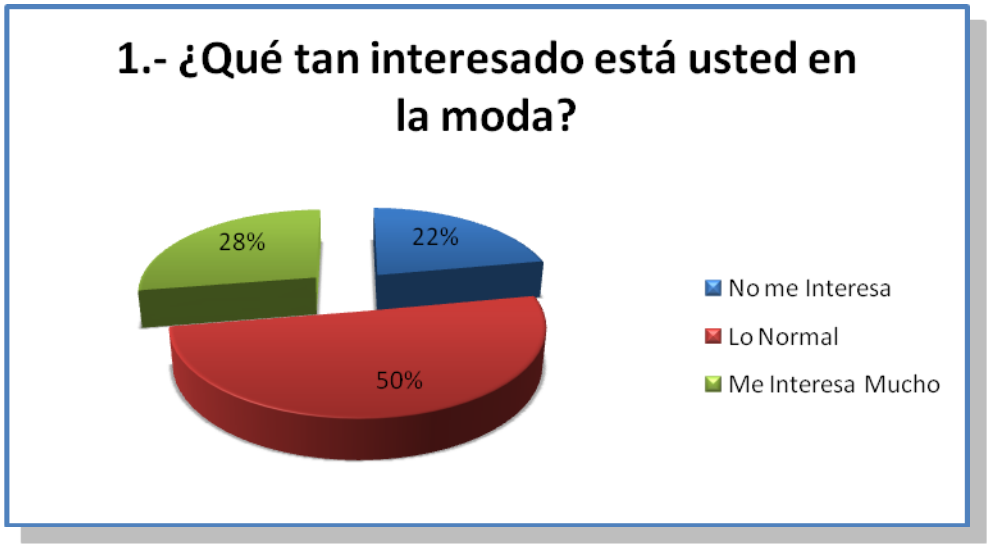
Para que el estudio sea más claro fue necesario saber cuál es la importancia que el hombre da a la moda, por este motivo se realizó la pregunta siguiente: ¿Qué tan interesado está usted en la moda? En donde las respuestas son:

1. Me Interesa Mucho. (Pioneros).
2. Lo Normal. (Seguidores).
3. No me Interesa. (Rezagados).

Los hombres que les gusta vestirse a la moda son denominados Pioneros ya que se arriesgan a adquirir productos nuevos de moda para probarlos.

Los que dan una importancia o interés normal a la moda son llamados Seguidores y son aquellos que adquieren productos de moda siempre y cuando ya fueron adquiridos con anterioridad por los Pioneros.

Y por último están los que tienen poco interés en la moda denominados Rezagados, está constituido por los hombres que están inclinados a vestirse tradicionalmente. Estos adoptan la moda siempre y cuando ya se han convertido en una especie de costumbre.



Al tabular las respuestas de esta pregunta los resultados fueron que un 28% de los hombres encuestados en la ciudad de Cuenca les interesa la moda, sobre todo se arriesgan a probar nuevos productos, el 50% corresponde a los hombres que ven a la moda como un factor común y adquieren el producto después de que otros lo hayan probado y finalmente con un 22% están aquellos a quienes no les interesa la moda y adquieren productos que ya tiene un tiempo en el mercado. Revisar (ANEXO 10)

1.- ¿Qué tan interesado está usted en la moda?		
	N° Respuestas	**%**
No me Interesa	84	22,05%
Lo Normal	192	50,39%
Me Interesa Mucho	105	27,56%
TOTAL	**381**	**100,00%**

2.1.2.6.Tallas

Las tallas para los Jeans serán: talla 28, talla 30, talla 32, talla 34, talla 36. De esta manera se brindará una mayor facilidad en la elección de la talla que se adapte al físico del cliente.

2.1.2.7.Materiales

En la producción se necesitan varios insumos y materiales que luego de unirlos y combinarlos, se obtiene el producto final que son los Jeans; tomando en cuenta que luego del terminado se envía al lavado. Los materiales necesarios son los siguientes:

- Tela Lee Índigo.
- Hilos.
- Tela de Bolsillo (Lienzo).
- Cierres.
- Botones.
- Remaches.
- Etiquetas de Cuero.

2.1.2.8.Colores

Los colores que se obtendrán dependerán del lavado y procesado que se le dé al Jean terminado, los cuales se clasifican en: Oscuros, Claros.

Oscuros:

- Negro.
- Café.
- Color Petróleo.
- Plomo Oscuro.
- Azul Marino.

Claros y Medios: dentro de esta categoría se dividen en dos grupos:

Stone: Esta categoría tiene como base un solo color que es el celeste, y de acuerdo a las mezclas de químicos varían sus colores y se clasifican de la siguiente manera.

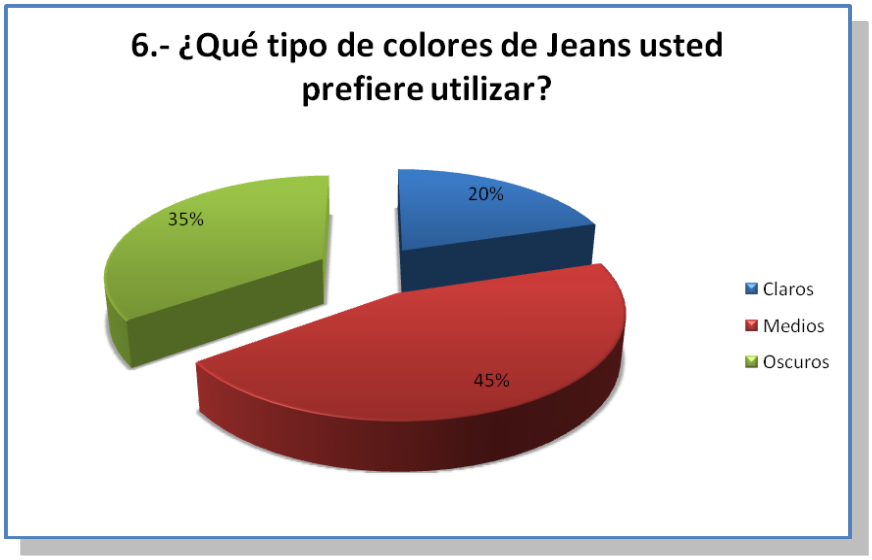
- Stone 1.
- Stone 2.
- Stone 3.
- Stone 4.

Dirty: Dentro de esta categoría se encuentran otros colores claros con diferente base que son:

- Dirty Plomo (Plomo Claro).
- Dirty Verde (Verde).
- Dirty Amarillento (Amarillo).
- Dirty Óxido (Café Claro).

Dentro de los grupos antes mencionados, se encuentran los colores medios que consisten en pantalones con mezclas de químicos que dan una tonalidad media de acuerdo al color que se desee.

Para facilitar a la producción en el momento de enviar los Jeans al proceso de lavado y escoger los colores que más acogida tenga, se procedió a realizar la siguiente pregunta: ¿Qué tipo de colores de Jeans usted prefiere utilizar?



Los resultados obtenidos sobre el tipo de color que más prefieren los hombres fueron los siguientes, de los encuestados el 45% respondieron que se inclinan más hacia los colores medios y un 35% hacia colores oscuros, esto permite a la producción que el momento del envío al proceso se pidan colores oscuros y medios la mayor parte de la producción, ya que un 20% de los encuestados les gusta los colores claros, se podría hacer una parte de la producción con estas clases de colores. Revisar (ANEXO 10).

6.- ¿Qué tipo de colores de Jeans usted prefiere utilizar?		
	N° Respuestas	**%**
Claros	77	20,21%
Medios	171	44,88%
Oscuros	133	34,91%
TOTAL	**381**	**100,00%**

2.1.2.9.Etiqueta y Empaque

"La etiqueta son las formas impresas que lleva el producto para dar información al cliente acerca de su uso o preparación. Las etiquetas no solo son exigidas por ley, sino que pueden jugar un papel importante en la imagen del producto que tiene el consumidor, por lo tanto, es necesario diseñarla con cuidado y detenimiento"[5]

La etiqueta será diseñada por el estudiante de Diseño de la Universidad del Azuay Johnny Gómez, quien hará la presentación de varios diseños de los cuales se escogerá uno que cumpla con las exigencias requeridas. A continuación se presenta la etiqueta escogida:

[5] Libro Formulación de Pequeños Proyectos Rurales de Paúl Vanegas.

El empaque para el producto consistirá en una funda de plástico de material reciclable y biodegradable fácil de llevar, con el diseño de un Jean en las dos caras de la funda, igualmente se dispondrá de bolsas de cartón, ligeras y fáciles de transportar que tienen una mejor presentación que la funda con un diseño de un Jean en la bolsa completa.

Este empaque aparte del diseño exclusivo de un Jean, llevará el nombre de la empresa junto con su dirección y teléfonos correspondientes. De esta manera lo que se pretende es atraer la mirada de las personas y que éstos se fijen en el nombre de nuestra empresa y la clase de producto que se ofrece.

2.1.2.10. Recomendaciones sobre el Producto

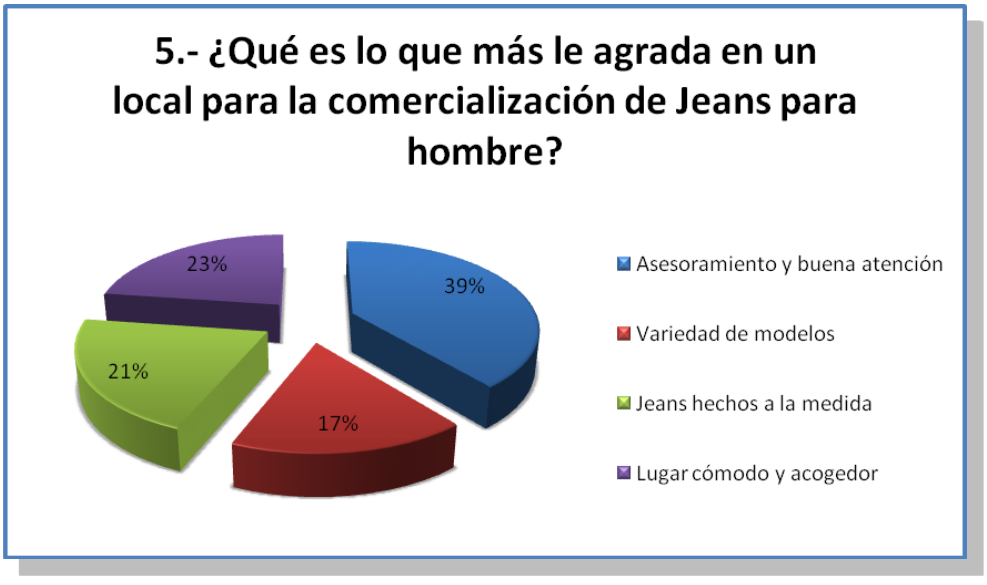
Para una mayor durabilidad del Jean, se realizarán algunas recomendaciones sugeridas por el productor del Jean que son las siguientes:

- Lavar a mano, tratar de no introducir en una lavadora, puesto que es en donde más desgaste sufre el Jean.
- No usar cloro el momento del lavado.
- No entreverar con otras prendas ya que estas se pueden manchar.

Estas recomendaciones deberán ser tomadas en cuenta por el cliente ya que alargará la vida útil del producto.

2.1.2.11. Servicios Adicionales

En la encuesta realizada, se efectuó una pregunta que ha ayudado en la implantación del local comercial sobre las características que más les atrae de un local para la comercialización de Jeans para hombre, las respuestas fueron las siguientes: lo que más le atrae a los clientes es el Asesoramiento y Buena Atención que corresponde un 39% por lo que A.R. JEANS contará con personal de atención al cliente.



Otro resultado es que el local sea acogedor y cómodo con un 23%, esto incita a adecuar el local con música de fondo, videos en televisores, de una manera que la gente se sienta a gusto comprando el Jean, luego los Jeans hechos a la medida con un 21%, los Jeans fabricados tendrá varias tallas que se podrán ajustar al físico del hombre y por último se encuentra una Variedad de Modelos con un 17% lo cual A.R. JEANS producirá una gran variedad de Jeans y de esta manera satisfacer al cliente.

Los resultados se encuentran a continuación:

5.- ¿Qué es lo que más le agrada en un local para la comercialización de Jeans para hombre?		
	N° Respuestas	**%**
Asesoramiento y buena atención	165	39,10%
Variedad de modelos	72	17,06%
Jeans hechos a la medida	89	21,09%
Lugar cómodo y acogedor	96	22,75%
TOTAL	**422**	**100,00%**

La empresa brindará los servicios adicionales exigidos por los clientes y de esta manera se pretende que los consumidores compren con satisfacción y comodidad el Jean.

2.1.2.11.1. Características del Producto

Para determinar las características del producto se realizó una pregunta sobre las características principales que debe tener un Jean fabricado en Cuenca, las respuestas fueron las siguientes: en un 39% de los hombres encuestados en la zona urbana de Cuenca, para comprar un Jean se fijan primeramente en la Duración del Jean lo que hace que se adquiera tela de excelente calidad, seguido con un 19% los precios, esto hace que se determinen precios que estén acorde a las conveniencias de ambas partes, luego están los diseños y la moda con un 15% este resultado hace que se produzcan diseños nuevos que estén de acuerdo a la moda y por último con un 13% están las personas que se fijan en la marca. Revisar (ANEXO 10).

A continuación se detallan los resultados en el gráfico:

4.- ¿Qué características debe tener un Jean para que usted pueda comprarlo?		
	N° Respuestas	%
Durabilidad	195	38,39%
Precios	98	19,29%
Diseño	75	14,76%
Marca	64	12,60%
Moda	76	14,96%
TOTAL	**508**	**100,00%**

2.1.2.11.2. Servicio de Entrega

La entrega de los Jeans será en la fecha acordada entre las dos partes, el cliente y los productores, tomando en cuenta la seguridad, comodidad y presentación del Jean y de este modo satisfacer a los clientes y cumplir sus exigencias.

2.1.2.12. Ubicación del Local y Taller

Para determinar el lugar idóneo del local y taller, se realizó una Tabla Matriz que ayuda a encontrar el lugar óptimo para el negocio, mientras el valor es más alto es más favorable, caso contrario es desfavorable; y el lugar que tenga más puntos, será el apropiado. A continuación se presenta el cuadro:

Tabla Matriz

SECTORES Y VARIABLES	PESO	TOTORACOCHA		MALL DEL RÍO		MILENIUM		CENTRO COMERCIAL	
		Valor	Promedio	Valor	Promedio	Valor	Promedio	Valor	Promedio
Ubicación	12%	7	0,84	9	1,08	8	0,96	8	0,96
Clientela	15%	5	0,75	8	1,2	8	1,2	8	1,2
Costo	25%	8	2	3	0,75	4	1	5	1,25
Ambiente	13%	6	0,78	7	0,91	7	0,91	6	0,78
Tamaño	20%	8	1,6	5	1	5	1	5	1
Parqueadero	15%	8	1,2	9	1,35	8	1,2	7	1,05
TOTAL	100%		7.17		6,29		6,27		6,23

Una vez realizada la tabla matriz, se ha determinado que el lugar óptimo para la comercializadora y productora de los Jeans “A.R. JEANS” es en el sector de Totoracocha puesto que según los resultados, se obtuvo el valor más alto en comparación con los otros sectores, tiene variables que influyen mucho para la estabilidad y mejora de la Empresa como por ejemplo el costo de arriendo en el sector de Totoracocha es mucho más bajo en comparación de con el Mall del Río; también un buen resultado es el parqueadero, igual se encontró un lugar amplio para la producción de los Jeans que tiene el espacio suficiente para que las trabajadoras se desarrollen con eficiencia y eficacia, el sector tiene clientela ya que la Av. Hurtado de Mendoza se está haciendo muy comercial y con el tiempo dicha avenida será muy transitada y con muchos locales comerciales.

2.1.2.12.1. Exhibición del Producto

Para una mejor presentación de los Jeans al público, se utilizarán maniquíes a través de los cuales se dará a conocer los modelos, colores, tamaños, etc., con una adecuada presentación e iluminación dentro del local. También se utilizarán estantes en los que estarán organizados los Jeans según sus tallas y colores. Además, se pretende utilizar vitrinas que son la presentación exterior del negocio, con un diseño original y llamativo exponiendo los Jeans hacia el público de una manera atrayente.

2.1.2.13. Fotos de las Líneas del Producto

2.1.2.14. El Ciclo de Vida del Producto

"Al caracterizar al producto dentro del estudio de mercado, el concepto de ciclo de vida del producto puede ayudar a explicar el comportamiento de los ingresos del proyecto.

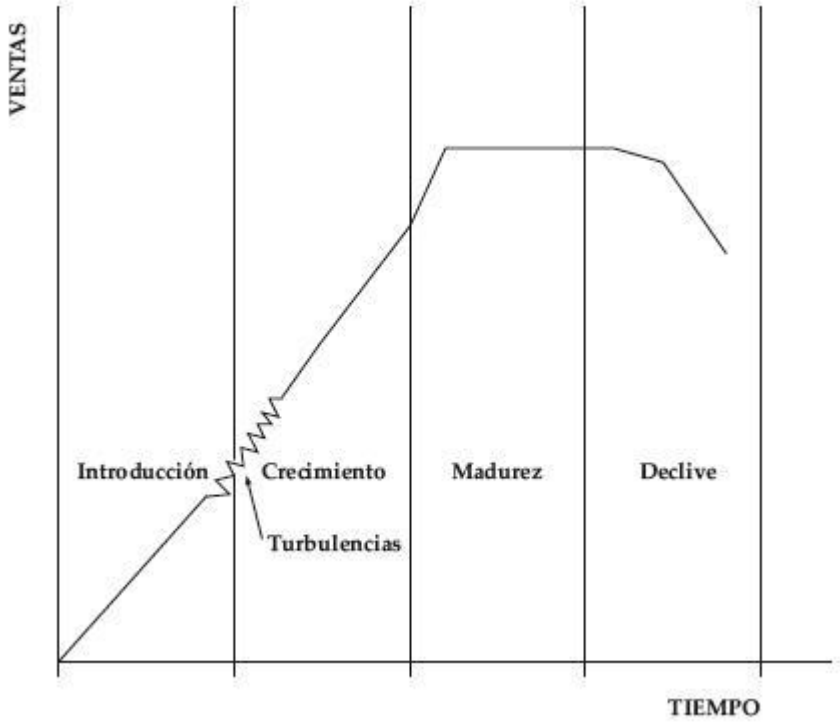
En el ciclo de vida del producto se pueden distinguir cuatro etapas:

1. **Introducción**: Etapa de aparición del producto en el mercado que exige altos gastos de promoción, genera un bajo nivel de ingresos y resultados iniciales deficitarios.

2. **Crecimiento**: Período de consolidación del producto en el mercado, se incrementan las ventas debido a los efectos acumulativos de la promoción, distribución y comunicación.

3. **Madurez:** Etapa en la que el producto tiene gran aceptación en el mercado y excelente nivel de consumo que provoca el incremento de los ingresos.

4. **Declinación:** Disminuyen las ventas y utilidades, la demanda es baja. Si se quiere alargar el tiempo de salida del producto, se puede recurrir nuevamente a importantes gastos en promociones."[6]



[6] Libro de Paúl Vanegas Formulación de Pequeños Proyectos Rurales

2.2.Análisis de Demanda

2.2.1. Cobertura

La cobertura está dirigida a la zona urbana de la ciudad de Cuenca.

2.2.2. Segmento

- **Variables Duras**
  - **Sexo:** Masculino.
  - **Edad:** Entre 18 y 39 años.
  - **Ingresos:** > 600 dólares mensuales.
  - **Nivel social:** Medio y Medio-Alto.

- **Variables Blandas**
  - **Ubicación:** Zona urbana de la ciudad de Cuenca.
  - **Gustos y preferencias:** Estilo, moda, durabilidad y calidad.

2.2.3. Cuantificación del Segmento

Para poder cuantificar el segmento al cual va dirigido el producto y poder llegar a la realidad, lo que se hizo primeramente fue obtener los datos de la población total de hombres de la zona urbana y rural de la ciudad de Cuenca.

Según el último censo realizado en el 2001 y con datos proporcionados por el INEC, la población fue de 195.683 hombres, ésta información se encuentra en el **ANEXO 1** en el cuadro que se llama "Distribución de la Población del Cantón Cuenca, Según Parroquias" (este valor se encuentra resaltado con azul en el cuadro antes mencionado).

Distribución de la Población Total de Cuenca, según Parroquias.

DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN DEL CANTÓN CUENCA, SEGÚN PARROQUIAS			
PARROQUIAS	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
TOTAL	**417,632**	**195,683**	**221,949**
CUENCA (URBANO)	277,374	131,099	146,275
ÁREA RURAL	140,258	64,584	75,674
PERIFERIA	1,621	753	868
BAÑOS	12,271	5,610	6,661
CUMBE	5,010	2,221	2,789
CHAUCHA	1,633	771	862
CHECA (JIDCAY)	2,698	1,126	1,572
CHIQUINTAD	4,073	1,833	2,240
LLACAO	4,501	2,041	2,460
MOLLETURO	5,221	2,641	2,580
NULTI	4,589	2,173	2,416
OCTAVIO CORDERO P.	2,178	932	1,246
PACCHA	5,311	2,393	2,918
QUINGEO	5,646	2,526	3,120
RICAURTE	14,006	6,633	7,373
SAN JOAQUÍN	5,126	2,438	2,688
SANTA ANA	4,739	2,244	2,495
SAYAUSÍ	6,643	3,142	3,501
SIDCAY	3,439	1,426	2,013
SININCAY	12,650	5,713	6,937
TARQUI	8,902	4,105	4,797
TURI	6,692	3,113	3,579
VALLE	18,692	8,684	10,008
VICTORIA DEL PORTETE	4,617	2,066	2,551

Fuente: INEC

Asimismo dan a conocer que cada año existe un incremento promedio del 2,1% anual, por lo tanto al realizar la "Proyección para el 2010 de la Población de Hombres en la Zona Urbana y Rural de Cuenca" que se encuentra en el **ANEXO 2**, da una población de 235.931 hombres en Cuenca.

Para llegar a determinar la población lo más preciso posible y establecer la muestra, se analizó el número de hombres de la Zona Urbana de la ciudad de Cuenca, que se obtuvo en los datos proporcionados por el INEC en la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares Urbanos "ENIGHU" realizada de Febrero 2003 a Enero 2004 en la tabla N° 07 del **ANEXO 3**; aquí se tiene una población de hombres en la zona urbana de 139.313 (esta cantidad se encuentra resaltada con azul en el cuadro mencionado anteriormente).

Población Total por Condición de Vida, según Sexo y Grupo de Edad.

CUADRO No. 07
ENIGHU - POBLACIÓN - CUENCA
POBLACIÓN TOTAL POR CONDICIÓN DE ACTIVIDAD, SEGÚN SEXO Y GRUPOS DE EDAD

SEXO Y GRUPOS DE EDAD	TOTAL POBLACIÓN	MENORES DE 10 AÑOS	POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA					TOTAL INACTIVOS[1]
			TOTAL PEA	OCUPADOS	DESOCUPADOS			
					TOTAL DESOCUPADOS	CESANTES	TRABAJADORES NUEVOS	
TOTAL POBLACIÓN	292,224	56,443	145,029	133,215	11,814	9,473	2,341	90,753
MENORES DE 10 AÑOS	56,443	56,443						
10 A 17 AÑOS	47,834		6,807	5,875	932	661	271	41,026
18 A 29 AÑOS	70,165		47,170	41,246	5,924	4,074	1,850	22,995
30 A 39 AÑOS	36,118		31,386	30,162	1,223	1,223		4,733
40 A 49 AÑOS	34,867		31,107	29,141	1,966	1,746	220	3,760
50 A 64 AÑOS	28,334		21,737	20,447	1,290	1,290		6,597
65 AÑOS Y MÁS	18,463		6,822	6,344	478	478		11,642
TOTAL HOMBRES	139,313	29,933	76,042	70,573	5,469	4,897	572	33,338
MENORES DE 10 AÑOS	29,933	29,933						
10 A 17 AÑOS	23,560		3,610	3,167	443	299	144	19,950
18 A 29 AÑOS	34,097		25,083	22,425	2,659	2,230	428	9,013
30 A 39 AÑOS	15,197		15,070	14,393	677	677		127
40 A 49 AÑOS	15,777		15,543	14,906	637	637		234
50 A 64 AÑOS	12,838		12,303	11,615	688	688		535
65 AÑOS Y MÁS	7,911		4,431	4,065	366	366		3,480
TOTAL MUJERES	152,911	26,510	68,987	62,642	6,345	4,576	1,769	57,414
MENORES DE 10 AÑOS	26,510	26,510						
10 A 17 AÑOS	24,274		3,197	2,708	489	363	127	21,077
18 A 29 AÑOS	36,068		22,086	18,821	3,265	1,844	1,421	13,982
30 A 39 AÑOS	20,921		16,316	15,769	547	547		4,606
40 A 49 AÑOS	19,089		15,564	14,235	1,329	1,109	220	3,526
50 A 64 AÑOS	15,496		9,434	8,832	602	602		6,062
65 AÑOS Y MÁS	10,552		2,390	2,279	112	112		8,162

Fuente: INEC

Con la ayuda de la información anterior se ha realizado una proyección en el cuadro llamado "Proyección para el 2010 de la Población de Hombres en la Zona Urbana de Cuenca" del **ANEXO 4** utilizando para el incremento poblacional el porcentaje de 2,1% anual, lo cual da una población de hombres en la zona urbana de la ciudad de Cuenca de 161.128 habitantes.

A continuación, se efectuará el análisis de los hombres entre las edades de 18 a 39 años, lo cual se obtuvo de los datos del INEC de la última encuesta realizada que se encuentra en el Cuadro N° 07 **ANEXO 3**, aquí se encuentran los datos en rangos de edades y sexo; esta tabla permite obtener la población de hombres entre 18 y 39 años

y la suma de los rangos entre 18 a 29 y 30 a 39 años es de 49.294 habitantes (suma de las cantidades resaltadas con en el cuadro mencionado anteriormente).
Con este dato se pudo obtener la "Proyección para el 2010 de Hombres entre 18 y 39 años en la Zona Urbana de Cuenca" que se encuentra en el **ANEXO 5** y en la población de hombres entre las edades antes mencionadas se proyectó un incremento para el año 2010 – 2011 de 57.013 hombres.

Luego de los estudios realizados, se procedió a realizar el análisis del número de hombres entre las edades antes mencionadas pero ahora se toma en cuenta la situación económica, puesto que el producto va dirigido a personas de clase media y media-alta, entonces se obtuvo datos del INEC que se encuentran en el cuadro N° 29 de la tabla de ingresos del **ANEXO 6** en el cual se tiene cantidades por quintiles, y corresponde la Clase Media al Quintil 3 y la Media-Alta al Quintil 4; cabe recalcar que los datos se encuentran en rangos de edades pero lastimosamente no existen los rangos precisos, por los que se procedió a tomar en cuenta los valores de los Quintiles 3 y 4 entre las edades de 25 a 34 y 35 a 44 años, ya que la mayor parte de hombres en la Ciudad de 18 a 39 años, son los que en mayor proporción se encuentran trabajando.

La suma de los datos antes detallados son para el Quintil 3 que son hombres de clase media entre las edades de 25 y 44 años una cantidad de 17.988 hombres y en el Quintil 4 que corresponde a la clase media-alta entre las mismas edades da el valor de 18.751 hombres; la sumatoria total entre las 2 cases sociales da 36.739 hombres entre 24 y 44 años en la ciudad de Cuenca de la clase media y media-alta.

Población e Ingresos de Cuenca

CUADRO No. 29
ENIGHU - POBLACIÓN - INGRESOS - CUENCA
POBLACIÓN E INGRESOS CORRIENTES ANUALES POR QUINTILES DEL HOGAR, SEGÚN SEXO Y GRUPOS DE EDAD DEL JEFE ECONÓMICO

SEXO Y GRUPOS DE EDAD	TOTAL		QUINTILES QUINTIL 1		QUINTIL 2		QUINTIL 3		QUINTIL 4		QUINTIL 5	
	POBLACIÓN TOTALES	INGRESO TOTALES	POBLACIÓN TOTALES	INGRESO TOTALES	POBLACIÓN TOTALES	INGRESO TOTALES	POBLACIÓN TOTALES	INGRESO TOTALES	POBLACIÓN TOTALES	INGRESO TOTALES	POBLACIÓN TOTALES	INGRESO TOTALES
TOTAL	**292.224**	**615.289.897**	**77.146**	**58.694.415**	**62.571**	**86.901.982**	**60.181**	**119.123.299**	**52.993**	**151.863.060**	**39.333**	**198.707.141**
10 A 24 AÑOS	17.722	26.765.886	6.759	5.424.485	4.564	6.290.432	4.344	7.913.515	1.429	4.119.339	626	3.018.114
25 A 34 AÑOS	56.934	109.846.468	18.082	13.524.215	13.001	17.666.691	10.602	21.556.602	7.831	22.114.774	7.419	34.984.186
35 A 44 AÑOS	68.253	139.946.001	17.225	14.498.473	17.662	24.621.843	10.764	20.654.050	15.269	43.611.663	7.332	36.559.971
45 A 54 AÑOS	83.340	178.795.929	22.618	16.706.704	15.699	21.612.155	17.764	35.092.616	14.035	39.440.203	13.224	65.944.252
55 A 64 AÑOS	38.933	86.216.704	8.580	4.966.901	6.742	9.782.915	10.891	21.517.241	7.661	23.122.047	5.059	26.827.599
65 AÑOS Y MÁS	27.043	73.718.909	3.882	3.573.637	4.904	6.927.945	5.815	12.389.274	6.768	19.455.035	5.674	31.373.018
TOTAL HOMBRES	**214.884**	**471.852.112**	**53.431**	**41.920.428**	**42.340**	**59.108.814**	**45.454**	**89.951.945**	**41.423**	**118.749.044**	**32.236**	**162.121.881**
10 A 24 AÑOS	11.932	17.008.893	5.032	3.838.760	3.698	5.131.147	1.539	2.786.944	1.284	3.607.028	379	1.645.015
25 A 34 AÑOS	42.091	86.945.157	11.866	9.474.819	8.944	12.109.414	9.171	18.330.148	5.400	15.132.969	6.711	31.897.807
35 A 44 AÑOS	51.941	110.710.439	12.736	11.085.115	11.086	15.422.397	8.817	16.975.214	13.351	37.926.160	5.951	29.301.553
45 A 54 AÑOS	61.334	142.851.728	14.673	11.152.691	9.099	12.637.117	14.563	28.765.648	10.917	30.474.438	12.082	59.821.833
55 A 64 AÑOS	30.334	69.372.269	6.102	3.505.196	6.390	9.325.430	6.722	13.011.921	6.957	20.966.854	4.163	22.562.868
65 AÑOS Y MÁS	17.251	44.963.627	3.022	2.863.847	3.123	4.483.309	4.642	10.082.071	3.514	10.641.595	2.950	16.892.805
TOTAL MUJERES	**77.341**	**143.437.785**	**23.715**	**16.773.987**	**20.231**	**27.793.168**	**14.727**	**29.171.354**	**11.570**	**33.114.015**	**7.097**	**36.585.260**
10 A 24 AÑOS	5.790	9.756.993	1.727	1.585.726	866	1.159.285	2.805	5.126.571	145	512.312	247	1.373.099
25 A 34 AÑOS	14.843	22.901.311	6.216	4.049.396	4.056	5.557.278	1.431	3.226.454	2.431	6.981.805	708	3.086.379
35 A 44 AÑOS	16.312	29.235.562	4.489	3.413.358	6.576	9.199.447	1.947	3.678.836	1.918	5.685.502	1.381	7.258.419
45 A 54 AÑOS	22.006	35.944.202	7.945	5.554.013	6.600	8.975.037	3.201	6.326.968	3.117	8.965.764	1.142	6.122.419
55 A 64 AÑOS	8.599	16.844.435	2.478	1.461.705	352	457.486	4.169	8.505.320	704	2.155.193	896	4.264.731
65 AÑOS Y MÁS	9.791	28.755.283	859	709.790	1.781	2.444.636	1.174	2.307.203	3.254	8.813.440	2.724	14.480.213

Fuente: INEC, ENIGHU 2003 - 2004

SEXO Y GRUPOS DE EDAD	TOTAL		QUINTILES QUINTIL 3		QUINTIL 4	
	POBLACIÓN TOTALES	INGRESO TOTALES	POBLACIÓN TOTALES	INGRESO TOTALES	POBLACIÓN TOTALES	INGRESO TOTALES
TOTAL	**292,224**	**615,289,897**	**60,181**	**119,123,299**	**52,993**	**151,863,060**
10 A 24 AÑOS	17,722	26,765,886	4,344	7,913,515	1,429	4,119,339
25 A 34 AÑOS	56,934	109,846,468	10,602	21,556,602	7,831	22,114,774
35 A 44 AÑOS	68,253	139,946,001	10,764	20,654,050	15,269	43,611,663
45 A 54 AÑOS	83,340	178,795,929	17,764	35,092,616	14,035	39,440,203
55 A 64 AÑOS	38,933	86,216,704	10,891	21,517,241	7,661	23,122,047
65 AÑOS Y MÁS	27,043	73,718,909	5,815	12,389,274	6,768	19,455,035
TOTAL HOMBRES	**214,884**	**471,852,112**	**45,454**	**89,951,945**	**41,423**	**118,749,044**
10 A 24 AÑOS	11,932	17,008,893	1,539	2,786,944	1,284	3,607,028
25 A 34 AÑOS	42,091	86,945,157	9,171	18,330,148	5,400	15,132,969
35 A 44 AÑOS	51,941	110,710,439	8,817	16,975,214	13,351	37,926,160
45 A 54 AÑOS	61,334	142,851,728	14,563	28,765,648	10,917	30,474,438
55 A 64 AÑOS	30,334	69,372,269	6,722	13,011,921	6,957	20,966,854
65 AÑOS Y MÁS	17,251	44,963,627	4,642	10,082,071	3,514	10,641,595
TOTAL MUJERES	**77,341**	**143,437,785**	**14,727**	**29,171,354**	**11,570**	**33,114,015**
10 A 24 AÑOS	5,790	9,756,993	2,805	5,126,571	145	512,312
25 A 34 AÑOS	14,843	22,901,311	1,431	3,226,454	2,431	6,981,805
35 A 44 AÑOS	16,312	29,235,562	1,947	3,678,836	1,918	5,685,502
45 A 54 AÑOS	22,006	35,944,202	3,201	6,326,968	3,117	8,965,764
55 A 64 AÑOS	8,599	16,844,435	4,169	8,505,320	704	2,155,193
65 AÑOS Y MÁS	9,791	28,755,283	1,174	2,307,203	3,254	8,813,440

Fuente: INEC

Una vez encontrada la población de la última encuesta realizada por el INEC, se realizó la proyección para el 2010 que se encuentra en el **ANEXO 7** con el nombre de "Proyección para el 2010 de Hombres entre 18 y 39 años en la Zona Urbana de Cuenca de Clase Media y Media-Alta" y los resultados obtenidos para realiza la muestra son:

- Existen 42.492 hombres en la zona urbana de la ciudad de Cuenca que se encuentran en la clase Media y Media-Alta.

2.2.4. Encuesta al Segmento y Determinación de la Demanda

Para la obtención de la muestra, se utilizó la formula llamada "Fórmula para encontrar el Tamaño de la Muestra con Variables Dicotómicas con Población Finita (N menor a 100.000)" para de esta manera obtener el número de encuestas que se debe realizar.

Se aplica la siguiente fórmula:

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

En donde:

- n = Tamaño de la Muestra.
- Z = Valor que depende del Nivel de Confianza.
- N = Tamaño de la Población.
- P = P de la población que tienen las características que se estudia.
- E = Error máximo de estimación requerido.

Se utiliza esta fórmula puesto que nuestra población es de 42.492 personas por lo que la misma se ajusta para el tamaño de la población.

Se determinará el nivel de confianza con el que se va a aplicar, existen diferentes niveles de confianza, el que se utilizará corresponde al 95% de confianza que llega a ser Z = 1,96. El error máximo estimado es el 5%, P tiene un nivel de ocurrencia del 50% puesto que existe una persona que puede ser escogida o no para la muestra, el tamaño de la Población es N = 42.492 hombres.

Una vez obtenidos los datos mencionados, se realiza el cálculo.

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

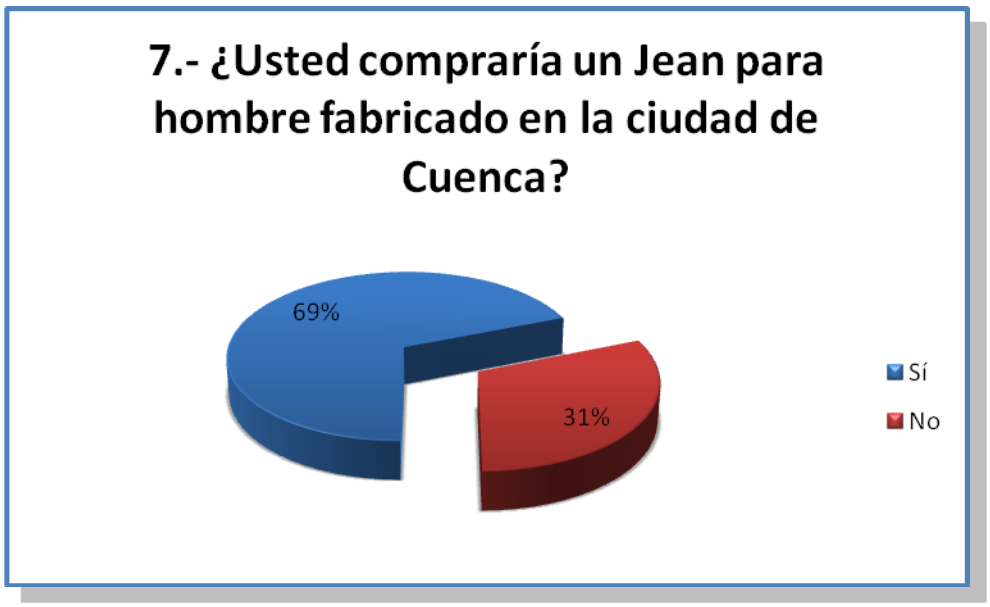
- n = Tamaño de la Muestra.
- Z = 1,96.
- N = 42.492.
- P = 0.5.
- E = 0,05.

$$n = \frac{1{,}96^2 * 42.492 * 0{,}5 * (1 - 0{,}5)}{(42.492 - 1) * 0{,}05^2 + 1{,}96^2 * 0{,}5 * (1 - 0{,}5)}$$

n = 380,726899

El tamaño de la Muestra es de 381 hombres por lo tanto se elaboran 381 encuestas para obtener información que sea de confianza para analizar cada una de sus preguntas. [7,8]

Para encontrar la demanda de este producto, se realiza una pregunta a los hombres de la Ciudad si comprarían un Jean fabricado en la ciudad de Cuenca, los resultados fueron los siguientes:



Los datos obtenidos brindan confianza para poder determinar la demanda puesto que el 69% de los encuestados, si comprarían Jeans fabricados en Cuenca.

Por lo tanto, para hallar la cantidad demandada del producto, con los datos obtenidos anteriormente, se procede a realizar el cálculo con los 42.492 hombres con las mismas características escogidas, siendo el 69% que corresponde a 29.320 hombres de la zona urbana de la ciudad de Cuenca quienes formarían parte de la demanda.

Ahora para poder determinar la demanda anual de los Jeans se procede a realizar la siguiente pregunta la cual se encuentra detallada con sus resultados correspondientes:

[7] Revisar ANEXO # 8 Objetivo de la Encuesta
[8] Revisar ANEXO # 9 Encuesta.

7.- ¿Usted compraría un Jean para hombre fabricado en la ciudad de Cuenca?		
	N° Respuestas	**%**
Sí	263	69,03%
No	118	30,97%
TOTAL	**381**	**100,00%**

La respuesta con mayor acogida fue de 3 a 4 Jeans anuales con un 38%, aunque también existió un porcentaje muy considerable que adquirirían de 5 a 6 Jeans con un resultado del 34%, luego hubo resultados como de un 17% las personas que adquieren de 1 a 2 Jeans y por último existió un 7% y un 4% que corresponde a los resultados que adquieren de 7 a 8 Jeans y Más de 8 Jeans respectivamente.

2.- ¿Cuántos Jeans adquiriría usted en un año?		
	N° Respuestas	**%**
De 1 a 2 Jeans	63	16,54%
De 3 a 4 Jeans	145	38,06%
De 5 a 6 Jeans	129	33,86%
De 7 a 8 Jeans	27	7,09%
Más de 8 Jeans	17	4,46%
TOTAL	**381**	**100,00%**

Por lo tanto; los formuladores del proyecto estimando que la mayoría de hombres adquieren entre 3 a 6 Jeans al año, consideraron **conservadoramente** que es probable trabajar con el caso de que una persona adquiere 4 Jeans al año, dicho de otra manera para poder determinar nuestra demanda, se realizó el siguiente calculo.

El total de hombres que adquirirían Jeans en la ciudad de Cuenca son 29.320 hombres y dicho valor por 4 Jeans que adquiere cada uno sería una demanda de 117.280 Jeans al año.

Por otra parte se debe tomar en cuenta la capacidad instalada de nuestra empresa y de esta manera poder determinar mejor la producción y así encontrar la demanda neta del producto, esta capacidad de detallará en el siguiente capítulo que corresponde al Estudio Técnico

2.3.Análisis de la Competencia

El proyecto es crear una Productora y Comercializadora que se especialice en la producción y venta de Jeans para hombre. El segmento al cual está dirigido el negocio es el de hombres entre las edades de 18 a 39 años que vivan en la zona urbana de la ciudad de Cuenca y que tengan ingresos mensuales mayores a 600 dólares, que corresponde a la clase media y media-alta y además que sea de su agrado dicho producto.

Este modelo de negocio ya es conocido en Cuenca y generalmente los que existen son lanzados por personas que emprendieron negocios de esta clase que no buscan ser líderes, sino que se dedican únicamente a la confección de ropa.

Una vez identificado el segmento del proyecto y entendido el ambiente competitivo al que pretende ingresar A.R. JEANS, se pudo identificar a varios competidores:

2.3.1. Competidores Directos

Son todos aquellos negocios que venden un producto igual o casi igual y lo venden en el mismo mercado, es decir, buscan a los mismos clientes para venderles prácticamente lo mismo; aquí se han identificado a dos empresas.

MILENIUM JEAN

R.U.C.: 0101420883001

Dirección: Manuel Coello s/n Ricardo Vásquez

Ciudad: Cuenca

Teléfono(s): 2855723 Fax: 2855723

Email: lmilleniumjeans@hotmail.com

Datos generales de la Empresa

Representante Legal: Humberto Rodrigo Salinas Salinas.

C.I. Representante: 0101420883

Fecha de afiliación: 2005-02-10

Sector de producción: Prendas de Vestir

Línea de Productos: Ropa Jean

SONCLOTY JEANS

R.U.C.: 0101769917001

Dirección: Amazonas 12-74 Unidad Nacional

Ciudad: Cuenca

Teléfono(s): 2883008, 2885604 Fax: 2883008

Email: cloty@cue.satnet.net

Datos generales de la Empresa

Representante Legal: Manuela Revilla Buestan

C.I. Representante: 0101769917

Fecha de afiliación: 2005-03-29

Sector de producción: Prendas de Vestir

Línea de Productos: Ropa Jean.

2.3.2. Competidores Indirectos

Son los que venden productos o servicios al mismo mercado aunque no exactamente lo mismo, es decir, todos los negocios que buscan satisfacer las mismas necesidades de forma diferente y con productos sustitutos. En este tipo se identificó varios competidores que se detallan a continuación:

CONFECCIONES EL MUNDO CIA. LTDA.

R.U.C.: 0190040836001

Dirección: Mariscal Sucre 3-90 Vargas Machuca

Ciudad: Cuenca

Teléfono(s): 2823519 Fax: 2823519

Email: elmundo@capia.com.ec.fer2003@yahoo.com

Datos generales de la Empresa

Representante Legal: Isabel Orellana Brito

C.I. Representante: 0101845618

Fecha de afiliación: 1975-04-07

Sector de producción: Prendas de Vestir

Línea de Productos: Pantalones Jeans, Camisetas, Blusas, Camisas y Chaquetas

CONFECCIONES LOU-REN CIA LTDA

R.U.C.: 0190101193001

Dirección: Av. Loja 3-121 Pichincha

Ciudad: Cuenca

Teléfono(s): 2885827 Fax: 2885827

Email: louren@etapaonline.net.ec

Datos generales de la Empresa

Representante Legal: Rodrigo Andrade Brito

C.I. Representante: 0100230275

Fecha de afiliación: 1986-05-08

Sector de producción: Prendas de Vestir

Línea de Productos: Pantalones Jeans, Camisetas, Blusas, Camisas y Chaquetas

CONFECCIONES VALVERDE

R.U.C.: 0100815869001

Dirección: Av. 10 de Agosto s/n Paucarbamba esq.

Ciudad: Cuenca

Teléfono(s): 4096844, 4096847 Fax: 4096859

Email: cvconfec@etapanet.net

Datos generales de la Empresa

Representante Legal: Camilo Valverde Castro

C.I. Representante: 0100815869

Fecha de afiliación: 1987-11-13

Sector de producción: Prendas de Vestir

Línea de Productos: Pantalones Jeans, Camisetas, Blusas, Camisas y Chaquetas

CREACIONES ARELDI

R.U.C.: 0101425510001

Dirección: Simón Bolívar s/n General Torres Esq.

Ciudad: Cuenca

Teléfono(s): 2879241 Fax: 2879155

Email: info@areldi.com

Web site: www.areldi.com

Datos generales de la Empresa

Representante Legal: Julio Cesar Pachar Plaza

C.I. Representante: 0101425510

Fecha de afiliación: 1984-02-01

Sector de producción: Prendas de Vestir

Línea de Productos: Pantalones Jeans, Camisetas, Blusas, Camisas y Chaquetas

F&Y TEJIDOS

R.U.C.: 0102222684001

Dirección: Av. De las Américas 26-93 Ángel Figueroa

Ciudad: Cuenca

Teléfono(s): 2827810 Fax: 2838452

Email: gerencia@confeccionesyo.com

Datos generales de la Empresa

Representante Legal: Fabián Agustín Toral Maldonado

C.I. Representante: 0102222684

Fecha de afiliación: 2002-08-09

Sector de producción: Prendas de Vestir

Línea de Productos: Pantalones Jeans, Camisetas, Blusas, Camisas y Chaquetas

TELAS Y MODAS ZHIROS MODTEZHI CIA. LTDA.

R.U.C.: 0190168840001

Dirección: Calle Primera 1-16 Cdla. Calderón

Ciudad: Cuenca

Teléfono(s): 2803529 Fax: 2864533

Email: zhiros@cue.satnet.net

Datos generales de la Empresa

Representante Legal: Jorge Patricio Maldonado Álvarez

C.I. Representante: 01011436327

Fecha de afiliación: 2000-04-14

Sector de producción: Prendas de Vestir

Línea de Productos: Pantalones Jeans, Camisetas, Blusas, Camisas y Chaquetas

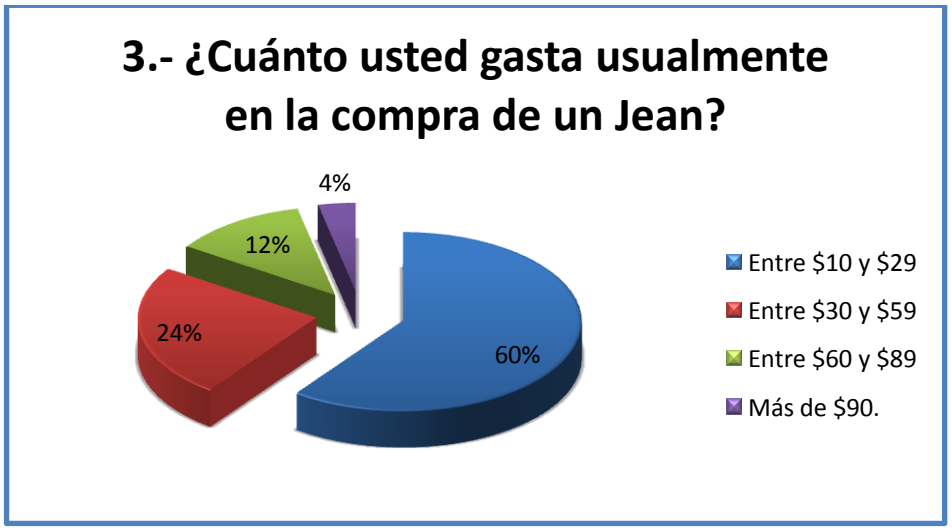
Por otro lado, cabe destacar que existe otro tipo de competencia que es el de ingresos de Jeans de otros países como el Jean Colombiano, Peruano y Panameños que son productos con precios extremadamente bajos pero que no posee una buena calidad puesto que los materiales utilizados son de segunda, esto quiere decir que no cumplen con un nivel de calidad óptimo.

2.4.Análisis de Precio

Para efectuar el estudio del precio del producto se tomará en cuenta el costo de producción y el costo de procesado del Jean en conjunto con la utilidad que se tendrá en la venta de los Jeans.

El precio se lo colocará en el cuarto capítulo, que consiste en un estudio financiero con la ayuda de varios indicadores económicos, sin embargo se realizó una pequeña encuesta a ciertos locales comerciales de venta de Jeans en donde el costo se encuentra entre los 10 a 120 dólares cada Jean y dependiendo del lugar de importación.

Para una mejor ayuda y determinar el valor de un Jean se realizó la siguiente pregunta:



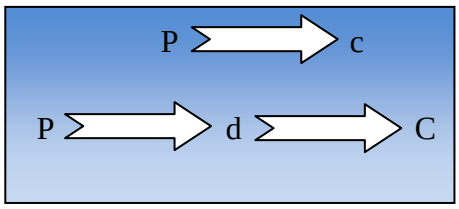
Los resultados de las encuestas dieron a conocer que el 60% de los hombres de la zona urbana de la ciudad de Cuenca, gastan de 10 a 29 dólares en la compra de un Jean, siendo el valor más alto de todos los encuestados, el 24% resultó ser el que va entre los valores de 30 a 59 dólares, el 12% de la población masculina dio a conocer que pagarían entre 60 y 89 dólares y por último el porcentaje sobrante del 4% dijo estaría dispuesto a gastar más de 80 dólares.

3.- ¿Cuánto usted gasta usualmente en la compra de un Jean?		
	N° Respuestas	**%**
Entre $10 y $29	229	60,10%
Entre $30 y $59	92	24,15%
Entre $60 y $89	47	12,34%
Más de $90.	13	3,41%
TOTAL	**381**	**100,00%**

Estos resultados permiten saber los precios que los hombres pagan por un Jean, por lo tanto se debiera tratar de colocar los precios entre los rangos antes mencionados.

2.5.Análisis de Comercialización

A.R. Jeans conformará 2 canales de distribución de longitud 0 y de longitud 1 los cuales consisten en los siguientes:



En donde:

P = PRODUCTOR.- La persona, grupo de personas o empresas quienes elaboran el producto.

d = DETALLISTA.- Son aquellos que se dedican al comercio de forma individual dedicados a la venta en detalle quienes venden el producto a los consumidores finales en pequeñas cantidades.

c = COSUMIDOR FINAL.- Son aquellas personas o grupo de personas que adquieren el producto para uso personal.

El primer canal es de Longitud 0 que se refiere a la venta directa del productor al consumidor final puesto que se tendrá local propio y se ofrecerá el producto al público, la razón por la cual también se elegirá este canal será para mantener el control sobre la caracterización del producto y servicio; para desarrollar la ventaja competitiva de asesoramiento, atención y producción personalizada y de igual manera para conocer directa y personalmente a los clientes.

El segundo canal es de Longitud 1 puesto que existirán intermediarios que adquirirían el producto en cantidades reducidas y ellos venderían a los consumidores finales en pequeñas cantidades o unidades, el motivo principal que se escogerá para este tipo de distribución fue que se puede ayudar a dar a conocer el producto al consumidor final en varios locales situados en la ciudad.

2.6.Otros Análisis

2.6.1. Marca

El nombre que llevará la empresa productora y comercializadora de Jeans para hombre será A.R. JEANS; se eligió este nombre puesto que los inversionistas quieren que el nombre de cada uno de ellos tenga relevancia en la denominación de la empresa, los Inversionistas son Ángel y Rosa debido a esto se utilizó las iniciales de dichos nombres A y R y como es una productora y comercializadora de Jeans para hombre se le coloco con la palabra JEANS.

2.6.2. Logo

El logo se lo dejará en manos del estudiante de Diseño de la Universidad del Azuay Johnny Gómez quien sugirió el siguiente boceto:

Utilizando colores como el plomo con negro expresando elegancia y al mismo tiempo moda y diseño.

Es trascendental recordar que la imagen gráfica de la marca debe ser clara y simple, fácil de visualizar, comprender, memorizar y dirigido al segmento elegido para el proyecto.

2.6.3. Plan de Atracción

2.6.3.1.Lanzamiento

Para la inauguración y lanzamiento de la empresa al mercado se procederá a realizar un programa con el cual se dé a conocer la clase de producto y la variedad de diseños, modelos y colores que se ofrece. Esta estrategia será primordial para la empresa ya que si la gente logra ser atraída por esta inauguración no se dudará que visitarán el local.

Se realizará una inversión por parte de los propietarios puesto que será la cara de la empresa ante los clientes y la sociedad en general, tomando en cuenta que será un evento que dejará una imagen en la mente de los clientes en general.

Habrá una parte del evento que consistirá en la explicación de las principales características que tienen cada uno de los Jeans, se presentarán los modelos y colores de cada uno.

2.6.3.2.Publicidad

La publicidad actualmente es considerada como una de las herramientas más importantes para llegar hacia el mercado hacia al cual se debe centrar y conseguir atraer a la mayor cantidad de clientes.

Por medio de la publicidad, serán posible las ventas y a que se conozca mejor el producto, también se dará a conocer los Jeans y sus diferentes clases y características ante la sociedad, motivando al consumidor al uso de los Jeans e incrementado la confianza de usarlos en personas que no lo usan.

Para la publicidad de A.R. JEANS se utilizará una página web creada por la Ingeniera en Sistemas Claudia Vintimilla graduada en la UNITA, de esta forma se dará a conocer el producto, clases, modelos, colores. Además se colocará publicidad en los lugares más concurridos por la gente.

Se buscará publicar a la empresa en periódicos de alto renombre como El Mercurio y El Tiempo que son los que más tiraje tienen en la ciudad, y gracias a esto todas las personas conocerán el producto y el lugar en donde la empresa se encuentra situada.

CAPÍTULO 3: ESTUDIO TÉCNICO

3.1. Análisis del Proceso de Producción

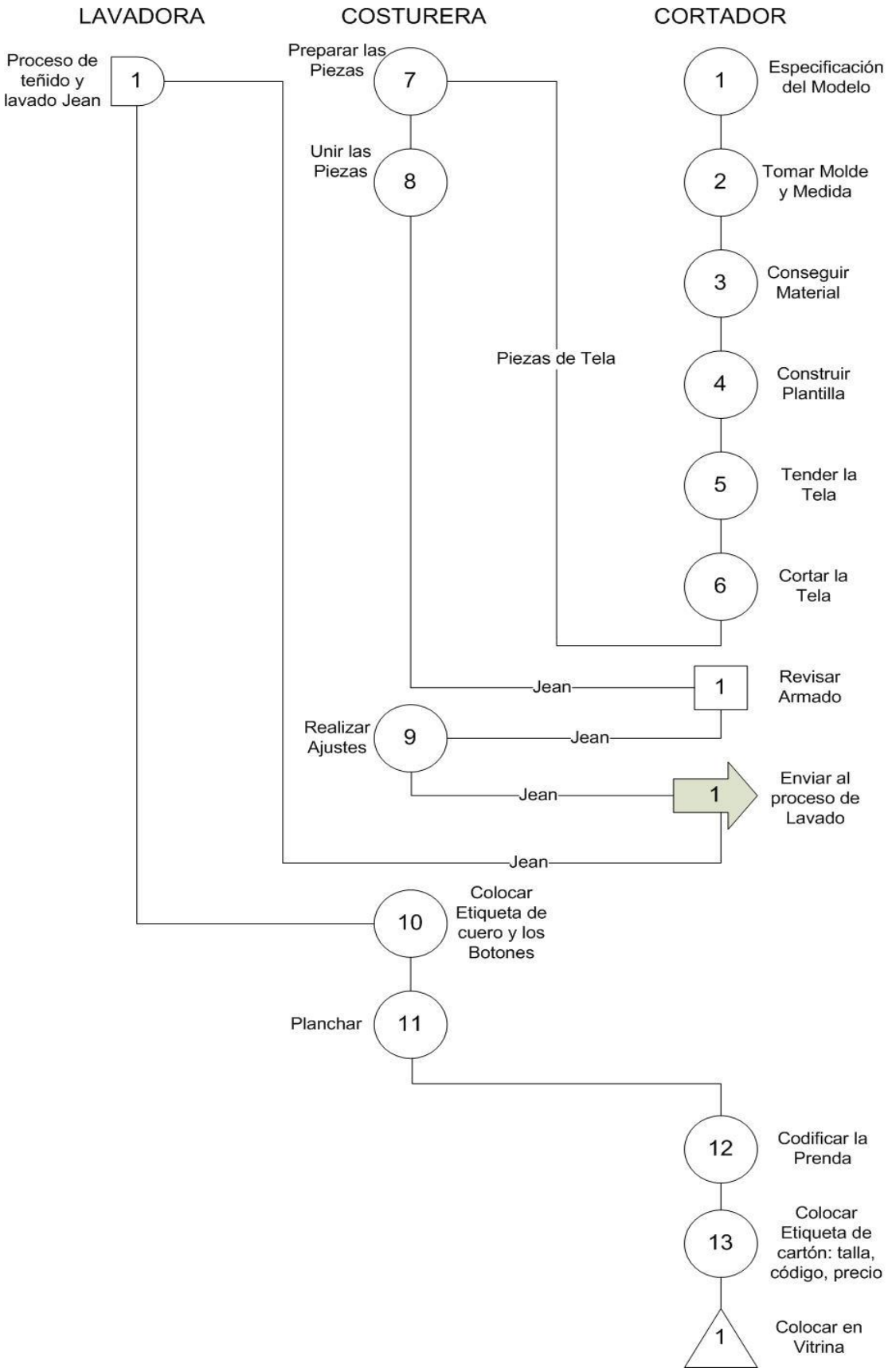
3.1.1. Actividades del Proceso de Producción

Es la combinación de una serie de insumos que se transforman en productos mediante la combinación de la mano de obra, maquinaria, métodos y procedimientos de operación en el producto terminado.

A.R. JEANS es quien diseñará, producirá y venderá Jeans adoptando un proceso artesanal e industrial ya que es necesario complementar la mano de obra con tecnología de maquinaria, haciendo que el producto sea de calidad y del mismo modo brinden comodidad y bienestar al cliente.

El proyecto presentará un proceso de producción que es el de producción estandarizada para la venta en el local comercial.

3.1.1.1.Flujograma del Proceso de Producción Estandarizado



3.1.1.2. Descripción de las Actividades del Proceso de Producción Estandarizado

- Especificar modelo.

  El cortador a través de realizar una pequeña investigación sobre la clase de Jeans que desea la gente y combinando su creatividad, realizará los moldes que serán un bosquejo para efectuar sobre la tela, el cortador realizará varios modelos y luego se escogerá el modelo que más se apegue a las formas y características del Jean deseado para luego realizar el trazado sobre la tela.

- Tomar los moldes y medidas estandarizadas.

  Una vez escogido el modelo, se tomara las medidas especificas de un Jean de acurdo a la talla, realizando moldes como el delantero, trasera, ventajas, bolsillos, que servirá para trazar el la tela.

- Conseguir materiales.

  Una vez obtenidos los moldes, se procede a la preparación de los materiales necesarios para el Jean, se encargará de hacer el pedido de los materiales necesarios y de esta manera no exista demasiado desperdicio.

- Construir la plantilla trazada con los moldes.

  El cortador procede a trazar o dibujar los moldes obtenidos sobre la tela, utilizando un trozo de tela llamado plantilla la cual está muy bien distribuida los moldes para que de esta manera no exista desperdicio y mucho menos faltantes, dicha plantilla sirve para cortar toda la tela una vez que se realiza el tendido y doblado.

- Tender en varios doblados la tela.

  Luego de obtener la plantilla, se procede a tender sobre una mesa varios doblados de la tela de una medida especificada por el cortador, depende el número de Jeans que se desea producir para realizar el número de doblados.

- Cortar la tela.

  Luego de tender la tela, se procede a colocar la plantilla sobre los doblados para que el cortador proceda a cortarlo siguiendo la línea de trazado de la plantilla.

- Preparar las piezas del Jean.

  Las costureras se encargarán de conseguir los complementos necesarios para el Jean como la tela de bolsillos, los cierres, hilos etc., que luego serán unidos por ella mismas.

- Unir piezas.

  Las costuraras luego de obtener lo necesario para unir las piezas, se dividirán para realizar una tarea específica; una colocará la tela de bolsillo, otra colocará los cierres, otra unirá las traseras, otra los bolsillos y así cada una realizará una actividad diferente.

- Revisar el Armado.

  El cortador revisará el armado de cada Jean y buscará alguna anomalía para que dicha falla sea corregida inmediatamente.

- Realizar los ajustes.

  Las costureras realizarán los ajustes correspondientes dictados por el cortador para que la prenda no tenga ninguna falla, además se colocarán las etiquetas de tela dentro de la prenda.

- Enviar al proceso de lavado.

  Una vez terminada la prenda y unida todas las piezas convertida en Jean, se envía a la lavadora en donde hay personas encargadas del proceso y tinturado de los Jeans.

- Procesa y tiñe la prenda

  La prenda terminada es lavada y teñida en máquinas que lo ayudan a dar el color deseado. La lavadora "TINTEX San José" se encargará de dicho proceso.

- Ubicar las etiquetas de cuero y botones.

  Luego de que los Jeans fueron lavados y procesados, se pone las etiquetas de cuero con la marca de cada Jean, del mismo modo se procede a poner los botones y remaches en cada uno de los Jeans.

- Planchar la prenda

  Las costureras proceden a planchar cada prenda, se utilizará un caldero con 4 planchas a vapor dividiendo en colores para que luego pase al cortador y se encargue de codificar cada prenda.

- Codificar prenda.

  El cortador colocará un código para que cada Jean tenga una determinada identidad y de esta manera se podrá identificar fácilmente a cada Jean ya sea en el Inventario o en cada Kardex y así facilitar a encontrar el número de Jeans existentes en el local.

- Ubicar etiqueta de cartón, talla, código y precio.

  El cortador ubicará la etiqueta de cartón con un precio, un código de diferenciación, y la talla de cada Jean.

- Ubicar en vitrina.

  Una vez terminados, los Jeans serán colocados en vitrinas y estantes con el fin de atraer la vista de todas las personas.

3.2.Análisis de Recursos

3.2.1. Matriz de Recursos del Proceso Estandarizado

Cuadro # 1 Matriz de Recursos de Proceso de Producción

RECURSOS OPERACIÓN			Proceso Estandarizado	RECURSOS INVERSIÓN		
Talento Humano	Materia Prima	Insumos		Maquinaria	Herramientas	Sistema
Cortador		Diseños.	Especificar modelo.			
Cortador			Tomar los moldes y medidas estandarizadas.		Moldes.	
Cortador	Telas, cierres, botones, remaches, hilos, etiqueta.		Conseguir los materiales.			
Cortador	Tela Índigo.	Tizas, moldes.	Construir la plantilla con los moldes.		Reglas, cinta métrica, tijeras.	
Cortador	Tela Índigo.		Tender en varios doblados la tela.		Mesa de cortar, tijeras.	
Cortador	Tela Índigo, tela de bolsillo.		Cortar la tela.	Cortadora.	Mesa de cortar, tijeras.	
Costurera	Tela Índigo, tela de bolsillo.	Agujas, tizas.	Preparar las piezas del Jean.		Tijeras.	
Costurera	Telas, hilos.		Unir piezas.	Máquina recta, doble aguja, overlock, cerradora.	Tijeras.	
Cortador	Telas, hilos.	Tizas, moldes.	Revisar el armado.		Tijeras.	
Costurera	Telas, hilos.	Esferos.	Realizar los ajustes.	Máquina recta, doble aguja, pretinadora, atracadora, recubridora, ojaladora.	Tijeras.	
Cortador	Telas.		Envío al proceso de lavado.			
Lavadora	Telas.		Procesa y tiñe el Jean.			
Costurera	Etiquetas, botones, remaches.		Ubicar las etiquetas de cuero y botones.	Maquina recta.		
Costurera	Telas.	Agua.	Planchar la prenda.	Caldero (planchas a vapor).		
Cortador			Codificar prenda.			Computador.
Cortador	Etiquetas.	Plastiflechas, sellos.	Ubicar etiqueta de cartón, talla, código y precio.		Pistola plastiflecha, esferos.	
Cortador			Ubicar en vitrina.		Maniquíes, armadores.	

Realizado por los Autores.

3.2.2. Descripción de Recursos

3.2.2.1.Descripción de Recursos de Inventario

Cuadro # 2 Descripción de los Recursos

RECURSOS	# UNIDADES	DESCRIPCIÓN DEL RECURSO
Cortadora	1	De marca Km se utiliza en el área de producción para cortar la tela Índigo en cada una de las piezas que luego serán fusionadas para al final convertirse en un Jean.
Maquina Recta	4	2 maquinas son de marca Juki y 2 de marca Brother, fabricada en Japón, sirve para unir las piezas del Jean como la tela del bolsillo, los cierres, bastas del Jean.
Doble Aguja	2	Son de marca Juki y Servex, sirve para pegar los bolsillos traseros, para las costuras de los bolsillos delanteros, para armar el delantero.
Overlock	1	De marca Venus, sirve para unir el delantero con el trasero, sirve para cerrar la tela de bolsillo y para los filos de la tela para que no se deshilen.
Cerradora	1	De marca Brother, sirve para colocar las ventajas y cerrar las traseras (Fundillo).
Recubridora	1	De marca KANSAI especial, sirve para colocar los falsos y para hacer pasadores.
Pretinadora	1	Marca KANSAI special, sirve para unir la pretina en el resto pantalón. Se coloca la tela sobre el Jean y se hace la pretina.
Atracadora	1	Ajusta los pasadores, cierres y bolsillos traseros en las equinas para que esté bien sujeto en el Jean.
Ojaladora	1	Sirve para hacer ojales que luego ayudarán a que el botón pase con facilidad a través de la tela del Jean, de marca REECE.
Caldero	1	Sirve para planchar el Jean terminado, contiene 4 planchas, funciona a gas; se introduce agua en el caldero y se enciende y sale una llama que calienta el agua y hace que se convierta en vapor que es expulsado por las planchas, este vapor facilita el planchado del Jean.
Mesa de Cortar	1	Para realizar el diseño, trazado y corte de la tela.
Tijera	10	De marca Mundo, sirve para el corte de las telas.
Reglas de Madera	3	Ayuda al cortador en el trazado de la tela.
Cinta métrica	5	Igualmente, ayuda al cortador en la medición de las tallas, además puede ser utilizado por las costureras en algunas medidas necesarias como son las bocas de los bolsillos.
Pistola Plastiflecha	3	Son utilizadas en el momento de colocar las etiquetas de cartón en el Jean, dispara unas plastiflechas que penetran en la tela del Jean y queda ajustada la etiqueta en el Jean.
Armadores	50	Se coloca el Jean doblado para la exhibición y mejor orden en el local.
Remachadora	1	Sirve para colocar el botón y los remaches en el Jean.
Maniquíes	3	Son utilizados para la exhibición del Jean.
Estantes	5	Para colocar los Jeans doblados que son producidos y salen para la venta, para que la gente puede observar con facilidad según tallas, colores y modelos.
Equipo de Computación	1	Ayuda para contactarse de una mejor manera con los proveedores y posibles clientes, también sirve para archivar documentos importantes para la empresa. La marca del computador es AOC, viene incluida la impresora.
Teléfono	1	Para contactarse con los clientes y proveedores que no se los pueda localizar con facilidad.

Realizado por los autores.

3.2.2.2.Descripción de Recursos de Operación

3.2.2.2.1. Talento Humano

El talento humano con el que contará A.R. JEANS es el siguiente:

Cortador: La empresa contará con un cortador, esta persona realiza dos funciones, el Sr. Ángel Figueroa Bermeo, quien será uno de los propietarios de la empresa el mismo que con su conocimiento y experiencia realizará trabajos de calidad, esta persona está encargada de diseñar, trazar y cortar la tela para los Jeans, usará la cortadora que será adquirida, además inspeccionará a las costureras que realicen un trabajo óptimo revisando que no existan fallas en la tela y mucho menos en el Jean terminado.

Costureras: Para la producción de Jeans que efectuará A.R. JEANS, contará con 6 costureras previamente seleccionadas, se tomó en cuenta la experiencia de cada una, además las capacidades, habilidades y estudios que cada una haya tenido en el transcurso de sus vidas y de esta manera contar con el personal calificado y eficiente que garanticen un trabajo bien elaborado al confeccionar los Jeans, cada una de ellas tendrá a cargo una maquina; 4 de ella en las máquinas rectas y las restantes ocuparán el resto de máquinas, una se encargará de la máquina doble aguja ya que deberá colocar los bolsillos traseros y como es un proceso que no toma mucho tiempo, tendrán que dirigirse a la máquina atracadora, la otra se encargará de la máquina overlock y cerradora.

3.2.2.2.2. Materia Prima

Para la elaboración de Jeans, A.R. JEANS contará con los siguientes materiales:

- **Jeans:** tela Lee Índigo.
- **Materiales generales:** hilos, cierres, tela de bolsillo, botones, remaches, etiquetas etc.

3.2.2.2.3. Insumos

Para la elaboración de los Jeans, a más de utilizar la materia prima, es necesario la utilización de varios insumos como:

- **Revistas:** Diseños escogidos para la elaboración del Jean.
- **Hojas de Pedido:** Son hojas en las que se detalla con información necesaria para producir la cantidad, modelo y tamaño del Jean que desea el cliente.
- **Moldes:** Son las partes del Jean pero en cartón, estas piezas sirven para trazar sobre la tela para que luego sean cortadas por el cortador.
- **Tizas y Esferos:** La tiza de color blanca y los esferos de color azul, negro o rojo son utilizados por parte del cortador y de las costureras, sirven para trazar la tela.
- **Agujas:** "Barrita puntiaguda de metal, con un ojo para meter el hilo"[9], sirve para colocar en la máquina y pueda coser, bordar o tejer.
- **Plastiflechas:** Barras de plástico que contiene sujetadores flexibles que son insertadas en el Jean con la ayuda de una pistola, de esta manera ajusta las etiquetas de cartón en la prenda.
- **Sellos, Etiquetas:** Papel adhesivo con la talla, el código y el precio de cada Jean, además contienen la marca de la empresa A.R. JEANS.
- **Agua:** Es utilizada en el caldero para planchar los Jeans, el agua se convierte en vapor que es expulsado por las planchas.
- **Gas:** Se utiliza para el encendido del caldero.
- **Encendedor:** No es cualquier encendedor, este es el que se utiliza para encender la cocina es como una pistola, sale chispa y se enciende el fuego bajo el caldero.

[9] http://www.wordreference.com/definicion/aguja

3.3.Análisis de Tamaño

Para el análisis del tamaño, se debe realizar algunos cálculos por lo que se empieza con el tamaño de la muestra encontrada con anterioridad, que fue de 42.492 hombres de la zona urbana de la ciudad de Cuenca por lo tanto es importante saber cuánto se puede producir por año para satisfacer la demanda.

A.R. JEANS tendrá un horario de lunes a viernes 8 horas diarias y los sábados medio día que son 4 horas, lo que sería a la semana 44 horas, al mes daría un total de 176 horas, estas horas multiplicándolas por los 12 meses del años dan un total de 2112 horas anuales, cabe recalcar que no se debe sumar las horas de los días feriados y días de vacaciones establecidos en la Ley Ecuatoriana.

La empresa pretende entrar en el mercado a finales del mes de abril y se considera un año económico de mayo a mayo por lo que se tomaron en cuenta los días y feriados entre el mes de Mayo 2010 a Mayo 2011, donde existe un total de 11 días feriados de los cuales son 3 sábados por lo tanto se debe restar 76 horas anuales (8 días de lunes a viernes * 8 horas diarias + 3 sábados * 4 horas diarias = 64 + 12 = 76 horas).

Otro aspecto a considerar son los días de vacaciones que tiene un empleado por ley, en el Ecuador un trabajador tiene 15 días de vacaciones por Ley, incluye dos fines de semanas y cada fin de semana tiene un domingo, si se quita los domingos quedarían 13 días menos de producción tomando en cuenta que 2 días son sábados por lo tanto las horas a restar son 96 horas (11 días de lunes a viernes * 8 horas + 2 sábados * 4 horas = 88 + 8 = 96 horas).

Teniendo en cuenta solamente una costurera, las horas que trabajaría al año serían 1940 horas anuales (2112 horas anuales – 76 horas de días feriados – 96 horas de vacaciones = 1940 laborables).

Según la experiencia en el área de confección de cada inversionista, una costurera trabaja con un nivel de eficiencia del 70%, por lo tanto genera un total de 1.358 horas laborables de producción con eficiencia de cada una de las costureras (1.940 horas laborables * 70% del nivel de eficiencia de producción).

El taller de A.R. JEANS contará con 6 costureras dando un total de 8.148 horas productivas de todas las costureras (1.358 horas laborables productivas * 6 costureras).

La demanda de los Jeans en la ciudad de Cuenca en la zona urbana de es de 42.492 hombres, tomando en cuenta las encuestas tabuladas anteriormente se consideró **conservadoramente** que es probable trabajar con el caso de que una persona adquiere 4 Jeans de A.R JEANS al año. Según este hecho, la demanda anual medida en número de Jeans es de 169.968.

Para determinar si la capacidad productiva es suficiente o no para cubrir la demanda de 169.968 Jeans, es necesario conocer el tiempo promedio que toma la producción por cada Jean. Se multiplica el tiempo promedio por el número de Jeans a producir, se obtendrá el tiempo de producción necesario para satisfacer la demanda.

El tiempo promedio de producción de un Jean fue dado por la Sra. Rosa Pinos quien tiene mucha experiencia en esta área ya que laboraba anteriormente en empresas de elaboración de Jeans. La elaboración de un Jean tarda 2 horas.

A.R. JEANS laborará mensualmente 162 horas (1.940 horas laborables de cada costurera/12 meses) con 6 costureras lo que da un total de 970 horas (162 horas mensuales * 6 costureras), la eficiencia de cada costurera es de 70% por lo que contaría con 679 horas al mes (970 horas laborales * 70% eficiencia), este valor se divide para 2 horas, se obtiene el número de Jeans a producir al mes que son de 340 Jeans lo que al año daría un total de 4.074 Jeans.

La demanda de los Jeans sobrepasa los límites de producción que tiene A.R. JEANS por lo que los propietarios podrían pensar con el tiempo en contratar más personal para incrementar la producción, así mismo invertir en maquinaria que ayudaría a la disminución de los tiempos de producción de Jeans.

3.4.Análisis de Localización

3.4.1. Macrolocalización

CONCEPTO	LUGAR
País	Ecuador
Región	Sierra
Zona	Urbana

3.4.2. Microlocalización

Para la microlocalización y ubicación del local, se realizó con anterioridad una tabla matriz la cual consiste en la determinación de los siguientes puntos:

a) Desarrollar una lista de factores relevantes.
b) Asignar un peso a cada factor para indicar su importancia relativa y el peso asignado dependerá exclusivamente del criterio del investigador.
c) Asignar una escala común a cada factor y elegir cualquier mínimo.
d) Calificar a cada sitio potencial de acuerdo con la escala designada y multiplicar la calificación por el peso.
e) Se suma la puntuación de cada sitio.
f) Elegir el lugar de mayor puntuación.

3.4.2.1.Factores Relevantes:

- Ubicación.- Un lugar que sea transitado por toda clase de personas y sobre todo que A.R. JEANS pueda ser vista por cualquier persona además que se encuentre cerca de puntos céntricos en la ciudad.

- Clientela.- Una zona donde exista circulación de personas que el proyecto requerirá, es decir hombres dispuestos a adquirir Jeans.

- Costo.- Es determinante el costo del local donde se encuentre localizada la comercializadora por lo que se determinó a este como un factor determinante.

- Ambiente.- El local debe tener una apreciación muy buena para que la clientela pueda sentirse cómoda y disfrutar de los diseños y servicios que tiene el local.

- Espacio.- Al querer contar con un almacén de distribución, oficinas y además el taller, es necesario buscar un local con un espacio físico lo suficientemente amplio para brindar un mejor servicio y de la misma forma permita operar de una manera más eficiente.

- Parqueadero.- Se tiene en cuenta que el parqueo es importante, por lo que se buscará un lugar en el que no se dé demasiado congestionamiento del tránsito para facilitar el acceso a la entidad.

3.4.2.2.Opciones a elegir para la Localización Micro

Se ha escogido algunos sitios que se encuentran al alcance de los inversionistas, es importante saber que solo se tomó en cuenta los cuatro lugares con mayor aceptación de los inversionistas y al preguntar de una forma verbal a algunos posibles clientes.

La tabla efectuada se encuentra en el Capítulo 2, en "**Ubicación del Local y Taller".**

CAPÍTULO 4: ESTUDIO FINANCIERO

La finalidad del estudio financiero es evaluar si el proyecto cumple con la rentabilidad mínima para satisfacción y cumplimiento de las expectativas de los inversionistas.

Los datos o resultados obtenidos mediante la ejecución de este estudio, son de gran importancia para la empresa, pues los resultados permiten saber las ganancias en caso de que se realicen las inversiones de los recursos en el proyecto.

4.1. Análisis de Inversiones

4.1.1. Inversiones Fijas

Las inversiones fijas son consideradas aquellas que respaldan al proceso de producción de los Jeans; estas inversiones tienen las siguientes características:

- Son tangibles.
- Intervienen en el proceso de producción.
- Casi siempre son depreciables.
- Las inversiones realizadas no están disponibles para la venta.
- Sin estas inversiones se imposible empezar con el proceso de producción.

A continuación se detalla una tabla con las inversiones fijas a realizar, lo que permitirá el comienzo del proceso de producción:

Tabla # 1 Inversiones Fijas

Inversiones Fijas			
Recursos	**Cantidad**	**Precio**	**Inversión por Unidad**
Cortadora	1	$ 980,00	$ 980,00
Máquina Recta	4	$ 575,00	$ 2.300,00
Doble Aguja	2	$ 1.900,00	$ 3.800,00
Overlock	1	$ 1.400,00	$ 1.400,00
Cerradora	1	$ 5.800,00	$ 5.800,00
Recubridora	1	$ 1.400,00	$ 1.400,00
Pretinadora	1	$ 2.200,00	$ 2.200,00
Atracadora	1	$ 3.800,00	$ 3.800,00
Ojaladora	1	$ 14.000,00	$ 14.000,00
Caldero	1	$ 2.200,00	$ 2.200,00
Mesa de Cortar	1	$ 80,00	$ 80,00
Tijeras	10	$ 13,00	$ 130,00
Reglas de Madera	3	$ 2,00	$ 6,00
Cinta métrica	5	$ 3,00	$ 15,00
Pistola Plastiflecha	3	$ 4,00	$ 12,00
Armadores	40	$ 0,30	$ 12,00
Remachadora	1	$ 150,00	$ 150,00
Maniquíes	3	$ 60,00	$ 180,00
Estantes	5	$ 75,00	$ 375,00
Equipo de Computación	1	$ 650,00	$ 650,00
Teléfono	2	$ 20,00	$ 40,00
Cafetera	1	$ 40,00	$ 40,00
Juego de Tazas 6 unidades	2	$ 7,25	$ 14,50
Microondas	1	$ 120,00	$ 120,00
Taburetes	14	$ 15,00	$ 210,00
Basureros	5	$ 5,00	$ 25,00
Espejos	4	$ 50,00	$ 200,00
Alfombras	5	$ 10,00	$ 50,00
Luminaria	14	$ 15,00	$ 210,00
TOTAL			**$ 40.399,50**

Realizado por los autores

El listado de los recursos de la inversión fija antes mencionada se clasifica en los siguientes grupos:

Inversión Fija	Inversión
Maquinaria y Equipo	$ 37.880,00
Muebles y Enseres y Equipo de Oficina	$ 1.869,50
Equipo de Computación	$ 650,00
TOTAL	**$ 40.399,50**

Esta división de las inversiones ayuda a la depreciación de los recursos.

4.1.2. Inversiones Diferidas

Las inversiones diferidas son aquellas que son adquiridas ahora, pero sirven después de un tiempo; tienen las siguientes características:

- Son consumibles poco a poco con el pasar de los tiempos.
- Por lo general son servicios o derechos.
- Son inversiones intangibles.
- Están disponibles para ser amortizadas.

En la siguiente tabla se especifican y cuantifican las inversiones diferidas a cumplir, que en general son instalaciones, adecuaciones, preparativos y permisos necesarios para la operación.

Tabla # 2 Inversiones Diferidas

Inversiones Diferidas	
Descripción	**Inversión**
Instalación de la iluminación	$ 200,00
Instalación de línea telefónica	$ 90,00
Adecuaciones	$ 150,00
Inauguración	$ 250,00
Patente municipal	$ 45,00
Permiso de bomberos	$ 11,00
Registro de marca	$ 300,00
TOTAL	$ 1.046,00

Realizado por los autores

4.1.3. Inversiones de Capital de Trabajo

"El capital de trabajo es todo lo necesario para cubrir los gastos que se presentan desde el momento en que se inicia la operación hasta el momento en que se recibe el primer dólar por concepto de las ventas."[10]

Son las primeras compras de materia prima, pago de mano de obra, los insumos serán las inversiones de capital de trabajo de A.R. JEANS, además los pagos de sueldos, gastos para producir, gastos administrativos, etc., que se necesitan para la primera tanda de producción. (Tabla # 4 Inversiones Capital de Trabajo)

Las horas mensuales calculadas en el estudio técnico dio como resultado que A.R. JEANS trabajará 162 horas mensuales, con 6 costureras por lo tanto da un total de 972 horas para efectuar la producción de los Jeans (162 horas mensuales * 6 Costureras = 972 horas). También se debe tomar en cuenta el nivel de eficiencia de la costurera que es de un 70% el cual es necesario para conocer el número total de horas realmente productivas. Por consiguiente la empresa contará con 680 horas realmente productivas (972 horas para producir * 70% de eficiencia) al mes y con 680 horas (680 horas * 1 meses) en el mes anterior a la apertura de A.R. JEANS.

Con este tiempo es posible producir el siguiente número de prendas para el mes de apertura:

Tabla # 3 Producción del Mes de Abril

PRODUCTO	PARTICIPACIÓN EN PRODUCCIÓN (%)	PRODUCCIÓN (unidades de prendas de vestir)	TIEMPO PROMEDIO UNITARIO (horas)	TIEMPO PROMEDIO TOTAL (horas)
JEANS	100%	340	2	680

Realizado por los autores

[10] Libro Formulación de Pequeños Proyectos Rurales de Paúl Vanegas

De acuerdo a la tabla expuesta se deberá producir 340 Jeans en el periodo de un mes anterior a la fecha de inauguración de A.R. JEANS. Por lo que el capital de trabajo es el siguiente:

Tabla # 4 Inversiones Capital de Trabajo

Costos	Valor Anual	Valor Abril	Valor Mayo	Total
Costo de Ventas	$ 38.420,22	$ 3.201,69	$ 3.201,69	$ 6.403,37
Publicidad	$ 900,00	$ 75,00	$ 75,00	$ 150,00
Arriendo	$ 3.600,00	$ 300,00	$ 300,00	$ 600,00
Servicios Básicos	$ 1.332,00	$ 111,00	$ 111,00	$ 222,00
Salarios trabajadores	$ 29.380,20	$ 2.448,35	$ 2.448,35	$ 4.896,70
Varios	$ 180,00	$ 15,00	$ 15,00	$ 30,00
Capital de Trabajo		**$ 6.151,04**	**$ 6.151,04**	**$ 12.302,07**

Realizado por los autores

Se ha visto necesario que en esta clase de empresas es conveniente tener un capital de trabajo mínimo de 2 meses ya que este tipo de negocio es de ropa por lo que se podría llegar a vender lo estimado o no.

4.1.4. Inversión Total

La inversión total de A.R. JEANS es de $47.596,54

Tabla # 5 Inversión Total

Inversión Total	
Inversión Fija	$ 40.399,50
Inversión Diferida	$ 1.046,00
Inversión de Capital	$ 12.302,07
TOTAL	**$ 53.747,57**

Realizado por los autores

4.2.Análisis de Financiamiento

"El financiamiento es la búsqueda de fuentes financieras para obtener fondos en ventajosas condiciones de plazos en intereses, con la finalidad de utilizarlos durante el proceso de implementación y puesta en marcha del proyecto."[11]

4.2.1. Fuentes Propias

Los recursos aportados por los inversionistas de A.R. JEANS, serán por parte de los dos propietarios que tuvieron la idea de este proyecto, Ángel Figueroa Bermeo aportará con el 50% y Rosa Pinos Bermeo con el otro 50%, y de esta manera efectuar la inversión total, asumiendo en partes proporcionales de acuerdo a lo invertido, el patrimonio de cada uno de ellos.

4.2.2. Fuentes Externas

El proyecto será financiado totalmente por sus propietarios por lo que no será necesario gestionar con ninguna entidad financiera que genere gastos financieros, pero es necesario llevar relaciones con estas entidades puesto que en el futuro se podría obtener algún crédito en casos inestables de la empresa, además A.R. JEANS contará con una cuenta corriente que facilitaría las transacciones de dinero.

4.3.Análisis de Ingresos

"La determinación de los precios de los bienes debe derivarse del estudio de mercado, en complemento con el nivel de producción (tamaño) definido en el estudio técnico

Los ingresos provendrán de la venta de los bienes del proyecto. Las unidades a vender, determinan la capacidad de producción, que dependen a su vez del tamaño del proyecto y la capacidad instalada."[12]

[11] Libro Formulación de Pequeños Proyectos Rurales de Paúl Vanegas

4.3.1. Ingresos Operacionales

Los ingresos operacionales provienen de las actividades normales del proyecto de las ventas de los Jeans. En el análisis de tamaño se calculó una producción y venta de 4.074 Jeans.

Tabla # 6 Ingresos

Ingresos					
Producto	Unidad	Ponderación (%)	Volumen anual (unidades)	Precio (dólares)	Ingreso anual (dólares)
Jeans	Número de Jeans	100%	4.074	$ 20,00	**$ 81.480,00**

Realizado por los autores

Los precios serán establecidos de acuerdo a las encuestas y a los costos de fabricación de cada Jean, en este caso, el precio es de $20 dólares puesto que el costo de fabricación es de $15 dólares, se incrementará un porcentaje de utilidad de 33,33% para que de esta manera se logre vender y se tenga utilidad de 5 dólares.

Además se investigó en almacenes de ropa los cuales tenían precios entre $20 y $18, y se tomo el precio de $20 por las razones antes mencionadas.

4.3.2. Ingresos No Operacionales

A.R. JEANS no cuenta con ingresos no operacionales, ya que no venderá otra clase de derivado de la producción de Jeans sino solamente Jeans.

[12] Libro Formulación de Pequeños Proyectos Rurales de Paúl Vanegas

4.4.Análisis de Egresos

4.4.1. Costo de Producción

Los primeros gastos que hace A.R. JEANS son los que necesariamente sirven para que pueda cumplirse normalmente el proceso de producción del proyecto que son los costos de producción; los cuales son la materia prima, la mano de obra, insumos, suministros, etc.

La empresa contará con 6 costureras quienes conforman la mano de obra del taller con un costo mensual del sueldo de $240 dólares cada una, se les cancelará todos los beneficios por Ley que son el Décimo Tercer sueldo, Décimo Cuarto, Vacaciones, Fondos de Reserva, Aportes Patronal; lo que haría que la empresa tenga un costo total al año de $22.979,52; además cabe recalcar que cada año este valor incrementará por el ingreso de una nueva costurera.

Tabla # 7 Costo de Producción Mano de Obra

Empleados		Sueldo	XIII	XIV	Vacaciones	Aporte Patronal	Total Mes	Total Anual
Costureras	6	$ 240,00	$ 20,00	$ 20,00	$ 10,00	$ 29,16	**$ 319,16**	**$ 22.979,52**

Realizado por los autores

La materia prima necesaria para la elaboración de los Jeans son las telas empleadas en la producción, por lo tanto la empresa producirá 4.074 Jeans al año que serían aproximadamente 340 Jeans mensuales por lo que el costo promedio de la materia prima presupuestada será de $ 1.058,50 dólares mensuales que fueron dados gracias a MODATEX a quien se pidió una proforma de tela de 290 metros, tomando en cuenta que se puede necesitar un poco más de tela para alguna falla; dichos metros son los que se necesita para producir los 340 Jeans (cada Jean necesita 0,84 centímetros * 340 Jeans) multiplicados por el valor de cada metro que es de $3,65, el costo anual sería de $12.702,00 dólares anuales.

Tabla # 8 Materia Prima

Materia Prima para 4.074 Jeans anuales (340 mensuales)					
Material	**Unidad de Medida**	**Cantidad Mensual**	**Precio Unitario**	**Precio Total**	**Anual**
Tela Índigo	Metros	290	$ 3,65	$ 1.058,50	$ 12.702,00

Realizado por los autores

Es necesario reiterar que el costo de la materia prima no siempre será de $1.058,50 ya que la demanda podría variar así como también del tipo de diseño que desee el cliente.

Los materiales en general utilizados para la producción se han presupuestado en $193,40 mensuales que da un total anual de $ 1.668,30.

Tabla # 9 Material en General

Material en General para 4.074 Jeans anual (340 mensuales)					
Material	**Unidad de Medida**	**Cantidad Mensual**	**Precio Unitario**	**Precio Total**	**Anual**
Cierres	Unidad	340	$ 0,17	$ 57,80	$ 693,60
Hilos	Conos	25	$ 2,90	$ 72,50	$ 217,50
Botones	Unidad	340	$ 0,02	$ 6,80	$ 81,60
Esferos y Tizas	Cajas	5	$ 5,00	$ 25,00	$ 300,00
Etiquetas	Unidad	340	$ 0,05	$ 17,00	$ 204,00
Adhesivos	Unidad	340	$ 0,02	$ 6,80	$ 81,60
Plastiflechas	Cajas	3	$ 2,50	$ 7,50	$ 90,00
				$ 193,40	**$ 1.668,30**

Realizado por los autores

El costo de los insumos anuales presupuestados es de $1.070,40 sabiendo que los insumos son todos aquellos que se utilizarán en el proceso productivo pero que no son materia prima ya que no forman parte del producto final. Tomando en cuenta el gasto que existe en las bolsas para enviar el Jean al cliente y el gas utilizado.

Tabla # 10 Insumos

Insumos para 4.074 Jeans anuales (340 mensuales)					
Material	**Unidad de Medida**	**Cantidad Mensual**	**Precio Unitario**	**Precio Total**	**Anual**
Gas	Cilindros	5	$ 1,60	$ 8,00	$ 96,00
Bolsas	Docena	29	$ 2,80	$ 81,20	$ 974,40
				$ 89,20	$ 1.070,40

Realizado por los autores

A continuación se detalla una tabla con los costos de producción.

Tabla # 11 Costos de Producción

Egresos Costo De Producción	
Tamaño 4.074 Jeans	
Descripción	**Egreso anual (dólares)**
Materia Prima	$ 12.702,00
Mano de obra	$ 22.979,52
Materiales en general	$ 1.668,30
Insumos	$ 1.070,40
TOTAL	**$ 38.420,22**

Realizado por los autores

4.4.2. Gasto Administrativo

Son gastos que apoyan el proceso de producción pero no intervienen en dicho proceso como: arriendo, servicios básicos, sueldos administrativos y otros rubros.

El local se encontrará en el sector de Totoracocha en la Av. Hurtado de Mendoza por lo que el presupuesto de arriendo está en $300 mensuales los que al año serían $3.600 ($300 arriendo mensual * 12 meses).

Tabla # 12 Arriendos

Arriendo		
Meses	**Valor Mensual**	**Valor Anual**
12	300	3600

Realizado por los autores

Entre los servicios básicos que se utilizarán por la empresa están los pagos de la luz, agua, teléfono e internet, por lo que se ha presupuestado un gasto mensual de $111 que al año darían un total de $1.332.

Cuadro # 13 Servicios Básicos

Servicios Básicos			
Servicio	**Meses**	**Valor Mensual**	**Valor Anual**
Luz	12	$ 52,00	$ 624,00
Agua	12	$ 15,00	$ 180,00
Teléfono	12	$ 20,00	$ 240,00
Internet	12	$ 24,00	$ 288,00
		$ 111,00	**$ 1.332,00**

Realizado por los autores

Los sueldos para el área administrativa se clasificaron de la siguiente manera:

- Fabian Figueroa, administrador de la empresa, sueldo $350 más beneficios.
- Ángel Figueroa Bermeo, vendedor, cortador, diseñador y socio, recibirá un sueldo mensual de $800 más beneficios, mayor que de la socia, debido a que cumple más funciones dentro de la empresa.
- Rosa Pinos Bermeo jefe de personal y social, recibirá un sueldo mensual de $550.
- Juan Gómez Morales, contador con un sueldo de $200, este sueldo es relativamente bajo debido a que no trabaja tiempo completo.

El presupuesto para los gastos de sueldo será de $2.448,35 mensuales, generando un egreso anual total de $ 29.380,20.

Tabla # 14 Sueldos Trabajadores

Empleados		Sueldo	XIII	XIV	Vacaciones	Aporte Patronal	Total Mes	Total Anual
Cortador	1	$ 800,00	$ 66,67	$ 20,00	$ 33,33	$ 97,20	$ 1.017,20	$ 12.206,40
Jefe de Personal	1	$ 550,00	$ 45,83	$ 20,00	$ 22,92	$ 66,83	$ 705,58	$ 8.466,90
Gerente General	1	$ 350,00	$ 29,17	$ 20,00	$ 14,58	$ 42,53	$ 456,28	$ 5.475,30
Contador	1	$ 200,00	$ 16,67	$ 20,00	$ 8,33	$ 24,30	$ 269,30	$ 3.231,60
							$ 2.448,35	**$ 29.380,20**

Realizado por los autores

Luego se tiene varios gastos como de limpieza y mantenimiento de oficina, etc., se presupuestó $15 mensuales lo que da un total anual de $180.

En la siguiente tabla se detallan y cuantifican los diferentes rubros que pertenecen a los gastos administrativos:

Tabla # 15 Gastos Administrativos

Egresos Gasto Administrativo	
Tamaño 4.074 Jeans	
DESCRIPCIÓN	EGRESO ANUAL (dólares)
Arriendo	$ 3.600,00
Servicios Básicos	$ 1.332,00
Salarios trabajadores	$ 29.380,20
Varios	$ 180,00
TOTAL	**$ 34.492,20**

Realizado por los autores

4.4.3. Gasto de Ventas

Son los gastos necesarios para poder vender los Jeans como puede ser: la publicidad y el lanzamiento de nuevos modelos de Jeans 3 veces al año para de esta forma captar el mayor mercado de los Jeans.

El presupuesto estimado para los lanzamientos de nuevos modelos que se efectuarán a lo largo del año es de $300 cada uno, dando un total de $900 para lo cual se realizarán catálogos de los nuevos modelos, catálogos con el tipo de tela a usar, anuncios en prensa, radio y volantes.

En la siguiente tabla se detalla y cuantifica el siguiente rubro analizado anteriormente:

Tabla # 16 Gastos de Ventas

Egresos Gasto de Ventas	
Tamaño 4.074 Jeans	
Descripción	Egreso anual (dólares)
Publicidad	$ 900,00
Total	**$ 900,00**

Realizado por los autores

4.4.4. Gasto Financiero

El proyecto es financiado el 100% por los accionistas, Ángel Figueroa 50% y Rosa Pinos 50% para así efectuar la inversión total, por lo tanto la empresa no contará con gastos financieros ya que el 100% será financiamiento propio.

4.5.Análisis de Rentabilidad

Es de suma importancia el emplear criterios para poder efectuar la proyección en el tiempo y es primordial que los mismos sean tomados en cuenta de la manera más técnica posible.

Los criterios y supuestos a ser utilizados se detallan a continuación:

Vida Útil del Proyecto: La vida útil del proyecto será de 10 años que se indica en el estudio de generalidades, se tomó en cuenta la vida útil de las máquinas de costura recta que son las principales para el funcionamiento de la empresa.

Tasa de Inflación: la tasa de inflación para este año se estimó en un 4,31%, este promedio se tomó de las tasas de inflación del "Banco Central del Ecuador"[13].

Depreciación: Se utiliza la depreciación para calcular el valor residual de los activos al final de la vida útil y, de esta manera, tener información necesaria para estimar razonablemente el valor de salvamento.

A través de la siguiente tabla se determinó la depreciación anual mediante el método de línea recta:

Tabla # 17 Depreciaciones

INVERSIÓN FIJA	INVERSIÓN (dólares)	VIDA ÚTIL (años)	DEPRECIACIÓN ANUAL (dólares)
Maquinaria y Equipo	$ 37.880,00	10	$ 3.788,00
Muebles y Enseres y Equipos de Oficina	$ 1.869,00	10	$ 186,90
Equipos de Computación	$ 650,00	3	$ 216,67
TOTAL	**$ 40.399,00**		**$ 4.191,57**

Realizado por los autores

Tasa Impositiva: La tasa impositiva que se utiliza es el 15% de utilidades para trabajadores y el 25% del impuesto a la renta.

Indicador de Rentabilidad: Como indicadores de rentabilidad se tendrá al Valor Actual Neto (VAN) y Tasa Interna de Retorno (TIR).

[13] http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion

Tasa de Rendimiento: Para realizar un análisis de rentabilidad del proyecto el porcentaje de tasa es del 20%, ya que en el futuro se podría adquirir un préstamo bancario; y la Tasa Activa según la Srta. Priscila García funcionaria del Banco del Austro para un préstamo común es del 15,20% y para un microcrédito es del 19,50% por lo que se cubriría tranquilamente el préstamo en caso de que algún día se pueda llegar a necesitarlo.

Por otra parte se ha conseguido información en empresas relacionadas quienes reiteran dicha tasa de rendimiento entre 20% a 25%. Además se obtuvo esta información de fuentes privilegiadas.

Criterio de Crecimiento de Ingresos y Egresos:

El incremento de los ingresos será proyectado de acuerdo al incremento de la capacidad instalada que tiene la empresa año a año, tomando en cuenta la compra de nueva maquinaria y el ingreso de una costurera anualmente. Los egresos se proyectarán mediante la tasa de inflación que es del 4,31%, los costos pueden variar con el pasar de los años por diferentes causas, pero para este estudio se utilizará dicha tasa. "La inflación es medida estadísticamente a través del Índice de Precios al Consumidor del Área Urbana (IPCU), a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de hogares".[14]

4.5.1. Crecimiento del Costo y Tiempo de Mano de Obra, con su respectivo aumento en la Producción

Se trabajará con 6 costureras que compondrán un tiempo productivo anual de 8.148 horas (1.358 horas laborables de producción * 6 costureras), calculadas en el capítulo 3. Asimismo, se calculó el tiempo necesario para producir 4.074 Jeans en 8.148

[14] http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion

horas; tomando en cuenta estos tiempos y la capacidad productiva estará utilizada en un 70% como se dio a conocer con anterioridad.
Debido a que la capacidad productiva será utilizada al 70%, será necesario incrementar el número de costureras como de maquinaría para poder cubrir la cuota proyectada de ventas anuales. Con estas necesidades se planificó contratar una costurera por año y, de esta manera se contará con un total de 15 costureras al final de la vida útil del proyecto.

Se debe adquirir una máquina de costura recta, doble aguja, overlock, pretinadora ya que son las que más se ocupan en el taller, por lo tanto se adquiriría una por año, debido a que cada año se va a contratar a una costurera más.

El costo de las costureras según el salario mínimo establecido en la ley, hoy en día es de 240 dólares mensuales.

El salario tendrá un incremento anual de acuerdo a la Inflación estimada que es de 4,31% anual; los sueldos pueden incrementar o no durante los años por diversos motivos, pero para el estudio se utiliza dicha tasa.

Ahora se procede a realizar las tablas de ingresos, para ello se tomó en cuenta la variación de la producción y del mismo modo la variación del precio de acuerdo a la inflación y se obtuvo la siguiente tabla:

Tabla # 18 Estimación de Ingresos

Ingresos Anuales										
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**
Nivel de Producción	4074	4753	5432	6111	6790	7469	8148	8827	9506	10185
Precio	$ 20,00	$ 20,86	$ 21,76	$ 22,70	$ 23,68	$ 24,70	$ 25,76	$ 26,87	$ 28,03	$ 29,24
Ingresos Totales	$ 81.480,00	$ 99.157,09	$ 118.206,58	$ 138.713,94	$ 160.769,46	$ 184.468,49	$ 209.911,72	$ 237.205,49	$ 266.462,05	$ 297.799,89

Realizado por los autores

Los cálculos del costo anual de mano de obra, con la adición anual de una costurera a la fuerza productiva de A.R. JEANS, son los resultados que se muestran a continuación. Son los totales anuales obtenidos de los roles de pago realizados y presentados más adelante (Tabla # 25 Tablas de Sueldos).

Tabla # 19 Estimación Costo Mano de Obra Anual

Costo Anual de Mano de Obra		
Años	**Costo Mano de Obra**	**#Costureras**
1	$ 22.979,52	6
2	$ 29.466,99	7
3	$ 35.165,33	8
4	$ 41.300,12	9
5	$ 47.898,41	10
6	$ 54.988,75	11
7	$ 62.601,30	12
8	$ 70.767,91	13
9	$ 79.522,19	14
10	$ 88.899,63	15

Realizado por los autores

La explicación respectiva de estos costos se encuentra en las tablas de los sueldos que se detallan más adelante. (Cuadro # 25 Tablas de Sueldos).

Por cada nueva costurera contratada se tendrá 1.940 horas por año de trabajo, pero considerando un porcentaje de eficiencia del 70% que se estableció anteriormente gracias a la ayuda de artesanos, como también de la experiencia del cortador en sus labores previas a la idea de elaborar el proyecto. Mediante la adición de una costurera por año, los aumentos de tiempo productivo se indican en la siguiente tabla:

Tabla # 20 Tiempo Productivo Anual

TIEMPO TOTAL PRODUCTIVO ANUAL (horas)										
AÑO	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**
Número total de costureras	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Tiempo anual por costurera	1.940	1.940	1.940	1.940	1.940	1.940	1.940	1.940	1.940	1.940
% de eficiencia	70%	70%	70%	70%	70%	70%	70%	70%	70%	70%
Tiempo anual productivo por costurera	1.358,00	1.358,00	1.358,00	1.358,00	1.358,00	1.358,00	1.358,00	1.358,00	1.358,00	1.358,00
TIEMPO TOTAL PRODUCTIVO	**8148**	**9506**	**10864**	**12222**	**13580**	**14938**	**16296**	**17654**	**19012**	**20370**

Realizado por los autores

Los nuevos tiempos de producción crean un incremento en el número de prendas producidas así:

Tabla # 21 Volumen de Producción

Año	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ponderación	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Volumen anual (unidades)	**4.074**	**4.753**	**5.432**	**6.111**	**6.790**	**7.469**	**8.148**	**8.827**	**9.506**	**10.185**
Tiempo Unitario (horas)	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Tiempo Total (horas)	8.148	9.506	10.864	12.222	13.580	14.938	16.296	17.654	19.012	20.370

Realizado por los autores

El objetivo de A.R. JEANS es el de incrementar sus ventas de acuerdo a su capacidad. Es necesario puntualizar que la elaboración de un Jean siempre tarda 2 horas, el incremento de costureras no disminuye el tiempo de producción sino que únicamente incrementa la producción.

4.5.2. Crecimiento del Costo de Materia Prima, Materiales Generales e Insumos

En la siguiente tabla se observa el crecimiento que sufre el costo de la materia prima, materiales en general e insumos, estos tienden a aumentar anualmente de acuerdo a la producción, se obtuvo un precio promedio para el primer año, luego para el siguiente año se incrementó un 4,31% de acuerdo a la inflación, cada precio obtenido se multiplicó por la producción anual estimada de acuerdo a la capacidad instalada, de esta manera se obtuvo los costos que incrementarían anualmente.

Tabla # 22 Costos de Materiales de Producción

COSTO ANUAL DE MATERIA PRIMA ($)										
Años	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**
Producción	4074	4753	5432	6111	6790	7469	8148	8827	9506	10185
Precio Unitario Estimado	$ 3,12	$ 3,25	$ 3,39	$ 3,54	$ 3,69	$ 3,85	$ 4,02	$ 4,19	$ 4,37	$ 4,56
TOTAL	**$ 12.702,00**	**$ 15.457,70**	**$ 18.427,34**	**$ 21.624,26**	**$ 25.062,51**	**$ 28.756,98**	**$ 32.723,35**	**$ 36.978,21**	**$ 41.539,04**	**$ 46.424,33**
COSTO ANUAL DE MATERIALES EN GENERAL ($)										
Año	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Producción	4074	4753	5432	6111	6790	7469	8148	8827	9506	10185
Precio Unitario Estimado	$ 0,41	$ 0,43	$ 0,45	$ 0,46	$ 0,48	$ 0,51	$ 0,53	$ 0,55	$ 0,57	$ 0,60
TOTAL	**1.668,30**	**2.030,24**	**2.420,28**	**2.840,16**	**3.291,75**	**3.776,99**	**4.297,93**	**4.856,77**	**5.455,80**	**6.097,44**
COSTO ANUAL DE INSUMOS ($)										
Año	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Producción	4.074	4.753	5.432	6.111	6.790	7.469	8.148	8.827	9.506	10.185
Precio Unitario Estimado	$ 0,26	$ 0,27	$ 0,29	$ 0,30	$ 0,31	$ 0,32	$ 0,34	$ 0,35	$ 0,37	$ 0,38
TOTAL	**$ 1.070,40**	**$ 1.302,62**	**$ 1.552,88**	**$ 1.822,28**	**$ 2.112,02**	**$ 2.423,36**	**$ 2.757,60**	**$ 3.116,16**	**$ 3.500,50**	**$ 3.912,19**

Realizado por los autores

4.5.3. Crecimiento de los Gastos Administrativos

4.5.3.1.Arriendo

Este gasto aumentará anualmente un 4,31% de acuerdo a la inflación:

Tabla # 23 Gastos de Arriendo

GASTO ANUAL ARRIENDO ($)										
Año	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Gasto de Arriendo	**$ 3.600,00**	**$ 3.755,16**	**$ 3.917,01**	**$ 4.085,83**	**$ 4.261,93**	**$ 4.445,62**	**$ 4.637,23**	**$ 4.837,09**	**$ 5.045,57**	**$ 5.263,03**

Realizado por los autores

4.5.3.2. Servicios Básicos

La siguiente tabla muestra el crecimiento de los gastos de los servicios básicos, los cuales tienden a crecer un 4,31% por año debido a la inflación que se da en cada periodo:

Tabla # 24 Gastos Servicios Básicos

GASTO ANUAL SERVICIOS BÁSICOS ($)										
Año	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Gasto de Servicios Básicos	**$ 1.332,00**	**$ 1.389,41**	**$ 1.449,29**	**$ 1.511,76**	**$ 1.576,91**	**$ 1.644,88**	**$ 1.715,77**	**$ 1.789,72**	**$ 1.866,86**	**$ 1.947,32**

Realizado por los autores

4.5.3.3.Sueldos

Tienden a aumentar anualmente en función a la inflación "Según Facundo Nejamkis, director ejecutivo del Centro de Estudios Políticos, Económicos y Sociales (Cendes), El economista detalló que la variación de los sueldos dependerá de la variación que se dé en la inflación, la que favorecerá a los salarios en términos reales."[15], y por el incremento de personal en el área de producción, los siguientes cuadros muestran los valores que tienen los gastos de los sueldos por año:

[15] http://www.dolarizacionecuador.com/index.php?option=com_content&task=view&id=511&Itemid=1

Tabla # 25 Tablas de Sueldos

Año 1								
Empleados		**Sueldo**	**XIII**	**XIV**	**Vacaciones**	**Aporte Patronal**	**Total Mes**	**Total Anual**
Costureras	6	$ 240,00	$ 20,00	$ 20,00	$ 10,00	$ 29,16	$ 319,16	$ 22.979,52
Cortador	1	$ 800,00	$ 66,67	$ 20,00	$ 33,33	$ 97,20	$ 1.017,20	$ 12.206,40
Jefe de Personal	1	$ 550,00	$ 45,83	$ 20,00	$ 22,92	$ 66,83	$ 705,58	$ 8.466,90
Gerente General	1	$ 350,00	$ 29,17	$ 20,00	$ 14,58	$ 42,53	$ 456,28	$ 5.475,30
Contador	1	$ 200,00	$ 16,67	$ 20,00	$ 8,33	$ 24,30	$ 269,30	$ 3.231,60

Año 2									
	Empleados	**Sueldo**	**XIII**	**XIV**	**Vacaciones**	**Aporte Patronal**	**Fondo Reserva**	**Total Mes**	**Total Anual**
Costurera	6	$ 250,34	$ 20,86	$ 20,86	$ 10,43	$ 30,42	$ 20,86	$ 353,78	$ 25.472,00
Nueva Costurera	1	$ 250,34	$ 20,86	$ 20,86	$ 10,43	$ 30,42		$ 332,92	$ 3.994,99
Cortador	1	$ 834,48	$ 69,54	$ 20,86	$ 34,77	$ 101,39	$ 69,54	$ 1.130,58	$ 13.566,98
Jefe de Personal	1	$ 573,71	$ 47,81	$ 20,86	$ 23,90	$ 69,71	$ 47,81	$ 783,79	$ 9.405,53
Gerente General	1	$ 365,09	$ 30,42	$ 20,86	$ 15,21	$ 44,36	$ 30,42	$ 506,36	$ 6.076,37
Contador	1	$ 208,62	$ 17,39	$ 20,86	$ 8,69	$ 25,35	$ 17,39	$ 298,29	$ 3.579,50

Año 3									
	Empleados	**Sueldo**	**XIII**	**XIV**	**Vacaciones**	**Aporte Patronal**	**Fondo Reserva**	**Total Mes**	**Total Anual**
Costurera	7	$ 261,13	$ 21,76	$ 21,76	$ 10,88	$ 31,73	$ 21,76	$ 369,03	$ 30.998,15
Nueva Costurera	1	$ 261,13	$ 21,76	$ 21,76	$ 10,88	$ 31,73		$ 347,26	$ 4.167,17
Cortador	1	$ 870,45	$ 72,54	$ 21,76	$ 36,27	$ 105,76	$ 72,54	$ 1.179,31	$ 14.151,71
Jefe de Personal	1	$ 598,43	$ 49,87	$ 21,76	$ 24,93	$ 72,71	$ 49,87	$ 817,58	$ 9.810,91
Gerente General	1	$ 380,82	$ 31,74	$ 21,76	$ 15,87	$ 46,27	$ 31,74	$ 528,19	$ 6.338,26
Contador	1	$ 217,61	$ 18,13	$ 21,76	$ 9,07	$ 26,44	$ 18,13	$ 311,15	$ 3.733,78

Año 4									
	Empleados	**Sueldo**	**XIII**	**XIV**	**Vacaciones**	**Aporte Patronal**	**Fondo Reserva**	**Total Mes**	**Total Anual**
Costurera	8	$ 272,39	$ 22,70	$ 22,70	$ 11,35	$ 33,10	$ 22,70	$ 384,93	$ 36.953,34
Nueva Costurera	1	$ 272,39	$ 22,70	$ 22,70	$ 11,35	$ 33,10		$ 362,23	$ 4.346,78
Cortador	1	$ 907,96	$ 75,66	$ 22,70	$ 37,83	$ 110,32	$ 75,66	$ 1.230,14	$ 14.761,65
Jefe de Personal	1	$ 624,22	$ 52,02	$ 22,70	$ 26,01	$ 75,84	$ 52,02	$ 852,81	$ 10.233,76
Gerente General	1	$ 397,23	$ 33,10	$ 22,70	$ 16,55	$ 48,26	$ 33,10	$ 550,95	$ 6.611,44
Contador	1	$ 226,99	$ 18,92	$ 22,70	$ 9,46	$ 27,58	$ 18,92	$ 324,56	$ 3.894,70

Año 5									
	Empleados	**Sueldo**	**XIII**	**XIV**	**Vacaciones**	**Aporte Patronal**	**Fondo Reserva**	**Total Mes**	**Total Anual**
Costurera	9	$ 284,13	$ 23,68	$ 23,68	$ 11,84	$ 34,52	$ 23,68	$ 401,52	$ 43.364,28
Nueva Costurera	1	$ 284,13	$ 23,68	$ 23,68	$ 11,84	$ 34,52		$ 377,84	$ 4.534,12
Cortador	1	$ 947,10	$ 78,92	$ 23,68	$ 39,46	$ 115,07	$ 78,92	$ 1.283,16	$ 15.397,88
Jefe de Personal	1	$ 651,13	$ 54,26	$ 23,68	$ 27,13	$ 79,11	$ 54,26	$ 889,57	$ 10.674,83
Gerente General	1	$ 414,35	$ 34,53	$ 23,68	$ 17,26	$ 50,34	$ 34,53	$ 574,70	$ 6.896,39
Contador	1	$ 236,77	$ 19,73	$ 23,68	$ 9,87	$ 28,77	$ 19,73	$ 338,55	$ 4.062,57

Año 6									
	Empleados	**Sueldo**	**XIII**	**XIV**	**Vacaciones**	**Aporte Patronal**	**Fondo Reserva**	**Total Mes**	**Total Anual**
Costurera	10	$ 296,37	$ 24,70	$ 24,70	$ 12,35	$ 36,01	$ 24,70	$ 418,83	$ 50.259,20
Nueva Costurera	1	$ 296,37	$ 24,70	$ 24,70	$ 12,35	$ 36,01		$ 394,13	$ 4.729,55
Cortador	1	$ 987,92	$ 82,33	$ 24,70	$ 41,16	$ 120,03	$ 82,33	$ 1.338,46	$ 16.061,53
Jefe de Personal	1	$ 679,19	$ 56,60	$ 24,70	$ 28,30	$ 82,52	$ 56,60	$ 927,91	$ 11.134,92
Gerente General	1	$ 432,21	$ 36,02	$ 24,70	$ 18,01	$ 52,51	$ 36,02	$ 599,47	$ 7.193,63
Contador	1	$ 246,98	$ 20,58	$ 24,70	$ 10,29	$ 30,01	$ 20,58	$ 353,14	$ 4.237,66

Año 7									
	Empleados	**Sueldo**	**XIII**	**XIV**	**Vacaciones**	**Aporte Patronal**	**Fondo Reserva**	**Total Mes**	**Total Anual**
Costurera	11	$ 309,15	$ 25,76	$ 25,76	$ 12,88	$ 37,56	$ 25,76	$ 436,88	$ 57.667,91
Nueva Costurera	1	$ 309,15	$ 25,76	$ 25,76	$ 12,88	$ 37,56		$ 411,12	$ 4.933,39
Cortador	1	$ 1.030,49	$ 85,87	$ 25,76	$ 42,94	$ 125,21	$ 85,87	$ 1.396,15	$ 16.753,78
Jefe de Personal	1	$ 708,46	$ 59,04	$ 25,76	$ 29,52	$ 86,08	$ 59,04	$ 967,90	$ 11.614,83
Gerente General	1	$ 450,84	$ 37,57	$ 25,76	$ 18,79	$ 54,78	$ 37,57	$ 625,31	$ 7.503,67
Contador	1	$ 257,62	$ 21,47	$ 25,76	$ 10,73	$ 31,30	$ 21,47	$ 368,36	$ 4.420,31

Año 8									
	Empleados	**Sueldo**	**XIII**	**XIV**	**Vacaciones**	**Aporte Patronal**	**Fondo Reserva**	**Total Mes**	**Total Anual**
Costurera	12	$ 322,47	$ 26,87	$ 26,87	$ 13,44	$ 39,18	$ 26,87	$ 455,71	$ 65.621,89
Nueva Costurera	1	$ 322,47	$ 26,87	$ 26,87	$ 13,44	$ 39,18		$ 428,83	$ 5.146,02
Cortador	1	$ 1.074,91	$ 89,58	$ 26,87	$ 44,79	$ 130,60	$ 89,58	$ 1.456,32	$ 17.475,87
Jefe de Personal	1	$ 739,00	$ 61,58	$ 26,87	$ 30,79	$ 89,79	$ 61,58	$ 1.009,62	$ 12.115,43
Gerente General	1	$ 470,27	$ 39,19	$ 26,87	$ 19,59	$ 57,14	$ 39,19	$ 652,26	$ 7.827,08
Contador	1	$ 268,73	$ 22,39	$ 26,87	$ 11,20	$ 32,65	$ 22,39	$ 384,24	$ 4.610,82

Año 9									
	Empleados	**Sueldo**	**XIII**	**XIV**	**Vacaciones**	**Aporte Patronal**	**Fondo Reserva**	**Total Mes**	**Total Anual**
Costurera	13	$ 336,37	$ 28,03	$ 28,03	$ 14,02	$ 40,87	$ 28,03	$ 475,35	$ 74.154,38
Nueva Costurera	1	$ 336,37	$ 28,03	$ 28,03	$ 14,02	$ 40,87		$ 447,32	$ 5.367,81
Cortador	1	$ 1.121,24	$ 93,44	$ 28,03	$ 46,72	$ 136,23	$ 93,44	$ 1.519,09	$ 18.229,08
Jefe de Personal	1	$ 770,85	$ 64,24	$ 28,03	$ 32,12	$ 93,66	$ 64,24	$ 1.053,13	$ 12.637,61
Gerente General	1	$ 490,54	$ 40,88	$ 28,03	$ 20,44	$ 59,60	$ 40,88	$ 680,37	$ 8.164,43
Contador	1	$ 280,31	$ 23,36	$ 28,03	$ 11,68	$ 34,06	$ 23,36	$ 400,80	$ 4.809,55

Año 10									
	Empleados	**Sueldo**	**XIII**	**XIV**	**Vacaciones**	**Aporte Patronal**	**Fondo Reserva**	**Total Mes**	**Total Anual**
Costurera	14	$ 350,87	$ 29,24	$ 29,24	$ 14,62	$ 42,63	$ 29,24	$ 495,84	$ 83.300,46
Nueva Costurera	1	$ 350,87	$ 29,24	$ 29,24	$ 14,62	$ 42,63		$ 466,60	$ 5.599,16
Cortador	1	$ 1.169,56	$ 97,46	$ 29,24	$ 48,73	$ 142,10	$ 97,46	$ 1.584,56	$ 19.014,75
Jefe de Personal	1	$ 804,07	$ 67,01	$ 29,24	$ 33,50	$ 97,70	$ 67,01	$ 1.098,52	$ 13.182,29
Gerente General	1	$ 511,68	$ 42,64	$ 29,24	$ 21,32	$ 62,17	$ 42,64	$ 709,69	$ 8.516,32
Contador	1	$ 292,39	$ 24,37	$ 29,24	$ 12,18	$ 35,53	$ 24,37	$ 418,07	$ 5.016,84

Realizado por los autores

4.5.3.4.Varios

Estos gastos aumentarán según la tasa de inflación 4,31%, de la siguiente manera:

Tabla # 26 Gastos Varios

Gasto Anual Varios ($)										
Año	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Gastos Varios	**$ 180,00**	**$ 187,76**	**$ 195,85**	**$ 204,29**	**$ 213,10**	**$ 222,28**	**$ 231,86**	**$ 241,85**	**$ 252,28**	**$ 263,15**

Realizado por los autores

4.5.4. Crecimiento de los Gastos de Ventas

Estos gastos se desarrollarán en función de la tasa de inflación 4,31% como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla # 27 Gastos de Publicidad

GASTO ANUAL PUBLICIDAD ($)										
Año	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Publicidad	**$ 900,00**	**$ 938,79**	**$ 979,25**	**$ 1.021,46**	**$ 1.065,48**	**$ 1.111,40**	**$ 1.159,31**	**$ 1.209,27**	**$ 1.261,39**	**$ 1.315,76**

Realizado por los autores

4.5.5. Gastos de Depreciación de Maquinaria

Los gastos de depreciación se elaboraron tomando en cuenta que cada año se adquiere una nueva máquina ya sea Recta, Doble Aguja, Overlock o Pretinadora que son las máquinas que más se utilizan y se requieren para la producción, por lo que se elaboró una tabla en la que constan las máquinas que se adquieren en el año correspondiente. A continuación se presenta dicha tabla.

Tabla # 28 Adquisición de Maquinaria

Adquisición de Maquinaria ($)										
AÑO	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**
Saldo de la Maquinaria	$ 37.880,00	$ 37.880,00	$ 38.455,00	$ 40.355,00	$ 41.755,00	$ 43.955,00	$ 44.530,00	$ 46.430,00	$ 47.005,00	$ 48.405,00
Adquisición Máquina Recta		$ 575,00				$ 575,00		$ 575,00		$ 575,00
Adquisición Doble aguja			$ 1.900,00				$ 1.900,00			
Adquisición Overlock				$ 1.400,00					$ 1.400,00	
Adquisición Pretinadora					$ 2.200,00					
Total Maquinaria	$ 37.880,00	$ 38.455,00	$ 40.355,00	$ 41.755,00	$ 43.955,00	$ 44.530,00	$ 46.430,00	$ 47.005,00	$ 48.405,00	$ 48.980,00
Depreciación	$ 3.788,00	$ 3.845,50	$ 4.035,50	$ 4.175,50	$ 4.395,50	$ 4.453,00	$ 4.643,00	$ 4.700,50	$ 4.840,50	$ 4.898,00

Realizado por los autores

Cabe recalcar que al adquirir nueva maquinaria en diferente año, va a quedar un valor residual para cada una de ellas debido a que la vida útil del proyecto es de 10 años y algunas maquinas se adquirirían en el último año y tendrían una depreciación con valor residual. Las tablas de la depreciación de cada máquina se encuentran en el (ANEXO 11).

4.5.6. Resumen de Costos y Gastos

A través de la siguiente tabla se da a conocer los egresos anuales proyectados provenientes de (costos de producción, gastos administrativos, gastos de ventas y gastos de depreciación) expuestos anteriormente, haciendo de este un cuadro de fácil comprensión y claridad para así poder determinar la rentabilidad del proyecto.

Tabla # 29 Resumen de Costos y Gastos

EGRESOS ANUALES DE LOS GASTOS ADMINISTRATIVOS ($)										
AÑO	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**
Arriendo	$ 3.600,00	$ 3.755,16	$ 3.917,01	$ 4.085,83	$ 4.261,93	$ 4.445,62	$ 4.637,23	$ 4.837,09	$ 5.045,57	$ 5.263,03
Servicios Básicos	$ 1.332,00	$ 1.389,41	$ 1.449,29	$ 1.511,76	$ 1.576,91	$ 1.644,88	$ 1.715,77	$ 1.789,72	$ 1.866,86	$ 1.947,32
Sueldos	$ 29.380,20	$ 32.628,38	$ 34.034,66	$ 35.501,55	$ 37.031,67	$ 38.627,74	$ 40.292,59	$ 42.029,20	$ 43.840,66	$ 45.730,19
Varios	$ 180,00	$ 187,76	$ 195,85	$ 204,29	$ 213,10	$ 222,28	$ 231,86	$ 241,85	$ 252,28	$ 263,15
TOTAL DE EGRESOS	**$ 34.492,20**	**$ 37.960,70**	**$ 39.596,81**	**$ 41.303,43**	**$ 43.083,61**	**$ 44.940,51**	**$ 46.877,45**	**$ 48.897,87**	**$ 51.005,37**	**$ 53.203,70**

EGRESOS ANUALES DE LOS GASTOS DE VENTAS ($)										
AÑO	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**
Publicidad	$ 900,00	$ 938,79	$ 979,25	$ 1.021,46	$ 1.065,48	$ 1.111,40	$ 1.159,31	$ 1.209,27	$ 1.261,39	$ 1.315,76
TOTAL	**$ 900,00**	**$ 938,79**	**$ 979,25**	**$ 1.021,46**	**$ 1.065,48**	**$ 1.111,40**	**$ 1.159,31**	**$ 1.209,27**	**$ 1.261,39**	**$ 1.315,76**

EGRESOS ANUALES DE LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN ($)										
AÑO	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**
Materia Prima	$ 12.702,00	$ 15.457,70	$ 18.427,34	$ 21.624,26	$ 25.062,51	$ 28.756,98	$ 32.723,35	$ 36.978,21	$ 41.539,04	$ 46.424,33
Materiales en General	$ 1.668,30	$ 2.030,24	$ 2.420,28	$ 2.840,16	$ 3.291,75	$ 3.776,99	$ 4.297,93	$ 4.856,77	$ 5.455,80	$ 6.097,44
Mano de Obra	$ 22.979,52	$ 29.466,99	$ 35.165,33	$ 41.300,12	$ 47.898,41	$ 54.988,75	$ 62.601,30	$ 70.767,91	$ 79.522,19	$ 88.899,63
Insumos	$ 1.070,40	$ 1.302,62	$ 1.552,88	$ 1.822,28	$ 2.112,02	$ 2.423,36	$ 2.757,60	$ 3.116,16	$ 3.500,50	$ 3.912,19
TOTAL	**$ 38.420,22**	**$ 48.257,55**	**$ 57.565,82**	**$ 67.586,82**	**$ 78.364,69**	**$ 89.946,07**	**$ 102.380,19**	**$ 115.719,05**	**$ 130.017,53**	**$ 145.333,58**

GASTOS DE DEPRECIACIÓN ($)										
AÑO	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**
Depreciación Maquinaria	$ 3.788,00	$ 3.845,50	$ 4.035,50	$ 4.175,50	$ 4.395,50	$ 4.453,00	$ 4.643,00	$ 4.700,50	$ 4.840,50	$ 4.898,00
Depreciación Muebles y Enseres	$ 186,90	$ 186,90	$ 186,90	$ 186,90	$ 186,90	$ 186,90	$ 186,90	$ 186,90	$ 186,90	$ 186,90
Depreciación Equipo de Computación	$ 216,67	$ 216,67	$ 216,67	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0
TOTAL DEPRECIACIONES	**$ 4.191,57**	**$ 4.249,07**	**$ 4.439,07**	**$ 4.362,40**	**$ 4.582,40**	**$ 4.639,90**	**$ 4.829,90**	**$ 4.887,40**	**$ 5.027,40**	**$ 5.084,90**

Realizado por los autores

4.5.7. Flujo de Caja Proyectado

Una vez proyectados los ingresos y los egresos, es posible realizar el flujo de caja del proyecto.

El flujo de caja proyectado es el siguiente:

Tabla # 30 Flujo de Caja

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ventas (Tabla # 18)	$ 0,00	$ 81.480,00	$ 99.157,09	$ 118.206,58	$ 138.713,94	$ 160.769,46	$ 184.468,49	$ 209.911,72	$ 237.205,49	$ 266.462,05	$ 297.799,89
Costo de Ventas (Tabla # 29)	$ 0,00	$ 38.420,22	$ 48.257,55	$ 57.565,82	$ 67.586,82	$ 78.364,69	$ 89.946,07	$ 102.380,19	$ 115.719,05	$ 130.017,53	$ 145.333,58
Utilidad Bruta en Ventas	**$ 0,00**	**$ 43.059,78**	**$ 50.899,54**	**$ 60.640,76**	**$ 71.127,12**	**$ 82.404,77**	**$ 94.522,42**	**$ 107.531,53**	**$ 121.486,44**	**$ 136.444,52**	**$ 152.466,31**
Gastos (Tabla # 29)											
Gastos Administrativos		$ 34.492,20	$ 37.960,70	$ 39.596,81	$ 41.303,43	$ 43.083,61	$ 44.940,51	$ 46.877,45	$ 48.897,87	$ 51.005,37	$ 53.203,70
Gastos en Ventas		$ 900,00	$ 938,79	$ 979,25	$ 1.021,46	$ 1.065,48	$ 1.111,40	$ 1.159,31	$ 1.209,27	$ 1.261,39	$ 1.315,76
Gastos de Depreciación		$ 4.191,57	$ 4.249,07	$ 4.439,07	$ 4.362,40	$ 4.582,40	$ 4.639,90	$ 4.829,90	$ 4.887,40	$ 5.027,40	$ 5.084,90
Utilidad antes de Int. e Imp.		**$ 3.476,01**	**$ 7.750,97**	**$ 15.625,63**	**$ 24.439,83**	**$ 33.673,27**	**$ 43.830,60**	**$ 54.664,87**	**$ 66.491,90**	**$ 79.150,36**	**$ 92.861,95**
15% Participación Trabajadores		$ 521,40	$ 1.162,65	$ 2.343,84	$ 3.665,97	$ 5.050,99	$ 6.574,59	$ 8.199,73	$ 9.973,79	$ 11.872,55	$ 13.929,29
Utilidad antes de Impuestos		$ 2.954,61	$ 6.588,33	$ 13.281,79	$ 20.773,86	$ 28.622,28	$ 37.256,01	$ 46.465,14	$ 56.518,12	$ 67.277,81	$ 78.932,66
25% Impuesto a la Renta		$ 738,65	$ 1.647,08	$ 3.320,45	$ 5.193,46	$ 7.155,57	$ 9.314,00	$ 11.616,29	$ 14.129,53	$ 16.819,45	$ 19.733,16
Utilidad Neta		**$ 2.215,96**	**$ 4.941,25**	**$ 9.961,34**	**$ 15.580,39**	**$ 21.466,71**	**$ 27.942,01**	**$ 34.848,86**	**$ 42.388,59**	**$ 50.458,36**	**$ 59.199,49**
Depreciaciones		$ 4.191,57	$ 4.249,07	$ 4.439,07	$ 4.362,40	$ 4.582,40	$ 4.639,90	$ 4.829,90	$ 4.887,40	$ 5.027,40	$ 5.084,90
Flujo Generado de Operaciones		**$ 6.407,53**	**$ 9.190,31**	**$ 14.400,41**	**$ 19.942,79**	**$ 26.049,11**	**$ 32.581,91**	**$ 39.678,76**	**$ 47.275,99**	**$ 55.485,76**	**$ 64.284,39**
Capital de Trabajo	**-$ 12.302,07**										**$ 6.403,37**
Inversión Activos Fijos											
Maquinaria y Equipo (Tabla # 28)	-$ 37.880,00		-$ 575,00	-$ 1.900,00	-$ 1.400,00	-$ 2.200,00	-$ 575,00	-$ 1.900,00	-$ 575,00	-$ 1.400,00	-$ 575,00
Muebles y Enseres y Eq. Oficina.	-$ 1.869,50										
Equipo de Computación	-$ 650,00										
Valor Residual											5205

Gastos Pre Operacionales											
Instalación Iluminación	-$ 200,00										
Instalación de línea telefónica	-$ 90,00										
Adecuaciones	-$ 150,00										
Inauguración	-$ 250,00										
Patente Municipal	-$ 45,00										
Permiso Bomberos	-$ 11,00										
Registro de Marca	-$ 300,00										
Flujo de Caja Operativo	**-$ 53.747,57**	**$ 6.407,53**	**$ 8.615,31**	**$ 12.500,41**	**$ 18.542,79**	**$ 23.849,11**	**$ 32.006,91**	**$ 37.778,76**	**$ 46.700,99**	**$ 54.085,76**	**$ 75.317,76**

Realizado por los Autores

El detalle de los costos de ventas, gastos administrativos, de ventas de de depreciación se encuentra en la Tabla # 29 Resumen de Costos y Gastos, las inversiones en activos fijos de la maquinaria y equipo se encuentran en la Tabla # 28 Adquisición de Maquinaria.

El capital de trabajo se coloca al inicio de la vida útil del proyecto con signo negativo ya que son los gastos que se realizan al inicio para empezar a producir, al final de la vida útil del proyecto se coloca los valores del capital de trabajo que son recuperables, con signo positivo (Total de los Costos de Venta Tabla # 4 Inversiones Capital de Trabajo) ya que al final de la vida del proyecto estos materiales, se puede recuperarlos y usarlos a favor de la empresa ya que no son gastos.

4.5.7.1.VAN y TIR

Costo de Oportunidad	20%
VAN	$ 38.105,65
TIR	31,64%

El Valor Actual Neto se calculo con un costo de oportunidad del 20%

Al analizar la rentabilidad de un proyecto se puede decir si es factible o no, dicho de otra manera si el VAN es positivo o si la TIR es mayor a la tasa de rendimiento o costo de oportunidad.

El proyecto para la implantación de una Productora y Comercializadora de Jeans tiene una alta rentabilidad, el VAN hallado es de $ 38.105,65, es un valor positivo debido a que el negocio es rentable y por otra parte la TIR con un 31,64%, es más alto que el porcentaje de costo de oportunidad por lo que se recomienda su instalación y operación para el beneficio de sus accionistas.

El proyecto de implantar una empresa comercializadora Jeans para hombre es financieramente rentable con un alto grado de confianza gracias a los criterios y supuestos utilizados en la proyección que fueron de estilo conservador.

CAPÍTULO 5: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

La composición de una administración correcta y estable, conjuntamente con el talento humano, demuestra que se puede efectuar inversiones muy importantes para el beneficio del mercado y de sus propietarios, como en este caso, A.R. JEANS logro cumplir y sobrepasar las expectativas fijadas en un inicio de este proyecto por quienes pretenden ser los accionistas.

La evaluación del proyecto de prefactibilidad para el montaje de una productora y comercializadora de Jeans para hombre, establece su viabilidad, tanto en el aspecto de mercado, como en el técnico y financiero puesto que el flujo de caja realizado y proyectado da una Tasa Interna de Retorno (TIR) de 31,64%, la misma que supera a la Tasa de Rendimiento o Costo de Oportunidad utilizada que es de (20%), este resultado manifiesta la buena rentabilidad del proyecto, por lo tanto se comprueba, finalmente, que la TIR del 31,64% es factible, además la cifra del Valor Actual Neto (VAN) hallado es de $38.105,65 nos da un valor mayor a cero, confirmando nuevamente la validación del proyecto.

La inversión total inicial para esta empresa, incluyendo inversión fija, diferida y capital de trabajo es de $53.747,57; los ingresos estimados que tendría A.R. JEANS son de $81.480,00; los egresos se estimaron en $73.812,42, en este valor constan todos los egresos como costos de producción, gastos administrativos y gastos en ventas, generando una utilidad neta que luego de entregar las utilidades y los impuestos da un total de $2.215,96 al año, lo que mensualmente serían $185,66 líquidos para la empresa.

En conclusión el proyecto evaluado de la productora y comercializadora de Jeans para hombre es decretado como viable en lo que representa al mercado, y estudios

técnico y financiero. En conclusión es recomendable la inversión, instalación y operación de A.R. JEANS.

5.2. Recomendaciones

Debido a la rentabilidad que tiene la empresa, se recomienda ampliar la línea de producto a Jeans para todas las edades y buscar nuevos nichos de mercado. A.R. JEANS aumentará una costurera cada año lo que se aprovecharía para elaborar más Jeans pero de toda talla puesto que si son tallas más pequeñas, el tiempo de su producción es más corto y se lograría producirlos sin inconvenientes.

Se recomienda incrementar el nivel de eficiencia de las costurera de un 70% a un 80%, esto se podría lograr con una adecuada capacitación y motivación al personal para de este modo incrementar las horas productivas o disminuir el tiempo de producción por Jean.

Es recomendable el continuo mantenimiento de la maquinaria para que de esta manera no existan paralizaciones y que la producción no se retrase, de esta manera las costureras se sentirán a gusto con máquinas que funcione a la perfección. Además se propone al propietario adecuar la maquinaria con motores generadores de corriente eléctrica pues en caso de que existiese algún apagón, no se detenga la producción y poder cumplir con los pedidos a tiempo.

Además se recomienda en el futuro, la creación de sucursales en diferentes partes de la ciudad, para hacer que el cliente adquiera los Jeans directamente ya sea a mayoristas o minoristas.

Se recomendaría en el futuro, implantar una política de crédito la que será beneficiosa para el cliente ya que facilitaría el pago de los Jeans.

BIBLIOGRAFÍA

- Econ. VANEGAS Paúl. Formulación de Pequeños Proyectos Rurales. Primera Edición. Editorial Artes Gráficas Patria.

- PORTER Michael. Estrategias y Ventajas Competitivas. Editorial CECSA. México.

- BACA URBINA Gabriel. Evaluación de Proyectos. Quinta Edición 2006. Editorial Mc Graw Hill.

- ERAZO José. Mercadotecnia: Un Análisis Global de Gestión.

- PAREDES Jorge. Material de la Cátedra de Administración de la Producción. 2009.

- http://www.jnda.gov.ec/Jnda/index.php/the-news/79

- http://quimbaya.banrep.gov.co/servicios/saf2/BRCodigosCIIU.html

- http://www.jnda.gov.ec/Jnda/index.php/the-news/76-beneficios

- http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion

- http://www.dolarizacionecuador.com/index.php?option=com_content&task=view&id=511&Itemid=1

ANEXOS

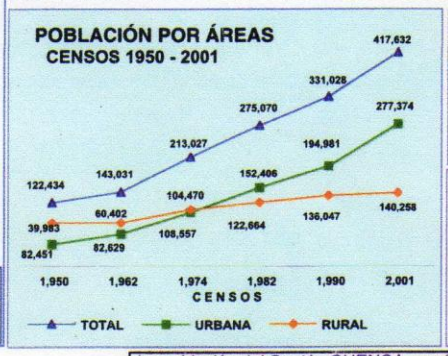
ANEXO 1: POBLACIÓN TOTAL DE CUENCA

Cantón CUENCA

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA Y CENSOS
inec
UNFPA
Fondo de Población de las Naciones Unidas
AME

PRESENTACIÓN

El Instituto Nacional de Estadística y Censos, tiene el agrado de poner a consideración de la población del Cantón Cuenca y de las entidades públicas y privadas de la provincia, los resultados definitivos de algunas de las variables investigadas en el VI Censo de Población y V de Vivienda, realizado el 25 de noviembre del año 2001.



POBLACIÓN DEL CANTÓN CUENCA CENSO 2001

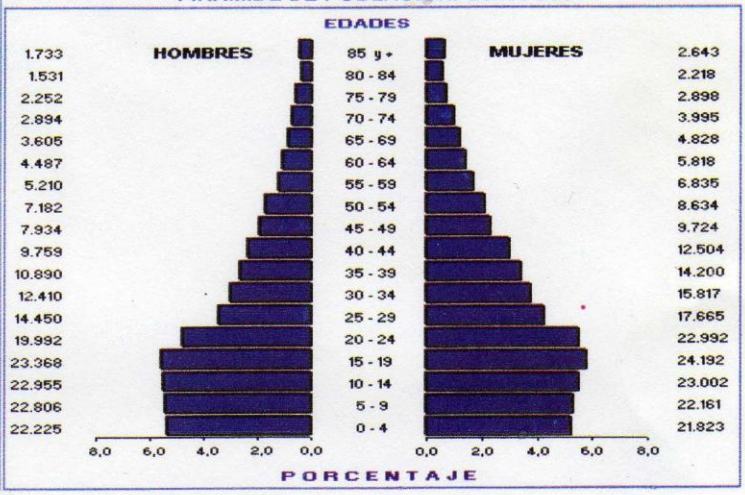
ÁREAS	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
TOTAL	417,632	195,683	221,949
URBANA	277,374	131,099	146,275
RURAL	140,258	64,584	75,674

DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN DEL CANTÓN CUENCA, SEGÚN PARROQUIAS

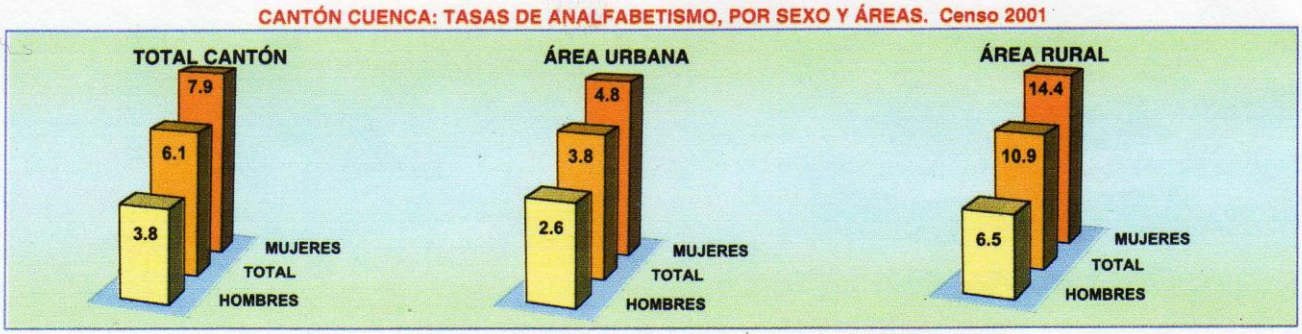
PARROQUIAS	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
TOTAL	**417,632**	**195,683**	**221,949**
CUENCA (URBANO)	277,374	131,099	146,275
ÁREA RURAL	140,258	64,584	75,674
PERIFERIA	1,621	753	868
BAÑOS	12,271	5,610	6,661
CUMBE	5,010	2,221	2,789
CHAUCHA	1,633	771	862
CHECA (JIDCAY)	2,698	1,126	1,572
CHIQUINTAD	4,073	1,833	2,240
LLACAO	4,501	2,041	2,460
MOLLETURO	5,221	2,641	2,580
NULTI	4,589	2,173	2,416
OCTAVIO CORDERO P.	2,178	932	1,246
PACCHA	5,311	2,393	2,918
QUINGEO	5,646	2,526	3,120
RICAURTE	14,006	6,633	7,373
SAN JOAQUÍN	5,126	2,438	2,688
SANTA ANA	4,739	2,244	2,495
SAYAUSÍ	6,643	3,142	3,501
SIDCAY	3,439	1,426	2,013
SININCAY	12,650	5,713	6,937
TARQUI	8,902	4,105	4,797
TURI	6,692	3,113	3,579
VALLE	18,692	8,684	10,008
VICTORIA DEL PORTETE	4,617	2,066	2,551

La población del Cantón CUENCA, según el Censo del 2001, representa el 69,7% el total de la Provincia de Azuay; ha crecido en el último periodo intercensal 1990-2001, a un ritmo del 2,1 % promedio anual. El 33,6 % de su población joven, reside en el Área Rural; se caracteriza por ser una población joven, ya que el 43,7% son menores de 20 años, según se puede observar en la Pirámide de Población por edades y sexo.

PIRÁMIDE DE POBLACIÓN. Censo 2001



CANTÓN CUENCA: TASAS DE ANALFABETISMO, POR SEXO Y ÁREAS. Censo 2001

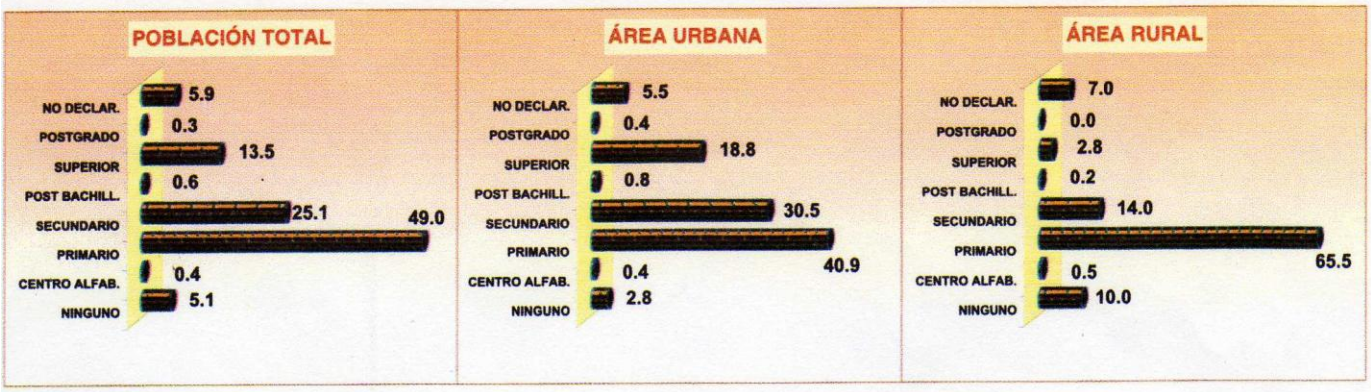


CANTÓN CUENCA: POBLACIÓN DE 5 AÑOS Y MÁS, POR SEXO Y ÁREAS, SEGÚN NIVELES DE INSTRUCCIÓN. Censo 2001

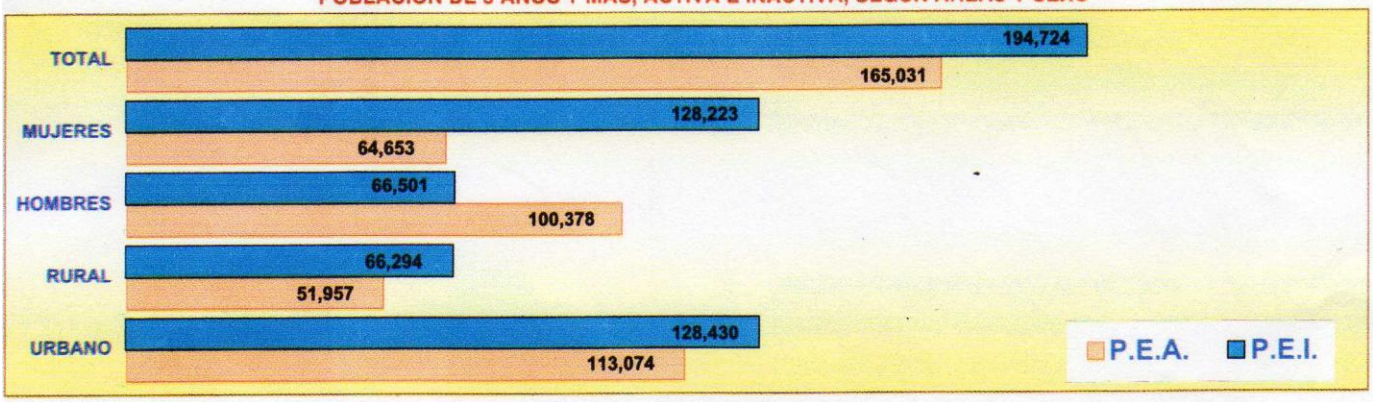
NIVELES DE INSTRUCCIÓN	TOTAL			HOMBRES			MUJERES		
	TOTAL	URBANO	RURAL	TOTAL	URBANO	RURAL	TOTAL	URBANO	RURAL
TOTAL	373,584	250,291	123,293	173,458	117,483	55,975	200,126	132,808	67,318
NINGUNO	19,221	6,916	12,305	5,515	1,986	3,529	13,706	4,930	8,776
CENTRO ALFAB.	1,525	906	619	712	412	300	813	494	319
PRIMARIO	183,204	102,444	80,760	85,165	47,755	37,410	98,039	54,689	43,350
SECUNDARIO	93,659	76,370	17,289	43,919	35,193	8,726	49,740	41,177	8,563
POST BACHILLERATO	2156	1,894	262	925	829	96	1,231	1,065	166
SUPERIOR	50,593	47,141	3,452	25,883	24,129	1,754	24,710	23,012	1,698
POSTGRADO	1,001	973	28	656	638	18	345	335	10
NO DECLARADO	22,225	13,647	8,578	10,683	6,541	4,142	11,542	7,106	4,436

El promedio de años aprobados por la población de 10 años y más (escolaridad media) para el Cantón Cuenca es de 7,5 años, para la población del área urbana es de 8,6 años y para el área rural 5,0 años. Para hombres 7,9 y para mujeres 7,1 años

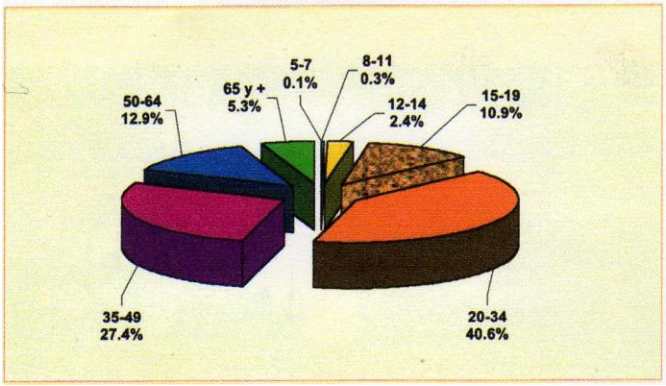
PORCENTAJE DE POBLACIÓN, SEGÚN NIVELES DE INSTRUCCIÓN



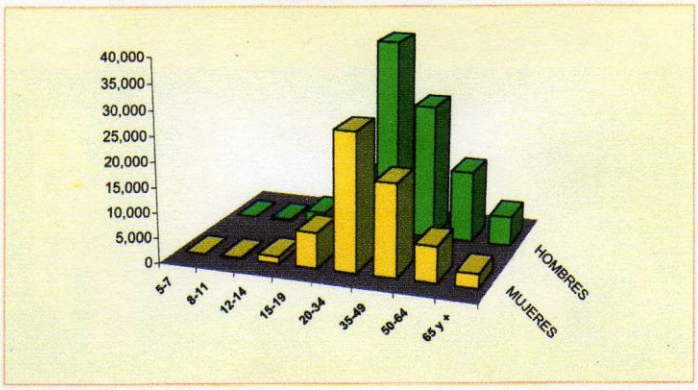
POBLACIÓN DE 5 AÑOS Y MÁS, ACTIVA E INACTIVA, SEGÚN ÁREAS Y SEXO



POBLACIÓN DE 5 AÑOS Y MÁS, OCUPADA POR GRUPOS DE EDAD



POBLACIÓN DE 5 AÑOS Y MÁS, OCUPADA POR SEXO Y GRUPOS DE EDAD



CANTÓN CUENCA

POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA DE 5 AÑOS Y MÁS, POR SEXO

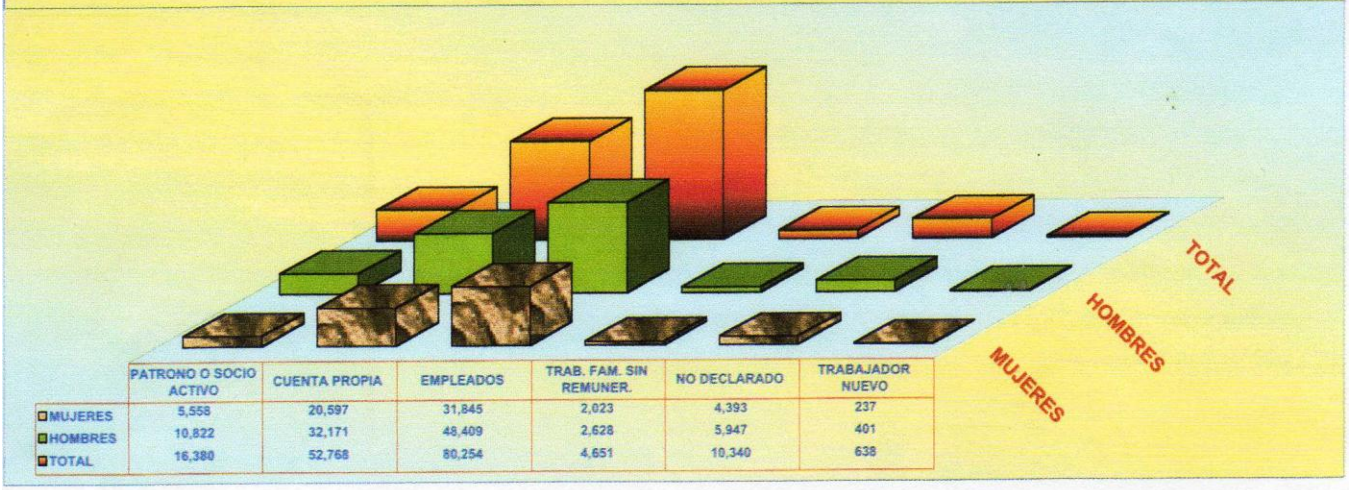
SEGÚN GRUPOS OCUPACIONALES

GRUPOS DE OCUPACIÓN	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
TOTAL	165,031	100,378	64,653
MIEMBROS, PROFESIONALES			
TÉCNICOS	21,253	12,105	9,148
EMPLEADOS DE OFICINA	12,726	5,610	7,116
TRAB. DE LOS SERVICIOS	27,201	12,226	14,975
AGRICULTORES	11,760	7,225	4,535
OPERARIOS Y OPERADORES			
DE MAQUINARIAS	54,423	42,982	11,441
TRAB. NO CALIFICADOS	25,906	12,351	13,555
OTROS	11,762	7,879	3,883

SEGÚN RAMAS DE ACTIVIDAD

RAMAS DE ACTIVIDAD	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
TOTAL	165,031	100,378	64,653
AGRICULTURA, GANADERÍA			
CAZA, PESCA, SILVICULTURA	18,871	12,165	6,706
MANUFACTURA	32,808	20,928	11,880
CONSTRUCCIÓN	13,269	12,960	309
COMERCIO	33,659	18,434	15,225
ENSEÑANZA	8,832	3,539	5,293
OTRAS ACTIVIDADES	57,592	32,352	25,240

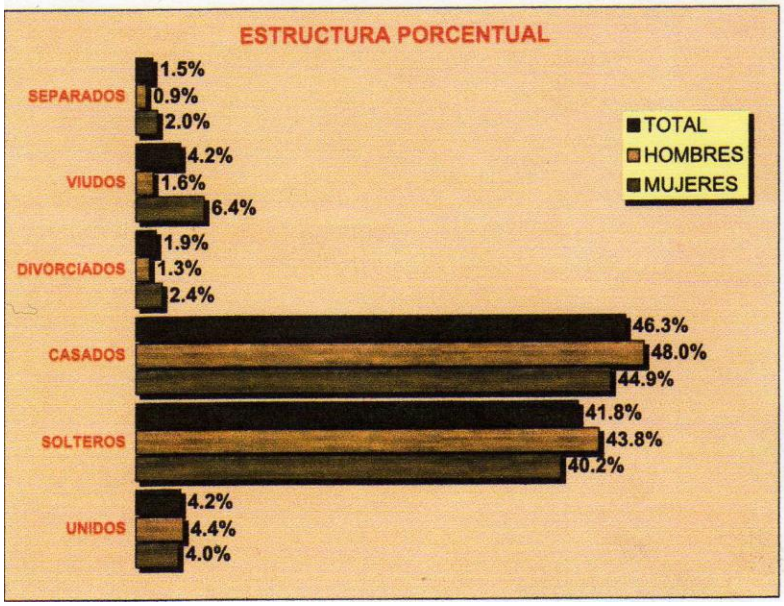
POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA DE 5 AÑOS Y MÁS, POR SEXO
SEGÚN CATEGORÍA DE OCUPACIÓN



	PATRONO O SOCIO ACTIVO	CUENTA PROPIA	EMPLEADOS	TRAB. FAM. SIN REMUNER.	NO DECLARADO	TRABAJADOR NUEVO
MUJERES	5,558	20,597	31,845	2,023	4,393	237
HOMBRES	10,822	32,171	48,409	2,628	5,947	401
TOTAL	16,380	52,768	80,254	4,651	10,340	638

POBLACIÓN DE 12 AÑOS Y MÁS POR ESTADO CIVIL O CONYUGAL, SEGÚN SEXO

ESTRUCTURA PORCENTUAL



VALORES ABSOLUTOS

ESTADO CIVIL	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
TOTAL	310,358	141,517	168,841
UNIDOS	12,947	6,260	6,687
SOLTEROS	129,813	61,990	67,823
CASADOS	143,723	67,940	75,783
DIVORCIADOS	5,924	1,788	4,136
VIUDOS	13,029	2,214	10,815
SEPARADOS	4,722	1,261	3,461
NO DECLARADO	200	64	136

CENSO DE VIVIENDA

CANTÓN CUENCA
TOTAL DE VIVIENDAS, OCUPADAS CON PERSONAS PRESENTES, PROMEDIO DE OCUPANTES Y DENSIDAD POBLACIONAL Censo 2001

ÁREAS	TOTAL DE VIVIENDAS	VIVIENDAS PARTICULARES OCUPADAS CON PERSONAS PRESENTES			POBLACIÓN TOTAL	EXTENSIÓN Km2	DENSIDAD Hab / Km2
		NÚMERO	OCUPANTES	PROMEDIO			
TOTAL CANTÓN	**130,620**	**99,949**	**413,246**	**4.1**	**417,632**	**3,085.6**	**135.3**
ÁREA URBANA	78,161	67,364	273,209	4.1	277,374		
ÁREA RURAL	52,459	32,585	140,037	4.3	140,258		

VIVIENDAS PARTICULARES OCUPADAS, POR TIPO DE VIVIENDA, SEGÚN PARROQUIAS

PARROQUIAS	TOTAL VIVIENDAS	TIPO DE VIVIENDA							
		CASA O VILLA	DEPARTAMENTO	CUARTOS EN INQUIL.	MEDIAGUA	RANCHO	COVACHA	CHOZA	OTRO
TOTAL CANTÓN	99,949	74,105	9,635	8,371	5,951	731	684	374	98
CUENCA (URBANO)	67,364	45,701	9,436	7,903	3,776	111	275	88	74
PERIFERIA	345	294	4	-	34	4	4	5	-
BAÑOS	2,753	2,385	21	57	201	45	31	12	1
CUMBE	1,123	1,036	-	4	56	12	9	4	2
CHAUCHA	369	211	-	6	52	44	6	48	2
CHECA (JIDCAY)	759	694	3	1	34	5	8	13	1
CHIQUINTAD	1,071	1,025	1	2	33	6	3	-	1
LLACAO	1,024	956	2	3	52	3	6	2	-
MOLLETURO	1,187	860	1	17	86	139	30	53	1
NULTI	1,056	907	-	4	97	18	26	3	1
OCTAVIO CORDERO PALACIOS	728	665	1	2	36	1	12	10	1
PACCHA	1,190	1,079	1	2	81	10	15	2	-
QUINGEO	1,353	1,191	3	2	35	72	20	29	1
RICAURTE	3,251	2,688	103	152	237	34	30	5	2
SAN JOAQUÍN	1,166	1,002	11	79	52	7	8	4	3
SANTA ANA	1,123	905	2	4	165	24	14	9	-
SAYAUSÍ	1,520	1,309	12	45	106	15	25	6	2
SIDCAY	960	874	-	2	37	22	18	7	-
SININCAY	2,918	2,615	10	33	201	18	33	6	2
TARQUI	1,908	1,686	6	4	113	65	19	15	-
TURI	1,484	1,273	3	9	132	22	35	10	-
VALLE	4,264	3,813	13	32	292	47	46	18	3
VICTORIA DEL PORTETE (IRQUIS)	1,033	936	2	8	43	7	11	25	1

VIVIENDAS PARTICULARES OCUPADAS, SEGÚN SERVICIOS QUE DISPONE Y TIPO DE TENENCIA DE LA VIVIENDA

ABASTECIMIENTO DE AGUA

TOTAL	**99,949**	**100.0**
RED PÚBLICA	85,190	85.2
POZO	3,834	3.8
RÍO O VERTIENTE	9,057	9.1
CARRO REPARTIDOR	336	0.3
OTRO	1,532	1.5

PRINCIPAL COMBUSTIBLE PARA COCINAR

TOTAL	**99,949**	**100.0**
GAS	91,882	91.9
ELECTRICIDAD	420	0.4
GASOLINA	42	0.0
KÉREX O DIESEL	136	0.1
LEÑA O CARBÓN	6,703	6.7
OTRO	28	0.0
NO COCINA	738	0.7

ELIMINACIÓN DE AGUAS SERVIDAS

TOTAL	**99,949**	**100.0**
RED PÚBLICA. DE ALCANTARILLADO	70,649	70.7
POZO CIEGO	4,939	4.9
POZO SÉPTICO	11,710	11.7
OTRA FORMA	12,651	12.7

TIPO DE TENENCIA

TOTAL	**99,949**	**100.0**
PROPIA	60,103	60.1
ARRENDADA	30,944	31.0
EN ANTICRESIS	390	0.4
GRATUITA	6,149	6.2
POR SERVICIOS	1,867	1.9
OTRO	496	0.5

SERVICIO ELÉCTRICO

TOTAL	**99,949**	**100.0**
SI DISPONE	96,003	96.1
NO DISPONE	3,946	3.9

SERVICIO TELEFÓNICO

TOTAL	**99,949**	**100.0**
SI DISPONE	51,225	51.3
NO DISPONE	48,724	48.7

ANEXO 2: PROYECCIÓN PARA EL 2010 DE LA POBLACIÓN DE HOMBRES EN LA ZONA URBANA Y RURAL DE CUENCA

PERÍODO 2001 – 2011

POBLACIÓN TOTAL DE CUENCA

Año	Crecimiento Promedio	Población
2001 - 2002	2,10%	195683
2002 - 2003	2,10%	199792
2003 - 2004	2,10%	203988
2004 - 2005	2,10%	208272
2005 - 2006	2,10%	212645
2006 - 2007	2,10%	217111
2007 - 2008	2,10%	221670
2008 - 2009	2,10%	226325
2009 - 2010	2,10%	231078
2010 - 2011	2,10%	235931

REALIZADO POR LOS AUTORES

ANEXO 3: POBLACIÓN TOTAL POR CONDICIÓN DE ACTIVIDAD SEGÚN SEXO Y GRUPOS DE EDAD.

CUADRO No. 07
ENIGHU - POBLACIÓN - CUENCA
POBLACIÓN TOTAL POR CONDICIÓN DE ACTIVIDAD, SEGÚN SEXO Y GRUPOS DE EDAD

SEXO Y GRUPOS DE EDAD	TOTAL POBLACIÓN	MENORES DE 10 AÑOS	POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA					TOTAL INACTIVOS[1]
			TOTAL PEA	OCUPADOS	DESOCUPADOS			
					TOTAL DESOCUPADOS	CESANTES	TRABAJADORES NUEVOS	
TOTAL POBLACIÓN	**292,224**	**56,443**	**145,029**	**133,215**	**11,814**	**9,473**	**2,341**	**90,753**
MENORES DE 10 AÑOS	56,443	56,443						
10 A 17 AÑOS	47,834		6,807	5,875	932	661	271	41,026
18 A 29 AÑOS	70,165		47,170	41,246	5,924	4,074	1,850	22,995
30 A 39 AÑOS	36,118		31,386	30,162	1,223	1,223		4,733
40 A 49 AÑOS	34,867		31,107	29,141	1,966	1,746	220	3,760
50 A 64 AÑOS	28,334		21,737	20,447	1,290	1,290		6,597
65 AÑOS Y MÁS	18,463		6,822	6,344	478	478		11,642
TOTAL HOMBRES	**139,313**	**29,933**	**76,042**	**70,573**	**5,469**	**4,897**	**572**	**33,338**
MENORES DE 10 AÑOS	29,933	29,933						
10 A 17 AÑOS	23,560		3,610	3,167	443	299	144	19,950
18 A 29 AÑOS	34,097		25,083	22,425	2,659	2,230	428	9,013
30 A 39 AÑOS	15,197		15,070	14,393	677	677		127
40 A 49 AÑOS	15,777		15,543	14,906	637	637		234
50 A 64 AÑOS	12,838		12,303	11,615	688	688		535
65 AÑOS Y MÁS	7,911		4,431	4,065	366	366		3,480
TOTAL MUJERES	**152,911**	**26,510**	**68,987**	**62,642**	**6,345**	**4,576**	**1,769**	**57,414**
MENORES DE 10 AÑOS	26,510	26,510						
10 A 17 AÑOS	24,274		3,197	2,708	489	363	127	21,077
18 A 29 AÑOS	36,068		22,086	18,821	3,265	1,844	1,421	13,982
30 A 39 AÑOS	20,921		16,316	15,769	547	547		4,606
40 A 49 AÑOS	19,089		15,564	14,235	1,329	1,109	220	3,526
50 A 64 AÑOS	15,496		9,434	8,832	602	602		6,062
65 AÑOS Y MÁS	10,552		2,390	2,279	112	112		8,162

1 / Incluye: Rentistas, jubilados o pensionados, estudiantes, amas de casa, incapacitados
Fuente: INEC, ENIGHU 2003 - 2004

ANEXO 4: PROYECCIÓN PARA EL 2010 DE LA POBLACIÓN DE HOMBRES EN LA ZONA URBANA DE CUENCA

Año	Crecimiento Promedio	Población
2003 – 2004	2,10%	139313
2004 – 2005	2,10%	142239
2005 – 2006	2,10%	145226
2006 – 2007	2,10%	148275
2007 – 2008	2,10%	151389
2008 – 2009	2,10%	154568
2009 – 2010	2,10%	157814
2010 – 2011	2,10%	161128

REALIZADO POR LOS AUTORES

ANEXO 5: PROYECCIÓN PARA EL 2010 DE HOMBRES ENTRE 18 Y 39 AÑOS EN LA ZONA URBANA DE CUENCA

Año	Crecimiento Promedio	Población
2003 - 2004	2,10%	49294
2004 - 2005	2,10%	50329
2005 - 2006	2,10%	51386
2006 - 2007	2,10%	52465
2007 - 2008	2,10%	53567
2008 - 2009	2,10%	54692
2009 - 2010	2,10%	55840
2010 - 2011	2,10%	57013

REALIZADO POR LOS AUTORES

ANEXO 6: POBLACIÓN E INGRESOS ANUALES SEGÚN SEXO Y EDAD

CUADRO No. 29

ENIGHU - POBLACIÓN - INGRESOS - CUENCA

POBLACIÓN E INGRESOS CORRIENTES ANUALES POR QUINTILES DEL HOGAR, SEGÚN SEXO Y GRUPOS DE EDAD DEL JEFE ECONÓMICO

SEXO Y GRUPOS DE EDAD	TOTAL		QUINTILES									
			QUINTIL 1		QUINTIL 2		QUINTIL 3		QUINTIL 4		QUINTIL 5	
	POBLACIÓN TOTALES	INGRESO TOTALES	POBLACIÓN TOTALES	INGRESO TOTALES	POBLACIÓN TOTALES	INGRESO TOTALES	POBLACIÓN TOTALES	INGRESO TOTALES	POBLACIÓN TOTALES	INGRESO TOTALES	POBLACIÓN TOTALES	INGRESO TOTALES
TOTAL	**292,224**	**615,289,897**	**77,146**	**58,694,415**	**62,571**	**86,901,982**	**60,181**	**119,123,299**	**52,993**	**151,863,060**	**39,333**	**198,707,141**
10 A 24 AÑOS	17,722	26,765,886	6,759	5,424,485	4,564	6,290,432	4,344	7,913,515	1,429	4,119,339	626	3,018,114
25 A 34 AÑOS	56,934	109,846,468	18,082	13,524,215	13,001	17,666,691	10,602	21,556,602	7,831	22,114,774	7,419	34,984,186
35 A 44 AÑOS	68,253	139,946,001	17,225	14,498,473	17,662	24,621,843	10,764	20,654,050	15,269	43,611,663	7,332	36,559,971
45 A 54 AÑOS	83,340	178,795,929	22,618	16,706,704	15,699	21,612,155	17,764	35,092,616	14,035	39,440,203	13,224	65,944,252
55 A 64 AÑOS	38,933	86,216,704	8,580	4,966,901	6,742	9,782,915	10,891	21,517,241	7,661	23,122,047	5,059	26,827,599
65 AÑOS Y MÁS	27,043	73,718,909	3,882	3,573,637	4,904	6,927,945	5,815	12,389,274	6,768	19,455,035	5,674	31,373,018
TOTAL HOMBRES	**214,884**	**471,852,112**	**53,431**	**41,920,428**	**42,340**	**59,108,814**	**45,454**	**89,951,945**	**41,423**	**118,749,044**	**32,236**	**162,121,881**
10 A 24 AÑOS	11,932	17,008,893	5,032	3,838,760	3,698	5,131,147	1,539	2,786,944	1,284	3,607,028	379	1,645,015
25 A 34 AÑOS	42,091	86,945,157	11,866	9,474,819	8,944	12,109,414	9,171	18,330,148	5,400	15,132,969	6,711	31,897,807
35 A 44 AÑOS	51,941	110,710,439	12,736	11,085,115	11,086	15,422,397	8,817	16,975,214	13,351	37,926,160	5,951	29,301,553
45 A 54 AÑOS	61,334	142,851,728	14,673	11,152,691	9,099	12,637,117	14,563	28,765,648	10,917	30,474,438	12,082	59,821,833
55 A 64 AÑOS	30,334	69,372,269	6,102	3,505,196	6,390	9,325,430	6,722	13,011,921	6,957	20,966,854	4,163	22,562,868
65 AÑOS Y MÁS	17,251	44,963,627	3,022	2,863,847	3,123	4,483,309	4,642	10,082,071	3,514	10,641,595	2,950	16,892,805
TOTAL MUJERES	**77,341**	**143,437,785**	**23,715**	**16,773,987**	**20,231**	**27,793,168**	**14,727**	**29,171,354**	**11,570**	**33,114,015**	**7,097**	**36,585,260**
10 A 24 AÑOS	5,790	9,756,993	1,727	1,585,726	866	1,159,285	2,805	5,126,571	145	512,312	247	1,373,099
25 A 34 AÑOS	14,843	22,901,311	6,216	4,049,396	4,056	5,557,278	1,431	3,226,454	2,431	6,981,805	708	3,086,379
35 A 44 AÑOS	16,312	29,235,562	4,489	3,413,358	6,576	9,199,447	1,947	3,678,836	1,918	5,685,502	1,381	7,258,419
45 A 54 AÑOS	22,006	35,944,202	7,945	5,554,013	6,600	8,975,037	3,201	6,326,968	3,117	8,965,764	1,142	6,122,419
55 A 64 AÑOS	8,599	16,844,435	2,478	1,461,705	352	457,486	4,169	8,505,320	704	2,155,193	896	4,264,731
65 AÑOS Y MÁS	9,791	28,755,283	859	709,790	1,781	2,444,636	1,174	2,307,203	3,254	8,813,440	2,724	14,480,213

Fuente: INEC, ENIGHU 2003 - 2004

ANEXO 7: PROYECCIÓN PARA EL 2010 DE HOMBRES ENTRE 18 Y 39 AÑOS EN LA ZONA URBANA DE CUENCA DE CLASE MEDIA Y MEDIA-ALTA

Año	Crecimiento Promedio	Población
2003 - 2004	2,10%	36739
2004 - 2005	2,10%	37511
2005 - 2006	2,10%	38298
2006 - 2007	2,10%	39103
2007 - 2008	2,10%	39924
2008 - 2009	2,10%	40762
2009 - 2010	2,10%	41618
2010 - 2011	2,10%	42492

REALIZADO POR LOS AUTORES

ANEXO 8: DISEÑO Y OBJETIVOS DE LA ENCUESTA

Para el Estudio de Mercado, se procedió a realizar una encuesta que contiene 7 preguntas las cuales tienen un objetivo, por lo tanto, cada pregunta debe tener una finalidad argumentada para poder llegar al objetivo deseado. Dicha encuesta tiene preguntas claras y concisas que ayuda a la mejor interpretación de los resultados.

Para la selección de los datos, se utilizó la encuesta, la cual consta de información personal que pudo responder con facilidad cada individuo como por ejemplo información sobre gustos y preferencias en su forma de vestir. Nos inclinamos hacia la entrevista personal la que consiste en una entrevista directa, es decir que el encuestador pregunta directamente al encuestado y anota sus respuestas. Esta información obtenida es verídica y confiable puesto que se obtuvo de una forma inmediata por parte del encuestado.

El modelo de la encuesta que se utilizó se lo hizo con el fin de brindar a los encuestados comodidad y rapidez en el desarrollo de la misma, este diseño de encuesta esta definido mediante 4 partes:

- **Encabezado:** Previo a la realización de la encuesta, se hizo una introducción en donde se explica brevemente el tipo de empresa y producto que se pretende analizar para impulsarlo al mercado. Luego una pregunta sobre la edad del encuestado debido a que nuestro mercado está centrado a hombres de 18 a 39 años.

- **Etapa de enganche:** Al comenzar con la encuesta, se realizo una pregunta llamada de enganche debido a que nos permitió llamar la atención del encuestado.

- **Etapa de principal:** Aquí, se encuentran aquellas preguntas que nos permiten conocer la información necesaria para obtener los objetivos

planteados, algo primordial que se busca en esta etapa es que el encuestado responda con la mayor sinceridad posible.

- **Etapa difícil:** Se emplea una pregunta que le tome al encuestado un tiempo mayor para responder.

Se usó preguntas cerradas en toda la encuesta, con el fin de facilitar la obtención, tabulación, e interpretación de los datos obtenidos.

1. Encabezado

Somos una empresa nueva que va a instalarse pronto dentro de la Ciudad, especializada en producción y comercialización de jeans, por lo que solicitamos su colaboración al responder la siguiente encuesta que nos permitirá conocer las expectativas y preferencias de nuestros clientes. De antemano, agradecemos su colaboración.

Edad:
__ < de 18 años
__ De 18 a 29 años
__ De 30 a 39 años
__ > de 40 años

2. Etapa de enganche

Pregunta 1.

1.- ¿Qué tan interesado está usted en la moda?

_ No me Interesa
_ Lo Normal
_ Me Interesa Mucho

Objetivo: Por medio de esta pregunta, el encuestado tendrá interés al responder las siguientes preguntas puesto que la moda es un factor de vital importancia en nuestro medio.

Esta pregunta se divide en 3 aspectos que se analiza a continuación.

- **Me Interesa Mucho:**

Los hombres que les gusta vestirse a la moda son denominados pioneros ya que se arriesgan a adquirir productos nuevos de moda para probarlos.

- **Lo Normal:**

Los que dan una importancia o interés Normal a la moda son llamados seguidores y son aquellos que adquieren productos de moda siempre y cuando ya fueron adquiridos con anterioridad por los pioneros.

- **No me Interesa.**

Luego están los que tienen poco interés en la moda denominados rezagados, está constituida por los hombre que son inclinados a vestirse tradicionalmente. Estos adoptan la moda siempre y cuando ya se han convertido en una especie de costumbre

3. Etapas principal

Pregunta 3.

3.- ¿Cuánto usted gasta usualmente en la compra de un Jean?

_ Entre $10 y $29
_ Entre $30 y $59
_ Entre $60 y $89
_ Más de $90.

Objetivo: Mediante esta pregunta pudimos obtener el precio estimado de cada Jean que deberíamos establecer.

Pregunta 4.

4.- ¿Qué características debe tener un jean para que usted pueda comprarlo?

_ Durabilidad
_ Precios
_ Diseño
_ Marca
_ Moda

Objetivo: Con esta pregunta se busca conocer la apreciación que tiene el cliente con respecto a las características del producto y su preferencia de cada uno ante las demás.

Pregunta 5.

5.- ¿Qué es lo que más le agrada en un local para la comercialización de Jeans para hombre?

- Asesoramiento y buena atención
- Variedad de modelos
- Jeans hechos a la medida
- Lugar cómodo y acogedor

Objetivo: Gracias a esta pregunta, conocimos la visión que tienen nuestros clientes hacia las prestaciones que puede brindar el local en donde se comercializarán los Jeans, buscando variables que sean de distinción ante la competencia.

Pregunta 6.

6.- ¿Qué tipo de colores de jeans usted prefiere utilizar?

- Claros
- Medios
- Oscuros

Objetivo: Esta pregunta ayudó a conocer que colores debemos aplicar en el Jean terminado, de esta manera, se hablara con propietario de la procesadora de Jeans sobre que colores procesar.

Pregunta 7.

7.- ¿Usted compraría un jean para hombre fabricado en la ciudad de Cuenca?

- Sí
- No

Objetivo: Con esta pregunta pudimos determinar el segmento del mercado al cual se pretende llegar, así mismo se pudo determinar la demanda existente en la zona urbana de Cuenca.

4. Etapa difícil

Pregunta 2.

2.- ¿Cuántos jeans adquiriría usted en un año?

- De 1 a 2 jeans
- De 3 a 4 jeans
- De 5 a 6 jeans
- De 7 a 8 jeans
- Más de 8 jeans

Objetivo: A través de esta pregunta podemos proyectar la producción anual de los Jeans que se podrían vender.

ANEXO 9: ENCUESTA

PROYECTO: "Montaje de una Productora y Comercializadora de Jeans para hombre"

Somos una empresa nueva que va a instalarse pronto dentro de la Ciudad, especializada en producción y comercialización de jeans, por lo que solicitamos su colaboración al responder la siguiente encuesta que nos permitirá conocer las expectativas y preferencias de nuestros clientes. De antemano, agradecemos su colaboración:

Edad:
__ < de 18 años
__ De 18 a 29 años
__ De 30 a 39 años
__ > de 40 años

1.- ¿Qué tan interesado está usted en la moda?

_ No me Interesa
_ Lo Normal
_ Me Interesa Mucho

2.- ¿Cuántos jeans adquiriría usted en un año?

_ De 1 a 2 jeans
_ De 3 a 4 jeans
_ De 5 a 6 jeans
_ De 7 a 8 jeans
_ Más de 8 jeans

3.- ¿Cuánto usted gasta usualmente en la compra de un Jean?

_ Entre $10 y $29
_ Entre $30 y $59
_ Entre $60 y $89
_ Más de $90.

4.- ¿Qué características debe tener un jean para que usted pueda comprarlo?

_ Durabilidad
_ Precios
_ Diseño
_ Marca
_ Moda

5.- ¿Qué es lo que más le agrada en un local para la comercialización de Jeans para hombre?

_ Asesoramiento y buena atención
_ Variedad de modelos
_ Jeans hechos a la medida
_ Lugar cómodo y acogedor

6.- ¿Qué tipo de colores de jeans usted prefiere utilizar?

- _ Claros
- _ Medios
- _ Oscuros

7.- ¿Usted compraría un jean para hombre fabricado en la ciudad de Cuenca?

- _ Sí
- _ No

Gracias.

ANEXO 10: RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS EN VALORES Y PORCENTAJES.

1.- ¿Qué tan interesado está usted en la moda?		
	N° Respuestas	**%**
No me Interesa	84	22,05%
Lo Normal	192	50,39%
Me Interesa Mucho	105	27,56%
TOTAL	**381**	**100,00%**

2.- ¿Cuántos jeans adquiriría usted en un año?		
	N° Respuestas	**%**
De 1 a 2 jeans	63	16,54%
De 3 a 4 jeans	145	38,06%
De 5 a 6 jeans	129	33,86%
De 7 a 8 jeans	27	7,09%
Más de 8 jeans	17	4,46%
TOTAL	**381**	**100,00%**

3.- ¿Cuánto usted gasta usualmente en la compra de un Jean?		
	N° Respuestas	**%**
Entre $10 y $29	229	60,10%
Entre $30 y $59	92	24,15%
Entre $60 y $89	47	12,34%
Más de $90.	13	3,41%
TOTAL	**381**	**100,00%**

4.- ¿Qué características debe tener un Jean para que usted pueda comprarlo?		
	N° Respuestas	**%**
Durabilidad	195	38,39%
Precios	98	19,29%
Diseño	75	14,76%
Marca	64	12,60%
Moda	76	14,96%
TOTAL	**508**	**100,00%**

5.- ¿Qué es lo que más le agrada en un local para la comercialización de Jeans para hombre?		
	N° Respuestas	**%**
Asesoramiento y buena atención	165	39,10%
Variedad de modelos	72	17,06%
Jeans hechos a la medida	89	21,09%
Lugar cómodo y acogedor	96	22,75%
TOTAL	**422**	**100,00%**

6.- ¿Qué tipo de colores de Jeans usted prefiere utilizar?		
	N° Respuestas	**%**
Claros	77	20,21%
Medios	171	44,88%
Oscuros	133	34,91%
TOTAL	**381**	**100,00%**

7.- ¿Usted compraría un Jean para hombre fabricado en la ciudad de Cuenca?		
	N° Respuestas	**%**
Sí	263	69,03%
No	118	30,97%
TOTAL	**381**	**100,00%**

ANEXO 11: DEPRECIACIÓN DE LAS MÁQUINAS NUEVAS

Maquina Recta	Valor	$ 575,00	
Años	Depreciación Anual	Depreciación Acum.	Valor en Libros
1	$ 57,50	$ 57,50	$ 517,50
2	$ 57,50	$ 115,00	$ 460,00
3	$ 57,50	$ 172,50	$ 402,50
4	$ 57,50	$ 230,00	$ 345,00
5	$ 57,50	$ 287,50	$ 287,50
6	$ 57,50	$ 345,00	$ 230,00
7	$ 57,50	$ 402,50	$ 172,50
8	$ 57,50	$ 460,00	$ 115,00
9	$ 57,50	$ 517,50	$ 57,50
10	$ 57,50	$ 575,00	$ 0,00

Doble Aguja	Valor	$ 1.900,00	
Años	Depreciación Anual	Depreciación Acum.	Valor en Libros
1	$ 190,00	$ 190,00	$ 1.710,00
2	$ 190,00	$ 380,00	$ 1.520,00
3	$ 190,00	$ 570,00	$ 1.330,00
4	$ 190,00	$ 760,00	$ 1.140,00
5	$ 190,00	$ 950,00	$ 950,00
6	$ 190,00	$ 1.140,00	$ 760,00
7	$ 190,00	$ 1.330,00	$ 570,00
8	$ 190,00	$ 1.520,00	$ 380,00
9	$ 190,00	$ 1.710,00	$ 190,00
10	$ 190,00	$ 1.900,00	$ 0,00

Overlock	Valor	$ 1.400,00	
Años	Depreciación Anual	Depreciación Acum.	Valor en Libros
1	$ 140,00	$ 140,00	$ 1.260,00
2	$ 140,00	$ 280,00	$ 1.120,00
3	$ 140,00	$ 420,00	$ 980,00
4	$ 140,00	$ 560,00	$ 840,00
5	$ 140,00	$ 700,00	$ 700,00
6	$ 140,00	$ 840,00	$ 560,00
7	$ 140,00	$ 980,00	$ 420,00
8	$ 140,00	$ 1.120,00	$ 280,00
9	$ 140,00	$ 1.260,00	$ 140,00
10	$ 140,00	$ 1.400,00	$ 0,00

Pretinadora	Valor	$ 2.200,00	
Años	Depreciación Anual	Depreciación Acum.	Valor en Libros
1	$ 220,00	$ 220,00	$ 1.980,00
2	$ 220,00	$ 440,00	$ 1.760,00
3	$ 220,00	$ 660,00	$ 1.540,00
4	$ 220,00	$ 880,00	$ 1.320,00
5	$ 220,00	$ 1.100,00	$ 1.100,00
6	$ 220,00	$ 1.320,00	$ 880,00
7	$ 220,00	$ 1.540,00	$ 660,00
8	$ 220,00	$ 1.760,00	$ 440,00
9	$ 220,00	$ 1.980,00	$ 220,00
10	$ 220,00	$ 2.200,00	$ 0,00

ANEXO 12: VALOR RESIDUAL DE CADA MÁQUINA POR ADQUISICIÓN ANUAL

Valor Residual	
Maquina recta	$ 57,50
Doble Aguja	$ 380,00
Overlock	$ 420,00
Pretinadora	$ 880,00
Maquina recta	$ 287,50
Doble Aguja	$ 1.140,00
Maquina recta	$ 402,50
Overlock	$ 1.120,00
Recta	$ 517,50
Valor el Libros	**$ 5.205,00**

REALIZADO POR LOS AUTORES

DISEÑO DE LA MONOGRAFIA