



# UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

**Plan de Titulación para la Producción y Comercialización de Carteras  
y Bolsos de Tela con mano de obra del Centro de Rehabilitación  
de Mujeres de Quito**

Trabajo de Titulación presentado en conformidad a los requisitos  
establecidos para optar por el título de:  
Ingenieras Comerciales mención Administración de Empresas

Profesor Guía:  
Ing. Fernando González MBA.

**AUTORAS:**  
**HILDA FERNANDA VELOZ VÁSCONEZ**  
**VERÓNICA ALEJANDRA VILLOTA ORTIZ**

Año  
2011

### **DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA**

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con las estudiantes, orientando sus conocimientos para un adecuado desarrollo del tema escogido, y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación.”

---

Fernando González

Ingeniero MBA.

C.I.: 170405254-5

### DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes”.

---

Hilda Fernanda Veloz Vásquez

C.I. 1717313926

---

Verónica Alejandra Villota Ortiz

C.I. 1721784096

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios porque ha estado conmigo a cada paso que doy, cuidándome y dándome fortaleza para continuar en el transcurso de mi vida y mis estudios, a mis padres y hermana, pilares fundamentales en mi educación y formación.

***Hilda Fernanda Veloz Vásquez***

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios y a mis padres por darme la vida y guiarme en cada momento con amor y sabiduría.

***Verónica Alejandra Villota Ortiz***

## **DEDICATORIA**

A mis padres, con mucho amor y cariño quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en todo momento depositando su entera confianza en cada reto que se me presenta sin dudar ni un solo momento en mi inteligencia y capacidad, a mi hermana, que durante toda mi vida ha estado a mi lado apoyándome dándome fuerzas y ejemplo para seguir adelante.

***Hilda Fernanda Veloz Vásquez***

## **DEDICATORIA**

A mi familia quienes con su experiencia y conocimiento supieron darme los consejos oportunos para enfrentar las adversidades y su apoyo incondicional en mis estudios y en mi desarrollo personal.

***Verónica Alejandra Villota Ortiz***

## RESUMEN

El presente plan de negocio pretende implantar la empresa Bolsos Maki Minkay Cía.Ltda., en la producción y comercialización de carteras y bolsos de tela, con mano de obra del Centro de Rehabilitación de Mujeres de Quito priorizando la responsabilidad social para generar oportunidades de desarrollo dentro del reclusorio, ayudando a las internas y por ende a sus familias, confeccionando un producto nacional de calidad y atractivo para el mercado.

Los bolsos y carteras que se fabricarán serán con materia prima e insumos nacionales de calidad de varios modelos, clases, tipos, colores y tamaños posibles, de acuerdo a la colección de temporada siguiendo una tendencia de moda y estilo, cumpliendo con los gustos y preferencias de las adolescentes y mujeres ya que es el complemento más utilizado y de mayor adquisición por todas.

El negocio se dirigirá a un segmento de mercado de adolescentes y mujeres entre 15 y 29 años de edad de clase media y media-alta que buscan elementos más acordes a su edad, a su forma de vestir y roles que desempeñan.

El equipo gerencial estará conformado por un Gerente General, Supervisor de Elaboración de Diseño, Jefe de Ventas, Operador de Logística, Inspector de Calidad, Contador y Vendedor que contarán con los conocimientos, aptitudes, actitudes para el correcto desempeño de las actividades asignadas.

El análisis del negocio se realizará para los primeros cinco años. Para la implementación del proyecto la inversión inicial es de 36.639,18 USD, de los cuales será financiado con capital propio de los accionistas y con préstamo bancario, la deuda se realizará a cinco años con pagos mensuales con una tasa de interés activa según el Banco Central del Ecuador del 9,54% y con pagos fijos de capital e interés.



El Valor Actual Neto es de 42 731USD y la Tasa Interna de Retorno del 23%, con una tasa de descuento de 9,89%.

Se logrará vender 9600 carteras y bolsos de tela para el primer año con un 13.50% de crecimiento en ventas y precio promedio de 28 USD.

El proyecto es factible debido a la obtención de un Valor Actual Neto positivo y una Tasa interna de Retorno mayor a la tasa de interés.

## ABSTRACT

The business plan aims to implant the company Bolsos Maki Minkay Cía. Ltda., in the production and marketing of handbags and purses, with labor from the Women's Rehabilitation Centre of Quito prioritizing social responsibility to generate development opportunities within the prison, helping the inmates and their families.

Handbags and purses will be manufactured with raw materials and inputs for quality of several models, classes, types, colors and sizes available, according to the collection of the season following a trend of fashion and style, meeting the tastes and preferences of teens and women because is the most widely used supplement.

The business target will be teens and women between 15 and 29 years old of middle and upper-middle class, that find items more suited to their age, their dress and roles that they play.

The management team will consist of a General Manager, Supervisor of Design Development, Sales, Network Logistics, Quality Inspector, Accountant, and Seller that will have the knowledge, skills and attitudes to perform the activities assigned.

The business analysis will be performed for the first five years. To implement the project, the initial investment is \$ 36,639.18, which will be financed with equity from shareholders and bank loan debt will take place five years with monthly payments at a rate of lending by the Central Bank of Ecuador 9.54% and fixed payments of principal and interest.

The Net Present Value is 42 731USD and Internal Rate of Return of 23%, with a discount rate of 9.89%.

Sales in the first year will be 9600 handbags and purses with 13. 50% growth in sales and average price of 28 USD

The project is feasible due to obtaining a positive net present value and internal rate of return higher than the rate of interest.

## ÍNDICE

<b>CAPÍTULO I</b> .....	<b>1</b>
<b>1 INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>1</b>
1.1 ANTECEDENTES .....	1
1.2 OBJETIVO GENERAL.....	1
1.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	1
<b>CAPÍTULO II</b> .....	<b>3</b>
<b>2 LA INDUSTRIA, LA COMPAÑÍA Y LOS PRODUCTOS</b> .....	<b>3</b>
2.1 LA INDUSTRIA.....	3
2.1.1 Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU).....	3
2.1.2 Clasificación Central de Productos (CCP) .....	3
2.1.3 Tendencias .....	4
2.1.3.1 Antecedentes de la Industria Textil .....	4
2.1.3.2 Situación Actual de la Industria Textil.....	5
2.1.3.3 Situación Futura de la Industria Textil .....	7
2.1.4 Variables del Macro entorno .....	7
2.1.4.1 Factor Político .....	7
2.1.4.2 Factor Económico .....	8
2.1.4.3 Factor Social y Cultural .....	10
2.1.5 Las 5 Fuerzas de Porter .....	11
2.2 LA COMPAÑÍA Y EL CONCEPTO DE NEGOCIO .....	13
2.2.1 La Idea y el Modelo de Negocio.....	13
2.2.2 Estructura Legal de la Empresa.....	13
2.2.3 Misión, Visión, Objetivos.....	14
2.2.3.1 Misión.....	14
2.2.3.2 Visión .....	14
2.2.3.3 Objetivos .....	15
2.2.3.4 Valores .....	15
2.3 PRODUCTO.....	16
2.4 ESTRATEGIA DEL INGRESO AL MERCADO Y CRECIMIENTO .....	16
2.5 ANÁLISIS SITUACIONAL (FODA) .....	17
<b>CAPÍTULO III</b> .....	<b>22</b>
<b>3 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y SU ANÁLISIS</b> .....	<b>22</b>
3.1 MERCADO RELEVANTE Y CLIENTE POTENCIAL .....	22

3.1.1	Mercado Objetivo .....	22
3.1.2	Segmentación de Mercados .....	22
3.1.2.1	Segmentación Geográfica .....	22
3.1.2.2	Segmentación Demográfica .....	23
3.1.2.3	Segmentación Pictográfica .....	23
3.1.2.4	Segmentación Conductuales .....	23
3.2	TAMAÑO DEL MERCADO .....	23
3.2.1	Demanda .....	24
3.3	LA COMPETENCIA Y SUS VENTAJAS .....	24
3.3.1	Totto .....	24
3.3.2	Riv Bolsos .....	25
3.4	PARTICIPACIÓN DE MERCADOS Y VENTAS DE LA INDUSTRIA .....	25
3.5	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS .....	26
3.5.1	Objetivo General .....	26
3.5.2	Problemas de Investigación de Mercados .....	26
3.5.3	Hipótesis .....	27
3.5.4	Objetivos Específicos .....	29
3.6	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN .....	31
3.6.1	Investigación Cualitativa .....	31
3.6.1.1	Entrevistas con Expertos .....	31
3.6.1.2	Grupos Focales .....	34
3.6.2	Investigación Cuantitativa .....	36
3.6.2.1	Población Objetivo .....	37
3.6.2.2	Definición de la Muestra .....	37
3.6.2.3	Encuestas Personales .....	37
3.7	OPORTUNIDAD DE NEGOCIO .....	43

## **CAPÍTULO IV .....** 45

### **4 PLAN DE MARKETING .....** 45

4.1	ESTRATEGIAS GENERALES DE MARKETING .....	45
4.1.1	Producto .....	46
4.1.2	Política de Precios .....	47
4.1.3	Estrategias de Ventas .....	47
4.1.4	Política de Servicio al Cliente y Garantías .....	48
4.1.5	Promoción y Publicidad .....	48
4.1.5.1	Publicidad .....	48
4.1.5.2	Promoción de Ventas .....	49
4.1.6	Distribución .....	49
4.2	NOMBRE DE LA EMPRESA .....	50
4.3	LOGO .....	50
4.4	SLOGAN .....	51

**CAPÍTULO V ..... 52**

**5 PLAN DE OPERACIONES Y PRODUCCIÓN ..... 52**

5.1	CADENA DE VALOR .....	52
5.1.1	Infraestructura de la Empresa.....	53
5.1.2	Talento Humano .....	53
5.1.3	Desarrollo de Tecnologías .....	53
5.1.4	Abastecimiento .....	53
5.1.5	Logística de Entrada .....	54
5.1.5.1	Selección a Proveedores .....	54
5.1.5.2	Recepción y Control de Conformidad de Materia Prima e Insumos .....	57
5.1.5.3	Almacenaje de Materia Prima e Insumos.....	57
5.1.5.4	Pago a Proveedores.....	58
5.1.6	Ciclo de Operaciones.....	58
5.1.6.1	Diseño del Bolso y Cartera.....	58
5.1.6.2	Corte Materia Prima .....	58
5.1.6.3	Entrega de Muestra Física de Materia Prima e Insumos.....	59
5.1.6.4	Inspección de Calidad de Producto Terminado.....	59
5.1.6.5	Empaque de Producto.....	60
5.1.7	Diagrama de Flujo de Procesos.....	60
5.1.8	Logística de Salida.....	61
5.1.8.1	Almacenar y Controlar Producto Terminado .....	61
5.1.8.2	Logística de Transporte de Producto Terminado a los Clientes.....	61
5.1.9	Marketing y Ventas .....	61
5.1.9.1	Publicidad.....	61
5.1.9.2	Promoción de Ventas .....	62
5.1.9.3	Distribución .....	62
5.1.10	Servicio al cliente y Post Venta.....	62
5.1.10.1	Garantía del Producto .....	62
5.1.10.2	Plan de Mejoramiento de Producto .....	63

**CAPÍTULO VI ..... 64**

**6 EQUIPO GERENCIAL..... 64**

6.1	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL .....	64
6.1.1	Organigrama .....	64
6.2	PERSONAL ADMINISTRATIVO CLAVE Y SUS RESPONSABILIDADES .....	65
6.2.1	Descripción de Funciones.....	65
6.3	COMPENSACIÓN A ADMINISTRADORES .....	69
6.4	POLÍTICAS DE EMPLEO Y BENEFICIOS .....	69
6.5	EQUIPO DE TRABAJO .....	69

<b>CAPÍTULO VII</b> .....	<b>71</b>
<b>7 CRONOGRAMA GENERAL</b> .....	<b>71</b>
7.1 ACTIVIDADES NECESARIAS PARA PONER EL NEGOCIO EN MARCHA.....	71
7.2 DIAGRAMA .....	73
7.3 RIESGOS E IMPREVISTOS .....	74
<b>CAPÍTULO VIII</b> .....	<b>75</b>
<b>8 RIESGOS CRÍTICOS, PROBLEMAS Y SUPUESTOS</b> .....	<b>75</b>
8.1 SUPUESTOS Y CRITERIOS UTILIZADOS .....	75
8.2 RIESGOS Y PROBLEMAS PRINCIPALES.....	76
8.2.1 Ingresos de Nuevos Competidores al Mercado .....	76
8.2.2 Prejuicios Sociales sobre los Bolsos Confeccionados por las internas del Centro de Rehabilitación de la ciudad de Quito.....	76
8.2.3 La Capacidad de Producción de las internas del Centro de Rehabilitación de Quito insuficiente para cubrir la Demanda del Mercado.....	77
8.2.4 Demanda de Bolsos decae en el Mercado .....	77
<b>CAPÍTULO IX</b> .....	<b>78</b>
<b>9 PLAN FINANCIERO</b> .....	<b>78</b>
9.1 INVERSIÓN INICIAL .....	78
9.1.1 Capital de Trabajo.....	78
9.1.2 Inventarios .....	79
9.1.2.1 Inventarios de Productos Terminados.....	79
9.1.2.2 Inventario de Materia Prima Directa .....	80
9.1.2.3 Inventario de Materia Prima Indirecta.....	80
9.1.3 Activos Tangibles e Intangibles.....	80
9.1.4 Gastos Pre operacionales.....	81
9.2 ESTRUCTURA DE INGRESOS Y COSTO UNITARIO .....	82
9.2.1 Ingresos .....	82
9.2.2 Costo Unitario .....	83
9.3 ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS.....	84
9.3.1 Gastos Generales Anuales .....	84
9.3.2 Gastos Sueldos Administrativos y Operativos .....	85
9.3.3 Costos Anuales de Producción y Ventas .....	85
9.4 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO .....	86
9.5 BALANCE GENERAL PROYECTADO.....	87
9.6 FLUJOS DE EFECTIVO.....	91

9.6.1	Desapalancado.....	91
9.6.2	Apalancado.....	92
9.7	ÍNDICES FINANCIEROS.....	93
9.7.1	Liquidez.....	93
9.7.2	Rentabilidad.....	94
	9.7.2.1 Rendimiento sobre la Inversión.....	94
	9.7.2.2 Rendimiento sobre el Patrimonio.....	95
9.7.3	Desempeño.....	96
	9.7.3.1 Rotación de Inventarios en días.....	96
	9.7.3.2 Rotación de Cuentas por Cobrar.....	97
9.8	VALUACIÓN.....	97
9.9	PUNTO DE EQUILIBRIO.....	98
9.10	SENSIBILIDAD.....	99

## **CAPITULO X..... 100**

### **10 PROPUESTA DE NEGOCIO..... 100**

10.1	FINANCIAMIENTO DESEADO Y BÚSQUEDA DE CAPITAL.....	100
	10.1.1 Condiciones de Deuda.....	100
	10.1.2 Tabla de Amortización de la Deuda.....	101
	10.1.3 Resumen Estados de Flujos de Efectivo Anual y Proyectado.....	102

## **CAPITULO XI..... 103**

### **11 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES..... 103**

11.1	CONCLUSIONES.....	103
11.2	RECOMENDACIONES.....	104

## **Bibliografía..... 105**

## **Anexos..... 107**



# **CAPÍTULO I**

## **1 INTRODUCCIÓN**

### **1.1 ANTECEDENTES**

En el mercado nacional no existe una variedad de bolsos y carteras de tela de calidad con diseños novedosos y llamativos, es por esto que se ve la necesidad de implementar un proyecto para la confección de carteras y bolsos de tela, incentivando la producción textil en el país.

Nace la idea de crear la empresa haciendo un producto completamente nacional con materia prima, insumos y mano de obra.

Las internas del Centro de Rehabilitación de Mujeres de Quito al verse privadas de su libertad y de un medio de ingreso económico, se encuentran en la necesidad de ser tomadas en cuenta en el sector productivo, es por esto que este proyecto se enfoca en ofrecerles un ingreso para ellas y sus familias priorizando la responsabilidad social en la empresa.

### **1.2 OBJETIVO GENERAL**

Diseñar un plan de negocios para la implementación de una empresa que se dedique a la producción y comercialización de carteras y bolsos de tela, con mano de obra de las internas del Centro de Rehabilitación de la ciudad de Quito.

### **1.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Realizar un diagnóstico situacional para determinar la factibilidad del negocio.

- Analizar la aceptación del producto por parte del mercado meta.
- Ejecutar un estudio de mercado que permita determinar en la industria a la competencia directa.
- Ejecutar estrategias para lograr un posicionamiento y reconocimiento del producto.
- Describir el proceso y las técnicas para confeccionar los bolos y carteras.
- Determinar el riesgo y problemas a los que se enfrentará el plan de negocios.
- Realizar un plan financiero para conocer la rentabilidad del negocio.

## CAPÍTULO II

### 2 LA INDUSTRIA, LA COMPAÑÍA Y LOS PRODUCTOS

#### 2.1 LA INDUSTRIA

El sector en el que se encuentra el negocio y la clasificación central de productos son las siguientes:

##### 2.1.1 Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIU)

Gráfico 2. 1 Esquema estructural del negocio



**Fuente:** Clasificación industrial Internacional Uniforme

**Elaborado:** Autoras

##### 2.1.2 Clasificación Central de Productos (CCP)

- Sección: 2 - Productos alimenticios, bebidas y tabaco; textiles, prendas de vestir y productos de cuero.
- División: 29 - Cuero y productos de cuero; calzado.
- Grupo: 292 - Maletas, bolsos de mano y artículos similares; artículos de talabartería y guarnicionería; otros artículos de cuero.

- Clase: 2922 - Maletas, bolsos de mano y artículos similares de cuero natural, artificial o regenerado, de hojas de plásticos, de tela, de fibra vulcanizada o de cartón; juegos de viaje para tocador, costura o limpieza de calzado o ropa.<sup>1</sup>

### **2.1.3 Tendencias**

#### **2.1.3.1 Antecedentes de la Industria Textil**

La industria textil ecuatoriana dio inicios en la época de la colonia, cuando la lana de oveja era utilizada en los obrajes donde se fabricaban los tejidos, así aparecieron las primeras industrias que se dedicaron al procesamiento de la lana.

A inicios del siglo XX se introduce el algodón, siendo la década de 1950 cuando se consolida la utilización de esta fibra.

A lo largo del tiempo, las diversas empresas dedicadas a la actividad textil ubicaron sus instalaciones en diferentes ciudades del país. Sin embargo, se puede afirmar que las provincias con mayor número de industrias dedicadas a esta actividad son: Pichincha, Imbabura, Tungurahua, Azuay y Guayas.<sup>2</sup>

Cada vez es mayor la producción y diversificación de confecciones textiles, pero pese a esto no existe innovación ni creatividad en la producción nacional, lo que ha generado un escaso desarrollo de la moda en prendas y accesorios y la aparición de un mercado insatisfecho.

---

<sup>1</sup> United Nations Statistics Division CPC Ver.1.0 código 2922. Descarga: 11/11/10. URL: <http://unstats.un.org/unsd/cr/registry/regcs.asp?Cl=3&Lg=3&Co=2922>

<sup>2</sup> Asociación de industrias Textiles del Ecuador. (AITE). URL: <http://www.aite.com.ec/index>. Descarga: 10/01/11

### 2.1.3.2 Situación Actual de la Industria Textil

La diversificación en el sector manufacturero ha permitido que se fabrique un sin número de productos textiles en el Ecuador, provenientes de todo tipo de fibras, siendo las más utilizadas: algodón, poliéster, nylon, acrílicos, lana y seda.

La industria textil genera varias plazas de empleo directo en el país, llegando a ser el segundo sector manufacturero que más mano de obra emplea, después del sector de alimentos, bebidas y tabacos. Según estimaciones hechas por la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador – AITE, alrededor de 50.000 personas trabajan directamente en empresas textiles, y más de 200.000 lo hacen indirectamente.<sup>3</sup>

En la actualidad, la fabricación de productos textiles y prendas de vestir juega un papel relevante en la Industria Textil. El producto Interno Bruto que ha generado por la fabricación de productos textiles, prendas de vestir los últimos años, pasó de 407,69 millones de dólares obtenidos en el 2000 a 497.36 millones de dólares registrados en el año 2010, lo que representa un crecimiento promedio anual de 1,80 % para el periodo 2000-2010, esto indica que se ha generado un incremento a lo largo del tiempo debido a los cambios y restricciones en la normativa de importaciones de productos textiles.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> Ibídem.

<sup>4</sup> Banco Central del Ecuador. URL: <http://www.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas>. Descarga: 10/01/11

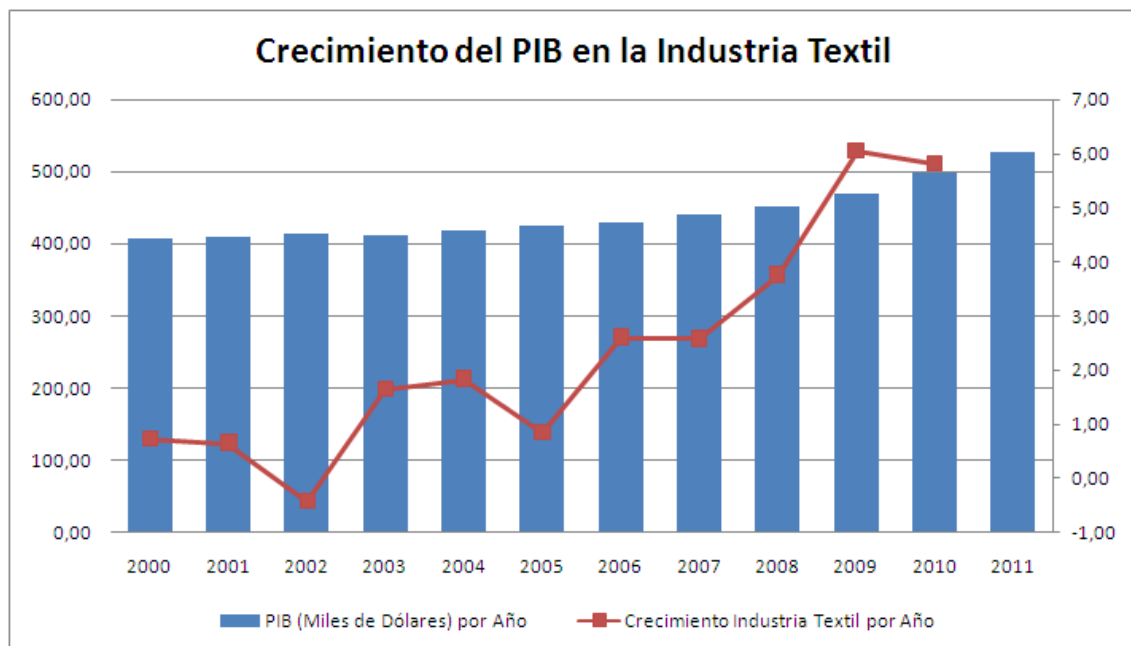
Tabla 2.1 Proyección PIB

Año	PIB miles de dólares	Crecimiento Industria Textil
2000	407.69	0.73
2001	410.65	0.66
2002	413.34	-0.42
2003	411.60	1.63
2004	418.32	1.83
2005	425.97	0.84
2006	429.56	2.60
2007	440.73	2.58
2008	452.08	3.75
2009	469.04	6.04
2010	497.36	5.80
2011	526.21	

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado: Autoras

Gráfico 2.2 Crecimiento del PIB en la Industria Textil



Fuente: Banco Central del Ecuador Elaborado: Autoras

### **2.1.3.3 Situación Futura de la Industria Textil**

El desarrollo de las empresas textiles en el Ecuador es un buen síntoma para la economía nacional y para el sector productivo, ya que los niveles de competitividad, a través de esfuerzos conjuntos, demuestran el éxito de dichas empresas en nuevos nichos de mercado.

El producto textil nacional y las confecciones ecuatorianas han logrado superar barreras de calidad para entrar a mercados mucho más eficientes.

Las cinco reformas arancelarias con respecto a la importación de materias primas, maquinarias y bienes de capital para el sector también representan un incentivo para que mejore la producción textilera.

Según la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador, más de 185 subpartidas que importan las compañías del sector llegan ahora con arancel cero y se traducen en un ahorro anual que bordea los 20 millones de dólares.<sup>5</sup>

### **2.1.4 Variables del Macro entorno**

#### **2.1.4.1 Factor Político**

El Gobierno Ecuatoriano anuncia la aplicación de un arancel mixto para la importación de prendas de vestir, accesorios y lencería de hogar, dentro de la política de fomento productivo.

La Ministra Coordinadora de la Producción explicó que el actual arancel del 30% se reemplazará por uno mixto que consiste en el pago de 5,5 dólares por kilo neto importado y un ad-valorem del 10%, que entrará cuando se publique en el Registro Oficial. "Esto va a permitir corregir la distorsión que existe

---

<sup>5</sup> Diario el Universo. La industria textil afina sus envíos al extranjero. URL: <http://www.eluniverso.com>

actualmente en cuanto a valores de importación de productos, especialmente asiáticos, que hacen que nuestro producto local no pueda competir".<sup>6</sup>

#### **2.1.4.2 Factor Económico**

##### **Producto Interno Bruto del sector manufacturero**

El año 2001 ha representado para la economía ecuatoriana uno de los mejores años en resultados económicos después de la crisis de 1999-2000 que desembocó en la dolarización oficial, en este año los mayores contribuyentes a la producción fueron los servicios y el sector manufacturero.<sup>7</sup> La tasa de crecimiento del PIB en el 2004 alcanzó un máximo de 8,82%, seguido por una recesión pero a partir del 2007 volvió a ascender. En el 2009, el crecimiento real del PIB fue de 0.36%, aunque esta cifra es relativamente pequeña en comparación con años anteriores, debemos considerar que en este año se presentó la crisis económica mundial. Al igual que las principales economías latinoamericanas, Ecuador presentó una positiva recuperación después de esta crisis presentando una tasa de crecimiento del 3,73% para el año 2010.

---

<sup>6</sup> <http://www.eluniverso.com/2010/02/18/1/1356/ecuador>

<sup>7</sup> Banco Central del Ecuador. URL: [http://www.bce.fin.ec/resumen\\_ticker.php?ticker\\_value](http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value). Consultado al: 20 de enero 2011.



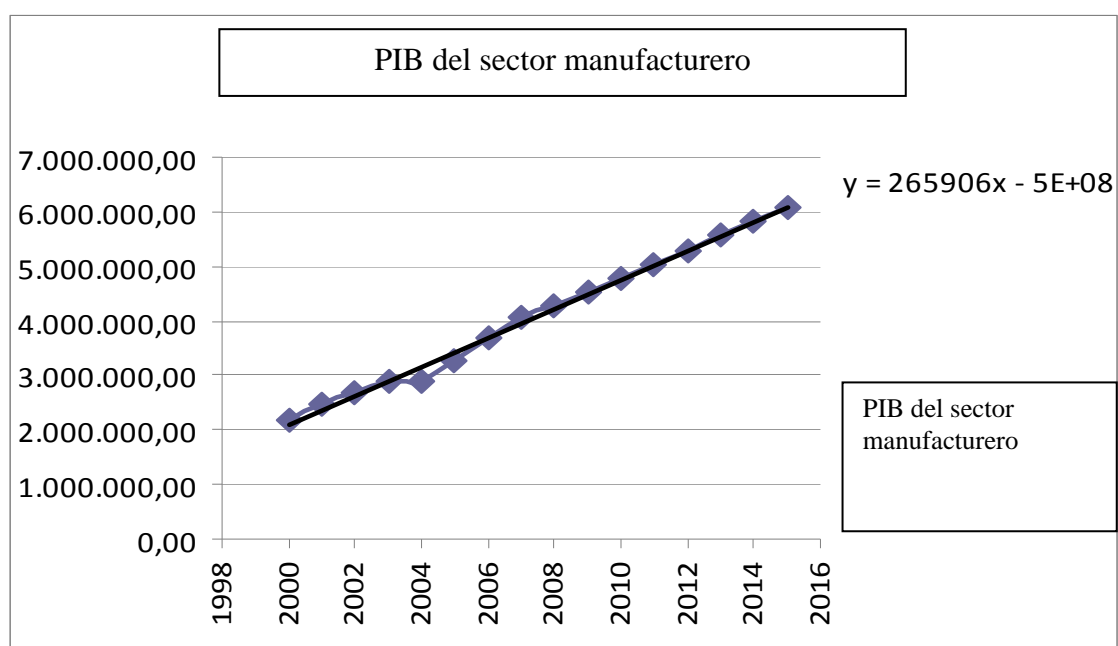
Tabla 2.2 Proyección del PIB

Año	PIB	Tasa de crecimiento
2000	2.169.792	4,15%
2001	2.466.194	4,76%
2002	2.662.944	3,43%
2003	2.899.398	3,27%
2004	2.883.111	8,82%
2005	3.269.369	5,74%
2006	3.695.977	4,75%
2007	4.081.430	2,04%
2008	4.285.721	7,24%
2009	4.539.690	0,36%
2010	4.793.659	3,73%
2011	5.047.628	5,03%
2012	5.301.597	4,79%
2013	5.555.566	4,57%
2014	5.809.535	4,37%
2015	6.063.504	

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado: Autoras

Gráfico 2.3 PIB del sector manufacturero



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado: Autoras

## Población Económicamente Activa total (participación por género)

La segmentación ocupacional por género y la desigual distribución de las responsabilidades domésticas y familiares tienen como consecuencia la permanencia de brechas en los ingresos mensuales entre los hombres y mujeres. Al mes de diciembre 2009, la composición de la PEA total fue de 42.69% mujeres y 57.31% hombres.<sup>8</sup>

En las últimas décadas el sector femenino de la población ha alcanzado su independencia financiera, lo que a su vez le ha significado el posicionamiento en puestos privilegiados en todos los sectores económicos. Esto significa que las mujeres deben tener una imagen que a más de indicar su estatus demuestre su personalidad.

Los ingresos que este sector percibe tienen que ser distribuidos para estar a la par con la actividad que desarrollan generando un mayor consumo de todo tipo de prenda y accesorio de vestir.

**Tabla 2.3 PIB del sector manufacturero**

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
<b>PEA</b>	3.801.339	3.992.288	4.220.610	4.225.447	4.373.435	4.293.138	4.383.512	4.445.658
<b>Hombres</b>	2.261.412	2.353.401	2.449.172	2.471.131	2.559.943	1.804.818	2.517.942	2.547.607
<b>Mujeres</b>	1.539.927	1.638.887	1.771.438	1.754.316	1.813.492	2.488.320	1.865.570	1.898.051
<b>%</b>								
<b>Hombres</b>	59,49%	58,95%	58,03%	58,48%	58,53%	57,96%	57,44%	57,31%
<b>Mujeres</b>	40,51%	41,05%	41,97%	41,52%	41,47%	42,04%	42,56%	42,69%

**Fuente:** INEC. Instituto Nacional de Estadística y Censos. Encuesta de Empleo, Desempleo y Subempleo.

**Elaborado:** Autoras

### 2.1.4.3 Factor Social y Cultural

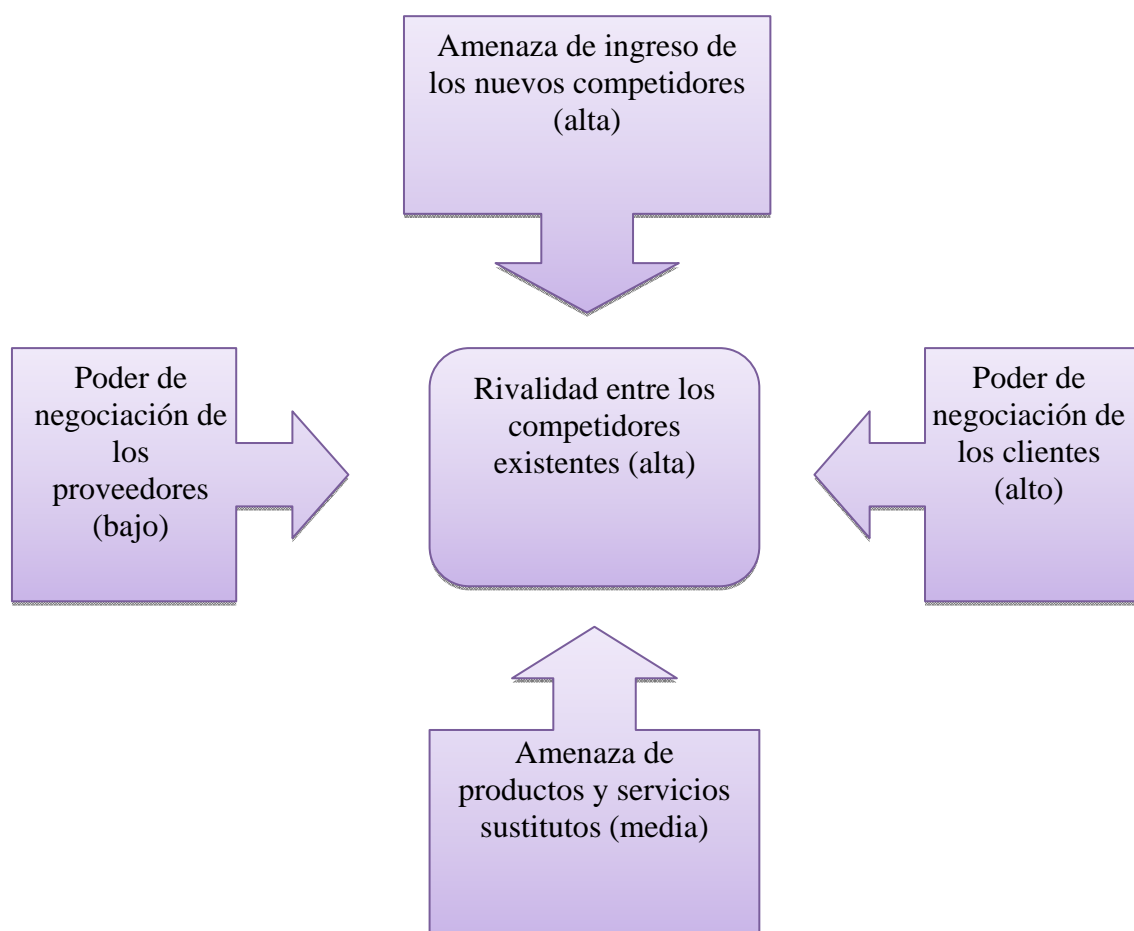
La cartera o bolso es un elemento muy importante para la mujer en la actualidad, pues ha tomado un papel muy versátil, lo que la lleva a la necesidad

<sup>8</sup> INEC. Instituto Nacional de Estadística y Censos. Encuesta de Empleo, Desempleo y Subempleo. URL: <http://www.inec.gob.ec>. Consultado al: 20 /0111.

de cumplir muchos roles al mismo tiempo y estar preparada para cada uno de ellos. “En los años 40 las carteras eran chicas. Respondían a la necesidad de una mujer que cumplía una función por vez, no necesitaba llevar cosas extras. Hoy la mujer va a trabajar, a estudiar, se desempeña en una ámbito social más activo y tiene que salir preparada para todos los roles que realiza. Tiene días muy largos y la complejidad de su vida se ve reflejada en el contenido de su cartera.<sup>9</sup>

### 2.1.5 Las 5 Fuerzas de Porter

**Gráfico 2.4 Las Cinco Fuerzas Competitivas de Michael Porter**



**Fuente:** “How Competitive forces Shape Strategy”. Por Michael E. Porter, 1979

**Elaborado:** Autoras

<sup>9</sup> Revista Yours. (2010): La cartera de una mujer. URL: <http://issuu.com/revistayours/docs>. Descargado 12/03/11.

**Amenaza de entrada de nuevos competidores (alta)**

La amenaza de entrada de nuevos competidores es alta debido a que el capital necesario para la implementación de la empresa es relativamente bajo y se puede solventar la inversión inicial. La tecnología y el ciclo operativo del producto son simples, no requiere de máquinas sofisticadas para la confección de bolsos y carteras.

**Rivalidad entre los competidores (alta)**

La rivalidad entre los competidores en el mercado es alta por la importación de productos con un precio bajo, pero sin embargo el producto se diferencia por las características nuevas como producto totalmente nacional tanto en materiales como en mano de obra junto con el compromiso de la responsabilidad social.

**Poder de negociación de los proveedores (bajo)**

El poder de negociación de los proveedores es bajo debido a que en la industria textil existe una amplia variedad de proveedores de materia prima, lo que significa una oportunidad ya que se puede escoger mejor calidad, variedad y a un precio accesible para el negocio.

**Poder de negociación de los clientes (alto)**

El poder de negociación de los clientes es alto debido a que los grandes compradores como tiendas especializadas imponen y fijan condiciones o términos de compra a los pequeños productores.

**Amenaza de ingreso de productos sustitutos (media)**

La amenaza de productos sustitutos es media, los bolsos y carteras de tela podrían sustituir a las mochilas ya que son menos visibles, más cómodos, se

encuentran a la moda y se los puede llevar a todo lado combinando con el atuendo diario.

## **2.2 LA COMPAÑÍA Y EL CONCEPTO DE NEGOCIO**

### **2.2.1 La Idea y el Modelo de Negocio**

Las mujeres adolescentes de hoy se desenvuelven en varios ámbitos social, deportivo, artístico, cultural, educativo, profesional y en la mayoría de los roles que desempeña busca accesorios como son los bolsos y carteras para combinar con su vestimenta.

Pero en el mercado existe una necesidad insatisfecha de bolsos y carteras a la moda con diseños exclusivos y originales, ya que los que se ofertan son importados y comercializados a un precio alto o son de baja calidad.

Es por este motivo que se decide emprender la producción y comercialización de carteras y bolsos de tela, con mano de obra del Centro de Rehabilitación de Mujeres de Quito para dinamizar la economía en la sociedad; así la empresa priorizará la responsabilidad social para generar oportunidades de desarrollo dentro del reclusorio, ayudando a las internas y por ende a sus familias, confeccionando un producto de calidad y atractivo para el mercado.

### **2.2.2 Estructura Legal de la Empresa**

**Nombre de la empresa:** Bolsos Maki Minkay

Style Bag se constituirá como bajo el concepto y reglamento de Compañía de Responsabilidad Limitada, cuyas definiciones se detallan en el siguiente cuadro:<sup>10</sup> ***Ver Anexo 1 ley de Compañías, requisitos de constitución.***

---

<sup>10</sup> Superintendencia de Compañías. Ley de Compañías. URL: [www.supercias.gov.ec](http://www.supercias.gov.ec). Descargado 18/042011.

Tabla 2.4

<b>Tipo de Compañía</b>	<b>Compañía de Responsabilidad Limitada</b>
Norma Legal	Ley de Compañías
Acto de Creación	Notaria
Inscripción	Superintendencia de Compañías
Tiempo estimado de Tramitación	9 días
Capital Mínimo de Constitución	\$1700
Número de Socios	2 o más
Administrador responsable legal	Gerente
Tributos	SRI
Afiliación Cámara Producción	Cámara Producción

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado:** Autoras

## **2.2.3 Misión, Visión, Objetivos**

### **2.2.3.1 Misión**

Producir y comercializar bolsos y carteras de tela con excelente precio, calidad, variedad de diseños, tamaños y colores para cada colección de temporada, comprometiéndose con la responsabilidad social, satisfacer las necesidades y expectativas del comprador, maximizar el valor de la inversión de los accionistas y contribuir al desarrollo y realización del personal.

### **2.2.3.2 Visión**

Ser una empresa reconocida en la producción de bolsos y carteras de tela dentro del país y a nivel nacional en un periodo de 5 años con posicionamiento de marca en la mente de los clientes como la mejor en calidad, precio y diseños.

### 2.2.3.3 Objetivos

- Lograr reconocimiento en el mercado nacional, fijando en la mente del consumidor, el diseño y la calidad en los productos.
- Ampliar la oferta de productos, para poder penetrar a los diferentes segmentos de mercado disponibles, por demandas insatisfechas o mal atendidas.
- Desarrollar un crecimiento sostenido de la empresa, en base a una mayor captación del mercado.
- Establecer contactos con proveedores que trabajen con políticas de Justo a Tiempo, evitando así pérdidas de incumplimiento en entrega.
- Generar conciencia de trabajar con responsabilidad social en el Ecuador.

### 2.2.3.4 Valores

**Calidad:** Los materiales utilizados en la fabricación de bolsos y carteras de tela son durables y resistentes, la confección se realiza con excelencia cumpliendo los estándares y controles de calidad establecidos, con el fin de ofrecer un producto atractivo al cliente.

**Innovación:** El producto se irá innovando a la par con las tendencias de la moda ya que la mujer actual lo exige.

**Trabajo en equipo:** Compromiso, responsabilidad, comunicación y optimismo entre el personal para el cumplimiento eficiente y rápido de las actividades y procesos.

**Responsabilidad social:** Reconocer el importante papel que puede tener la empresa en contribuir al cumplimiento de los Derechos Fundamentales en la Sociedad.

### **2.3 PRODUCTO**

Los bolsos y carteras que se fabricarán serán de varios modelos, clases, tipos, colores y tamaños posibles como, bandoleras, bolso de mano, bolso de viaje, bolso mini, bolso maxi, de acuerdo a la colección de temporada, cumpliendo con los gustos y preferencias de las adolescentes y mujeres ya que es el complemento más utilizado por todas.

Los bolsos se confeccionarán con telas resistentes a todas las circunstancias, como algodón, algodón acrílico, gabardina 3001, lona, popelina (tela de forro), con características como, forro interior, bolsillos para guardar lo más necesario e indispensable, espacio amplio, cierres y agarraderas reforzadas para que sean resistentes al peso.

### **2.4 ESTRATEGIA DEL INGRESO AL MERCADO Y CRECIMIENTO**

Estrategias asociativas:

- Proponer estándares de producción y normas de calidad.
- Controlar los procesos de producción del Centro de Rehabilitación de Mujeres de Quito.

Estrategia de penetración en el mercado:

- Penetración de mercado mediante la publicidad manejando medios de comunicación como página web, redes sociales, mensajes de texto y revistas.
- Promociones de lanzamiento del producto



### Estrategia de producto

- Empaque y presentación del producto
- Garantías del producto
- Servicios post- venta
- Manejo adecuado de la marca

### Estrategia de distribución:

- Entrega de producto a tiendas de cadena de manera directa como Supermaxi y Fybeca.
- Punto de venta en isla de centros comerciales.

### Estrategia de precio:

- Precios orientados a los ingresos de las mujeres de Quito.
- Precio Promoción

## 2.5 ANÁLISIS SITUACIONAL (FODA)

### Análisis interno

#### Fortalezas

**Calidad en el producto:** La materia prima a ser empleada como algodón, algodón acrílico, gabardina 3001 y popelina, tienen las características de ser durables y de fácil mantenimiento, servicio posventa para solucionar las fallas que se presenten, haciendo un control de calidad que abarque las materias primas principales, los materiales y el producto terminado.

**Diseño del producto:** Las características de diseño son únicas para cada colección, misma que varía con las diferentes épocas del año o tendencias que dictan la moda.

**Inclusión social:** La confección de los bolsos se realizará en el Centro de Rehabilitación de Mujeres de Quito; este grupo de mujeres, al verse privadas de su libertad y de un medio de ingreso económico, se encuentran en la necesidad de ser tomadas en cuenta en el sector productivo, es por esto que este proyecto se enfoca en ofrecerles un ingreso para ellas y sus familias.

**Producto ecuatoriano:** La materia prima y mano de obra a ser empleada será totalmente ecuatoriana ya que no se requiere en ningún momento de la importación de materiales.

**Conocimiento del mercado:** Para poder promocionar el producto se debe conocer las tendencias del mercado como los modelos de moda, los tonos en los colores, los adornos que tendrá cada bolso, las preferencias del consumidor como tamaño, número de bolsillos, que tan sofisticado o simple sea, que sea muy llamativo, casual, “sport” o un modelo que se emplee en toda ocasión.

**Tecnología simple:** No se requiere de equipos ni herramientas sofisticadas para la confección de los bolsos y carteras para el cumplimiento del ciclo operativo del producto.

**Nivel gerencial:** La preparación y los conocimientos adquiridos durante los años de estudio dan los patrones fundamentales a ser empleados para el correcto desempeño gerencial.

### **Debilidades**

**Falta de posicionamiento y conocimiento de la marca y producto:** Al ser una empresa nueva la gente desconoce las características del producto a ser

ofertado, lo que dificulta en principio la entrega de un nuevo producto al mercado.

**Volumen de producción del producto:** el número total de unidades confeccionadas por cada colección no es muy grande en comparación con otras marcas en el mercado, por lo que no se abarcaría una demanda inicial del producto.

**Dependencia de la mano de obra (outsourcing):** El requerimiento de equipos y herramientas de costura no pertenecen a la empresa lo que genera un problema al horario de producción lo que puede limitar la confección de bolsos, generando menor oferta de productos.

**Falta de experiencia en la producción y comercialización de bolsos de tela:** El poco conocimiento en el proceso de producción y la falta de experiencia en la comercialización de los bolsos y carteras, dificulta en un principio el desarrollo productivo de la empresa.

## **Análisis externo**

### **Oportunidades**

**Segmento de mercado grande:** El segmento de mercado al que está enfocado el producto son mujeres entre 15 y 29 años de edad, que buscan elementos más acordes a su edad, a su forma de vestir y personalidad.

**Valoración creciente del producto nacional:** En los últimos años el sentido de pertenencia se ha arraigado en los ecuatorianos prefiriendo productos autóctonos de la región siendo esto un gran estímulo para la adquisición de bolsos y carteras de tela.

**Demanda insatisfecha de accesorios:** Uno de los accesorios de mayor adquisición por las mujeres son los bolsos, ya que el interés se da en las

características diferentes que presenta cada uno de estos, el producto que se desea entregar tendrá las características no solo de moda y diseño que presenta la competencia sino adicionalmente costos menores en su elaboración que da un “precio altamente competitivo” y elementos de mayor calidad.

**Marcas registradas para el producto nacional:** El sector textil ecuatoriano quiere apostar por las marcas en su producción para ofrecer un valor agregado y ganar identidad, al obtener una marca registrada puede generar un valor agregado en el precio final del producto.<sup>11</sup>

### **Amenazas**

**Competencia en el mercado ecuatoriano:** En el mercado no existe un número representativo de empresas de bolsos y carteras de tela, que presentan detalles que los vuelven atractivos al comprador, el ingreso de un nuevo producto al mercado hace que las demás marcas copien las características del producto volviendo mayor la competencia.

**Aumento en el precio de la materia prima:** Afecta a empresas medianas y pequeñas en el sector manufacturero, disminuyen las ganancias y pierden demanda debido a que tienen que aumentar el precio del producto y el consumidor prefiere adquirir productos importados a menor precio.

---

<sup>11</sup> Diario El Hoy. El Sector textil ecuatoriano busca marcas para sus productos. URL: <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/el-sector-textil-ecuadoriano-busca-marcas-para-sus-productos-458808.html>. Descargado 22/04/11.

Gráfico 2.5 Matriz FODA

ANÁLISIS INTERNOS		ANÁLISIS EXTERNOS	
FORTALEZAS		OPORTUNIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Calidad en el producto</li> <li>-Diseño del producto</li> <li>-Inclusión social</li> <li>-Producto ecuatoriano</li> <li>-Conocimiento del mercado</li> <li>-Tecnología simple</li> <li>-Nivel Gerencial</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>-Segmento de mercado grande</li> <li>-Valoración creciente del producto nacional</li> <li>-Demanda insatisfecha de accesorios</li> <li>-Marcas registradas para el producto nacional</li> </ul>	
DEBILIDADES		AMENAZAS	
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Falta de posicionamiento y conocimiento de la marca y producto.</li> <li>-Volumen de producción del producto</li> <li>-Dependencia de la mano de obra (outsourcing)</li> <li>-Falta de experiencia en la producción y comercialización de bolsoso de tela.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>-Competencia en el mercado ecuatoriano</li> <li>-Aumento en el precio de la materia prima</li> </ul>	

**Elaborado:** Autoras

## **CAPÍTULO III**

### **3 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y SU ANÁLISIS**

#### **3.1 MERCADO RELEVANTE Y CLIENTE POTENCIAL**

Mediante la investigación y análisis de mercado se podrá detectar las oportunidades de negocio, establecer un orden de prioridad en los segmentos, identificar el segmento potencial más insatisfecho, facilitar el análisis de la competencia e identificar a los competidores del mercado objetivo.

##### **3.1.1 Mercado Objetivo**

La población objetivo son mujeres de 15 a 29 años de edad, de un nivel económico medio y medio alto, de la provincia de Pichincha.

##### **3.1.2 Segmentación de Mercados**

Definir el segmento como un grupo amplio e identificable dentro de un determinado mercado que se caracteriza por tener en común las mismas necesidades, poder adquisitivo, localización geográfica y hábitos de compra.

###### **3.1.2.1 Segmentación Geográfica**

Localización: Distrito Metropolitano de Quito

Tamaño: 359,246 mujeres en la ciudad de Quito <sup>12</sup>

---

<sup>12</sup> Índice Estadístico Markop. (2010): Población de mujeres en la ciudad de Quito. Ecuador

### **3.1.2.2 Segmentación Demográfica**

Edad: 15 a 29 años

Ocupación: Estudiante – Trabajador.

Género: Femenino

### **3.1.2.3 Segmentación Pictográfica**

Clase Social: Medio – Medio Alta

Estilo de Vida: Le guste vestir a la moda y muestra interés en el tema de Responsabilidad Social.

### **3.1.2.4 Segmentación Conductuales**

Beneficio: Calidad – Precio – Ayuda Social

Cultura: Mujeres que desempeñan varios roles durante todo el día, estudios y trabajo.

Religión: Sin especificaciones.

## **3.2 TAMAÑO DEL MERCADO**

Estimar el tamaño de mercado para luego proyectar la participación del mercado a determinar.

### 3.2.1 Demanda

En la provincia de Pichincha existen 359,246 mujeres, el 16% es de clase media, el 5% de clase media/alta.<sup>13</sup>

Realizando los cálculos aproximadamente la demanda total vendría dada por un universo de 75,442 mujeres, de rangos de edad entre 15 a 29 años. **Ver Anexo 2 cuadro de proyección de Markop sobre población**

### 3.3 LA COMPETENCIA Y SUS VENTAJAS

En el mercado ecuatoriano no se ha registrado un número representativo de empresas que realizan la producción y comercialización de bolsos de tela; de los pocos que existen en el mercado a continuación se detallan los principales competidores:

#### 3.3.1 Tutto



El competidor más representativo dentro del negocio es TOTTO que es la empresa con más participación en el mercado ecuatoriano en la comercialización de productos de excelente calidad. Se dirige a los jóvenes que les gusta la aventura y que experimentan el día a día en la ciudad. La empresa inicia en la década de los 80's, en 1988 exportaron su primera colección a Estados Unidos y otros países. En 1989 adquiere la licencia de Walt Disney lanzando su primera colección infantil, cambia su canal de distribución y creó su punto de venta directa. En los años posteriores presenta una colección innovadora de ropa deportiva. En el año 1992 abre su primera

---

<sup>13</sup> Índice estadístico Markop. (2010): Ecuador.



tienda internacional en Quito – Ecuador y comenzó su distribución como en la modalidad de franquicias, en Costa Rica.<sup>14</sup>

### 3.3.2 Riv Bolsos



Riv bolsos y accesorios de Tela es una empresa ecuatoriana innovadora que se dedica a la producción de bolsos con diseños a la moda, con telas de colores diferentes y llamativos, siendo un producto 100% ecuatoriano. Se dedica a la venta directa al consumidor, a la venta por mayor de sus diseños, como también fabrican productos para merchandising de empresas interesadas a promocionar marcas específicas.

Su última estrategia a implementar es la venta por catálogo de sus productos, generando ventas en cada una de las provincias y ciudades; por medio de esta estrategia, pretenden desarrollar su mercado y consolidar la marca de sus productos.<sup>15</sup>

## 3.4 PARTICIPACIÓN DE MERCADOS Y VENTAS DE LA INDUSTRIA

La participación de mercados permite conquistar un espacio que todavía no haya sido tomado y colocar los nuevos productos, por la falta de información del mercado en el país se realizó la investigación de mercados mediante la entrevista a expertos con la cual se obtuvo información acerca del porcentaje de participación que tienen en el mercado y realizar una inferencia llegando a la conclusión con datos estimados de Riv bolsos de un diez por ciento,

---

<sup>14</sup> Historia de la empresa Tutto. URL: [www.tutto.com/store](http://www.tutto.com/store). Consultado al: 16 de Febrero 2011

<sup>15</sup> Historia de la empresa.

Ponteselva, empresa dedicada a fabricar bolsos para venta por catálogo, de un treinta por ciento del mercado y ToTTo de un sesenta por ciento del mercado.

***Ver Anexo 3 inferencias de ventas, evolución de mercado.***

### **3.5 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS**

#### **3.5.1 Objetivo General**

Identificar el grado de aceptación, gustos, preferencias y características al momento de la compra del mercado meta, conocer sobre la industria de productos con insumos textiles y determinar el grado de aceptación del producto por medio de la exposición de bolsos de tela fabricadas con mano de obra del centro de rehabilitación de mujeres de la Ciudad de Quito.

#### **3.5.2 Problemas de Investigación de Mercados**

- ¿Qué material es el preferido a la hora de adquirir un bolso o cartera?
- ¿Qué precio están dispuestos a pagar por el producto?
- ¿En qué lugares se distribuirá el producto?
- ¿Con qué frecuencia compran el producto?
- ¿Con qué motivo realizan la compra?
- ¿Será aceptado un producto fabricado con la mano de obra de las internas del centro de rehabilitación de Quito?
- ¿Qué personas utilizan nuestro producto?
- ¿Qué características debe tener el producto?

- ¿Con qué frecuencia se debe innovar los productos?
- ¿Quiénes son la competencia directa?
- ¿Cuál es el precio de la competencia?
- ¿Cómo La competencia satisface a los clientes potenciales?
- ¿Cómo elegir los mejores proveedores de insumos?
- ¿Cómo debería ser la presentación del producto, el logo y el slogan?
- ¿Por qué medios de comunicación se puede llegar a los clientes potenciales?
- ¿Qué tipo de promoción es la más aceptada por los clientes?

### **3.5.3 Hipótesis**

- El material preferido a la hora de adquirir los bolsos o carteras es: tela de algodón.
- El precio que están dispuestos a pagar por un bolsos los posibles clientes potenciales depende del tamaño de los mismos y la diferencia de cada uno está en un rango de \$18 hasta \$30.
- Se distribuye en islas de centros comerciales y almacenes.
- La frecuencia con la que compra bolsos y carteras es una vez al año.
- La compra se realiza por motivos como necesidad y gusto.

- El producto fabricado con mano de obra de las internas del Centro de Rehabilitación de Quito será aceptado ya que se considera que la compra del producto ayuda con una labor social y contribuyen a la superación y autoestima de las internas.
- El posible segmento de mercado son las mujeres adolescentes y adultas; entre los 15 y 29 años de edad, de la ciudad de Quito.
- Las características que toman en cuenta las mujeres al momento de adquirir un bolso es calidad, funcionalidad y tamaño.
- La innovación de los diseños para la fabricación de bolsos y carteras debe ser continua y se estima en, al menos, 4 nuevos diseños por mes.
- Los principales competidores son TOTTO, Riv Bolsos.
- El precio de la competencia está en un rango entre \$22-\$60
- La competencia no satisface completamente a los clientes ya que no existe variedad de modelos.
- Los proveedores pueden ser extranjeros por la variedad de las telas.
- La presentación del producto debe ser llamativa con diseños y colores que se fijen en la mente del consumidor.
- Para llegar de mejor manera a los clientes los medios de comunicación que se pueden utilizar son revistas, pagina web, redes sociales Twitter y Facebook.
- La promoción más aceptada es el descuento en el precio de producto.

### 3.5.4 Objetivos Específicos

- Determinar el segmento de mercado al que nos debemos dirigir para la comercialización de bolsos y carteras.
- Comprobar si los bolsos a base de tela son los más usados.
- Establecer los gustos y preferencias de nuestros consumidores.
- Realizar un diagnóstico situacional para poder determinar la factibilidad del proyecto de producir y comercializar los bolsos y carteras de tela.
- Realizar un estudio de mercado que permita determinar y comparar la producción y comercialización de varias empresas de bolsos y carteras dentro de la industria textil.
- Identificar la competencia para establecer la oferta y demanda del producto con el fin de favorecer la inversión y de esta manera impulsar la producción.
- Determinar la estructura organizacional del proyecto y describir los procesos a desarrollar analizando las técnicas para confeccionar las camisetas con la mejor materia prima.
- Mediante la idea de innovación de bolsos y carteras, desarrollar en el mercado un precio óptimo con el cual obtengamos un alto retorno sobre nuestra inversión.
- Establecer cuál fue el valor de la inversión inicial para la producción de bolsos y carteras.
- Identificar las ventajas y desventajas del producto nacional.

- Qué beneficios brindan a sus clientes frecuentes.
- Qué estrategias han implementado para hacer frente a los nuevos competidores.
- En qué segmento socioeconómico se enfocan.
- Cuál es el precio fijado para cada bolso o cartera.
- Conocer qué tipos de tela son los mejores al momento de confeccionar el bolso.
- Identificar la importancia que el consumidor le otorga a la calidad del producto.
- Verificar qué influye en la compra.
- Saber qué características son importantes al momento de comprar.
- Determinar los precios a los que están dispuestos a pagar los posibles clientes.
- Identificar cuáles son los colores más aceptados a la hora de comprar un bolso o cartera.
- Conocer la aceptación del producto fabricado con mano de obra de las internas del Centro de Rehabilitación de Quito.
- Analizar los colores de más aceptación al momento de adquirir un bolso.
- Investigar qué marca es la más conocida de bolsos y carteras.

- Identificar la frecuencia de compra de bolsos y carteras.
- Establecer qué tamaño de bolsos utilizan más.
- Determinar la distribución del producto.
- Saber los atributos a los que da mayor importancia al momento de compra de bolsos y carteras.
- Conocer la aceptación de bolsos y carteras confeccionados con mano de obra del Centro de Rehabilitación de mujeres de Quito.

### **3.6 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

A continuación se detalla la metodología de investigación.

#### **3.6.1 Investigación Cualitativa**

Se realiza la investigación cualitativa mediante entrevistas a personas con conocimientos de la industria y del negocio que se analizarán con un análisis de contenidos y se realizará grupos focales al mercado meta.

##### **3.6.1.1 Entrevistas con Expertos**

Por medio de entrevistas se logrará obtener información sobre la rentabilidad y la manera de plantear el proyecto.

#### **Metodología**

Se elaboran entrevistas a expertos: Roberto Romero Gerente propietario de RIV bolsos y accesorios en tela y John Córdova Hernández Gerente propietario

de JHOTUL Fábrica Textil; que tienen experiencia en el negocio como en la industria manufacturera textil. ***Ver Anexo 4 Guión de la entrevista.***

## **Conclusiones**

- La industria textil manufacturera ha mostrado un incremento durante los últimos 3 años, ya que las nuevas políticas arancelarias a los productos extranjeros han aumentado el consumo de la producción nacional, convirtiéndose en una oportunidad para desarrollar sus productos.
- El negocio de los bolsos y carteras de tela se ha desarrollado en los últimos años, es por ello que la barrera más difícil de poder enfrentar un nuevo competidor es el posicionamiento de otras marcas; para ello se pueden formular estrategias que ya se han desarrollado en la industria manufacturera textil como la venta por catálogo. Las ventas por catálogo han obtenido un auge, ya que a muchas personas les atrae el producto solo con verlo y no deben salir de sus casas u oficinas y buscar en muchos lugares para conseguir lo que desean.
- Las telas con mejor calidad para producir son las importadas desde Colombia, si se busca variedad de diseños y mayor durabilidad. Una de las ventajas de trabajar con tela importada es que cuentan con variedad de productos con las últimas tendencias de moda y una gran variedad de colores y diseños.
- La desventaja de trabajar con tela nacional es la restricción en colores que se obtiene y la única solución para ello es elaborar un diseño propio y mandar a producirlo.
- Con la tendencia ecológica se puede diversificar el producto, fabricando bolsos con telas recicladas o retazos de telas, sin perder el diseño; es



decir, como colección para que sirva como remplazo a las bolsas plásticas.

- La idea de hacer bolsos y carteras de tela nace de fabricar un producto hecho en Ecuador con diseños exclusivos y originales. Una de las ventajas que tiene el negocio es la inversión inicial para emprender ya que no se necesita de un elevado capital. El valor que se requiere aproximadamente es de unos 5000 dólares; por este motivo, es fácil entrar al mercado de la producción de bolsos y carteras de tela; siempre y cuando existan diseños propios con características nuevas, llamativas y diferentes.
- La desventaja que se encuentra es la existencia de productos extranjeros como por ejemplo el producto chino que tiene un menor precio.
- La oferta de bolsos y carteras de tela está dirigido a un segmento de mujeres de todas las edades en la ciudad de Quito que quieran siempre vestirse bien y estén acorde a la moda.
- En los meses de octubre, noviembre y diciembre aumenta la demanda del producto, es por esta razón que se debe producir en mayor cantidad, con nuevos modelos.
- En la actualidad los principales competidores del producto nacional son las empresas TOTTO Y RIV BOLSOS, teniendo la empresa RIV BOLSOS un porcentaje estimado de captación del mercado de un 10 por ciento, el experto dio a conocer acerca de la empresa Ponte Selva que realiza ventas por catálogo al por mayor estimando un 30 % de participación en el mercado.
- La distribución del producto se realiza en boutiques o en locales de moda en centros comerciales.

- Las ventas mensuales estimadas que tienen la empresa RIV BOLSOS son de 1200 bolsos mensuales.
- De acuerdo a gustos y preferencias del producto, las mujeres prefieren los colores oscuros como café y negro para bolsos y carteras, pero igual debe existir una línea de producción con colores más llamativos que son combinables a la hora de vestir como el color uva, turquesa, verde, anaranjado.
- El producto fabricado con mano de obra del Centro de Rehabilitación de mujeres de la ciudad de Quito si puede ser aceptado, si se hace un buen proyecto, ofreciendo calidad y una buena publicidad.

### **3.6.1.2 Grupos Focales**

El grupo focal mediante una conversación interactiva proporciona información espontánea de todos los integrantes lo cual ayuda a solucionar el problema de investigación de mercados.

#### **Metodología**

Se reúne un grupo de 4-6 personas desde 15 hasta 29 años de edad estrato medio-medio - alto los cuales están previamente informados que son filmados al momento de realizar la exposición del producto y mediante una guía de moderador se discute de manera temática los diferentes objetivos de estudio.

***Ver Anexo 5 Guión Grupo Focal***

#### **Conclusiones**

### **GUSTOS Y PREFERENCIAS DE BOLSOS Y CARTERAS**

- Los colores oscuros como por ejemplo el negro, café y azul son de preferencia al momento de adquirir un bolso o cartera.

- El tamaño de bolso que más usan son medianos y grandes, ya que pueden guardar todo lo necesario al momento de salir, al trabajo, universidad, colegio, diversión.
- De acuerdo a todos los roles que desempeñan las mujeres entre 15 y 29 años de edad adquieren un bolso elegante, casual, deportivo.
- El modelo de preferencia de los bolsos para las adolescentes y adultas es que sean llanos, no muy cargados con adornos y que tengan cierre por la seguridad.
- Al momento de vestir les gusta combinar los bolsos y carteras de los mismos colores de los zapatos o de alguna prenda de vestir que llevan puesta.

## **VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE BOLSOS Y CARTERAS DE TELA DE EXHIBICIÓN**

### **Ventajas del producto:**

- Bolsos con diseños originales y llamativos.
- Los colores de los bolsos son variados en una gama de colores combinables como negro, café, blanco, turquesa, morado, anaranjado, verde.
- La tela que es resistente fácil de lavar y de muy buena calidad.
- Bolsos amplios con bolsillos y compartimentos para guardar el celular, llaves, billetera, con cierre y botones para la seguridad.
- Precio del bolso accesible en un rango de 18 a 30 dólares.

- Los bolsos son prácticos para las mujeres y adolescentes, lo utilizarían, para ir a la universidad, colegio, trabajo y en todos los roles que desempeñen.

**Desventajas del producto:**

- El bolso no tiene una base firme.
- Los bolsos no son impermeables.
- Productos importados más baratos.
- No son muy elegantes.

**ACEPTACIÓN DE BOLSOS Y CARTERAS DE TELA CONFECCIONADOS CON MANO DE OBRA DEL CENTRO DE REHABILITACIÓN DE MUJERES DE QUITO**

Si comprarían el producto por:

- Diseños y modelos exclusivos, con tela de buena calidad.
- Ayuda a las internas del centro de rehabilitación de Quito.
- Apoyar al producto nacional.

**3.6.2 Investigación Cuantitativa**

Se realiza la investigación cuantitativa mediante un método de análisis estadístico utilizando como instrumento encuestas estructuradas con preguntas cerradas y abiertas.

Los encuestados son seleccionados por mercado meta con la finalidad de obtener la información.

### **3.6.2.1 Población Objetivo**

El segmento al cual se dirige el producto son mujeres desde los 15 años de edad hasta los 29 años de edad de estrato medio-medio alto.

### **3.6.2.2 Definición de la Muestra**

Mercado meta: mujeres a partir de los 15 a 29 años de edad de estratos medio-medio alto de la ciudad de Quito.

La población de mujeres por rango de edad que corresponde a la ciudad de Quito es 359.246; se aplicó la fórmula estadística para poblaciones finitas con lo cual se obtiene 384 unidades de muestra con un margen de error de 5. **Ver Anexo 6 Tamaño de la muestra**

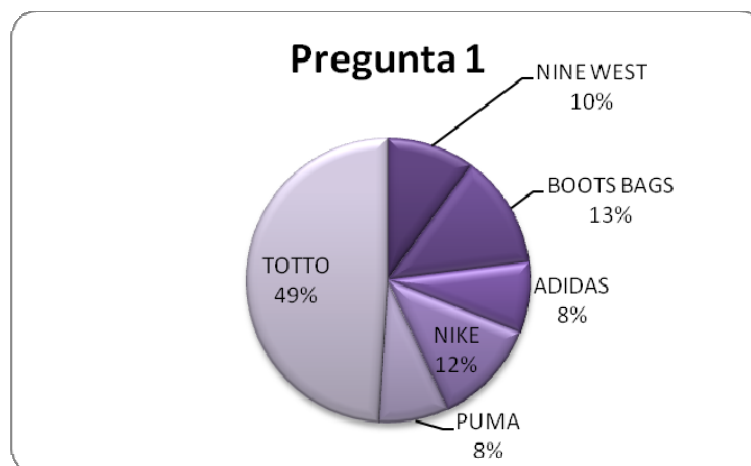
### **3.6.2.3 Encuestas Personales**

En las encuestas se realizaron preguntas de tipo cerradas y de opción múltiple con el objetivo de facilitar el análisis. **Ver Anexo 7 modelo de encuesta**

## **Resultados**

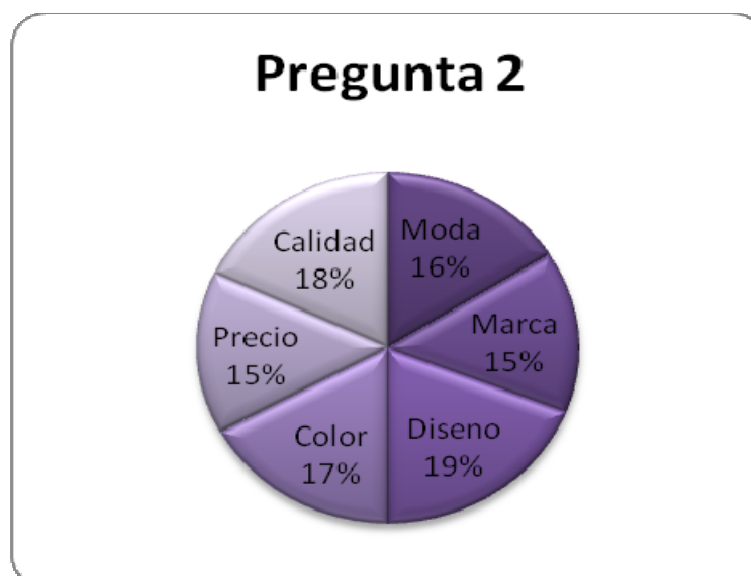
Encuestas realizadas en la ciudad de Quito dieron los siguientes resultados:

1. Señale la marca de bolsos y carteras más conocida para usted



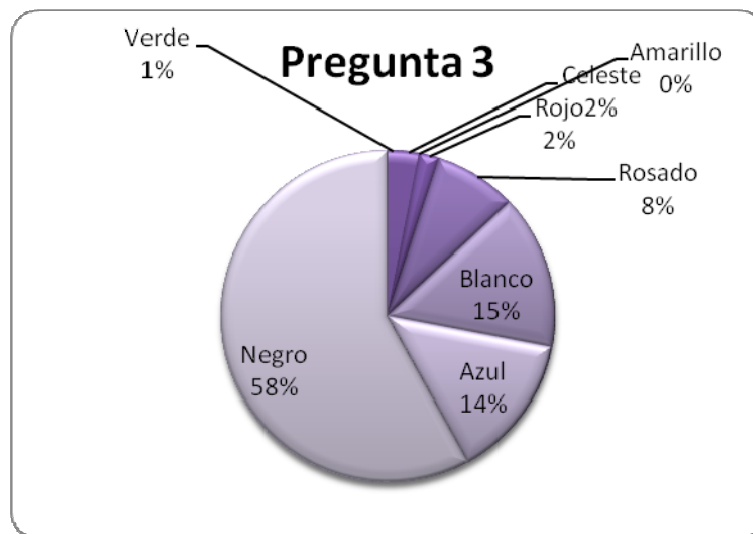
La marca más conocida en el mercado es TOTTO ya que al realizar esta pregunta 5 de cada 10 mujeres la escogieron.

2. ¿A qué atributos le da más importancia al momento de elegir un bolso? Enumere del 1 al 3. Siendo 1 la razón menos importante y 3 la más importante.



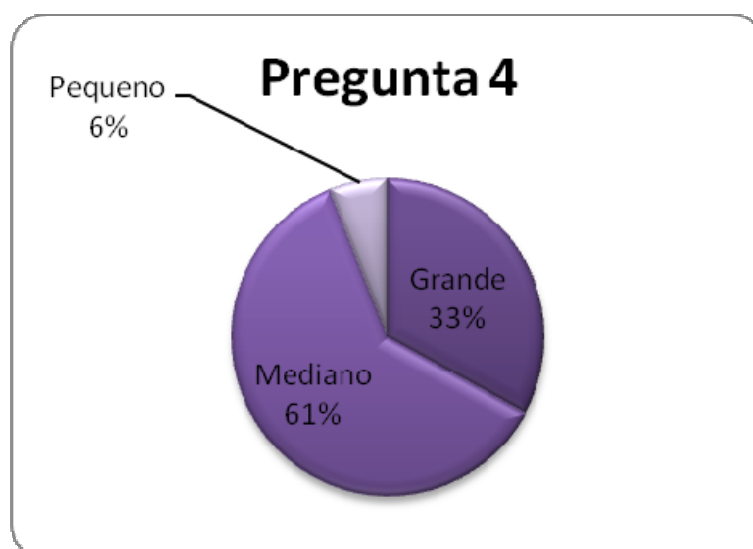
De cada 10 mujeres optan por bolsos de buena calidad, diseño único y de colores preferidos.

3. ¿De qué color preferiría el bolso o cartera?



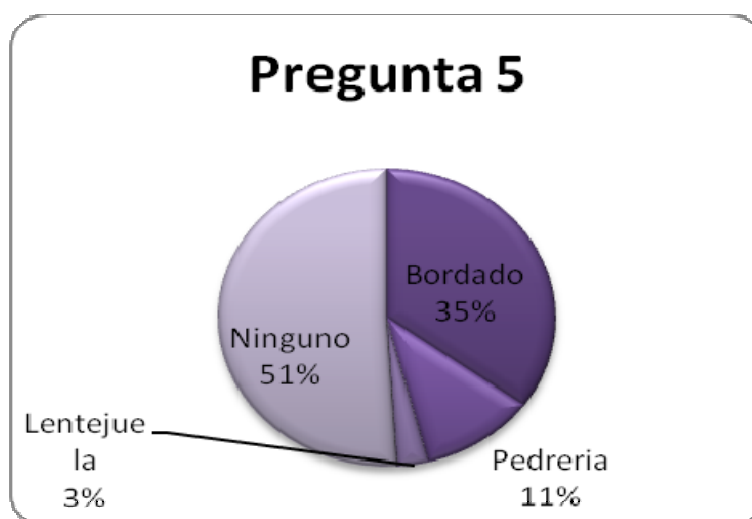
El color más aceptado en el mercado es el negro ya que 6 de cada 10 mujeres prefieren ese color a la hora de adquirir un bolso o cartera seguido por el color Blanco 2 de cada 10 mujeres.

4. ¿Qué tamaño de bolso o cartera prefiere al momento de comprar?



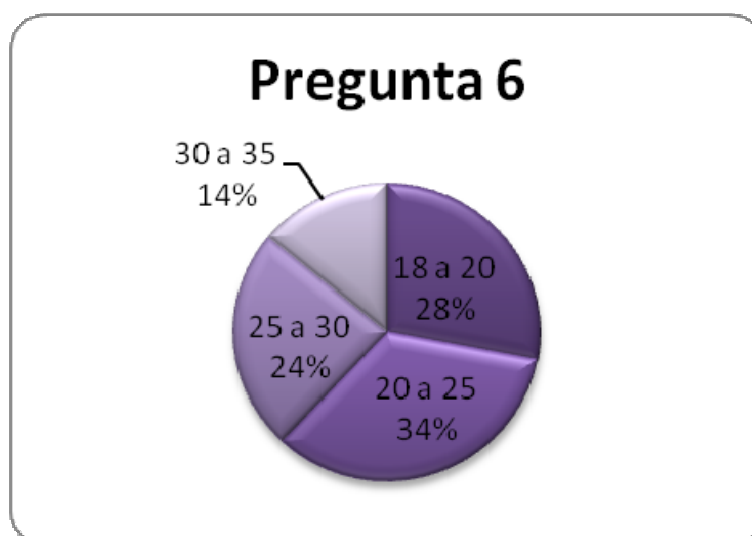
El bolso de mayor preferencia a la hora de comprar es el bolso de tamaño mediano ya que 6 de cada 10 mujeres lo prefieren.

5. ¿Qué tipo de adornos le gustaría que tuviera?



De 10 mujeres encuestadas 5 no desearían que su bolso cuente con ningún adorno, prefieren que sea llano y sencillo. Y 5 de cada 10 mujeres les gustaría que cuente con un bordado a la moda.

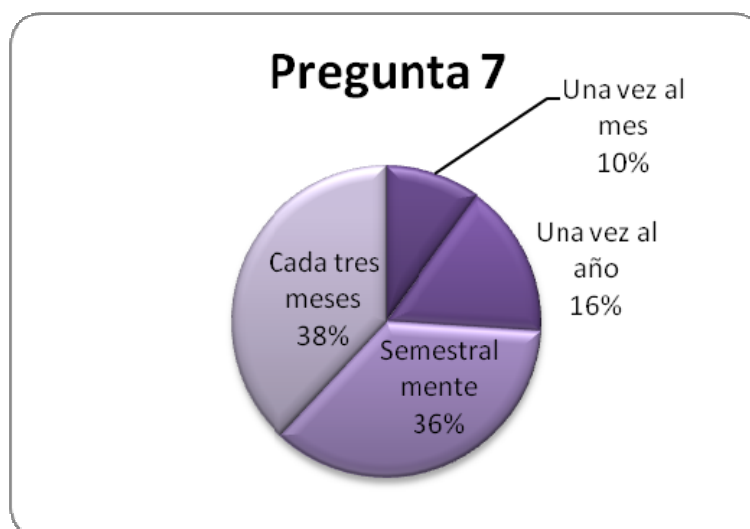
6. ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por este producto?



Las mujeres encuestadas están dispuestas a pagar por el producto en un rango de 18 a 25 dólares ya que 6 de cada 10 mujeres pagarían este precio por un bolso o cartera.

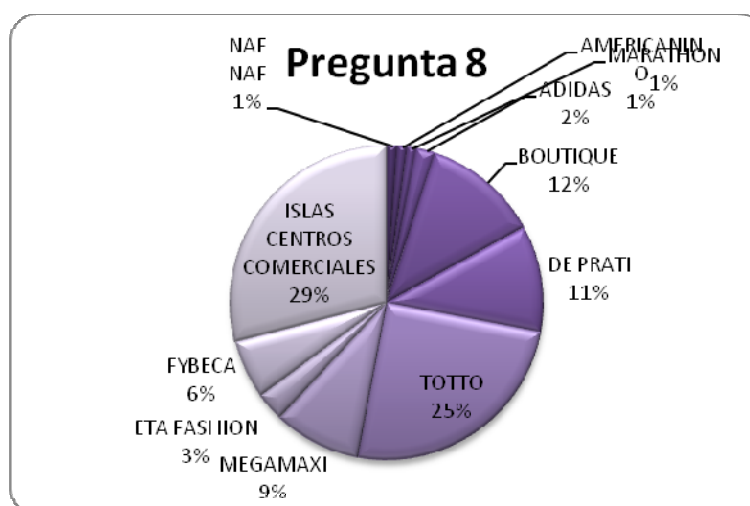


7. ¿Con qué frecuencia compra un bolso o cartera? Señale con una X una sola respuesta.



De cada 10 mujeres 6 adquieren bolsos cada seis meses o cada tres meses.

8. ¿En qué lugares compra habitualmente bolsos y carteras?



6 de cada 10 mujeres los compran frecuentemente en lugares como islas en centros comerciales y en almacén Tutto.

9. ¿En qué ocasiones compra un bolso?

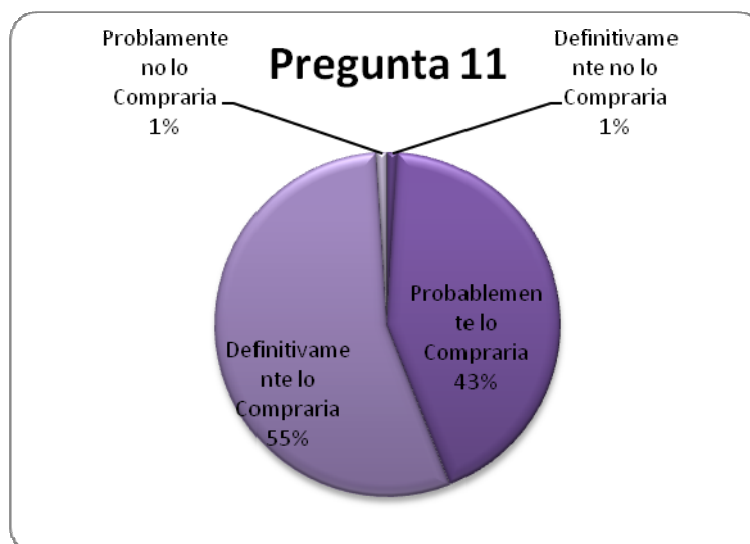


De cada 10 mujeres encuestadas 6 de ellas adquieren un bolso en épocas como navidad y cumpleaños y solo un 11% adquieren sin ninguna fecha especial.

10. ¿Qué medio de comunicación utiliza más para ver y obtener información acerca de publicidad de un nuevo producto?



11. Si encontrara una empresa que le ofrezca un bolso o cartera de buena calidad y que tengan precios aceptables, confeccionado con mano de obra del Centro de Rehabilitación de mujeres de Quito.



6 de cada 10 mujeres comprarían definitivamente los bolsos confeccionados con mano de obra de las internas de Quito.

### 3.7 OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

- En los últimos años ha crecido la industria en un 7.16%; por moda ha incrementado la necesidad de las mujeres en adquirir un bolso o cartera.
- El crecimiento es favorable para la creación de una empresa que produzca y comercialice bolsos y carteras de tela, debido a los hábitos de compra de los clientes que no están totalmente satisfechos con los productos que ofrece la competencia ya que no cuentan con variedad y diseños únicos fabricados por colecciones para la mejora en el servicio y exclusividad al cliente.
- Existe la oportunidad de negocio porque para las mujeres hoy en día de acuerdo al rol que desempeñan es muy importante salir con bolso o

cartera que este a la moda con un diseño que combine y sea original, con variedad de colores y con un rango de precios que va desde los 18 hasta 25 dólares.

## **CAPÍTULO IV**

### **4 PLAN DE MARKETING**

El producto se posicionará en el mercado mediante los atributos que tienen los materiales con los cuales está confeccionado el bolso y cartera que son durables, resistentes y de fácil cuidado, la fabricación de los bolsos cumple con estándares de calidad en todo el ciclo de producción con lo cual se obtiene un producto final sin fallas. El diseño, los colores, el modelo y tamaño de bolsos que se ofrecerán variarán de acuerdo a las tendencias de moda en el mercado, desarrollando una colección de bolsos y carteras por temporada satisfaciendo las necesidades de compra de las mujeres. Para tener una imagen de marca en la mente del consumidor se realizará la publicidad manejando redes sociales como Facebook y Twitter, se creará una página web de la empresa, se enviará mensajes de texto y saldrá la publicidad en revistas juveniles detallando la variedad de productos y dando a conocer a la empresa. Un factor que diferencia a los bolsos y carteras de tela Maki Minkay es que la empresa tiene como valor corporativo la responsabilidad social haciendo que sea un producto completamente ecuatoriano por sus materiales y mano de obra empleada.

#### **4.1 ESTRATEGIAS GENERALES DE MARKETING**

Se empleará la estrategia de la mezcla de Marketing referente a las cuatro actividades producto, precio, promoción y plaza para el posicionamiento deseado de la empresa y el producto en la mente del consumidor.

### 4.1.1 Producto

Los productos que se fabricarán son bolsos y carteras de varios tipos de tela como, algodón, algodón acrílico, gabardina 3001, lona, popelina (tela de forro), de varios modelos, diseños, tamaños y colores para adolescentes y mujeres.

A continuación se detallan los modelos de bolsos y carteras con sus principales características:



#### Cartera Bandolera

Color: verde

Tela: algodón con estampado de flores

Dimensiones: 45 x 38 cm

Descripción: cartera elegante, ideal para la oficina para combinar con la vestimenta.



#### Bolso casual

Color: caramelo

Tela: algodón con estampado de cuadros

Dimensiones: 43 x 26 cm

Descripción: bolso casual, ideal para una salida o para llevarlo a la universidad.



#### Bolso Clásico

Color: caramelo

Tela: lona o algodón con estampado de hojas

Dimensiones: 45 x 30 cm

Descripción: bolso clásico, ideal para llevar a un viaje corto o una salida de fin de semana de compras.



### Bolsos estudiantiles

Color: negro o de varios colores

Tela: lona, algodón o gabardina con varios accesorios.

Dimensiones: 45 x 30 cm, 23 x 26 cm

Descripción: bolso estudiantil, ideal para llevar a colegios o universidades, prácticos y resistentes.

#### **4.1.2 Política de Precios**

La estrategia a ser empleada es de fijación de precio promocional, es una estrategia aplicable al producto ya que ingresará al mercado con un precio estándar en el periodo de introducción del producto adicionando un obsequio que será un práctico monedero o una pequeña cosmetiquera por la compra del bolso o cartera, lo que permitirá captar la atención del consumidor en el momento de la compra, logrando participación en el mercado meta con un precio accesible para el segmento de mercado que son adolescentes y mujeres. El incremento del precio del producto será de un cinco por ciento anual durante los cinco años estimados para el proyecto.

#### **4.1.3 Estrategias de Ventas**

La estrategia será ventas institucionales comercializando y vendiendo los bolsos y carteras de tela en puntos de venta como en una isla ubicada en el Centro Comercial Quicentro Shopping, y en algunos de los grandes almacenes de cadena como Supermaxi y Fybeca.

Las ventas al por mayor, se harán inicialmente de contado otorgando descuentos para lograr este objetivo, en caso de que el comprador sea una empresa reconocida comercialmente por su seriedad, se le pueden entregar productos en consignación con plazo máximo de (60) días, de esta manera se logrará obtener el volumen de ventas proyectado para cada uno de los años

que será de un ochenta por ciento para los almacenes de cadena Supermaxi y Fybeca y un veinte por ciento para la isla en el Centro Comercial.

#### **4.1.4 Política de Servicio al Cliente y Garantías**

La garantía que obtienen los bolsos y carteras cubre las falla de fabricación producidos por el uso normal y legitimo del producto, le será arreglado si el daño no es muy grande. El periodo de garantía de los bolsos y carteras será de un (1) meses que rige a contar de la fecha de compra indicando la factura de compra. En caso de los accesorios cambiados y la mano de obra serán sin costo para el cliente.

#### **4.1.5 Promoción y Publicidad**

##### **4.1.5.1 Publicidad**

El medio de comunicación elegido para la publicidad de los bolsos y carteras de tela será el Internet, creando una página web con toda la información de la empresa, catálogos de acuerdo a la colección de bolsos y carteras confeccionadas y un espacio para inquietudes, preguntas o sugerencias acerca del producto.

Manejar cuentas de redes sociales como Facebook y twitter para que el cliente pueda tener acceso a la visualización de las novedades de la empresa y así poder manejar base de datos de los clientes.

Se enviará mensajes de texto a los celulares de la base de datos de los clientes que ya hayan comprado los bolsos con información especificando las novedades que tiene el producto.

Saldrá una publicidad en las revistas para adolescentes como la revista Tú y Abordo para dar a conocer el producto y llegar a la mente del consumidor con la marca.



El Presupuesto para publicidad se detalla a continuación:

**Tabla 4.1 Presupuesto de Publicidad**

**PRESUPUESTO PUBLICIDAD**

PRESUPUESTO PUBLICIDAD				Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Medios	Diseño	Publicación	Total Mensual	Total	Total	Total	Total	Total
Página Web	\$ 312,00	\$ 300,00	\$ 612,00	\$ 612,00				\$ 312,00
Revista	\$ 150,00	\$ 1.400,00	\$ 1.550,00	\$ 6.200,00	\$ 4.650,00	\$ 3.100,00	\$ 1.550,00	\$ 1.550,00
Mensajes de Texto	\$ 24,00		\$ 24,00	\$ 144,00	\$ 144,00	\$ 432,00	\$ 432,00	
				<b>\$ 6.956,00</b>	<b>\$ 4.794,00</b>	<b>\$ 3.532,00</b>	<b>\$ 1.982,00</b>	<b>\$ 1.862,00</b>
			<b>Valor presupuestado</b>	7000	5000	4000	2500	2000

Elaborado: Autoras

#### 4.1.5.2 Promoción de Ventas

Para implementar la promoción de ventas se realizará ofertas y descuentos en el producto en el momento de lanzar una nueva colección de temporada como lleve uno y el segundo a mitad de precio, 10 % de descuento en pago en efectivo, para incrementar automáticamente la demanda por períodos cortos de tiempo e incentivar a las personas a que compren el producto nacional con el fin de captar clientes.

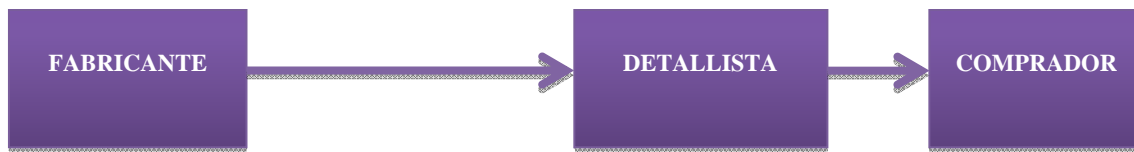
#### 4.1.6 Distribución

El canal de distribución será el canal detallista que es del productor o fabricante a los detallistas o minoristas y de estos a los compradores.

El canal de distribución contiene un nivel de intermediarios, los detallistas o minoristas que son los almacenes como Supermaxi, Fybeca y la isla en el centro comercial Quicentro Shopping.

En este caso la empresa contará con una fuerza de ventas que se encarga de hacer contacto con los minoristas que venden los productos a los compradores.

Gráfico 4.1 Canal de distribución



Elaborado: Autoras

## 4.2 NOMBRE DE LA EMPRESA

Bolsos Maki  
Minkay

El Nombre Maki Minkai proviene del Quichua Manos Trabajadoras, este nombre nace del arduo labor de las trabajadoras del Centro de Rehabilitación de Mujeres de Quito, ellas entregan todo su esfuerzo en cada artículo que elaboran, por lo que este artículo a más de estar elaborado con materiales de calidad tiene la característica que con cada costura, bordado y diseño incluye el sueño de prosperar y sobresalir en la vida.

## 4.3 LOGO



El logo representa a la identidad de la mujer libre, con el conjunto que ella ha escogido para salir al mundo a expresarse, dentro de ella la marca que la acompaña a recorrer su camino, acompañándola la idea que acoge a los jóvenes de hoy, pero con la razón de lo que hace permite tener más manos ocupadas en una tarea digna

#### **4.4 SLOGAN**

### Pasea con Estilo

Con el cambiante mundo de la moda, se vuelve muy difícil conseguir un accesorio que combine con las prendas de vestir para cada ocasión, por esto se diseña un bolso especial que puede ser llevado a todo lugar sin importar el motivo o evento, desde un aire juvenil hasta un estilo ejecutivo y que facilita el combinarlo con el atuendo sea de adolescentes como mujeres jóvenes.

## CAPÍTULO V

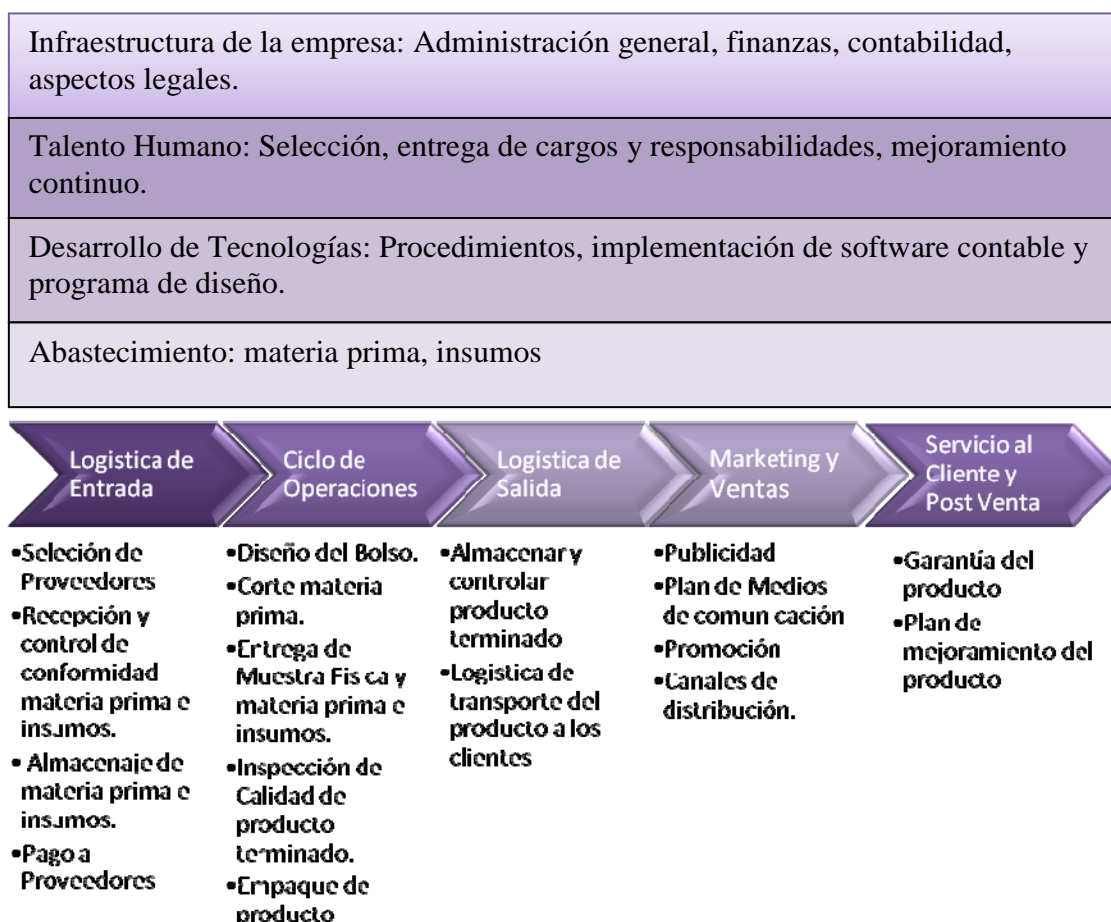
### 5 PLAN DE OPERACIONES Y PRODUCCIÓN

En este capítulo se detallarán los procesos para la confección de bolsos y carteras de tela contemplando todos los recursos de materia prima, insumos, maquinaria y controles empleados para la producción.

#### 5.1 CADENA DE VALOR

A continuación se detalla la cadena de valor a implementarse en el ciclo productivo:

**Gráfico 5.1 Cadena de Valor**



Elaborado: Autoras.

### **5.1.1 Infraestructura de la Empresa**

La empresa contará con personas capacitadas y con conocimientos en las áreas de administración, finanzas, contabilidad y aspectos legales para proveer apoyo en las actividades desarrolladas para el buen desempeño de la empresa.

### **5.1.2 Talento Humano**

El Gerente General buscará de fuentes externas personal para el desarrollo de las actividades dentro de la empresa, para las operaciones de producción la empresa contará con las Internas del Centro de Rehabilitación de Quito utilizando sus recursos humanos de manera efectiva y logrando desarrollar la ayuda social y el crecimiento de la empresa. Se determinará los reconocimientos y beneficios laborales para cada trabajador.

### **5.1.3 Desarrollo de Tecnologías**

Implementar en la empresa programas que ayuden y agiliten con las actividades, como un software contable, programas de diseño para facilitar el trabajo y obtener mayor rendimiento de la empresa.

### **5.1.4 Abastecimiento**

Obtener una buena alianza con los proveedores de materia prima e insumos, para poder proveer de materia prima de calidad y tener un buen tiempo de entrega con los pedidos.

## 5.1.5 Logística de Entrada

### 5.1.5.1 Selección a Proveedores

Se contara con proveedores de materia prima e insumos. En general entre los diferentes proveedores los parámetros de calidad de sus productos, precios, tiempos de entrega de la materia prima e insumos, como tiempo de cobro (crédito) son las variantes.

Los bolsos serán fabricados con telas de alta calidad, las mismas mencionadas a continuación:

- Algodón
- Algodón acrílico
- Gabardina
- Lona
- Popelina

Los insumos necesarios para la fabricación son los siguientes:

- Hilos
- Broches
- Cierres
- Agujas
- Tijeras
- Botones
- Cordones

Las telas y los insumos serán adquiridas a los mejores proveedores a nivel nacional:

- **TEXTILERA SINTOFIL C.A**

Fundada en 1964 es una de las empresas más importantes en el sector ecuatoriano, produce aproximadamente 2000 metros cuadrados al mes de telas: tanto de algodón y poliéster como de mezclas de alta calidad, el 25% de la producción de la fábrica se exporta a diferentes países siendo Colombia el mayor consumidor.<sup>16</sup>

- **TEXTILERA PONTE SELVA S.A.**

Es un industria textil fundada en 1963 que produce piolas, cordones trenzados, hilos, telas planas, tejido de punto, prendas de vestir y artículos publicitarios. Utilizamos materias primas de alta calidad que transformamos para satisfacer las necesidades y características exigidas por nuestros clientes de varios sectores de la economía, siempre con el apoyo de recurso humano calificado, capacitado y comprometido en la eficiencia de los procesos obteniendo como resultado productos de alta calidad.<sup>17</sup>

- **TEXTILES LA ESCALA S.A.**

En el año 1973 se establece Textiles La Escala S.A. en el sector de Pomasqui, lugar donde actualmente funciona su planta industrial, Manuel Córdova Galarza Oe2-210, Km.7 Barrio Las Tolas, Distrito Metropolitano de Quito. Desde sus inicios, se enfoca en la producción de tela plana, convirtiéndose ésta, en su actividad principal. La empresa ha ido creciendo, incorporando nuevas maquinarias y modernizando las ya existentes, lo que provocó un aumento considerable en la producción y una mejora en la calidad de sus productos.

Es así que durante éstos 36 años de trayectoria en el diseño, producción y comercialización de tejidos planos y de punto, así como la prestación de servicios de urdido, tejido, teñido y acabado, hemos adquirido los elementos tecnológicos y humanos que nos ha permitido conseguir la calidad que nos caracteriza.<sup>18</sup>

---

<sup>16</sup> Textilera Sintofil. URL: [www.sintofil.com/resena\\_historica.html](http://www.sintofil.com/resena_historica.html)

<sup>17</sup> Textilera Ponte Selva S.A. URL: <http://www.aite.com.ec/index.php?page=shop.product>

<sup>18</sup> Textiles la Escala S.A. URL: [http://www.aite.com.ec/index.php?page=shop.product\\_details](http://www.aite.com.ec/index.php?page=shop.product_details)

- **EMPRESA ROBOT S.A.**

Empresa que se dedica a la fabricación y venta de:<sup>19</sup>

- Cierres de Cremallera
- Botones
- Broches

- **ALMACENES JOSÉ PUEBLA**

Empresa que se dedica a la fabricación y venta de:<sup>20</sup>

- Hilos de colores
- Tijera mundial
- Botones
- Broches
- Cierre
- Cordón Poly
- Aguja recta
- Aguja overlock

**Tabla 5.1 Proveedores de materia prima**

	<b>SINTOFIL C.A</b>	<b>PONTE SELVA S.A.</b>	<b>TEXTILES LA ESCALA S.A.</b>
<b>Grado de Calidad</b>	Muy buena	Muy buena	Muy buena
<b>% de retraso en la entrega</b>	10%	5%	10%
<b>Crédito</b>	30-60-90 días plazo	30-60-90 días plazo	30-60-90 días plazo

**Fuente:** entrevista con expertos.

**Elaborado:** Autoras

<sup>19</sup> Empresa Robot S.A. URL: [http://www.aite.com.ec/index.php?page=shop.product\\_details](http://www.aite.com.ec/index.php?page=shop.product_details)

<sup>20</sup> Ibídem.



Tabla 5.2 Proveedores de insumos

	Empresa Robot S.A.	Almacenes José Puebla
Insumos que provee	Cierres de Cremallera Botones Broches	Hilos de colores Tijera mundial Botones Broches Cierre Cordón Poly Aguja recta Aguja overlock
Crédito	15 días plazo	15 días plazo

Fuente: entrevista con expertos

Elaborado: Autoras

### 5.1.5.2 Recepción y Control de Conformidad de Materia Prima e Insumos

El Operador de logística se encargará de la recepción y control de conformidad de llegada de la materia prima e insumos, se hará en la oficina administrativa que cuenta con una bodega de almacenamiento.

En la recepción de la materia prima e insumos se realizará un control cuantitativo y cualitativo, si el material suministrado no cumple con los controles será devuelto al proveedor notificando los errores existentes.

### 5.1.5.3 Almacenaje de Materia Prima e Insumos

La materia prima se almacenará en una bodega localizada en las oficinas administrativas; por característica y política de la empresa se trata de no llenarse de stock, como los bolsos se realizan con requerimientos de la supervisora de elaboración y diseño el pedido se lo realiza de la misma manera.

Para optimizar el espacio físico y el tiempo de búsqueda de la materia prima e insumos se le asignará un código con especificaciones del bolso a confeccionar.

#### **5.1.5.4 Pago a Proveedores**

Para abastecerse de materia prima e insumos, la empresa cuenta con varios proveedores. Los términos de pago para proveedores son 15 días, los pagos serán contados a partir de la fecha de recepción de factura y la entrega de la mercadería en la oficina administrativa.

#### **5.1.6 Ciclo de Operaciones**

##### **5.1.6.1 Diseño del Bolso y Cartera**

La supervisora de elaboración y diseño se encargará de los modelos y diseños de los bolsos y carteras basándose en los modelos clásicos y tendencias de la moda de acuerdo a los cambios de temporada. Los diseños para cada bolso y cartera serán característicos y únicos.

##### **5.1.6.2 Corte Materia Prima**

Se proporciona una orden de corte en la misma que se detalla el código del bolso a fabricar, la materia prima, la longitud, el número de unidades, el tipo de trazo, y la muestra física del bolso.

Para el corte realizaran los siguientes pasos:

- Limpieza del área de trabajo (mesa de corte, máquina de corte, etc.)
- Tender la tela por capas observando cual es el derecho o revés sobre la mesa de corte.
- Trazar el molde del bolso tomando en consideración el ancho útil de la tela.

- Colocar el trazo del bolso realizado anteriormente y empezar a cortar los moldes.

### **5.1.6.3 Entrega de Muestra Física de Materia Prima e Insumos**

La muestra física será entregada junto con la materia prima e insumos a la Trabajadora social del Centro de Rehabilitación de la Ciudad de Quito, la misma que se reunirá con las internas en el taller y realizarán la confección de los bolsos.

El tiempo pactado para la entrega del producto final es una semana, es decir se entregará a la trabajadora social por semana 162 piezas en promedio con las mismas se obtendrá 162 bolsos terminados.

La capacidad máxima de producir del taller del Centro de Rehabilitación de la Ciudad de Quito es de 375 bolsos a la semana, esto da 1500 al mes con una capacidad anual de 18000 bolsos, ya que cuentan con:

- De 15 a 20 máquinas
- De 15 a 20 costureras

Por política de la empresa el pago a las internas se realizará una vez entregado el producto terminado cada 8 días.

***Ver Anexo 8. Formato de verificación de calidad y entrega de producto terminado.***

### **5.1.6.4 Inspección de Calidad de Producto Terminado**

El inspector de calidad realizará el control para lograr la calidad esperada del producto, basada en el diseño previamente establecido.

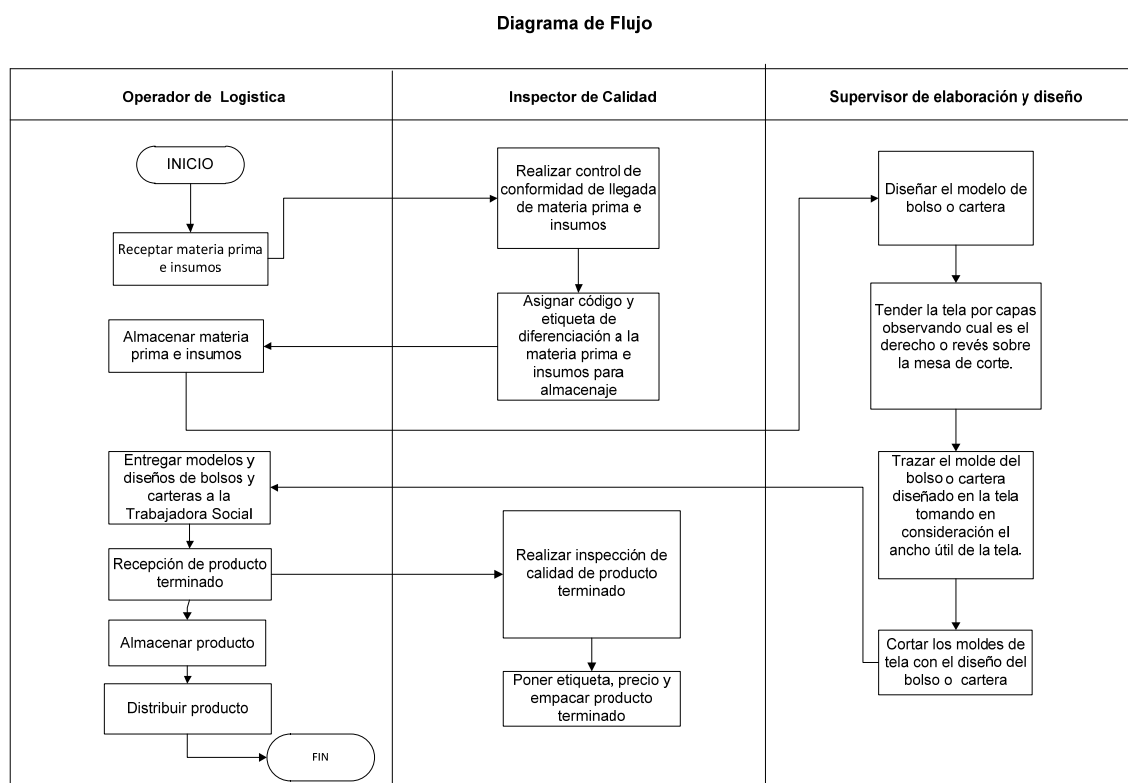
La inspección se hará al recibir el producto por parte del Centro de Rehabilitación de las internas de la ciudad de Quito se controlará y se examinará que toda la materia prima e insumos proporcionados por parte de la empresa hayan tenido el uso adecuado en cada modelo de bolso confeccionado y este como se requiere el diseño.

### 5.1.6.5 Empaque de Producto

Cuando el producto pasa los parámetros de calidad, el inspector de calidad es encargado de colocar la etiqueta predeterminada para cada modelo de bolso; adicionalmente se coloca el bolso en un empaque plástico en el cual se encuentra el nombre y logo de la marca.

### 5.1.7 Diagrama de Flujo de Procesos

Grafico 5.2 Diagrama de flujo



Elaborado: Autoras

## **5.1.8 Logística de Salida**

### **5.1.8.1 Almacenar y Controlar Producto Terminado**

Una vez que el producto ha sido confeccionado y se obtiene el producto terminado, debe ser almacenado el tiempo que va a permanecer en la bodega de la oficina antes de ser enviado a los locales o tiendas, de esta manera se protegen de cualquier alteración o posibles daños. Durante el almacenamiento debe realizarse una inspección periódica de productos terminados.

### **5.1.8.2 Logística de Transporte de Producto Terminado a los Clientes**

El producto terminado aprobado es liberado para su comercialización. Una vez establecido el cliente, unidades de pedidos y unidad de transporte, el producto es despachado al cliente, suministrar al cliente una copia del formato de inspección de despacho de productos para que sean comparadas las condiciones de llegada del producto.

## **5.1.9 Marketing y Ventas**

### **5.1.9.1 Publicidad**

Creación de una página web con toda la información de la empresa, catálogos de acuerdo a la colección de bolsos y carteras confeccionadas y un espacio para inquietudes, preguntas o sugerencias acerca del producto.

Manejar cuentas de redes sociales como Facebook y twitter para que el cliente pueda tener acceso a la visualización de las novedades de la empresa y así poder manejar base de datos de los clientes.

Se enviará mensajes de texto a los celulares de la base de datos de los clientes que ya hayan comprado los bolsos con información especificando las novedades que tiene el producto.

Saldrá una publicidad en las revistas para adolescentes como la revista Tú y abordo para dar a conocer el producto y llegar a la mente del consumidor con la marca.

#### **5.1.9.2 Promoción de Ventas**

Para implementar la promoción de ventas se realizará ofertas y descuentos en el producto en el momento de lanzar una nueva colección de temporada como lleve uno y el segundo a mitad de precio, 10 % de descuento en pago en efectivo, para incrementar automáticamente la demanda por períodos cortos de tiempo e incentivar a las personas a que compren el producto nacional con el fin de captar clientes.

#### **5.1.9.3 Distribución**

El canal de distribución será el canal detallista que es del productor o fabricante a los detallistas o minoristas y de estos a los compradores.

El canal de distribución contiene un nivel de intermediarios, los detallistas o minoristas que son los almacenes como Supermaxi y Fybeca.

En este caso la empresa contará con una fuerza de ventas que se encarga de hacer contacto con los minoristas que venden los productos a los compradores.

#### **5.1.10 Servicio al cliente y Post Venta**

##### **5.1.10.1 Garantía del Producto**

La garantía que obtienen los bolsos y carteras cubre las falla de fabricación producidos por el uso normal y legítimo del producto, el bolso y la cartera serán arreglados si el daño no es muy grande, si es el caso de cambiar accesorios del bolso o cartera no se le cobrará al cliente. El periodo de garantía de los

bolsos y carteras será de un (1) mes que rige a contar de la fecha de compra indicando la factura.

#### **5.1.10.2 Plan de Mejoramiento de Producto**

Mediante el sistema de sugerencias puesto en la página web de la empresa ir mejorando los procesos de producción de los bolsos y carteras para satisfacer las necesidades del cliente.

## CAPÍTULO VI

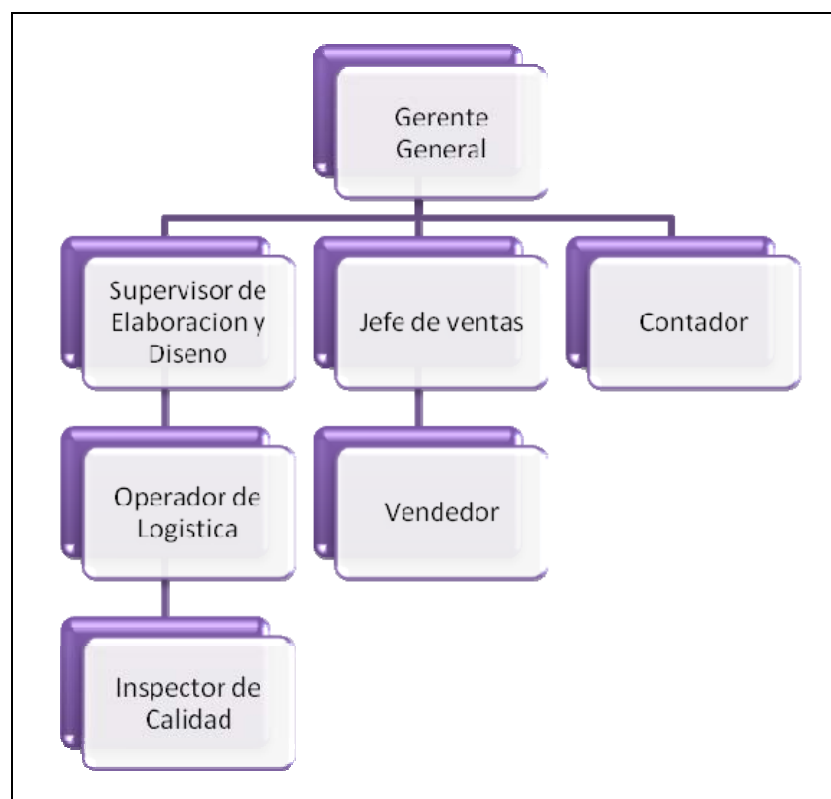
### 6 EQUIPO GERENCIAL

#### 6.1 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La estructura organizacional de la empresa se encuentra de la siguiente manera.

##### 6.1.1 Organigrama

Diagrama 6.1 Organigrama de la Empresa



Elaborado: Autoras

Como se pudo observar en el organigrama la estructura de la empresa se encuentra direccionada por el Gerente General el cual cuenta con el apoyo de los supervisores de elaboración y diseño, Jefe de ventas.



## 6.2 PERSONAL ADMINISTRATIVO CLAVE Y SUS RESPONSABILIDADES

A continuación se especifican las principales responsabilidades y funciones de los cargos representados en el organigrama estructural.

### 6.2.1 Descripción de Funciones

**CARGO:** Gerente General

**Propósito General:** Representación Legal de las operaciones de la Empresa, es el responsable de planificar, organizar, dirigir, coordinar y evaluar todas las actividades, también del cumplimiento de los objetivos, políticas, que se logren las metas de calidad y rentabilidad en la producción y comercialización de bolsos de tela, para satisfacción de nuestros consumidores finales.

#### **Responsabilidades:**

- Planifica, organiza, dirige y controla la gestión de la empresa, buscando el cumplimiento de objetivos generales de calidad y rentabilidad.
- Planifica el crecimiento y desarrollo de la entidad a largo plazo mediante objetivos estratégicos de venta y marketing.
- Lidera la organización, motivando y proporcionando oportunidades de desarrollo optimizando los recursos de la empresa.

#### **Competencias:**

- **Título Profesional:** Ingeniero Comercial
- **Experiencia Laboral:** Mínimo 5 años administrando empresas.
- **Habilidades:**

**Reporta:** Directorio

**Supervisa a:**

- Supervisor de Elaboración y Diseño.
- Jefe de Ventas.
- Contador

**CARGO:** Supervisor de Elaboración y Diseño.

**Propósito General:** Es el encargado de la parte creativa y técnica de diseño. Por lo tanto es el responsable de identificar tendencias, evoluciones, cambios y comportamientos de la moda.

Coordina y controla las fases del proceso productivo interno y externo.

**Responsabilidades:**

- Diseñar los modelos de los bolsos.
- Planificar y coordinar el proceso creativo y productivo.
- Análisis de la moda actual y comprender las exigencias de los clientes y trabajar en relación a los cambios de la tendencia.
- Operar el número de tareas que incluyen la finalización del diseño de los bolsos.

**Reporta:** Gerente General.

**Supervisa a:**

- Operarios y Empaque.
- Inspector de Calidad.

**CARGO:** Operador de Logística.

**Propósito General:** Responsable de brindar apoyo en las actividades relacionadas con abastecimientos y distribución de los productos o servicios de la empresa.

**Responsabilidades:**

- Recibir, verificar y contar la materia prima entregada por los proveedores.
- Realizar el inventario de la materia prima que ingresa a Inventarios.
- Enviar materia prima para el Corte de tela.
- Realizar inventarios sobre el stock de la empresa.

**Reporta:** Supervisor de Elaboración y Diseño.

**CARGO:** Inspector de Calidad.

**Propósito General:** Responsable de control de calidad de los bolsos entregados por parte de los proveedores.

**Responsabilidades:**

- Revisar los detalles de costura, hilos, cierres, botones que todos se encuentren en buen estado y que fueron los enviados para la confección este procedimiento se realiza en cada uno de los bolsos.
- Realizar el check list por lote de mercancía.
- Colocar la etiqueta al producto.
- Colocar el producto en el Empaque.

**Reporta:** Supervisor de Elaboración y Diseño.

**CARGO:** Jefe de Ventas.

**Propósito General:** Responsable por el cumplimiento de las metas y programas de ventas de los productos y / o servicios de la empresa. Elabora pronósticos de ventas en forma periódica.

**Responsabilidades:**

- Supervisar a vendedores asignados a un área geográfica o línea de productos.
- Mantener contacto permanente con clientes y dirige el equipo humano de ventas.
- Evalúa el desempeño individual y los asesora en las técnicas de ventas desarrolladas por la entidad.

**Reporta:** Gerente General.

**Supervisa a:**

- Vendedor.

**CARGO:** Vendedor.

**Propósito General:** Encargado del funcionamiento de la isla / local. Responsable de mantener los niveles de stock al día, solicita mediante pedidos a la bodega.

**Responsabilidades:**

- Encargado de recibir el producto terminado y colocarlo en la percha o mostrador del local de exhibición.
- Realizar la promoción del producto o servicio, mantiene contacto directo con el comprador potencial.
- Exponer las características y bondades de un producto.

**Reporta:** Jefe de Ventas.

**6.3 COMPENSACIÓN A ADMINISTRADORES**

El personal que conformará la empresa contará con todos los beneficios de Ley estipulados en el Código de Trabajo.

**6.4 POLÍTICAS DE EMPLEO Y BENEFICIOS**

Para la contratación del personal la empresa realizará contratos a un año con opción a renovar el mismo, considerando el desempeño de los trabajadores cada uno de los empleados recibirá por parte de la empresa todos los beneficios que la ley exige. Se realizará el pago de horas extras cumpliendo el código de trabajo. ***Ver Anexo 9 Beneficios de Ley.***

**6.5 EQUIPO DE TRABAJO**

La empresa necesitará el siguiente personal para la ejecución del proyecto:

Tabla 6.1 Equipo de Trabajo

Cargo	Número de Personas	Sueldo
Gerente General	1	\$ 2000
Supervisor de Elaboración y Diseño	1	\$ 1600
Operador de Logística	1	\$ 264
Inspector de Calidad	1	\$ 300
Jefe de ventas	1	\$ 900
Vendedor	1	\$ 264
Contador	1	\$ 300

**Fuente:** Investigación Realizada

**Elaborado:** Autoras

## **CAPÍTULO VII**

### **7 CRONOGRAMA GENERAL**

#### **7.1 ACTIVIDADES NECESARIAS PARA PONER EL NEGOCIO EN MARCHA**

Las actividades necesarias para poner el negocio en marcha son:

Descripción de la empresa, negocio o iniciativa empresarial:

- Desarrollo de la idea

Plan de negocios:

- La industria, la compañía y los productos
- Investigación de mercados y su análisis
- Plan de marketing
- Diseño y planes de desarrollo
- Plan de operaciones y producción
- Equipo gerencial
- Riesgos críticos, problemas y supuestos
- Plan financiero
- Propuesta de negocio

Aspectos formales y estructura legal:

- Planificación de los aspectos comerciales, constitución de la empresa
- Trámites de permisos de constitución
- Razón Social de la Compañía

- Patente Municipal
- Permiso de bomberos

Lugar Geográfico de la oficina:

- Arrendamiento de oficina

Compra de equipos de oficina:

- Adquisición de equipos de oficina necesarios
- Adecuación de la oficina, instalaciones
- Adquisición de materia prima e insumos:
- Alianzas con proveedores de materia prima e insumos
- Compra de materia prima e insumos
- Contratación de personal:
- Contratación personal capacitado
- Alianza con el Centro de Rehabilitación de Mujeres de Quito

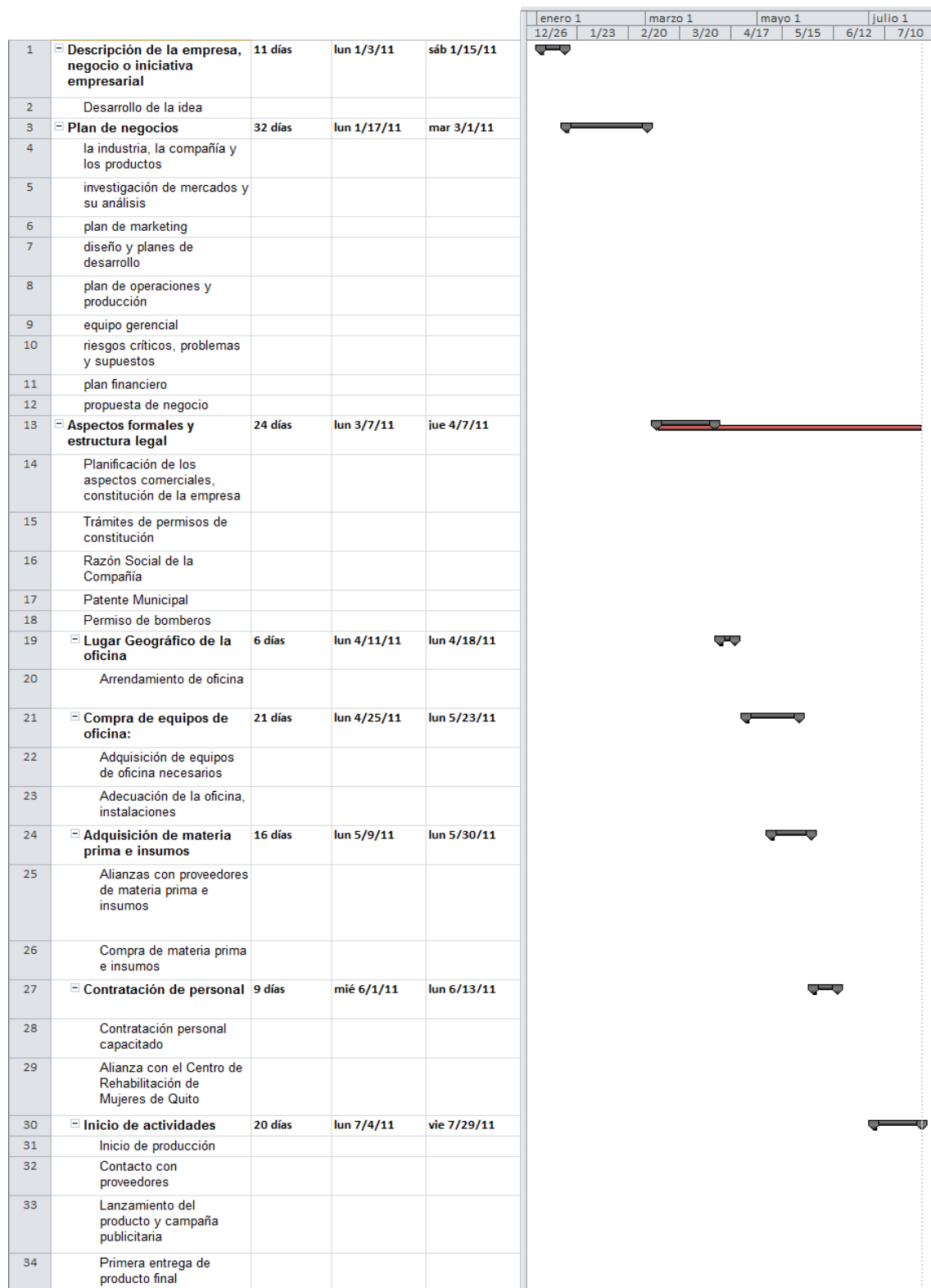
Inicio de actividades:

- Inicio de producción
- Contacto con proveedores
- Lanzamiento del producto y campaña publicitaria
- Primera entrega de producto final



## 7.2 DIAGRAMA

Diagrama 7.1 Cronograma de Actividades



Fuente: Investigación Realizada

Elaborado: Autoras

### **7.3 RIESGOS E IMPREVISTOS**

Los riesgos o imprevistos que se pueden dar en el transcurso de la constitución de la empresa son:

1. Demora en los trámites de permisos y constitución de la empresa.
2. Retraso en las adecuaciones de oficina.
3. Retraso en la firma del contrato con el Centro de Rehabilitación de Mujeres de Quito.
4. Tardanza en el cumplimiento de entrega de materia prima e insumos.

La solución que se dará a estos riesgos e imprevistos es la realización de un cronograma bien estructurado con fechas establecidas para poder hacer los trámites, adecuaciones y actividades correspondientes de la puesta en marcha de la empresa con anticipación y sin demoras. Realizar contratos con fechas para tener un conforme a lo acordado en la entrega y recepción de materiales y producto final para evitar tardanzas en el cumplimiento de trabajo.

## CAPÍTULO VIII

### 8 RIESGOS CRÍTICOS, PROBLEMAS Y SUPUESTOS

#### 8.1 SUPUESTOS Y CRITERIOS UTILIZADOS

- La demanda probable se estimó con respecto a la inteligencia de mercado realizada por medio de entrevista con expertos. La estimación se realizó en base a los datos de ventas que realizan los competidores en el mercado. Ver Capítulo 3 Investigación de Mercados, página 23-25 Conclusiones a entrevistas con expertos.
- El tamaño del mercado objetivo se calculó con información proyectada de MARKOF, de las mujeres entre 15 a 29 años de edad.<sup>21</sup>
- De la investigación de mercado se estableció que en el mercado objetivo el hábito de compra de bolsos es de 2 veces por año.
- La capacidad de producción de las internas del Centro de Rehabilitación de Quito se calculó en base a tipos de producción de un bolso; también se consideró jornadas de trabajo de 4 horas diarias con dedicación 100 por ciento a la fabricación de bolsos.
- Los incrementos salariales para el personal operativo (Operador de Logística- Inspector de Calidad) se calcularán con el Salario Digno (\$336 para el año 2012) decretado por el Gobierno. Para el personal administrativo y Diseñador de Modas se realizará un incremento del 5,31% según estudios realizados.

---

<sup>21</sup> Índice Estadístico Markop. (2010): Proyección y Elaboración: MARKOP 2010. VI Censo de Población 2001. Inec. <http://www.investigacionoperaciones.com/material>

- Los valores de inventario de producto terminado se calcularon mediante el modelo de J.F Harry, con él se calculó la rotación de inventarios para cada uno de los distribuidores considerando como rotación de inventario para Supermaxi y Fybeca de 1 mes, y para la Isla en Centro comercial un inventario semanal.<sup>22</sup>
- No existe información específica de la industria en el Ecuador por este motivo se realizó una investigación de mercado con entrevistas a expertos para poder obtener información de la competencia.
- Para el costo del producto a partir del segundo año se incrementaron los costos con una inflación de 3,67%.
- Se consideró que el alquiler de la isla permanece fijo durante los 5 años del proyecto.

## **8.2 RIESGOS Y PROBLEMAS PRINCIPALES**

### **8.2.1 Ingresos de Nuevos Competidores al Mercado**

Plan de Contingencia: la empresa implementará productos complementarios para diversificar la escala de productos. Entre estos productos estarían maletas, mochilas, monederos, etc.

### **8.2.2 Prejuicios Sociales sobre los Bolsos Confeccionados por las internas del Centro de Rehabilitación de la ciudad de Quito**

Plan de Contingencia: la empresa realizará campañas de apoyo al desarrollo personal y rehabilitación de las internas por medio del trabajo productivo; así se encuentren privadas de su libertad, con el propósito de ayudar a las familias de las internas con ingresos extras para que mejoren su capacidad adquisitiva.

---

<sup>22</sup> <http://www.investigacion-operaciones.com/material>

### **8.2.3 La Capacidad de Producción de las internas del Centro de Rehabilitación de Quito insuficiente para cubrir la Demanda del Mercado**

Plan de Contingencia: al producir la máxima capacitación de la internas se buscarán proveedores adicionales (empresas del sector de la confección), los cuales puedan entregar el producto en los tiempos establecidos.

### **8.2.4 Demanda de Bolsos decae en el Mercado**

Plan de Contingencia: Se realizarán alianzas estratégicas con instituciones educativas, empresas, clubes deportivos y similares para producir bolsos con el nombre de su institución; es decir realizar, merchandising con diferentes empresas.

## CAPÍTULO IX

### 9 PLAN FINANCIERO

#### 9.1 INVERSIÓN INICIAL

Para el negocio de Bolsos se requiere de una inversión inicial de \$ 36.651,00 la misma que está compuesta de:

**Tabla 9.1 Inversión Inicial**

<b>Inversión Inicial</b>	
Capital de Trabajo	\$ 16.238,98
Inventario de Productos Terminados	\$ 8.701,50
Inventario de Materia Prima	\$ 636,85
Inventario de Materia Prima Indirecta	\$ 294,25
Equipos de computación	\$ 2.506,40
Muebles y enseres	\$ 4.856,00
Licencia y Software	\$ 1.700,00
Gastos pre operacionales	\$ 1.717,02
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	<b>\$ 36.651,00</b>

**Fuente:** Investigación Realizada

**Elaborado:** Autoras

##### 9.1.1 Capital de Trabajo

La inversión inicial de la empresa está formada principalmente por el Efectivo que tiene una Compañía, los inventarios, activos tangibles e intangibles; a excepción del efectivo ya se obtuvieron los valores a mantener de las demás cuentas.

Se calculó el efectivo mínimo a mantener por medio del método del flujo de efectivo (donde los flujos no se hagan cero) además se mantendrá una política de efectivo mínimo de seguridad para operaciones de \$3.000 dólares, este se basará en el flujo de efectivo Operacional.

La inversión inicial necesaria para que en el primer año no se tengan flujos netos negativos y además se tenga un valor de seguridad de efectivo de \$3.000 dólares es de \$ 16.238,98 menos de esto el margen de seguridad bajaría y con menos de este valor se tendría flujos negativos entrando la empresa en quiebra si no se busca otro tipo de financiamiento.

## **9.1.2 Inventarios**

### **9.1.2.1 Inventarios de Productos Terminados**

Los inventarios a mantenerse y los costos de inventario se realizaron de acuerdo a los canales de distribución ya sea Supermaxi, Fybeca o la Isla Comercial.

Para fijar la cantidad de inventarios Iniciales y Finales se ha considerado la venta mensual a realizarse en el mes siguiente por parte del Supermaxi, Fybeca y las ventas semanales a realizarse por parte de la Isla. Además se ha considerado un inventario de seguridad para la isla de una semana de ventas por cualquier posible problema en la producción por parte de las internas.

Como se van a generar nuevos modelos por mes de acuerdo al departamento de diseño. A Supermaxi y a Fybeca se entregaran un stock inicial para abastecer las ventas mensuales. El Inventario Inicial al tener en el primer año y los restantes será igual a las ventas proyectadas del primer mes. ***Ver Anexo 10 Inventario de Producto Terminado.***

Para el inicio de las ventas en el año 1 se necesita un inventario inicial este se debe de producir de acuerdo a la capacidad de las internas en el año 0 para lo cual previamente se debió contratar los servicios del Diseñador, Inspector de calidad, Contador y Gerente General, los cuales van a formar parte del costo de Producción de cada bolso.

### **9.1.2.2 Inventario de Materia Prima Directa**

En inventario de materia prima directa se encuentra, tela gabardina victoria y tela popelina. En el mismo se detalla los inventarios iniciales de materia prima directa, de igual manera los costos a incurrir en inventario. ***Ver Anexo 11 Inventario de Materia Prima Directa.***

Debido a que se necesita una semana de corte la tela deberá ser adquirida una semana antes de ser entregado al taller de las internas por lo que la rotación del inventario será de dos semanas.

### **9.1.2.3 Inventario de Materia Prima Indirecta**

En el inventario de materia prima indirecta se consideró los broches, hilos, cierres, Estampado-Bordado, Etiqueta, stickers, funda de empaque para la producción de 2 semanas. ***Ver Anexo 12 Inventario de Materia Prima Indirecta.***

### **9.1.3 Activos Tangibles e Intangibles**



Tabla 9.2 Activos Tangibles e Intangibles

Módulos y equipos de oficina	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
<b>Muebles de Oficina</b>			
Escritorio Formica 1,50x 1,50 porta teclado	6	\$ 198,00	\$ 1.188,00
Cajonera 3 gavetas	6	\$ 70,00	\$ 420,00
Sillas Giratorias	6	\$ 155,00	\$ 930,00
Sillas	6	\$ 55,00	\$ 330,00
Mueble Archivador Credensa 90 ancho x 70 cm x 42 estructura metálica puertas en formica carpetas benen	2	\$ 260,00	\$ 520,00
Mueble Archivador Credensa 90 ancho x 70 cm x 54 estructura metálica puertas en formica carpetas file	2	\$ 240,00	\$ 480,00
Sofas de Espera Arista con apoyo brazos	2	\$ 265,00	\$ 530,00
Mesa de centro	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Teléfono	6	\$ 63,00	\$ 378,00
<b>Total Muebles de Oficina</b>			<b>\$ 4.856,00</b>
<b>Equipos de Computación</b>			
Computadoras	4	\$ 600,00	\$ 2.400,00
Impresora HP multifunción F4280	1	\$ 106,40	\$ 106,40
<b>Total Equipos de Computación</b>			<b>\$ 2.506,40</b>
<b>Activos Intangibles</b>			
Sistema Integrado de administración y contabilidad	1	\$ 700,00	\$ 700,00
Diseño	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
<b>Total Activos Intangibles</b>			<b>\$ 1.700,00</b>
<b>TOT. MODUL Y EQ DE OFICINA</b>		<b>\$ 3.792,40</b>	<b>\$ 9.062,40</b>

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado: Autoras

#### 9.1.4 Gastos Pre operacionales

Los gastos pre operaciones son aquellos en los cuales debemos incurrir antes de comenzar las operaciones, los mismos que detallamos a continuación:

Tabla 9.3 Tabla Gastos Pre operacionales

GASTOS PREOPERACIONALES	
Gastos amortizables	
Gastos de constitución	
Trámite Legal de Constitución de la Empresa	\$ 1.200,00
Inscripción en R. Mercantil - Por Acto de Constitución	\$ 50,00
Domiciliación, permiso para operar	\$ 30,00
Cobro por concepto de Gastos Generales R.M.	\$ 42,00
Escritura Pública	\$ 150,00
Publicación Extracto	\$ 100,00
Notaria	\$ 11,20
Tasa registro de marcas	\$ 54,00
Tasa por emisión del Título de Marca - IEPI	\$ 28,00
Permiso de Bomberos Tipo A e Inspección	\$ 40,00
Patente Municipal	-
SRI Obtención de RUC	-
<b>Total Gastos de constitución</b>	<b>\$ 1.705,20</b>

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado: Autoras

## 9.2 ESTRUCTURA DE INGRESOS Y COSTO UNITARIO

### 9.2.1 Ingresos

Los bolsos serán comercializados en la Ciudad de Quito, aun precio de introducción para cada tipo detallado a continuación:

Tabla 9.4 Precios de Venta

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	Precio de Venta al Público (PVP)
Bolsos Pequeños	\$ 18,00
Bolsos Medianos	\$ 25,00
Bolsos Grandes	\$ 30,00

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado: Autoras

Tabla 9.5 Unidades a la Venta

Escenarios	Porcentaje de Crecimiento en Ventas	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Pesimista	8%	8.400	9.072	9.798	10.582	11.428
Normal	13,50%	9.600	10.896	12.367	14.036	15.931
Optimista	15%	10.800	12.420	14.283	16.425	18.889

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado: Autoras

Tabla 9.6 Unidades a la Venta divididas por tipo de producto

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	Proporción	PESIMISTA	ESPERADO	OPTIMISTA
		# Unidades	# Unidades	# Unidades
Bolsos Pequeños	25%	2.100	2.400	2.700
Bolsos Medianos	42%	3.500	4.000	4.500
Bolsos Grandes	33%	2.800	3.200	3.600
<b>TOTAL</b>		8.400	9.600	10.800

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado: Autoras

Tabla 9.7 Ingresos Anuales

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Bolsos Pequeños	\$ 43.200	\$ 51.484	\$ 61.356	\$ 73.121	\$ 87.141
Bolsos Medianos	\$ 100.000	\$ 119.175	\$ 142.027	\$ 169.260	\$ 201.716
Bolsos Grandes	\$ 96.000	\$ 114.408	\$ 136.346	\$ 162.490	\$ 193.647
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 239.200</b>	<b>\$ 285.067</b>	<b>\$ 339.728</b>	<b>\$ 404.871</b>	<b>\$ 482.505</b>

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado: Autoras

Los ingresos anuales se calcularon multiplicando las Ventas Anuales por el precio de cada tipo de producto.

## 9.2.2 Costo Unitario

Tabla 9. 8 Costo Unitario

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año5
Costo Unitario Bolsos Producidos (Promedio)	\$ 8,64	\$ 8,79	\$ 8,72	\$ 8,67	\$ 8,65

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado: Autoras

El costo unitario de tabla 9.2.2 se aplica a los tres tipos de bolsos que ofrece a la venta la empresa.

### 9.3 ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS

#### 9.3.1 Gastos Generales Anuales

Los gastos generales de la empresa comprenden los sueldos administrativos, servicio básico, pago arriendo, distribución, amortizaciones y depreciaciones las mismas que se calcularon bajo el método de línea recta como está estipulado en las Normas Ecuatorianas de Contabilidad (INEC).

Adicionalmente a los gastos detallados a continuación; la empresa al contar con canales de distribución se entrega comisiones a Megamaxi y Fybeca las mismas que es un 40% del precio a la venta por cada tipo de bolso (pequeño, mediano, grande). **Ver Anexo 13 Comisiones Supermaxi y Fybeca.**

**Tabla 9.9 Gastos Administrativos**

Gastos Administrativos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año5
Arriendo Oficinas	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 6.000
Suministros de Oficina	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500
Gastos Amortizables	\$ 341	\$ 341	\$ 341	\$ 341	\$ 341
Depreciación de Activos Fijos	\$ 1.631	\$ 1.631	\$ 1.631	\$ 1.631	\$ 1.631

**Fuente:** Investigación Realizada

**Elaborado:** Autoras

**Tabla 9.10 Gastos generales anuales**

Gastos de Venta	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año5
Publicidad	\$ 7.000	\$ 5.000	\$ 4.000	\$ 2.500	\$ 2.000
Alquiler Isla	\$ 9.600	\$ 9.600	\$ 9.600	\$ 9.600	\$ 9.600
Distribución	\$ 300	\$ 360	\$ 390	\$ 420	\$ 450
Comisiones Fybeca, Megamaxi	\$ 76.544	\$ 91.221	\$ 108.713	\$ 129.559	\$ 154.402

**Fuente:** Investigación Realizada

**Elaborado:** Autoras

### 9.3.2 Gastos Sueldos Administrativos y Operativos

Tabla 9.11 Sueldos Salarios Proceso Productivo

Sueldos y Salarios	Sueldo Mensual	Sueldo Anual	Costo Total Año
Supervisor de elaboración y diseño (diseñador)	\$ 1.600	\$ 19.200	\$ 23.397
Inspector de Calidad	\$ 300	\$ 3.600	\$ 4.681
Operador de Logística	\$ 264	\$ 3.168	\$ 4.151
		<b>TOTAL</b>	<b>\$ 32.230</b>

Fuente: Investigación Realizada  
Elaborado: Autoras

Tabla 9.12 Sueldos Salarios Administrativos

Sueldos y Salarios	Sueldo Mensual	Sueldo Anual	Costo Total
Gerente General	\$ 2.000	\$ 24.000	\$ 26.916
Jefe Comercial	\$ 900	\$ 10.800	\$ 13.276
Vendedor	\$ 264	\$ 3.168	\$ 4.081
Contador	\$ 300	\$ 3.600	\$ 4.601
		<b>TOTAL</b>	<b>\$ 48.875</b>

Fuente: Investigación Realizada  
Elaborado: Autoras

La información que se encuentra en las tablas 9.3.2 y 9.3.3 corresponde al primer año de funcionamiento, para los años futuros se realizó un incremento del 7% anual según política de la empresa. **Anexo 14 Sueldos y Salarios.**

### 9.3.3 Costos Anuales de Producción y Ventas

En los costos anuales de producción encontramos costos por materia prima directa, materia prima indirecta, Mano de Obra Indirecta, Otros costos Indirectos. **Ver Anexo 15 Costos anuales de Producción y Ventas.**

Los costos anuales para la producción se detallan a continuación:

Tabla 9.13 Costos de Producción y Ventas

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Costos de Producción Inventario Final</b>					
(+) MPD Inicial	\$ 636,85	\$ 722,82	\$ 842,06	\$ 990,81	\$ 1.165,84
(+) Compras de MPD	\$ 16.643,98	\$ 19.575,76	\$ 23.042,67	\$ 27.113,26	\$ 31.778,85
(-) MPD Final	\$ 722,82	\$ 842,06	\$ 990,81	\$ 1.165,84	\$ 1.329,49
Costo MPD Utilizada	\$ 16.558,00	\$ 19.456,52	\$ 22.893,92	\$ 26.938,23	\$ 31.615,21
(+) MOD Producción	\$ 18.570,00	\$ 21.176,67	\$ 24.149,24	\$ 27.539,07	\$ 31.404,73
<b>Costos Indirectos de Fabricación</b>					
(+) MPI Inicial	\$ 294,25	\$ 333,98	\$ 389,07	\$ 457,80	\$ 538,67
(+) Compras de MPI	\$ 15.340,83	\$ 18.059,21	\$ 21.253,36	\$ 25.007,86	\$ 29.330,49
(-) MPI Final	\$ 333,98	\$ 389,07	\$ 457,80	\$ 538,67	\$ 614,29
Costo MPI Utilizada	\$ 15.301,11	\$ 18.004,12	\$ 21.184,63	\$ 24.926,99	\$ 29.254,88
(+) MOI Producción	\$ 32.229,51	\$ 36.826,08	\$ 39.348,47	\$ 42.047,42	\$ 44.935,30
(+) Otros Costos Indirectos	\$ 1.140,00	\$ 1.254,00	\$ 1.379,00	\$ 1.517,00	\$ 1.669,00
Total Costos Indirectos Fabricación	\$ 48.670,62	\$ 56.084,20	\$ 61.912,49	\$ 68.491,75	\$ 75.859,25
<b>Total Costos de Producción Año</b>	<b>\$ 83.798,63</b>	<b>\$ 96.717,39</b>	<b>\$ 108.955,65</b>	<b>\$ 122.969,05</b>	<b>\$ 138.879,18</b>
Bolsos Producidos Año	\$ 9.696,00	\$ 11.005,00	\$ 12.491,00	\$ 14.177,00	\$ 16.050,00
Costo Unitario Bolsos Producidos (Promedio)	\$ 8,64	\$ 8,79	\$ 8,72	\$ 8,67	\$ 8,65
(+) Inventario Inicial Productos Terminados	\$ 8.701,50	\$ 7.002,10	\$ 8.081,57	\$ 9.104,19	\$ 10.275,13
(-) Inventario Final Productos Terminados	\$ 7.002,10	\$ 8.081,57	\$ 9.104,19	\$ 10.275,13	\$ 11.275,76
<b>Costo de Ventas Año</b>	<b>\$ 85.498,03</b>	<b>\$ 95.637,92</b>	<b>\$ 107.933,04</b>	<b>\$ 121.798,11</b>	<b>\$ 137.878,55</b>

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado: Autoras

#### 9.4 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

El estado de resultados proyectado de la empresa, al 31 de diciembre del 2011 se detalla a continuación:

Tabla 9.14 Estado de Resultados Proyectado

<b>Estado de Pérdidas y Ganancias ESPERADO</b>					
<b>Concepto</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Ventas Año</b>	\$ 239.200,00	\$ 285.066,60	\$ 339.728,12	\$ 404.870,99	\$ 482.505,00
<b>Costo de Ventas Año</b>	\$ 85.498,03	\$ 95.637,92	\$ 107.933,04	\$ 121.798,11	\$ 137.878,55
<b>Utilidad Bruta</b>	\$ 153.701,97	\$ 189.428,68	\$ 231.795,08	\$ 283.072,88	\$ 344.626,45
<b>Gastos de Venta</b>					
Sueldos Vendedores	\$ 13.276,20	\$ 15.150,05	\$ 16.192,08	\$ 17.307,04	\$ 18.500,06
Publicidad	\$ 7.000,00	\$ 5.000,00	\$ 4.000,00	\$ 2.500,00	\$ 2.000,00
Alquiler Isla	\$ 9.600,00	\$ 9.600,00	\$ 9.600,00	\$ 9.600,00	\$ 9.600,00
Distribución	\$ 300,00	\$ 360,00	\$ 390,00	\$ 420,00	\$ 450,00
Comisiones Fybeca, Megamaxi	\$ 76.544,00	\$ 91.221,31	\$ 108.713,00	\$ 129.558,72	\$ 154.401,60
<b>Gastos Administrativos</b>					
Sueldos Administrativos	\$ 35.598,31	\$ 40.796,71	\$ 43.615,52	\$ 46.631,65	\$ 49.858,91
Arriendo Oficinas	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 6.000
Suministros de Oficina	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00
Gastos Amortizables	\$ 341,04	\$ 341,04	\$ 341,04	\$ 341,04	\$ 341,04
Depreciación de Activos Fijos	\$ 1.631,23	\$ 1.631,23	\$ 1.631,23	\$ 1.631,23	\$ 1.631,23
<b>Utilidad Operacional</b>	\$ 2.911,18	\$ 18.828,33	\$ 40.812,21	\$ 68.583,20	\$ 101.343,62
<b>Ingresos Financieros</b>	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Gastos Financieros</b>	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Utilidad Antes de Impuestos y Participación</b>	\$ 2.911,18	\$ 18.828,33	\$ 40.812,21	\$ 68.583,20	\$ 101.343,62
<b>Participación Trabajadores</b>	\$ 436,68	\$ 2.824,25	\$ 6.121,83	\$ 10.287,48	\$ 15.201,54
<b>Impuesto a la Renta</b>	\$ 618,63	\$ 4.001,02	\$ 8.672,59	\$ 14.573,93	\$ 21.535,52
<b>Utilidad/ Pérdida Neta</b>	\$ 1.855,88	\$ 12.003,06	\$ 26.017,78	\$ 43.721,79	\$ 64.606,56

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado: Autoras

## 9.5 BALANCE GENERAL PROYECTADO

El cálculo de las cuentas para la generación del balance general se encuentran detalladas en el **Ver Anexo 16 Ventas Anuales**.

Tabla 9.15 Balance General Proyectado

<b>Balance General ESPERADO</b>			
<b>Año 0</b>			
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>\$ 25.871,58</b>	<b>PASIVOS CORRIENTES</b>	<b>\$ -</b>
Caja/Bancos	\$ 16.238,98	Proveedores por Pagar	\$ -
		IESS por Pagar	\$ -
Cuentas por Cobrar Finales	\$ -	Impuesto por Pagar	\$ -
Inventario de Productos Terminados	\$ 8.701,50	15% Participación por Pagar	\$ -
Inventario de Materia Prima	\$ 636,85	Prestamos por Pagar CP	\$ -
Inventario de Materia Prima Indirecta	\$ 294,25		
<b>ACTIVOS LARGO PLAZO</b>	<b>\$ 10.767,60</b>	<b>PASIVOS LARGO PLAZO</b>	<b>\$ -</b>
Equipos de computación	\$ 2.506,40	Prestamos por Pagar LP	\$ -
Depreciación	\$ -	<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>\$ -</b>
Muebles y enseres	\$ 4.856,00		
Depreciación	\$ -	Capital Social	\$ 36.639,18
<b>ACTIVO INTANGIBLE</b>		Utilidades / pérdida retenidas	\$ -
Licencia y Software	\$ 1.700,00	Dividendos	\$ -
Amortización	\$ -		
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>			
Gastos pre operacionales	\$ 1.705,20		
(-) Amortización acumulada	\$ -	<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 36.639,18</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 36.639,18</b>	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$ 36.639,18</b>

<b>Balance General ESPERADO</b>			
<b>Año 1</b>			
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>\$ 46.212,33</b>	<b>PASIVOS CORRIENTES</b>	<b>\$ 16.512,60</b>
Caja/Bancos	\$ 6.697,00	Proveedores por Pagar	\$ 14.304,03
		IESS por Pagar	\$ 1.153,26
Cuentas por Cobrar Finales	\$ 31.456,44	Impuesto por Pagar	\$ 618,63
Inventario de Productos Terminados	\$ 7.002,10	15% Participación por Pagar	\$ 436,68
Inventario de Materia Prima Directa	\$ 722,82	Prestamos por Pagar CP	\$ -
Inventario de Materia Prima Indirecta	\$ 333,98		
<b>ACTIVOS LARGO PLAZO</b>	<b>\$ 6.037,17</b>	<b>PASIVOS LARGO PLAZO</b>	<b>\$ -</b>
Equipos de computación	\$ 2.506,40	Prestamos por Pagar LP	\$ -
Depreciación	\$ (451,15)	<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>\$ 16.512,60</b>
Muebles y enseres	\$ 4.856,00		
Depreciación	\$ (874,08)	Capital Social	\$ 36.639,18
<b>ACTIVO INTANGIBLE</b>	<b>\$ 1.394,00</b>	Utilidades / pérdida retenidas	\$ 1.855,88
Licencia de Software y Diseño	\$ 1.700,00	Dividendos	\$ -
Amortización	\$ (306,00)		
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>\$ 1.364,16</b>		
Gastos pre operacionales	\$ 1.705,20		
(-) Amortización acumulada	\$ (341,04)	<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 38.495,06</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 55.007,66</b>	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$ 55.007,66</b>



<b>Balance General ESPERADO</b>			
<b>Año 2</b>			
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>\$ 68.740,39</b>	<b>PASIVOS CORRIENTES</b>	<b>\$ 25.065,33</b>
Caja/Bancos	\$ 21.939,48	Proveedores por Pagar	\$ 17.006,07
		IESS por Pagar	\$ 1.233,99
Cuentas por Cobrar Finales	\$ 37.488,21	Impuesto por Pagar	\$ 4.001,02
Inventario de Productos Terminados	\$ 8.081,57	15% Participación por Pagar	\$ 2.824,25
Inventario de Materia Prima Directa	\$ 842,06	Prestamos por Pagar CP	\$ -
Inventario de Materia Prima Indirecta	\$ 389,07		
<b>ACTIVOS LARGO PLAZO</b>	<b>\$ 4.711,94</b>	<b>PASIVOS LARGO PLAZO</b>	<b>\$ -</b>
Equipos de computación	\$ 2.506,40	Prestamos por Pagar LP	\$ -
Depreciación	\$ (902,30)	<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>\$ 25.065,33</b>
Muebles y enseres	\$ 4.856,00		
Depreciación	\$ (1.748,16)	Capital Social	<b>\$ 36.639,18</b>
<b>ACTIVO INTANGIBLE</b>	<b>\$ 1.088,00</b>	Utilidades / pérdida retenidas	\$ 13.858,94
Licencia de Software y Diseño	\$ 1.700,00	Dividendos	\$ -
Amortización	\$ (612,00)		
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>\$ 1.023,12</b>		
Gastos pre operacionales	\$ 1.705,20		
(-) Amortización acumulada	\$ (682,08)	<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 50.498,12</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 75.563,45</b>	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$ 75.563,45</b>

<b>Balance General ESPERADO</b>			
<b>Año 3</b>			
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>\$ 108.065,21</b>	<b>PASIVOS CORRIENTES</b>	<b>\$ 36.400,09</b>
Caja/Bancos	\$ 52.835,84	Proveedores por Pagar	\$ 20.220,31
		IESS por Pagar	\$ 1.385,35
Cuentas por Cobrar Finales	\$ 44.676,57	Impuesto por Pagar	\$ 8.672,59
Inventario de Productos Terminados	\$ 9.104,19	15% Participación por Pagar	\$ 6.121,83
Inventario de Materia Prima Directa	\$ 990,81		
Inventario de Materia Prima Indirecta	\$ 457,80	Prestamos por Pagar CP	\$ -
<b>ACTIVOS LARGO PLAZO</b>	<b>\$ 3.386,70</b>	<b>PASIVOS LARGO PLAZO</b>	<b>\$ -</b>
Equipos de computación	\$ 2.506,40	Prestamos por Pagar LP	\$ -
Depreciación	\$ (1.353,46)	<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>\$ 36.400,09</b>
Muebles y enseres	\$ 4.856,00		
Depreciación	\$ (2.622,24)	Capital Social	<b>\$ 36.639,18</b>
<b>ACTIVO INTANGIBLE</b>	<b>\$ 782,00</b>	Utilidades / pérdida retenidas	\$ 39.876,72
Licencia de Software y Diseño	\$ 1.700,00	Dividendos	\$ -
Amortización	\$ (918,00)		
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>\$ 682,08</b>		
Gastos pre operacionales	\$ 1.705,20		
(-) Amortización acumulada	\$ (1.023,12)	<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 76.515,90</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 112.915,99</b>	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$ 112.915,99</b>

<b>Balance General ESPERADO</b>			
<b>Año 4</b>			
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>\$ 167.745,80</b>	<b>PASIVOS CORRIENTES</b>	<b>\$ 50.386,62</b>
Caja/Bancos	\$ 102.522,85	Proveedores por Pagar	\$ 24.042,88
		IESS por Pagar	\$ 1.482,33
Cuentas por Cobrar Finales	\$ 53.243,31	Impuesto por Pagar	\$ 14.573,93
Inventario de Productos Terminados	\$ 10.275,13	15% Participación por Pagar	\$ 10.287,48
Inventario de Materia Prima Directa	\$ 1.165,84		
Inventario de Materia Prima Indirecta	\$ 538,67	Prestamos por Pagar CP	\$ -
<b>ACTIVOS LARGO PLAZO</b>	<b>\$ 2.061,47</b>	<b>PASIVOS LARGO PLAZO</b>	<b>\$ -</b>
Equipos de computación	\$ 2.506,40	Prestamos por Pagar LP	\$ -
Depreciación	\$ (1.804,61)	<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>\$ 50.386,62</b>
Muebles y enseres	\$ 4.856,00		
Depreciación	\$ (3.496,32)	Capital Social	<b>\$ 36.639,18</b>
<b>ACTIVO INTANGIBLE</b>	<b>\$ 476,00</b>	Utilidades / pérdida retenidas	\$ 83.598,51
Licencia de Software y Diseño	\$ 1.700,00	Dividendos	\$ -
Amortización	\$ (1.224,00)		
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>\$ 341,04</b>		
Gastos pre operacionales	\$ 1.705,20		
(-) Amortización acumulada	\$ (1.364,16)	<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 120.237,69</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 170.624,31</b>	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$ 170.624,31</b>

<b>Balance General ESPERADO</b>			
<b>Año 5</b>			
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>\$ 250.841,91</b>	<b>PASIVOS CORRIENTES</b>	<b>\$ 66.903,90</b>
Caja/Bancos	\$ 174.169,66	Proveedores por Pagar	\$ 28.580,75
		IESS por Pagar	\$ 1.586,09
Cuentas por Cobrar Finales	\$ 63.452,71	Impuesto por Pagar	\$ 21.535,52
Inventario de Productos Terminados	\$ 11.275,76	15% Participación por Pagar	\$ 15.201,54
Inventario de Materia Prima Directa	\$ 1.329,49	Prestamos por Pagar CP	\$ -
Inventario de Materia Prima Indirecta	\$ 614,29		
<b>ACTIVOS LARGO PLAZO</b>	<b>\$ 736,24</b>	<b>PASIVOS LARGO PLAZO</b>	<b>\$ -</b>
Equipos de computación	\$ 2.506,40	Prestamos por Pagar LP	\$ -
Depreciación	\$ (2.255,76)	<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>\$ 66.903,90</b>
Muebles y enseres	\$ 4.856,00		
Depreciación	\$ (4.370,40)	Capital Social	<b>\$ 36.639,18</b>
<b>ACTIVO INTANGIBLE</b>	<b>\$ 170,00</b>	Utilidades / pérdida retenidas	\$ 148.205,07
Licencia y Software	\$ 1.700,00	Dividendos	\$ -
Amortización	\$ (1.530,00)		
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>\$ -</b>		
Gastos pre operacionales	\$ 1.705,20		
(-) Amortización acumulada	\$ (1.705,20)	<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 184.844,25</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 251.748,15</b>	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$ 251.748,15</b>

Fuente: Investigación Realizada  
Elaborado: Autoras

## 9.6 FLUJOS DE EFECTIVO

### 9.6.1 Desapalancado

Tabla 9.16 Flujo de Caja Esperado

FLUJO DE CAJA ESPERADO							
AÑOS	0	1	2	3	4	5	6
INGRESOS		\$ 239.200,00	\$ 285.066,60	\$ 339.728,12	\$ 404.870,99	\$ 482.505,00	
TOTAL INGRESOS		\$ 239.200,00	\$ 285.066,60	\$ 339.728,12	\$ 404.870,99	\$ 482.505,00	
EGRESOS							
Costos de Venta		\$ 85.498,03	\$ 95.637,92	\$ 107.933,04	\$ 121.798,11	\$ 137.878,55	
Gastos generales		\$ 148.818,51	\$ 168.628,08	\$ 189.010,60	\$ 212.517,41	\$ 241.310,56	
Depreciaciones		\$ 1.631,23	\$ 1.631,23	\$ 1.631,23	\$ 1.631,23	\$ 1.631,23	
Amortizaciones		\$ 341,04	\$ 341,04	\$ 341,04	\$ 341,04	\$ 341,04	
TOTAL EGRESOS		\$ 236.288,82	\$ 266.238,27	\$ 298.915,91	\$ 336.287,79	\$ 381.161,38	
UTILIDAD OPERATIVA		\$ 2.911,18	\$ 18.828,33	\$ 40.812,21	\$ 68.583,20	\$ 101.343,62	
15% Trabajadores		\$ 436,68	\$ 2.824,25	\$ 6.121,83	\$ 10.287,48	\$ 15.201,54	
UTILIDAD ANTES IMPUESTOS		\$ 2.474,51	\$ 16.004,08	\$ 34.690,38	\$ 58.295,72	\$ 86.142,07	
25% Impuesto a la renta		\$ 618,63	\$ 4.001,02	\$ 8.672,59	\$ 14.573,93	\$ 21.535,52	
UTILIDAD NETA		\$ 1.855,88	\$ 12.003,06	\$ 26.017,78	\$ 43.721,79	\$ 64.606,56	
INVERSIÓN INICIAL	-\$ 36.639,18						
Capital de trabajo							
+/- Variación Cuentas por Cobrar		-\$ 31.456,44	-\$ 6.031,77	-\$ 7.188,36	-\$ 8.566,73	-\$ 10.209,40	
+/- Variación Inventario		\$ 1.573,71	-\$ 1.253,80	-\$ 1.240,10	-\$ 1.426,84	-\$ 1.239,90	
+/- Variación Cuentas por Pagar		\$ 16.512,60	\$ 8.552,73	\$ 11.334,76	\$ 13.986,53	\$ 16.517,28	
Depreciaciones		\$ 1.631,23	\$ 1.631,23	\$ 1.631,23	\$ 1.631,23	\$ 1.631,23	
Amortizaciones		\$ 341,04	\$ 341,04	\$ 341,04	\$ 341,04	\$ 341,04	
Recuperación de Inversión							\$ 10.674,59
Valor de desecho							
FLUJO NETO DE CAJA OPERACIONAL		-\$ 9.541,98	\$ 15.242,49	\$ 30.896,36	\$ 49.687,01	\$ 71.646,81	\$ 10.674,59
FLUJO NETO DE CAJA INICIAL		\$ 16.238,98	\$ 6.697,00	\$ 21.939,48	\$ 52.835,84	\$ 102.522,85	
FLUJO NETO DE CAJA FINAL	-\$ 36.639,18	\$ 6.697,00	\$ 21.939,48	\$ 52.835,84	\$ 102.522,85	\$ 174.169,66	

Tasa de Descuento (CAPM)	12,43%
VAN (Valor Actual Neto)	\$ 24.954
TIR	20%

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado: Autoras

## 9.6.2 Apalancado

Tabla 9.17 Flujo de Caja Esperado de la Deuda

FLUJO DE CAJA ESPERADO APALANCADO							
AÑOS	0	1	2	3	4	5	6
INGRESOS		\$ 239.200,00	\$ 285.066,60	\$ 339.728,12	\$ 404.870,99	\$ 482.505,00	
TOTAL INGRESOS		\$ 239.200,00	\$ 285.066,60	\$ 339.728,12	\$ 404.870,99	\$ 482.505,00	
EGRESOS							
Costos de Venta		\$ 85.498,03	\$ 95.637,92	\$ 107.933,04	\$ 121.798,11	\$ 137.878,55	
Gastos generales		\$ 148.818,51	\$ 168.628,08	\$ 189.010,60	\$ 212.517,41	\$ 241.310,56	
Depreciaciones		\$ 1.631,23	\$ 1.631,23	\$ 1.631,23	\$ 1.631,23	\$ 1.631,23	
Amortizaciones		\$ 341,04	\$ 341,04	\$ 341,04	\$ 341,04	\$ 341,04	
TOTAL EGRESOS		\$ 236.288,82	\$ 266.238,27	\$ 298.915,91	\$ 336.287,79	\$ 381.161,38	
UTILIDAD OPERATIVA		\$ 2.911,18	\$ 18.828,33	\$ 40.812,21	\$ 68.583,20	\$ 101.343,62	
15% Trabajadores		\$ 436,68	\$ 2.824,25	\$ 6.121,83	\$ 10.287,48	\$ 15.201,54	
UTILIDAD ANTES IMPUESTOS		\$ 2.474,51	\$ 16.004,08	\$ 34.690,38	\$ 58.295,72	\$ 86.142,07	
25% Impuesto a la renta		\$ 618,63	\$ 4.001,02	\$ 8.672,59	\$ 14.573,93	\$ 21.535,52	
UTILIDAD NETA		\$ 1.855,88	\$ 12.003,06	\$ 26.017,78	\$ 43.721,79	\$ 64.606,56	
Capital de trabajo							
+/- Variación Cuentas por Cobrar		-\$ 31.456,44	-\$ 6.031,77	-\$ 7.188,36	-\$ 8.566,73	-\$ 10.209,40	
+/- Variación Inventario		\$ 1.573,71	-\$ 1.253,80	-\$ 1.240,10	-\$ 1.426,84	-\$ 1.239,90	
+/- Variación Cuentas por Pagar		\$ 16.512,60	\$ 8.552,73	\$ 11.334,76	\$ 13.986,53	\$ 16.517,28	
Depreciaciones		\$ 1.631,23	\$ 1.631,23	\$ 1.631,23	\$ 1.631,23	\$ 1.631,23	
Amortizaciones		\$ 341,04	\$ 341,04	\$ 341,04	\$ 341,04	\$ 341,04	
Recuperación de Inversión							\$ 10.741,34
Valor de desecho							
FLUJO NETO DE CAJA OPERACIONAL		-\$ 9.541,98	\$ 15.242,49	\$ 30.896,36	\$ 49.687,01	\$ 71.646,81	\$ 10.741,34
FLUJO DE INVERSIÓN:							
INVERSIÓN INICIAL	-\$ 36.639,18						
FLUJO NETO DE INVERSIÓN	-\$ 36.639,18						
FLUJO DE FINANCIAMIENTO:							
Crédito Recibido Banco	\$ 14.655,67						
Intereses de Capital		-\$ 1.294,92	-\$ 1.055,47	-\$ 792,16	-\$ 502,59	-\$ 184,16	
Pago de Capital		-\$ 2.402,07	-\$ 2.641,52	-\$ 2.904,84	-\$ 3.194,40	-\$ 3.512,83	
Pago Accionistas		-	-	-	-	-	
Ahorro Impuestos y participación			\$ 469,41	\$ 382,61	\$ 287,16	\$ 182,19	
FLUJO FINANCIAMIENTO	\$ 14.655,67	-\$ 3.697,00	-\$ 3.227,59	-\$ 3.314,39	-\$ 3.409,84	-\$ 3.514,81	
FLUJO NETO DE CAJA	-\$ 21.983,51	-\$ 13.238,98	\$ 12.014,90	\$ 27.581,97	\$ 46.277,18	\$ 68.132,00	\$ 10.741,34
FLUJO NETO DE CAJA INICIAL		\$ 16.238,98	\$ 3.000,00	\$ 15.014,90	\$ 42.596,87	\$ 88.874,05	
FLUJO NETO DE CAJA FINAL	-\$ 21.983,51	\$ 3.000,00	\$ 15.014,90	\$ 42.596,87	\$ 88.874,05	\$ 157.006,05	

Tasa de Descuento (CAPM Apalancad.)	9,89%
VAN (Valor Actual Neto)	\$ 42.731
TIR	23%

Fuente: Investigación Realizada

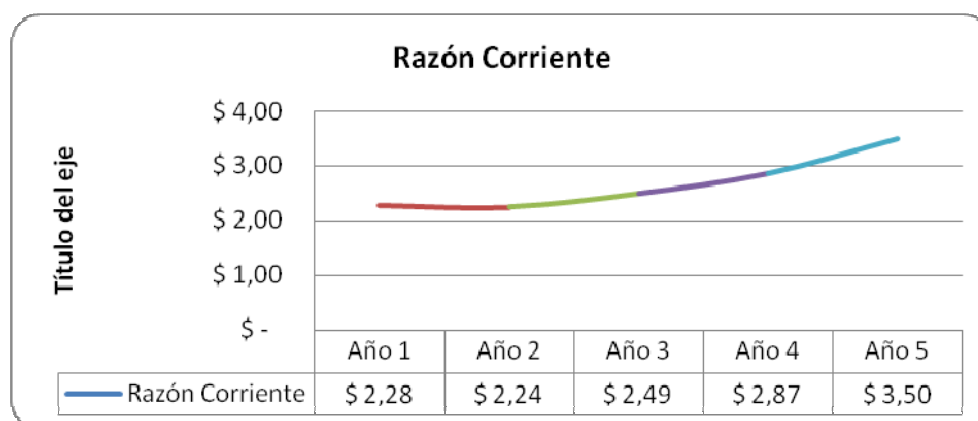
Elaborado: Autoras

## 9.7 ÍNDICES FINANCIEROS

### 9.7.1 Liquidez

Para medir la capacidad de la empresa para hacer frente a sus obligaciones a corto plazo, se calculó los índices más utilizados a continuación:

Gráfico 9.1 Razón Corriente

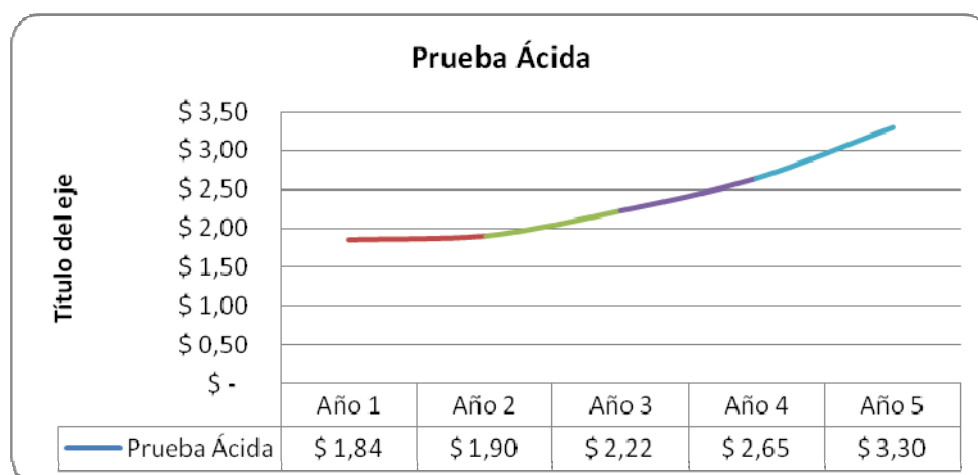


Fuente: Investigación Realizada

Elaborado: Autoras

La empresa cuenta con alrededor de \$ 3,50 promedio por activo corriente por cada dólar de pasivo corriente.

Gráfico 9.18 Prueba Ácida



Fuente: Investigación Realizada

Elaborado: Autoras

## 9.7.2 Rentabilidad

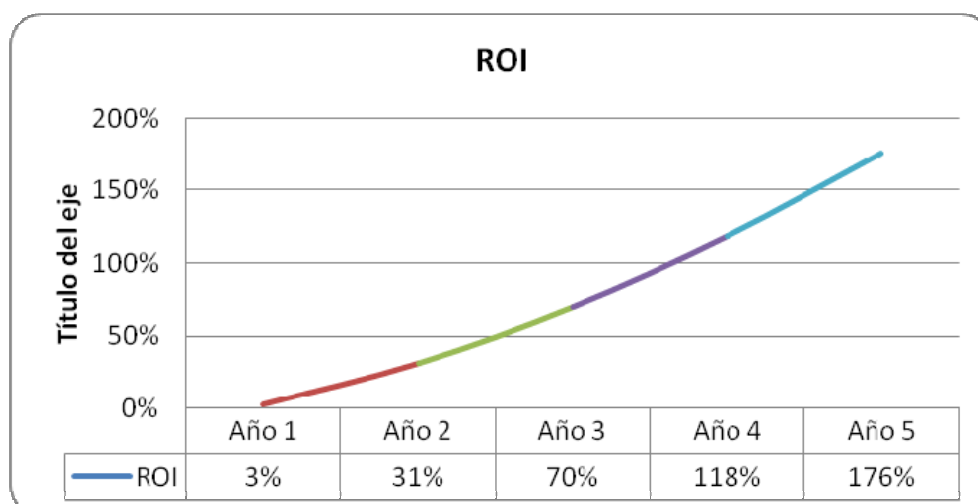
La rentabilidad de la empresa se la puede medir en algunos puntos del estado de resultados para de esta manera conocer la utilización de los fondos.

### 9.7.2.1 Rendimiento sobre la Inversión

El rendimiento sobre la inversión mide las ganancias o pérdidas obtenidas como porcentaje de la inversión inicial.

En el año 3 existe un incremento del 45% versus el año anterior, esto nos indica que existe ganancias mayores durante este periodo.

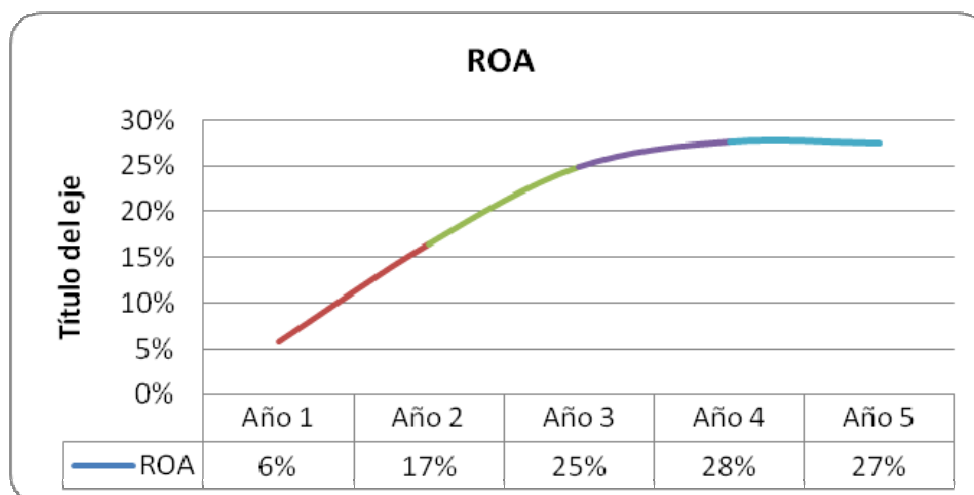
Gráfico 9.3 Rendimiento sobre la inversión



**Fuente:** Investigación Realizada

**Elaborado:** Autoras

Gráfico 9.4 Rendimiento sobre los Activos



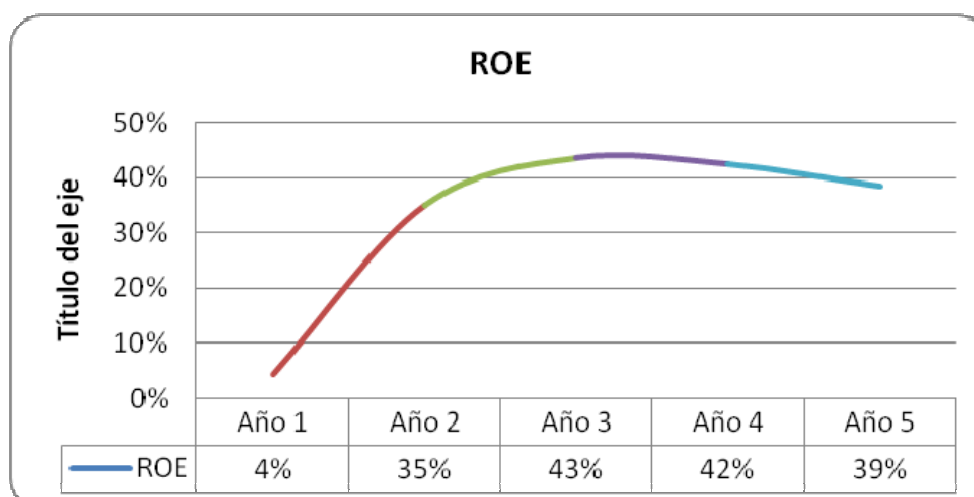
Fuente: Investigación Realizada

Elaborado: Autoras

### 9.7.2.2 Rendimiento sobre el Patrimonio

El ROE mide el rendimiento sobre la inversión, proveniente de las utilidades netas como porcentaje del patrimonio, el mismo comparado con los bonos del tesoro americano nos proporciona un rendimiento superior, esto nos asegura buenos réditos para el accionista o propietario de la empresa.

Gráfico 9.5 Rendimiento sobre el Patrimonio

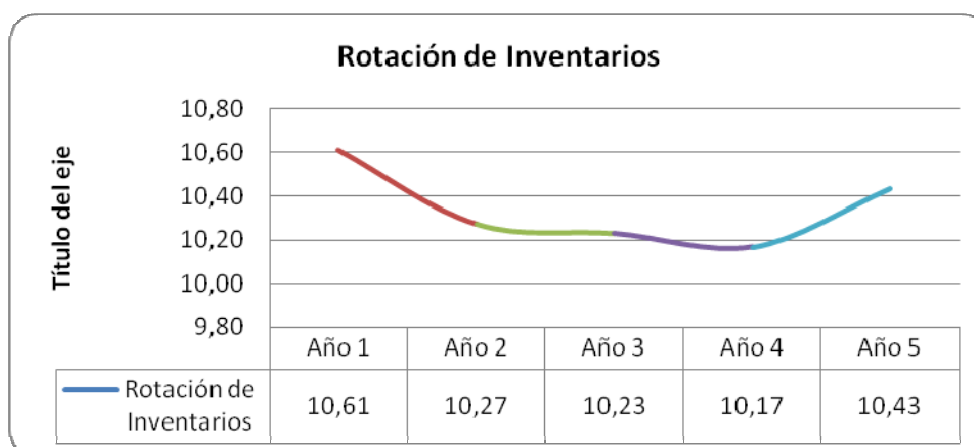


Fuente: Investigación Realizada

Elaborado: Autoras

### 9.7.3 Desempeño

Gráfico 9.6 Rotación de Inventarios



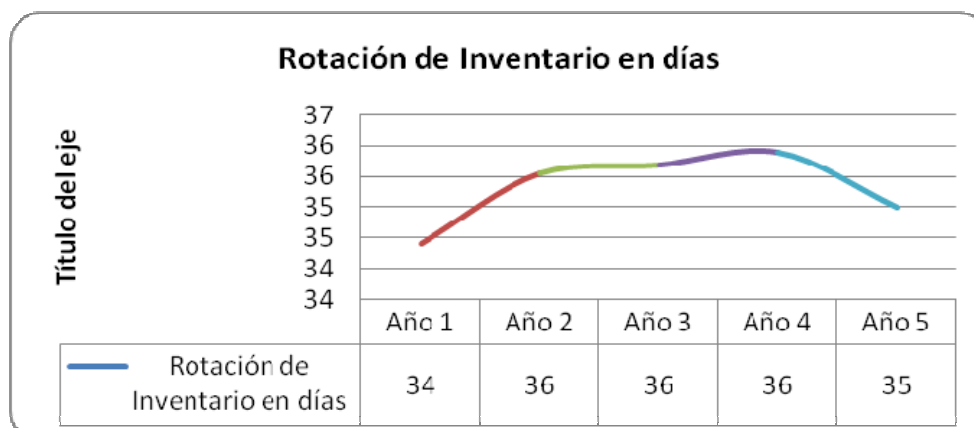
Fuente: Investigación Realizada

Elaborado: Autoras

#### 9.7.3.1 Rotación de Inventarios en días

La empresa tiene como rotación de inventarios promedio 35 días, esto sucede ya que las políticas de inventarios para cada punto de distribución son de 30 días en cadenas Supermaxi y Fybeca y de 5 días en isla comercial. Esto ayuda a obtener menor gastos de almacenamiento y capital invertido en inventarios.

Gráfico 9.7 Rotación de Inventarios en días



Fuente: Investigación Realizada

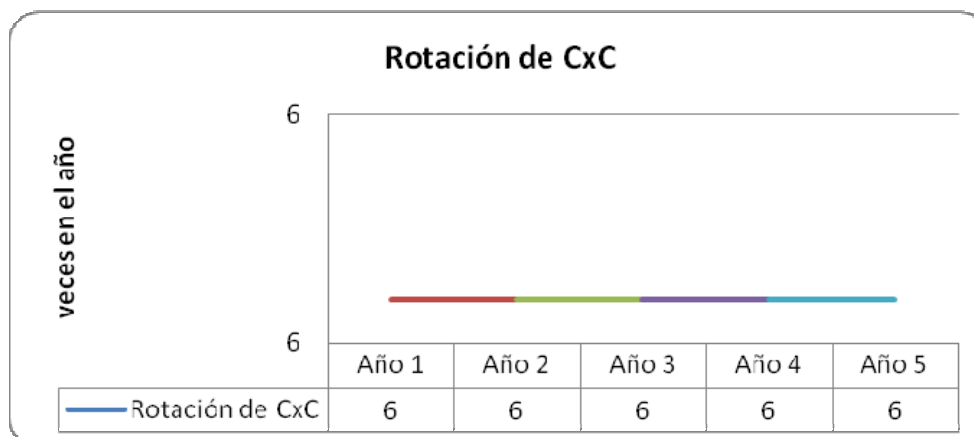
Elaborado: Autoras



### 9.7.3.2 Rotación de Cuentas por Cobrar

La empresa renueva sus cuentas por cobrar 6 veces durante el año, ya que cuenta con la política de crédito para Supermaxi y Fybeca que es cada 60 días (2 meses).

Gráfico 9.8 Rotación de Cuentas por Cobrar



Fuente: Investigación Realizada  
Elaborado: Autoras

## 9.8 VALUACIÓN

Se calculó la valuación del proyecto tomando como base los flujos financieros proyectados no apalancados.

Tabla 9.18 Valuación del Proyecto

VALUACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidades antes de impuestos e intereses	\$ 1.855,88	\$ 12.003,06	\$ 26.017,78	\$ 43.721,79	\$ 64.606,56
Depreciación y amortización	\$ 1.972,27	\$ 1.972,27	\$ 1.972,27	\$ 1.972,27	\$ 1.972,27
variación en el capital de trabajo (activos corrientes - pasivos corrientes)	\$ (13.370,13)	\$ 1.267,16	\$ 2.906,30	\$ 3.992,95	\$ 5.067,98
gastos de capital	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Valor Calculado</b>	<b>\$ (9.541,98)</b>	<b>\$ 15.242,49</b>	<b>\$ 30.896,36</b>	<b>\$ 49.687,01</b>	<b>\$ 71.646,81</b>

Fuente: Investigación Realizada  
Elaborado: Autoras

La tasa de descuento se calculó con el método de CAPM a la cual se descontaran los flujos de efectivo

Tabla 9.19 CAPM Desapalancado

CALCULO DEL COSTO PROMEDIO PONDERADO (CAPM)			
Re = Rf + B * (RM - RF)			
Fuentes y Aclaraciones:			
Tasa Libre de Riesgo	Rf	4,61%	<a href="http://www.portfoliopersonal.com/Tasa_Interes/hTB_TIR.asp">http://www.portfoliopersonal.com/Tasa_Interes/hTB_TIR.asp</a>
Beta desapalancada	B	1,17%	Beta des-apalancada de la industria a junio del 2010. <a href="http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/">http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/</a>
Prima del Mercado	Rm	6,03%	Rm - rf (Treasure United States of America)
Riesgo País	Riesgo País	7,80%	28/04/2011; 22:00 HRS; Banco Central del Ecuador
Re		12,43%	-

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado: Autoras

Tabla 9.20 Costo Promedio Ponderado (CPPC)

CALCULO DEL COSTO PROMEDIO PONDERADO (CAPM)			
CPPC= Rd (1-TC)* D/V + Re* E/V			
Fuentes y Aclaraciones:			
Costo de la Deuda ( Tasa Activa)	Rd	9,54%	Tasa de interés de la deuda (BCE), Banco Central del Ecuador
Tasa Impositiva (Impuesto Renta)	Tc	35,40%	SRI: según ley de régimen tributario interno, código laboral. IR 24% (FY 2011) y PL 15%
Pasivo Proporción	D/V	40,00%	Proporción Pasivo
Patrimonio Proporción	E/V	60,00%	Proporción Activo
Costo de Capital	Re	12,43%	Costo de Capital
CPPC		9,92%	

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado: Autoras

## 9.9 PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es la cantidad mínima que se requiere vender para cubrir tanto los costos fijos como los variables.

A continuación se detalla el punto de equilibrio en unidades vendidas así como en dólares, para cada periodo.

Tabla 9.21 Tabla Punto de Equilibrio

Cálculo del punto de equilibrio					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos fijos totales	\$ 107.616,30	\$ 117.459,12	\$ 122.997,74	\$ 128.495,73	\$ 135.485,61
Margen de contribución	\$ 10,97	\$ 11,60	\$ 12,27	\$ 12,96	\$ 13,70
<b>Punto de equilibrio en cantidad</b>	<b>9806</b>	<b>10123</b>	<b>10028</b>	<b>9912</b>	<b>9889</b>
Ingresos Totales	\$ 244.330,38	\$ 264.852,84	\$ 275.480,69	\$ 285.900,61	\$ 299.506,82
Costos Variable totales	\$ 136.714,09	\$ 147.393,71	\$ 152.482,95	\$ 157.404,89	\$ 164.021,22
Costos Totales	\$ 244.330,38	\$ 264.852,84	\$ 275.480,69	\$ 285.900,61	\$ 299.506,82

**Fuente:** Investigación Realizada

**Elaborado:** Autoras

Los cálculos para obtener cada uno de los puntos de equilibrio se encuentran detallados en el **Anexo 17 Punto de Equilibrio**.

## 9.10 SENSIBILIDAD

Para el análisis de sensibilidad se tomó como variable la disminución del precio, en un 6%, la empresa tendría un VAN de 0, lo que nos permite determinar el precio mínimo que se debe vender el producto. **Ver Anexo 18 Sensibilidad**.

## CAPITULO X

### 10 PROPUESTA DE NEGOCIO

#### 10.1 FINANCIAMIENTO DESEADO Y BÚSQUEDA DE CAPITAL

Para la implementación del proyecto se requiere un Total a invertir de \$ 36.639,18, de la siguiente manera:

Tabla 10.1 Financiamiento de la Deuda

Estructura de Capital	Porcentaje	Valor
Deuda	40%	\$ 14.655,67
Accionistas	60%	\$ 21.983,51
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>\$ 36.639,18</b>

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado: Autoras

##### 10.1.1 Condiciones de Deuda

La deuda se realizará a 5 años con pagos mensuales con una tasa de interés activa según el banco central del Ecuador del 9,54%<sup>23</sup> y con pagos fijos de capital e interés.

Tabla 10.2 Condiciones de la deuda

<b>Monto del Crédito</b>	\$ 14.655,67
<b>Tasa de interés*</b>	0,80%
<b>Períodos</b>	60
<b>Cuota mensual</b>	\$308,08

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado: Autoras

<sup>23</sup> La tasa de interés se calculó dividiendo la tasa de interés activa dividida para 12 meses.

## 10.1.2 Tabla de Amortización de la Deuda

Tabla 10.3 Tabla de Amortización de la deuda

Mes	Pago capital	Pago interés	Cuota	Saldo capital
1	\$191,57	\$ 116,51	\$308,08	\$ 14.464,10
2	\$193,09	\$ 114,99	\$308,08	\$ 14.271,01
3	\$194,63	\$ 113,45	\$308,08	\$ 14.076,38
4	\$196,18	\$ 111,91	\$308,08	\$ 13.880,20
5	\$197,74	\$ 110,35	\$308,08	\$ 13.682,47
6	\$199,31	\$ 108,78	\$308,08	\$ 13.483,16
7	\$200,89	\$ 107,19	\$308,08	\$ 13.282,27
8	\$202,49	\$ 105,59	\$308,08	\$ 13.079,78
9	\$204,10	\$ 103,98	\$308,08	\$ 12.875,68
10	\$205,72	\$ 102,36	\$308,08	\$ 12.669,96
11	\$207,36	\$ 100,73	\$308,08	\$ 12.462,60
12	\$209,01	\$ 99,08	\$308,08	\$ 12.253,60
13	\$210,67	\$ 97,42	\$308,08	\$ 12.042,93
14	\$212,34	\$ 95,74	\$308,08	\$ 11.830,59
15	\$214,03	\$ 94,05	\$308,08	\$ 11.616,56
16	\$215,73	\$ 92,35	\$308,08	\$ 11.400,83
17	\$217,45	\$ 90,64	\$308,08	\$ 11.183,38
18	\$219,18	\$ 88,91	\$308,08	\$ 10.964,21
19	\$220,92	\$ 87,17	\$308,08	\$ 10.743,29
20	\$222,67	\$ 85,41	\$308,08	\$ 10.520,62
21	\$224,44	\$ 83,64	\$308,08	\$ 10.296,17
22	\$226,23	\$ 81,85	\$308,08	\$ 10.069,94
23	\$228,03	\$ 80,06	\$308,08	\$ 9.841,92
24	\$229,84	\$ 78,24	\$308,08	\$ 9.612,08
25	\$231,67	\$ 76,42	\$308,08	\$ 9.380,41
26	\$233,51	\$ 74,57	\$308,08	\$ 9.146,90
27	\$235,37	\$ 72,72	\$308,08	\$ 8.911,54
28	\$237,24	\$ 70,85	\$308,08	\$ 8.674,30
29	\$239,12	\$ 68,96	\$308,08	\$ 8.435,18
30	\$241,02	\$ 67,06	\$308,08	\$ 8.194,15
31	\$242,94	\$ 65,14	\$308,08	\$ 7.951,22
32	\$244,87	\$ 63,21	\$308,08	\$ 7.706,34
33	\$246,82	\$ 61,27	\$308,08	\$ 7.459,53
34	\$248,78	\$ 59,30	\$308,08	\$ 7.210,75
35	\$250,76	\$ 57,33	\$308,08	\$ 6.959,99
36	\$252,75	\$ 55,33	\$308,08	\$ 6.707,24
37	\$254,76	\$ 53,32	\$308,08	\$ 6.452,48
38	\$256,79	\$ 51,30	\$308,08	\$ 6.195,69
39	\$258,83	\$ 49,26	\$308,08	\$ 5.936,87
40	\$260,88	\$ 47,20	\$308,08	\$ 5.675,98
41	\$262,96	\$ 45,12	\$308,08	\$ 5.413,02
42	\$265,05	\$ 43,03	\$308,08	\$ 5.147,97
43	\$267,16	\$ 40,93	\$308,08	\$ 4.880,82
44	\$269,28	\$ 38,80	\$308,08	\$ 4.611,54
45	\$271,42	\$ 36,66	\$308,08	\$ 4.340,11
46	\$273,58	\$ 34,50	\$308,08	\$ 4.066,53
47	\$275,75	\$ 32,33	\$308,08	\$ 3.790,78
48	\$277,95	\$ 30,14	\$308,08	\$ 3.512,83
49	\$280,16	\$ 27,93	\$308,08	\$ 3.232,68
50	\$282,38	\$ 25,70	\$308,08	\$ 2.950,30
51	\$284,63	\$ 23,45	\$308,08	\$ 2.665,67
52	\$286,89	\$ 21,19	\$308,08	\$ 2.378,78
53	\$289,17	\$ 18,91	\$308,08	\$ 2.089,61
54	\$291,47	\$ 16,61	\$308,08	\$ 1.798,13
55	\$293,79	\$ 14,30	\$308,08	\$ 1.504,35
56	\$296,12	\$ 11,96	\$308,08	\$ 1.208,22
57	\$298,48	\$ 9,61	\$308,08	\$ 909,75
58	\$300,85	\$ 7,23	\$308,08	\$ 608,90
59	\$303,24	\$ 4,84	\$308,08	\$ 305,65
60	\$305,65	\$ 2,43	\$308,08	\$ (0,00)

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado: Autoras

### 10.1.3 Resumen Estados de Flujos de Efectivo Anual y proyectado

Tabla 10.4 Resumen estados flujos de efectivo anual y proyectado

Resumen	DESAPALANCADO		APALANCADO	
	VAN	TIR	VAN	TIR
<b>Normal</b>	\$ 24.954	20%	\$ 42.731	23%
<b>Optimista</b>	\$ 64.277	30%	\$ 87.324	38%
<b>Pesimista</b>	(\$ 17.525)	7%	(\$ 5.856)	8%

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado: Autoras

## CAPITULO XI

### 11 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 11.1 CONCLUSIONES

- En el Ecuador es posible alinear proyectos con fines de lucro; con proyectos de responsabilidad social y de esta manera beneficiarse las dos partes en el negocio y desarrollo de las personas.
- Una Tasa Interna de Retorno del 23% es un rendimiento esperado atractivo ya que al ser un negocio de intermediación comercial la rentabilidad obtenida en el escenario esperado es alta.
- El desarrollo de la industria textil manufacturera es muy baja en el Ecuador, por este motivo es muy difícil acceder a la información con facilidad; ya que no existen datos de la industria en especial de las empresas que producen bolsos y carteras.
- Mediante la investigación de mercado realizada se observó que las jóvenes y mujeres entre 15 a 29 años de edad comprarían los bolsos realizados por las internas del reclusorio de la ciudad de Quito.
- El estudio creativo de diseños actuales y la elaboración de bolsos de buena calidad debe ser el pilar central de la empresa para que los clientes que adquieran los bolsos no realicen la compra solo por responsabilidad social sino por tendencia y moda.

## 11.2 RECOMENDACIONES

- Ampliar la idea a otras provincias para generar más proyectos con responsabilidad social y de esta manera beneficiar a personas que necesitan la generación de fuentes de trabajo.
- Realizar un seguimiento del mercado para la implementación de proyectos en una industria de la cual no existe mucha información.
- Mantener contacto y buena relación con los proveedores externos para consolidar alianzas y en caso de emergencia o problemas con la internas del reclusorio de la ciudad de Quito contar con apoyo para producir los bolsos.
- Buscar otros canales de distribución y expandir la idea a provincias.



## BIBLIOGRAFÍA

1. Asociación de Industrias Textiles del Ecuador (AITE), Reseña Histórica. [http://www.aite.com.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=7&Itemid=12](http://www.aite.com.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=7&Itemid=12). Descargado 10/01/11.
2. Banco Central del Ecuador (2011). Índices Económicos. [http://www.bce.fin.ec/resumen\\_ticker.php?ticker\\_value=variacion\\_pib](http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=variacion_pib). Descargado 20/02/11.
3. Banco Central del Ecuador. Índices Económicos (2011). <http://www.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorReal/Previsiones/IndCoyuntura>. Descargado 10/01/11.
4. Diario El Hoy. El Sector textil ecuatoriano busca marcas para sus productos. <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/el-sector-textil-ecuadoriano-busca-marcas-para-sus-productos-458808.html>. Descargado 22/04/11.
5. Diario el Universo (2008). La industria textil afina sus envíos al extranjero. URL:<http://www.eluniverso.com/2008/08/03/0001/9/AF3A030F8F3A49ECB2953B29AA00901> Descargado 10/01/11.
6. Diario El Universo (2010). <http://www.eluniverso.com/2010/02/18/1/1356/ecuador-anuncia-arancel-mixto-importacion-prendas-vestir-lenceria.html> Descargado 10/01/2011
7. Empresa Riv Bolsos. Historia de la empresa riv bolsos [www.bolsosriv.com.ec](http://www.bolsosriv.com.ec). Descargado: 16/02/11
8. Empresa Robot S.A.. Reseña histórica de la empresa [http://www.aite.com.ec/index.php?page=shop.product\\_details&flypage=flypage\\_aite\\_producto.tpl&product\\_id=41&category\\_id=1&option=com\\_virtuemart&Itemid=12](http://www.aite.com.ec/index.php?page=shop.product_details&flypage=flypage_aite_producto.tpl&product_id=41&category_id=1&option=com_virtuemart&Itemid=12) Descargado: 16/02/11
9. Empresa Tutto. Historia de la empresa tutto. [www.totto.com/store/](http://www.totto.com/store/) Descargado: 16/02/11
10. Índice Estadístico Markop. (2010): Población de mujeres en la ciudad de Quito. Ecuador. <http://www.investigacionoperaciones.com>
11. Índice Estadístico Markop. (2010): Proyección y elaboración: MARKOP 2010; fuente: VI Censo de Población. 2001. INEC. <http://www.investigacionoperaciones.com/material%20didactico/Modelo%20Inventarios%201.pdf>

12. INEC. Instituto Nacional de Estadística y Censos. Encuesta de Empleo, Desempleo y Subempleo (2011). <http://www.inec.gob.ec>consultado al: Descargado 20/02/11.
13. Revista Yours (2010): La cartera de una mujer. <http://issuu.com/revistayours/docs/yours>. Descargado 12/03/11.
14. Superintendencia de Compañías, ley de compañías. [www.supercias.gov.ec](http://www.supercias.gov.ec). Descargado 18/042011.
15. Textilera Ponte Selva S.A. Reseña histórica de la empresa. [http://www.aite.com.ec/index.php?page=shop.product\\_details&flypage=flypage\\_aite\\_producto.tpl&product\\_id=3&category\\_id=1&option=com\\_virtuemart&Itemid=1](http://www.aite.com.ec/index.php?page=shop.product_details&flypage=flypage_aite_producto.tpl&product_id=3&category_id=1&option=com_virtuemart&Itemid=1) Descargado: 16/02/11
16. Textilera Sintofil, Reseña histórica de la empresa. [www.sintofil.com/resena\\_historica.html](http://www.sintofil.com/resena_historica.html) Descargado: 16/02/11
17. Textiles la Escala S.A. Reseña histórica de la empresa. [http://www.aite.com.ec/index.php?page=shop.product\\_details&flypage=flypage\\_aite\\_producto.tpl&product\\_id=13&category\\_id=5&option=com\\_virtuemart&Itemid=12](http://www.aite.com.ec/index.php?page=shop.product_details&flypage=flypage_aite_producto.tpl&product_id=13&category_id=5&option=com_virtuemart&Itemid=12) Descargado: 16/02/11
18. United Nations Statistics Division. Clasificación Industrial Uniforme. CPC Ver.1.0 código 2922.

# ANEXOS

**Ley de Compañías, requisitos de constitución.**

**SECCIÓN V  
DE LA COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA**

**1. DISPOSICIONES GENERALES**

**Art. 92.-** La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar.

Si no se hubiere cumplido con las disposiciones de esta Ley para la constitución de la compañía, las personas naturales o jurídicas, no podrán usar en anuncios, membretes de cartas, circulantes, prospectos u otros documentos, un nombre, expresión o sigla que indiquen o sugieran que se trata de una compañía de responsabilidad limitada.

Los que contravinieren a lo dispuesto en el inciso anterior, serán sancionados con arreglo a lo prescrito en el Art. 445. La multa tendrá el destino indicado en tal precepto legal. Impuesta la sanción, el Superintendente de Compañías notificará al Ministerio de Finanzas para la recaudación correspondiente.

En esta compañía el capital estará representado por participaciones que podrán transferirse de acuerdo con lo que dispone el Art. No. 113.

**Art. 93.-** La compañía de responsabilidad limitada es siempre mercantil, pero sus integrantes, por el hecho de constituirla, no adquieren la calidad de comerciantes.

La compañía se constituirá de conformidad con las disposiciones de la presente Sección.

**Art. 94.-** La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitidos por la Ley, excepción hecha de operaciones de banco, seguros, capitalización y ahorro.

**Art. 95.-** La compañía de responsabilidad limitada no podrá funcionar como tal si sus socios exceden del número de quince, si excediere de este máximo, deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse.

**Art. 96.-** El principio de existencia de esta especie de compañía es la fecha de inscripción del contrato social en el Registro Mercantil.

**Art. 97.-** Para los efectos fiscales y tributarios las compañías de responsabilidad limitada son sociedades de capital.

## **2. DE LAS PERSONAS QUE PUEDEN ASOCIARSE**

**Art. 98.-** Para intervenir en la constitución de una compañía de responsabilidad limitada se requiere de capacidad civil para contratar. El menor emancipado, autorizado para comerciar, no necesitará autorización especial para participar en la formación de esta especie de compañías.

**Art. 99.-** No obstante las amplias facultades que esta Ley concede a las personas para constituir compañías de responsabilidad limitada, no podrán hacerlo entre padres e hijos no emancipados ni entre cónyuges.

**Art. 100.-** Las personas jurídicas, con excepción de los bancos, compañías de seguro, capitalización y ahorro y de las compañías anónimas extranjeras, pueden ser socios de las compañías de responsabilidad limitada, en cuyo caso se hará constar, en la nómina de los socios, la denominación o razón social de la persona jurídica asociada.

**Art. 101.-** Las personas comprendidas en el Art. 7 del Código de Comercio no podrán asociarse en esta clase de compañías.

## **3. DEL CAPITAL**

**Art. 102.-** El capital de la compañía estará formado por las aportaciones de los socios y no será inferior al monto fijado por el Superintendente de Compañías. Estará dividido en participaciones expresadas en la forma que señale el Superintendente de Compañías.

Al constituirse la compañía, el capital estará íntegramente suscrito, y pagado por lo menos en el cincuenta por ciento de cada participación. Las aportaciones pueden ser en numerario o en especie y, en este último caso, consistir en bienes muebles o inmuebles que correspondan a la actividad de la compañía. El saldo del capital deberá integrarse en un plazo no mayor de doce meses, a contarse desde la fecha de constitución de la compañía.

Nota: Inciso primero reformado por Art. 99-g) de Ley No. 4, publicada en Registro Oficial Suplemento 34 de 13 de marzo del 2000.

**Art. 103.-** Los aportes en numerario se depositarán en una cuenta especial de "Integración de Capital", que será abierta en un banco a nombre de la compañía en formación. Los certificados de depósito de tales aportes se protocolizarán con la escritura correspondiente. Constituida la compañía, el banco depositario pondrá los valores en cuenta a disposición de los administradores.

**Art. 104.-** Si la aportación fuere en especie, en la escritura respectiva se hará constar el bien en que consista, su valor, la transferencia de dominio en favor de la compañía y las participaciones que correspondan a los socios a cambio de las especies aportadas.

Estas serán avaluadas por los socios o por peritos por ellos designados, y los avalúos incorporados al contrato. Los socios responderán solidariamente frente a la compañía y con respecto a terceros por el valor asignado a las especies aportadas.

**Art. 105.-** La constitución del capital o su aumento no podrá llevarse a cabo mediante suscripción pública.

**Art. 106.-** Las participaciones que comprenden los aportes de capital de esta compañía serán iguales, acumulativas e indivisibles. No se admitirá la cláusula de interés fijo.

La compañía entregará a cada socio un certificado de aportación en el que constará, necesariamente, su carácter de no negociable y el número de las participaciones que por su aporte le correspondan.

**Art. 107.-** La participación de cada socio es transmisible por herencia. Si los herederos fueren varios, estarán representados en la compañía por la persona que designaren. Igualmente, las partes sociales son indivisibles.

**Art. 108.-** No se admitirán prestaciones accesorias ni aportaciones suplementarias, sino en el caso y en la proporción que lo establezca el contrato social.

**Art. 109.-** La compañía formará un fondo de reserva hasta que éste alcance por lo menos al veinte por ciento del capital social.

En cada anualidad la compañía segregará, de las utilidades líquidas y realizadas, un cinco por ciento para este objeto.

**Art. 110.-** Si se acordare el aumento del capital social, los socios tendrán derecho de preferencia para suscribirlo en proporción a sus aportes sociales, a no ser que conste lo contrario del contrato social o de las resoluciones adoptadas para aumentar el capital.

**Art. 111.-** En esta compañía no se tomarán resoluciones encaminadas a reducir el capital social si ello implicará la devolución a los socios de parte de las aportaciones hechas y pagadas, excepto en el caso de exclusión del socio previa la liquidación de su aporte.

**Art. 112.-** La amortización de las partes sociales será permitida solamente en la forma que se establezca en el contrato social, siempre que, para el efecto, se cuente con utilidades líquidas disponibles para el pago de dividendos.

**Art. 113.-** La participación que tiene el socio en la compañía de responsabilidad limitada es transferible por acto entre vivos, en beneficio de otro u otros socios de la compañía o de terceros, si se obtuviere el consentimiento unánime del capital social.

La cesión se hará por escritura pública. El notario incorporará al protocolo o insertará en la escritura el certificado del representante de la sociedad que acredite el cumplimiento del requisito referido en el inciso anterior. En el libro respectivo de la compañía se inscribirá la cesión y, practicada ésta, se anulará el certificado de aportación correspondiente, extendiéndose uno nuevo a favor del cesionario.

De la escritura de cesión se sentará razón al margen de la inscripción referente a la constitución de la sociedad, así como al margen de la matriz de la escritura de constitución en el respectivo protocolo del notario.

#### **4. DERECHOS, OBLIGACIONES Y RESPONSABILIDADES DE LOS SOCIOS**

**Art. 114.-** El contrato social establecerá los derechos de los socios en los actos de la compañía, especialmente en cuanto a la administración, como también a la forma de ejercerlos, siempre que no se opongan a las disposiciones regales. No obstante cualquier estipulación contractual, los socios tendrán los siguientes derechos:

a) A intervenir, a través de asambleas, en todas las decisiones y deliberaciones de la compañía, personalmente o por medio de representante o mandatario constituido en la forma que se determine en el contrato. Para efectos de la votación, cada participación dará al socio el derecho a un voto;

b) A percibir los beneficios que le correspondan, a prorrata de la participación social pagada, siempre que en el contrato social no se hubiere dispuesto otra cosa en cuanto a la distribución de las ganancias;

c) A que se limite su responsabilidad al monto de sus participaciones sociales, salvo las excepciones que en esta Ley se expresan;

d) A no devolver los importes que en concepto de ganancias hubieren percibido de buena fe, pero, si las cantidades percibidas en este concepto no correspondieren a beneficios realmente obtenidos, estarán obligados a reintegrarlas a la compañía;

e) A no ser obligados al aumento de su participación social.

Si la compañía acordare el aumento de capital, el socio tendrá derecho de preferencia en ese aumento, en proporción a sus participaciones sociales, si es que en el contrato constitutivo o en las resoluciones de la junta general de socios no se conviniere otra cosa;

f) A ser preferido para la adquisición de las participaciones correspondientes a otros socios, cuando el contrato social o la junta general prescriban este derecho, el cual se ejercitará a prorrata de las participaciones que tuviere;

g) A solicitar a la junta general la revocación de la designación de administradores o gerentes. Este derecho se ejercitará sólo cuando causas graves lo hagan indispensable. Se considerarán como tales el faltar gravemente a su deber, realizar a sabiendas actos ilegales, no cumplir las obligaciones establecidas por el Art. 124, o la incapacidad de administrar en debida forma;

h) A recurrir a la Corte Superior del distrito impugnando los acuerdos sociales, siempre que fueren contrarias a la Ley o a los estatutos. En este caso se estará a lo dispuesto en los Arts. 249 y 250, en lo que fueren aplicables.

i) A pedir convocatoria a junta general en los casos determinados por la presente Ley. Este derecho lo ejercerán cuando las aportaciones de los solicitantes representen no menos de la décima parte del capital social; y,

j) A ejercer en contra de gerentes o administradores la acción de reintegro del patrimonio social. Esta acción no podrá ejercitarla si la junta general aprobó las cuentas de los gerentes o administradores.

**Art. 115.-** Son obligaciones de los socios:

a) Pagar a la compañía la participación suscrita. Si no lo hicieren dentro del plazo estipulado en el contrato, o en su defecto del previsto en la Ley, la compañía podrá, según los casos y atendida la naturaleza de la aportación no efectuada, deducir las acciones establecidas en el Art. 219 de esta Ley;

b) Cumplir los deberes que a los socios impusiere el contrato social;

c) Abstenerse de la realización de todo acto que implique injerencia en la administración;



d) Responder solidariamente de la exactitud de las declaraciones contenidas en el contrato de constitución de la compañía y, de modo especial, de las declaraciones relativas al pago de las aportaciones y al valor de los bienes aportados;

e) Cumplir las prestaciones accesorias y las aportaciones suplementarias previstas en el contrato social. Queda prohibido pactar prestaciones accesorias consistentes en trabajo o en servicio personal de los socios;

f) Responder solidaria e ilimitadamente ante terceros por la falta de publicación e inscripción del contrato social; y,

g) Responder ante la compañía y terceros, si fueren excluidos, por las pérdidas que sufrieren por la falta de capital suscrito y no pagado o por la suma de aportes reclamados con posterioridad, sobre la participación social.

La responsabilidad de los socios se limitará al valor de sus participaciones sociales, al de las prestaciones accesorias y aportaciones suplementarias, en la proporción que se hubiere establecido en el contrato social. Las aportaciones suplementarias no afectan a la responsabilidad de los socios ante terceros, sino desde el momento en que la compañía, por resolución inscrita y publicada, haya decidido su pago. No cumplidos estos requisitos, ella no es exigible, ni aún en el caso de liquidación o quiebra de la compañía.

## 5. DE LA ADMINISTRACIÓN

**Art. 116.-** La junta general, formada por los socios legalmente convocados y reunidos, es el órgano supremo de la compañía. La junta general no podrá considerarse válidamente constituida para deliberar, en primera convocatoria, si los concurrentes a ella no representan más de la mitad del capital social. La junta general se reunirá, en segunda convocatoria, con el número de socios presentes, debiendo expresarse así en la referida convocatoria.

**Art. 117.-** Salvo disposición en contrario de la Ley o del contrato, las resoluciones se tomarán por mayoría absoluta de los socios presentes. Los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría.

Nota: Incluida Fe de Erratas, publicada en Registro Oficial No. 326 de 25 de noviembre de 1999.

**Art. 118.-** Son atribuciones de la junta general:

a) Designar y remover administradores y gerentes;

b) Designar el consejo de vigilancia, en el caso de que el contrato social hubiere previsto la existencia de este organismo;

- c) Aprobar las cuentas y los balances que presenten los administradores y gerentes;
- d) Resolver acerca de la forma de reparto de utilidades;
- e) Resolver acerca de la amortización de las partes sociales;
- f) Consentir en la cesión de las partes sociales y en la admisión de nuevos socios;
- g) Decidir acerca del aumento o disminución del capital y la prórroga del contrato social;
- h) Resolver, si en el contrato social no se establece otra cosa, el gravamen o la enajenación de inmuebles propios de la compañía;
- i) Resolver acerca de la disolución anticipada de la compañía;
- j) Acordar la exclusión del socio por las causales previstas en el Art. 82 de esta Ley;
- k) Disponer que se entablen las acciones correspondientes en contra de los administradores o gerentes.

En caso de negativa de la junta general, una minoría representativa de por lo menos un veinte por ciento del capital social, podrá recurrir al juez para entablar las acciones indicadas en esta letra; y,

- l) Las demás que no estuvieren otorgadas en esta Ley o en el contrato social a los gerentes, administradores u otros organismos.

**Art. 119.-** Las juntas generales son ordinarias y extraordinarias y se reunirán en el domicilio principal de la compañía, previa convocatoria del administrador o del gerente.

Las ordinarias se reunirán por lo menos una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico de la compañía, las extraordinarias, en cualquier época en que fueren convocadas. En las juntas generales sólo podrán tratarse los asuntos puntualizados en la convocatoria, bajo pena de nulidad. Las juntas generales serán convocadas por la prensa en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio principal de la compañía, con ocho días de anticipación, por lo menos, al fijado para la reunión, o por los medios previstos en el contrato. Es aplicable a estas compañías lo establecido en el Art. 238.

**Art. 120.-** El o los socios que representen por lo menos el diez por ciento del capital social podrán ejercer ante el Superintendente de Compañías el derecho concedido en el Art. 213. Si el contrato social estableciese un consejo de

vigilancia, éste podrá convocar a reuniones de junta general en ausencia o por omisión del gerente o administrador, y en caso de urgencia.

**Art. 121.-** A las juntas generales concurrirán los socios personalmente o por medio de representante, en cuyo caso la representación se conferirá por escrito y con carácter especial para cada junta, a no ser que el representante ostente poder general, legalmente conferido.

**Art. 122.-** El acta de las deliberaciones y acuerdos de las juntas generales llevará las firmas del presidente y del secretario de la junta.

Se formará un expediente de cada junta. El expediente contendrá la copia del acta y de los documentos que justifiquen que las convocatorias han sido hechas en la forma señalada en la ley y en los estatutos. Se incorporarán también a dicho expediente todos aquellos documentos que hubieren sido conocidos por la junta.

Las actas podrán extenderse a máquina, en hojas debidamente foliadas, o ser asentadas en un libro destinado para el efecto.

**Art. 123.-** Los administradores o gerentes se sujetarán en su gestión a las facultades que les otorgue el contrato social y, en caso de no señalárseles, a las resoluciones de los socios tomadas en junta general. A falta de estipulación contractual o de resolución de la junta general, se entenderá que se hallan facultados para representar a la compañía judicial y extrajudicialmente y para realizar toda clase de gestiones, actos y contratos, con excepción de aquellos que fueren extraños al contrato social, de aquellos que pudieren impedir que posteriormente la compañía cumpla sus fines y de todo lo que implique reforma del contrato social.

**Art. 124.-** Los administradores o gerentes estarán obligados a presentar el balance anual y la cuenta de pérdidas y ganancias, así como la propuesta de distribución de beneficios, en el plazo de sesenta días a contarse de la terminación del respectivo ejercicio económico, deberán también cuidar de que se lleve debidamente la contabilidad y correspondencia de la compañía y cumplir y hacer cumplir la Ley, el contrato social y las resoluciones de la junta general.

**Art. 125.-** Los administradores o gerentes, estarán obligados a proceder con la diligencia que exige una administración mercantil ordinaria y prudente.

Los que faltaren a sus obligaciones son responsables, solidariamente si fueren varios, ante la compañía y terceros por el perjuicio causado.

Su responsabilidad cesará cuando hubieren procedido conforme a una resolución tomada por la junta general, siempre que oportunamente hubieren observado a la junta sobre la resolución tomada.

**Art. 126.-** Los administradores o gerentes que incurrieren en las siguientes faltas responderán civilmente por ellas, sin perjuicio de la responsabilidad penal que pudieren tener:

a) Consignar, a sabiendas, datos inexactos en los documentos de la compañía que, conforme a la ley, deban inscribirse en el Registro Mercantil, o dar datos falsos respecto al pago de las aportaciones sociales y al capital de la compañía;

b) Proporcionar datos falsos relativos al pago de las garantías sociales, para alcanzar la inscripción en el Registro Mercantil de las escrituras de disminución del capital, aún cuando la inscripción hubiere sido autorizada por el Superintendente de Compañías;

c) Formar y presentar balances e inventarios falsos; y,

d) Ocultar o permitir la ocultación de bienes de la compañía.

**Art. 127.-** La responsabilidad de los socios administradores de la compañía se extinguirá en conformidad con las disposiciones contenidas en los Arts. 264 y 265 y en la Sección VI de esta Ley.

**Art. 128.-** Sin perjuicio de la responsabilidad penal a que hubiere lugar, los administradores o gerentes responderán especialmente ante la compañía por los daños y perjuicios causados por dolo, abuso de facultades, negligencia grave o incumplimiento de la ley o del contrato social. Igualmente responderán frente a los acreedores de la compañía y a los socios de ésta, cuando hubieren lesionado directamente los intereses de cualquiera de ellos.

Si hubieren propuesto la distribución de dividendos ficticios, no hubieren hecho inventarios o presentaren inventarios fraudulentos, responderán ante la compañía y terceros por el delito de estafa.

**Art. 129.-** Si hubiere más de dos gerentes o administradores, las resoluciones de éstos se tomarán por mayoría de votos, a no ser que en el contrato social se establezca obligatoriedad de obrar conjuntamente, en cuyo caso se requerirá unanimidad para las resoluciones.

**Art. 130.-** Los administradores o gerentes no podrán dedicarse, por cuenta propia o ajena, al mismo género de comercio que constituye el objeto de la compañía, salvo autorización expresa de la junta general.

Se aplicará a los administradores de estas compañías, la prohibición contenida en el inciso Segundo del Art. 261.

**Art. 131.-** Es obligación de los administradores o gerentes inscribir en el mes de enero de cada año, en el Registro Mercantil del cantón, una lista completa de los socios de la compañía, con indicación del nombre, apellido, domicilio y

monto del capital aportado. Si no hubiere acaecido alteración alguna en la nómina de los socios y en la cuantía de las aportaciones desde la presentación de la última lista, bastará presentar una declaración en tal sentido.

**Art. 132.-** Son aplicables a los gerentes o administradores las disposiciones constantes en los Arts. 129 al 133, inclusive, del Código de Comercio.

**Art. 133.-** El administrador no podrá separarse de sus funciones mientras no sea legalmente reemplazado. La renuncia que de su cargo presentare el administrador, surte efectos, sin necesidad de aceptación, desde la fecha en que es conocida por la junta general de socios. Si se tratare de administrador único, no podrá separarse de su cargo hasta ser legalmente reemplazado, a menos que hayan transcurrido treinta días desde la fecha en que la presentó.

La junta general podrá remover a los administradores o a los gerentes por las causas determinadas en el contrato social o por incumplimiento de las obligaciones señaladas en los Arts. 124, 125 y 131. La resolución será tomada por una mayoría que represente, por lo menos, las dos terceras partes del capital pagado concurrente a la sesión. En el caso del Art. 128 la junta general deberá remover a los administradores o a los gerentes.

Si en virtud de denuncia de cualquiera de los socios la compañía no tomare medidas tendientes a corregir la mala administración, el socio o socios que representen por lo menos el diez por ciento del capital social podrán, libremente, solicitar la remoción del administrador o de los gerentes a un juez de lo civil. Este procederá ciñéndose a las disposiciones pertinentes para la remoción de los gerentes o de los administradores de las compañías anónimas.

**Art. 134.-** Toda acción contra los gerentes o administradores prescribirá en el plazo de tres meses cuando se trate de solicitar la remoción de dicho funcionario.

**Art. 135.-** En las compañías en las que el número de socios exceda de diez podrá designarse una comisión de vigilancia, cuyas obligaciones fundamentales serán velar por el cumplimiento, por parte de los administradores o gerentes, del contrato social y la recta gestión de los negocios.

La comisión de vigilancia estará integrada por tres miembros, socios o no, que no serán responsables de las gestiones realizadas por los administradores o gerentes, pero sí de sus faltas personales en la ejecución del mandato.

## **6. DE LA FORMA DEL CONTRATO**

**Art. 136.-** La escritura pública de la formación de una compañía de responsabilidad limitada será aprobada por el Superintendente de Compañías, el que ordenará la publicación, por una sola vez, de un extracto de la escritura,

conferido por la Superintendencia, en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio de la compañía y dispondrá la inscripción de ella en el Registro Mercantil. El extracto de la escritura contendrá los datos señalados en los numerales 1, 2, 3, 4, 5 y 6 del Art. 137 de esta Ley y, además, la indicación del valor pagado del capital suscrito, la forma en que se hubiere organizado la representación legal, con la designación del nombre del representante, caso de haber sido designado en la escritura constitutiva y el domicilio de la compañía.

De la resolución del Superintendente de Compañías que niegue la aprobación, se podrá recurrir ante el respectiva Tribunal Distrital de lo Contencioso Administrativo, al cual el Superintendente remitirá los antecedentes para que resuelva en definitiva.

**Art. 137.-** La escritura de constitución será otorgada por todos los socios, por si o por medio de apoderado. En la escritura se expresará:

1. Los nombres, apellidos y estado civil de los socios, si fueren personas naturales, o la denominación objetiva o razón social, si fueren personas jurídicas y, en ambos casos, la nacionalidad y el domicilio;
2. La denominación objetiva o la razón social de la compañía;
3. El objeto social, debidamente concretado;
4. La duración de la compañía;
5. El domicilio de la compañía;
6. El importe del capital social con la expresión del número de las participaciones en que estuviere dividido y el valor nominal de las mismas;
7. La indicación de las participaciones que cada socio suscriba y pague en numerario o en especie, el valor atribuido a éstas y la parte del capital no pagado, la forma y el plazo para integrarlo;
8. La forma en que se organizará la administración y fiscalización de la compañía, si se hubiere acordado el establecimiento de un órgano de fiscalización, y la indicación de los funcionarios que tengan la representación legal;
9. La forma de deliberar y tomar resoluciones en la junta general y el modo de convocarla y constituir la; y,
10. Los demás pactos lícitos y condiciones especiales que los socios juzguen conveniente establecer, siempre que no se opongan a lo dispuesto en esta Ley.

**Art. 138.-** La aprobación de la escritura de constitución de la compañía será pedida al Superintendente de Compañías por los administradores o gerentes o

por la persona en ella designada. Si éstos no lo hicieren dentro de los treinta días de suscrito el contrato, lo hará cualquiera de los socios a costa del responsable de la omisión.

**Art. 139.-** Los administradores o los gerentes podrán ser designados en el contrato constitutivo o por resolución de la junta general. Esta designación podrá recaer en cualquier persona, socio o no, de la compañía.

En caso de remoción del administrador o del gerente designado en el contrato constitutivo o posteriormente, para que surta efecto la remoción bastará la inscripción del documentos respectiva en el Registro Mercantil.

**Art. 140.-** El pago de las aportaciones por la suscripción de nuevas participaciones podrá realizarse:

1. En numerario;
2. En especie, si la junta general hubiere resuelto aceptarla y se hubiere realizado el avalúo por los socios, o los peritos, conforme lo dispuesto en el Art. 104 de esta Ley;
3. Por compensación de créditos;
4. Por capitalización de reservas o de utilidades; y,
5. Por la reserva o superávit proveniente de revalorización de activos, con arreglo al reglamento que expedirá la Superintendencia de Compañías.

La junta general que acordare el aumento de capital establecerá las bases de las operaciones que quedan enumeradas.

En cuanto a la forma de pago del aumento de capital, se estará a lo dispuesto en el segundo inciso del Art. 102 de esta Ley.

**Art. 141.-** Cuando por disposición contractual se designen funcionarios de fiscalización en esta especie de compañía, se aplicarán las disposiciones del Capítulo 9, Sección VI.

Nota: Incluida Fe de Erratas, publicada en Registro Oficial No. 326 de 25 de noviembre de 1999.

**Art. 142.-** En lo no previsto por esta Sección, se aplicarán las disposiciones contenidas en la Sección VI, en cuanto no se opongan a la naturaleza de la compañía de responsabilidad limitada.





## Inferencias de ventas, evolución de Mercado

Inferencia de Ventas				
Ventas promedio mensuales				
EMPRESAS	Venta Directa	Venta x Catalogo	Ventas Totales	%
RIV Bolsos	800	530	1.330	10%
Ponteselva	-	1.500	1.500	13%
Totto	-	-	9.474	77%
			12.304	100%

Inferencia de Ventas				
Ventas promedio anuales				
EMPRESAS	Venta Directa	Venta x Catalogo	Ventas Totales	%
RIV Bolsos	9.600	6.360	15960	10%
Ponteselva	-	14.400	18000	30%
Totto	-	-	113.692	60%

Ventas Anuales					
Porcentaje de ventas		10%	10%	10%	10%
	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
	7.200	7.920	8.712	9.583	10.542
Evolución del mercado					
Porcentaje		5%	5%	5%	5%
	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
Tamano de mercado	\$ 4.134.261	\$ 4.340.974	\$ 4.558.023	\$ 4.785.924	\$ 5.025.220
Market Share	4,9%	5,11%	5,35%	5,61%	5,87%

**Guión de la entrevista.**

**ENTREVISTA CON EXPERTOS**

**Entrevista realizada a:** Roberto Romero Gerente propietario de RIV bolsos y accesorios en tela.

- ¿Cuál fue la idea de iniciar el negocio de los bolsos?
- ¿Cuál fue la inversión inicial de su negocio?
- ¿Cuáles son las debilidades y fortalezas de su empresa?
- ¿En qué ocasiones tiene mayor demanda sobre sus productos?
- En la actualidad ¿cuáles son sus principales competidores?
- ¿Cuál es la marca más posicionada de bolsos de producto nacional?
- Dentro de su segmento. ¿Quiénes adquieren con más frecuencia los productos?
- ¿Cuáles considera usted los sitios predilectos para la oferta de bolsos y carteras?
- ¿Cuáles son los bolsos que más prefieren sus clientes? De acuerdo a sus modelos.
- ¿Qué tipos de bolsos prefieren sus clientes?
- ¿Cada cuanto saca nuevos modelos de bolsos y carteras?
- ¿A que le dan mayor importancia sus clientes, al precio, calidad, moda, diseño, color, marca?
- ¿Cuáles son las principales telas con las que fabrica los bolsos?
- ¿Influye el diseño y la presentación del producto para la comercialización?  
¿Por qué?
- ¿Cuál fue la idea del slogan y el logo de su marca?
- ¿Cree usted que las mujeres entre 12 y 70 años de edad comprarían los bolsos realizados con mano de obra del centro de rehabilitación de mujeres de Quito?

- ¿Cuánta participación tiene en el Mercado?
- ¿Cuánto es el promedio de ventas mensuales y anuales?
- ¿Cómo es su cadena de distribución?

**Entrevista realizada a:** John Córdova Hernández Gerente propietario de JHOTUL Fábrica Textil.

- ¿Cuál es la barrera más difícil que puede tener el negocio de carteras y bolsos de tela dentro de la industria manufacturera?
- ¿Cuáles son las principales oportunidades y amenazas de la industria textil?
- ¿Cree usted que ha crecido la industria manufacturera en el sector de fabricación de bolsos y carteras?
- ¿Qué estrategia ha implementado en su empresa para hacer frente a los nuevos competidores de la industria y que puede aplicar al negocio de bolsos y carteras de tela?
- ¿Es pertinente ingresar con un nuevo producto a la industria textil?
- ¿De acuerdo a las telas nacionales y extranjeras cuales son las de mejor calidad para fabricar los bolsos y carteras?
- ¿Al realizar los pedidos de la materia prima como es la relación con los proveedores?
- ¿Cuáles son los aspectos favorables y desfavorables en la industria textil en Ecuador? Ventajas y desventajas
- ¿Qué tipo de telas aumentaron en producción y consumo en los últimos años de acuerdo con tendencias y moda?
- Describir en forma general los distintos pasos involucrados en la elaboración de productos textiles, desde la obtención de materia prima en adelante.
- Actualmente con la tendencia ecológica ¿Qué opina del reciclaje de las telas y utilizarlas en distintos productos?

## Guión Grupo Focal

### GRUPOS FOCALES

#### PREGUNTAS

- ¿Qué palabra le viene a la mente cuando escucha lo siguiente? Moda - Colores -Bolsos (carteras)
- ¿Qué le gustaría ver en un bolso o cartera?
- ¿Qué colores utiliza más en bolsos?
- ¿Qué tamaño de bolsos o carteras utiliza?
- ¿Qué tipo de bolso utiliza? -Deportivo -Elegante -Casual
- ¿Qué le agrada más bolsos llanos o estampados?
- ¿Cuál cree usted que es la ventaja y desventaja de tener bolsos grandes?
- ¿Cuál cree usted que es la ventaja y desventaja de tener un bolso pequeño?
- Cuando escoge cierto tipo de bolsos. ¿Qué es lo que considera más importante para la decisión de la cartera o bolso correcto?
- Usted prefiere bolsos con -Cierre -Botones -Abiertos ¿Por qué razón?
- ¿Le gusta el material de los bolsos en exposición?
- Mencione alguna competencia directa de bolsos. ¿Cuál es la ventaja y desventaja de estos?
- ¿Qué opinión merece el producto en exposición?
- ¿Le gusta combinar las carteras con su ropa de vestir o zapatos?
- ¿Por qué los bolsos motivan la compra? De algunas razones
- ¿Cada cuanto tiempo usted invierte dinero en la compra de bolsos y carteras?
- ¿Qué le interesa más cuando invierte su dinero en bolsos?
- Material Calidad Precio Variedad Otros...
- ¿Le agrada la idea de mantener colecciones de bolsos? ¿Por qué?

- Comente de la idea de los bolos confeccionados con mano de obra de la internas del centro de rehabilitación de las mujeres de Quito. ¿Apoyaría a la compra de este producto?

## TAMAÑO DE LA MUESTRA

### MUESTRA

Según información del Proyección y Elaboración: MARKOP 2010, se registran 359.246 mujeres en la Provincia de Pichincha entre 15 y 29 años.

Provincia de Pichincha Datos Proyectos a 2010	
Edad	Mujeres
15-19	122,781
20-29	236,465

Fuente: MARKOP 2010  
Realizado por: Autoras

Aplicando la formula para calcular el tamaño de la muestra n:

$$n = \frac{Z_{\alpha/2}^2 * p * q * N}{e^2 (N-1) + Z_{\alpha/2}^2 p * q}$$

Donde:

N = Población

$z_{\alpha/2}$  = Coeficiente estadística dística para obtener el 95% de confianza, nos da un valor de 1,69

p = 50%

q = 50%

E = margen de error= 5

Aplicando la fórmula para calcular la muestra:

$$n = \frac{3.84 * 50 * 50 * 359246}{25 (359246-1) + 3.84 * 50 * 50} n = 383.59 \sim 384$$

**Modelo de Encuesta**

**ENCUESTA**

**UNIVERSIDAD DE LAS AMERICAS**

**ENCUESTA SOBRE BOLSOS Y CARTERAS DE TELA CON DISEÑOS  
ORIGINALES Y EXCLUSIVOS**

Somos estudiantes de la Universidad de las Américas, que realizamos una investigación sobre la aceptación de bolsos y carteras de tela en el mercado, con mano de obra del Centro de Rehabilitación de mujeres de Quito; su información proporcionada se usará para fines académicos.

**¿Qué edad tiene?**

15-19 20-29

**Sector:** Norte Centro Sur Valles

**Teléfono:**

1. Señale la marca de bolsos y carteras más conocida para usted. Elija una sola opción

Totto

Puma

Nike

Adidas

Boots&Bags

Nine West



2. ¿A qué atributos le da más importancia al momento de elegir un bolso? Enumere del 1 al 3. Siendo 1 la razón menos importante y 3 la más importante.

ATRIBUTOS	1	2	3
Diseño			
Color			
Precio			
Calidad			
Marca			
Moda			

3. ¿De qué color preferiría el bolso o cartera?

Rosado

Verde

Negro

Amarillo

Azul

Celeste

Blanco

Rojo

4. ¿Qué tamaño de bolso o cartera prefiere al momento de comprar?

Pequeño

Grande

Mediano

5. ¿Qué tipo de adorno le gustaría que tuviera?

Bordado

Lentejuelas

Pedrería

Ninguno

6. ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por este producto?

\$18-\$20

\$25-\$30

\$20-\$25

\$30-\$35

7. ¿Con que frecuencia compra un bolso o cartera? Señale con una X una sola respuesta.

Una vez al mes

Semestralmente

Cada tres meses

Una vez al año

8. ¿En qué lugares compra habitualmente bolsos y carteras?

Deprati

Etafashion

Totto

Fybeca

Megamaxi

Islas en centros comerciales

Otros indique: .....

9. ¿En qué ocasiones compra un bolso?

Navidad

Día de la madre

Cumpleaños

San Valentín

Otra indique: .....

10. Si encontrara una empresa que le ofrezca un bolso o cartera de buena calidad y que tengan precios aceptables, confeccionado con mano de obra del Centro de Rehabilitación de mujeres de Quito. Usted:

Definitivamente lo compraría

Definitivamente no lo compraría

Probablemente lo compraría

Probablemente no lo compraría

11. ¿Qué medio de comunicación utiliza más para ver y obtener información acerca de publicidad de un nuevo producto?

Twitter

Facebook

Revistas

Radio, televisión

Mensajes de texto

**ANEXO 8**

**Formato de verificación de entrega de materia prima, calidad y entrega de producto terminado.**

<b>MEDIDAS A CONSIDERAR</b>	<b>VERIFICACIÓN</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>
Controlar la materia prima al recibirla del proveedor	Entrega de materia prima e insumos en correcto estado y con las dimensiones pedidas.		
	Verificación de material recibido correspondiente a lo adquirido.		
Evitar pérdidas de materias primas e insumos durante el almacenamiento	Verificación y conteo de materiales e insumos antes de ser almacenados		
	Asegurar que las materias primas estén señalizadas para evitar errores por parte del personal.		
Evitar la pérdida innecesaria de materias primas e insumos durante la producción	Entrega de materia prima e insumos la cantidad necesaria para la semana de producción		
	Almacenamiento de materia prima e insumos para evitar pérdidas		
Controlar y optimizar el uso de materias primas	Verificación del tipo, cantidad y calidad e las materias primas		
	Cantidades de materias primas e insumos correspondientes a las necesidades reales de producción		
Optimizar la planificación de la producción	Maximización durante la producción el número de productos similares		
Evitar pérdidas del producto terminado	Verificación del material terminado cumpliendo los requisitos establecidos		

## **Beneficios del trabajador**

### **Obligaciones del empleador en Ecuador:**

- Celebrar un contrato de trabajo.
- Inscribir el contrato de trabajo en el Ministerio de Relaciones Laborales.
- Afiliar a tu trabajador a la Seguridad Social (IESS), a partir del primer día de trabajo, inclusive si es a prueba.
- Sueldo básico que debes pagar es de 240.00 Usd.
- Asumir el porcentaje que corresponde al empleador por la seguridad social.
- Pagar horas extras y suplementarias.
- Pagar los décimos tercero y cuarto.
- A partir del segundo año de trabajo pagar los Fondos de Reserva.

### **Si tú eres un trabajador recuerda que tienes los siguientes derechos:**

- Afiliación a la Seguridad Social.
- A percibir el sueldo básico.
- A percibir horas extras y suplementarias, en el caso que trabajes estas horas.

- A percibir los décimos tercero y cuarto en las fechas establecidas.
- A percibir los Fondos de Reserva a partir del segundo año de trabajo.

**En el caso de dar por terminada la relación laboral por acuerdo entre trabajador y empleador, recuerden hacer lo siguiente:**

Elaborar un Acta de Finiquito, en la que debe constar que dan por terminada la relación laboral, el último sueldo percibido por el trabajador, un desglose de los valores que se cancela al trabajador (% por décimos, vacaciones, horas extras y suplementarias, fondos de reserva). Esta acta que elabora el empleador debe ingresar a al Ministerio de Relaciones Laborales; y, una vez que el ministerio lo apruebe deben concurrir el empleador y el trabajador para la firma del Acta y la entrega de los valores.

## ANEXO 10

### Inventario de Producto Terminado

Ventas en Supermaxi y Fybeca:

Porcentaje de Ventas **80%**

Inventario Inicial para Fybeca y Megamaxi	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Bolsos Pequeños	160	182	206	234	266
Bolsos Medianos	267	303	344	390	443
Bolsos Grandes	213	242	275	312	354

Inventario Final para Fybeca y Megamaxi	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Bolsos Pequeños	182	206	234	266	292	
Bolsos Medianos	303	344	390	443	487	
Bolsos Grandes	242	275	312	354	389	
	726	824	936	1062	1168	4717

Ventas en Isla

Porcentaje de Ventas **20%**

Inventario Seguridad Isla	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Bolsos Pequeños	9	10	12	13	15	17
Bolsos Medianos	15	17	20	22	26	28
Bolsos Grandes	12	14	16	18	20	22

Inventario Inicial Isla	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Bolsos Pequeños	18	21	24	27	31	34
Bolsos Medianos	31	35	40	45	51	56
Bolsos Grandes	25	28	32	36	41	45

Inventario Final Isla	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Bolsos Pequeños	21	24	27	31	34
Bolsos Medianos	35	40	45	51	56
Bolsos Grandes	28	32	36	41	45

Inventario Final Total	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Bolsos Pequeños	203	230	261	296	326
Bolsos Medianos	338	383	435	494	543
Bolsos Grandes	270	307	348	395	434
	810	920	1.044	1.185	1.303

### Costo de Inventario de Producto Terminado

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Bolsos	\$ 7.002,10	\$ 8.081,57	\$ 9.104,19	\$ 10.275,13	\$ 11.275,76

Producción Anual:

Siguiendo la Formula:

(+) Inventario Final

(+) Ventas Anuales

(-) Inventario Inicial

Producción del Año

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Bolsos Pequeños	2.424	2.751	3.123	3.544	4.012
Bolsos Medianos	4.040	4.586	5.205	5.907	6.687
Bolsos Grandes	3.232	3.668	4.164	4.726	5.350
	9.696	11.005	12.491	14.177	16.050

**Producción del Inventario Inicial :**

**Inventario Inicial Año 1:**

	<b>Año 1</b>	<b>Días Producción</b>
Bolsos Pequeños	178	2,38
Bolsos Medianos	297	3,97
Bolsos Grandes	238	3,17
		<b>10</b>

**Costo Inventario Inicial:**

**MPD**

	<b>Bolsos</b>	<b>Metros</b>	<b>Costo</b>
Bolsos Pequeños	178	35,69	\$ 128,42
Bolsos Medianos	297	89,23	\$ 321,05
Bolsos Grandes	238	118,97	\$ 428,07
			<b>\$ 877,54</b>

**MOD**

	<b>Bolsos</b>	<b>Costo</b>
Bolsos Pequeños	178	\$ 330,15
Bolsos Medianos	297	\$ 773,33
Bolsos Grandes	238	\$ 737,64
		<b>\$ 1.841,13</b>

**MPI**

	<b>Bolsos</b>	<b>Costo</b>
Bolsos Pequeños	178	\$ 260,57
Bolsos Medianos	297	\$ 456,53
Bolsos Grandes	238	\$ 409,36
		<b>\$ 1.126,47</b>

**MOI**

**Capacidad de Internas**

**Tiempo de Trabajo Internas:**

**Numero de Bolsos a realizar:**

**Número de Internas:**

**Total de Bolsos Diarios**

**Capacidad Mensual**

**Capacidad Anual**

	<b>Valor</b>	<b>Unidad</b>
	4	Horas
	5	Bolsos
	15	Personas
	75	Bolsos
	1.500	Bolsos
	18.000	Bolsos

\* Para abastecer la producción inicial requerida se necesitan dos semanas previas laborables al año 1; **suponiendo** que el diseñador en la elaboración de bolsos y los moldes tardan un mes, el inicio de actividades de las personas mencionadas anteriormente se realizarán dos meses antes y sus pagos de sueldos formarán parte del costo de los inventarios iniciales.

<b>Sueldos y Salarios (OPERATIVOS)</b>	<b>Sueldo Mensual</b>	<b>Decimo Tercero</b>	<b>Decimo Cuarto</b>	<b>Aporte Patronal</b>	<b>Costo Total Mensual</b>	<b>Costo Total Dos Meses</b>
Supervisor de elaboración y diseño (diseñador)	\$ 1.600,0	\$ 133,3	\$ 22,0	\$ 194,4	\$ 1.949,7	\$ 3.899,5
Inspector de Calidad	\$ 300,0	\$ 25,0	\$ 22,0	\$ 36,5	\$ 383,5	\$ 766,9
					<b>MOI</b>	<b>\$ 4.666,37</b>

<b>Sueldos y Salarios (ADMINISTRATIVOS)</b>	<b>Sueldo Mensual</b>	<b>Decimo Tercero</b>	<b>Decimo Cuarto</b>	<b>Aporte Patronal</b>	<b>Costo Total Mensual</b>	<b>Costo Total Dos Meses</b>
Gerente General	\$ 2.000,00	\$ -	\$ -	\$ 243,00	\$ 2.243,00	\$ 4.486,00
Contador	\$ 300,00	\$ 25,00	\$ 22,00	\$ 36,45	\$ 383,45	\$ 766,90
						<b>\$ 5.252,90</b>

Otros Costos Indirectos	\$ 190,00
<b>Total Costo Inventario Inicial</b>	<b>\$ 8.701,50</b>
<b>Producidos</b>	<b>\$ 713,85</b>
<b>Costo Unitario</b>	<b>\$ 12,19</b>



## ANEXO 11 Inventario de Materia Prima Directa

### Producción Semanal Total

Producción semanal de bolsos promedio:	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Bolsos Pequeños	47	53	59	67	77
Bolsos Medianos	78	88	99	112	128
Bolsos Grandes	62	71	79	90	102

### Gabardina Victoria

Utilizaciones Materia Prima Directa	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	Total Año	Total Año	Total Año	Total Año	Total Año
Bolsos Pequeños	485	550	625	709	802
Bolsos Medianos	1.212	1.376	1.561	1.772	2.006
Bolsos Grandes	1.616	1.834	2.082	2.363	2.675

### Inventario Gabardina Victoria Inicial a Mantener :

Bolsos producción dos semanas	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Bolsos Pequeños	93	106	119	135	153	169
Bolsos Medianos	155	176	198	225	255	281
Bolsos Grandes	124	141	159	180	204	225

Gabardina Victoria Inventario Inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Metros Gabardina para Bolsos Pequeños met	19	21	24	27	31	34
Metros Gabardina para Bolsos Medianos	47	53	59	67	77	84
Metros Gabardina para Bolsos Grandes	62	71	79	90	102	112

Costos Gabardina Victoria Inventario Inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Costos Gabardina para Bolsos Pequeños met	\$ 67,09	\$ 76,15	\$ 88,71	\$ 104,38	\$ 122,82	\$ 140,06
Costos Gabardina para Bolsos Medianos	\$ 167,73	\$ 190,37	\$ 221,78	\$ 260,95	\$ 307,05	\$ 350,15
Costos Gabardina para Bolsos Grandes	\$ 223,64	\$ 253,83	\$ 295,70	\$ 347,94	\$ 409,40	\$ 466,87
Total de Costos de Inventario Inicial	\$ 458,46	\$ 520,35	\$ 606,19	\$ 713,27	\$ 839,28	\$ 957,08

### Inventario Gabardina Victoria Final a Mantener :

Gabardina Victoria Inventario Final	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Metros Gabardina para Bolsos Pequeños met	21	24	27	31	34
Metros Gabardina para Bolsos Medianos	53	59	67	77	84
Metros Gabardina para Bolsos Grandes	71	79	90	102	112

Costo Gabardina Victoria Inventario Final	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo Gabardina para Bolsos Pequeños met	\$ 76,15	\$ 88,71	\$ 104,38	\$ 122,82	\$ 140,06
Costo Gabardina para Bolsos Medianos	\$ 190,37	\$ 221,78	\$ 260,95	\$ 307,05	\$ 350,15
Costo Gabardina para Bolsos Grandes	\$ 253,83	\$ 295,70	\$ 347,94	\$ 409,40	\$ 466,87
Total de Costos de Inventario Final	\$ 520,35	\$ 606,19	\$ 713,27	\$ 839,28	\$ 957,08

(-) Inventario Inicial

(+) Utilizaciones de Materia Prima

(+) Inventario Final de Materia Prima

Compras de Materia Prima

Compras de Gabardina Victoria	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Metros Gabardina para Bolsos Pequeños met	487	553	628	713	806
Metros Gabardina para Bolsos Medianos	1.218	1.382	1.569	1.781	2.014
Metros Gabardina para Bolsos Grandes	1.624	1.843	2.093	2.375	2.685
Compras Metros de Materia Prima	3.330	3.778	4.290	4.869	5.505

### Costo Año Gabardina:

(+) Inventario Inicial

(+) Compras Materiales

(-) Inventario Final

Costo Materia Prima

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gabardina para Bolsos Pequeños metros	\$ 1.744,38	\$ 2.049,73	\$ 2.411,86	\$ 2.837,93	\$ 3.330,64
Gabardina para Bolsos Medianos	\$ 4.360,94	\$ 5.124,34	\$ 6.029,65	\$ 7.094,82	\$ 8.326,61
Gabardina para Bolsos Grandes	\$ 5.814,59	\$ 6.832,45	\$ 8.039,54	\$ 9.459,76	\$ 11.102,15
Costo de Materia Prima Gabardina	\$ 11.919,91	\$ 14.006,52	\$ 16.481,05	\$ 19.392,51	\$ 22.759,41

#### Popelina

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO</b>	<b>Total Año</b>	<b>Total Año</b>	<b>Total Año</b>	<b>Total Año</b>	<b>Total Año</b>
Bolsos Pequeños	485	550	625	709	802
Bolsos Medianos	1.212	1.376	1.561	1.772	2.006
Bolsos Grandes	1.616	1.834	2.082	2.363	2.675

#### Inventario Gabardina Victoria Inicial a Mantener :

Popelina Inventario Inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Metros Popelina para Bolsos Pequeños	19	21	24	27	31	34
Metros Popelina para Bolsos Medianos	47	53	59	67	77	84
Metros Popelina para Bolsos Grandes	62	71	79	90	102	112

Costos Popelina Inventario Inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Costos Popelina para Bolsos Pequeños metro	\$ 26,11	\$ 29,63	\$ 34,52	\$ 40,62	\$ 47,79	\$ 54,50
Costos Popelina para Bolsos Medianos	\$ 65,26	\$ 74,07	\$ 86,29	\$ 101,54	\$ 119,48	\$ 136,25
Costos Popelina para Bolsos Grandes	\$ 87,02	\$ 98,77	\$ 115,06	\$ 135,38	\$ 159,30	\$ 181,66
Total de Costos de Inventario Inicial	\$ 178,39	\$ 202,47	\$ 235,87	\$ 277,54	\$ 326,57	\$ 372,41

#### Inventario Popelina Final a Mantener :

Popelina Inventario Final	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Metros Popelina para Bolsos Pequeños	21	24	27	31	34
Metros Popelina para Bolsos Medianos	53	59	67	77	84
Metros Popelina para Bolsos Grandes	71	79	90	102	112

Costo Popelina Inventario Final	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo Popelina para Bolsos Pequeños metros	\$ 29,63	\$ 34,52	\$ 40,62	\$ 47,79	\$ 54,50
Costo Popelina para Bolsos Medianos	\$ 74,07	\$ 86,29	\$ 101,54	\$ 119,48	\$ 136,25
Costo Popelina para Bolsos Grandes	\$ 98,77	\$ 115,06	\$ 135,38	\$ 159,30	\$ 181,66
Total de Costos de Inventario Final	\$ 202,47	\$ 235,87	\$ 277,54	\$ 326,57	\$ 372,41

(-) Inventario Inicial

(+) Utilizaciones de Materia Prima

(+) Inventario Final de Materia Prima

Compras de Materia Prima

Compras de Popelina	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cantidad Popelina para Bolsos Pequeños met	487	553	628	713	806
Cantidad Popelina para Bolsos Medianos	1.218	1.382	1.569	1.781	2.014
Cantidad Popelina para Bolsos Grandes	1.624	1.843	2.093	2.375	2.685
Compras de Materia Prima	3.330	3.778	4.290	4.869	5.505

Costo Año Popelina	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gabardina para Bolsos Pequeños metros	\$ 678,75	\$ 797,56	\$ 938,47	\$ 1.104,25	\$ 1.295,97
Gabardina para Bolsos Medianos	\$ 1.696,86	\$ 1.993,90	\$ 2.346,17	\$ 2.760,63	\$ 3.239,93
Gabardina para Bolsos Grandes	\$ 2.262,49	\$ 2.658,54	\$ 3.128,23	\$ 3.680,84	\$ 4.319,90
Costo de Materia Prima Popelina	\$ 4.638,10	\$ 5.450,01	\$ 6.412,86	\$ 7.545,72	\$ 8.855,80

<b>Costo MPD</b>	\$ 16.558,00	\$ 19.456,52	\$ 22.893,92	\$ 26.938,23	\$ 31.615,21
------------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------

## ANEXO 12

### Inventario de Materia Prima Indirecta

#### Costo de Materia Prima Indirecta Inventario Inicial:

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Costos Popelina para Bolsos Pequeños metro	\$ 68,07	\$ 77,25	\$ 90,00	\$ 105,90	\$ 124,60	\$ 142,09
Costos Popelina para Bolsos Medianos	\$ 119,25	\$ 135,35	\$ 157,68	\$ 185,54	\$ 218,31	\$ 248,96
Costos Popelina para Bolsos Grandes	\$ 106,93	\$ 121,37	\$ 141,39	\$ 166,37	\$ 195,76	\$ 223,24
Total de Costos de Inventario Inicial	\$ 294,25	\$ 333,98	\$ 389,07	\$ 457,80	\$ 538,67	\$ 614,29

#### Costo Materia Prima Indirecta Inventario Final:

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo Popelina para Bolsos Pequeños metros	\$ 77,25	\$ 90,00	\$ 105,90	\$ 124,60	\$ 142,09
Costo Popelina para Bolsos Medianos	\$ 135,35	\$ 157,68	\$ 185,54	\$ 218,31	\$ 248,96
Costo Popelina para Bolsos Grandes	\$ 121,37	\$ 141,39	\$ 166,37	\$ 195,76	\$ 223,24
Total de Costos de Inventario Final	\$ 333,98	\$ 389,07	\$ 457,80	\$ 538,67	\$ 614,29

#### Compras de Materia Prima Indirecta:

(-) Inventario Inicial

(+) Utilizaciones de Materia Prima

(+) Inventario Final de Materia Prima

---

Compras de Materia Prima

## ANEXO 13

### Comisiones Megamaxi y Fybeca

Porcentaje Comisión por Producto Vendid 40%

Presupuesto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Bolsos Pequeños	1.920	2.179	2.473	2.807	3.186
Bolsos Medianos	3.200	3.632	4.122	4.679	5.310
Bolsos Grandes	2.560	2.906	3.298	3.743	4.248

Valor Venta	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Bolsos Pequeños	\$ 34.560,00	\$ 41.186,88	\$ 49.084,46	\$ 58.496,41	\$ 69.713,10
Bolsos Medianos	\$ 80.000,00	\$ 95.340,00	\$ 113.621,45	\$ 135.408,36	\$ 161.372,91
Bolsos Grandes	\$ 76.800,00	\$ 91.526,40	\$ 109.076,59	\$ 129.992,02	\$ 154.917,99

Comisiones Fybeca, Megamaxi	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Bolsos Pequeños	\$ 13.824,00	\$ 16.474,75	\$ 19.633,79	\$ 23.398,56	\$ 27.885,24
Bolsos Medianos	\$ 32.000,00	\$ 38.136,00	\$ 45.448,58	\$ 54.163,34	\$ 64.549,16
Bolsos Grandes	\$ 30.720,00	\$ 36.610,56	\$ 43.630,63	\$ 51.996,81	\$ 61.967,20
	\$ 76.544,00	\$ 91.221,31	\$ 108.713,00	\$ 129.558,72	\$ 154.401,60

## ANEXO 14

### Sueldos y Salarios

#### Sueldos y Salarios Proceso Productivo

Promedio Aumento: 7%

##### Año 1

Sueldos y Salarios	Sueldo Mensual	Sueldo Anual	Costo Hora	Horas Extras	Horas	Decimo	Decimo	Aporte Patronal	Fondo de Reserva	Costo Total Año
				Presupuestadas	Extras	Tercero	Cuarto			
Supervisor de elaboración y diseño (diseñador)	1.600,00	19.200,00	-	-	-	1.600,00	264,00	2.332,80	-	23.396,80
Inspector de Calidad	300,00	3.600,00	1,25	16,00	40,00	340,00	264,00	437,40	-	4.681,40
Operador de Logística	264,00	3.168,00	1,10	16,00	35,20	299,20	264,00	384,91	-	4.151,31
										<b>32.229,51</b>

##### Año 2

Sueldos y Salarios	Sueldo Mensual	Sueldo Anual	Costo Hora	Horas Extras	Horas	Decimo	Decimo	Aporte Patronal	Fondo de Reserva	Costo Total Año
				Presupuestadas	Extras	Tercero	Cuarto			
Supervisor de elaboración y diseño (diseñador)	1.712,00	20.544,00	-	-	-	1.712,00	264,00	2.496,10	1.712,00	26.728,10
Inspector de Calidad	321,00	3.852,00	1,34	16,00	42,80	363,80	264,00	468,02	363,80	5.354,42
Operador de Logística	282,48	3.389,76	1,18	16,00	37,66	320,14	264,00	411,86	320,14	4.743,57
										<b>36.826,08</b>

##### Año 3

Sueldos y Salarios	Sueldo Mensual	Sueldo Anual	Costo Hora	Horas Extras	Horas	Decimo	Decimo	Aporte Patronal	Fondo de Reserva	Costo Total Año
				Presupuestadas	Extras	Tercero	Cuarto			
Supervisor de elaboración y diseño (diseñador)	1.831,84	21.982,08	-	-	-	1.831,84	264,00	2.670,82	1.831,84	28.580,58
Inspector de Calidad	343,47	4.121,64	1,43	16,00	45,80	389,27	264,00	500,78	389,27	5.710,75
Operador de Logística	302,25	3.627,04	1,26	16,00	40,30	342,55	264,00	440,69	342,55	5.057,14
										<b>39.348,47</b>

##### Año 4

Sueldos y Salarios	Sueldo Mensual	Sueldo Anual	Costo Hora	Horas Extras	Horas	Decimo	Decimo	Aporte Patronal	Fondo de Reserva	Costo Total Año
				Presupuestadas	Extras	Tercero	Cuarto			
Supervisor de elaboración y diseño (diseñador)	1.960,07	23.520,83	-	-	-	1.960,07	264,00	2.857,78	1.960,07	30.562,74
Inspector de Calidad	367,51	4.410,15	1,53	16,00	49,00	416,51	264,00	535,83	416,51	6.092,02
Operador de Logística	323,41	3.880,94	1,35	16,00	43,12	366,53	264,00	471,53	366,53	5.392,66
										<b>42.047,42</b>

##### Año 5

Sueldos y Salarios	Sueldo Mensual	Sueldo Anual	Costo Hora	Horas Extras	Horas	Decimo	Decimo	Aporte Patronal	Fondo de Reserva	Costo Total Año
				Presupuestadas	Extras	Tercero	Cuarto			
Supervisor de elaboración y diseño (diseñador)	2.097,27	25.167,28	-	-	-	2.097,27	264,00	3.057,82	2.097,27	32.683,66
Inspector de Calidad	393,24	4.718,87	1,64	16,00	52,43	445,67	264,00	573,34	445,67	6.499,98
Operador de Logística	346,05	4.152,60	1,44	16,00	46,14	392,19	264,00	504,54	392,19	5.751,66
										<b>44.935,30</b>

**Sueldos Salarios Administrativos:**

**Año 1**

Sueldos y Salarios	Sueldo Mensual	Sueldo Anual	Decimo Tercero	Decimo Cuarto	Aporte Patronal	Fondo de Reserva	Costo Total
Gerente General	2.000,00	24.000,00	-	-	2.916,00	-	26.916,00
Jefe Comercial	900,00	10.800,00	900,00	264,00	1.312,20	-	13.276,20
Vendedor	264,00	3.168,00	264,00	264,00	384,91	-	4.080,91
Contador	300,00	3.600,00	300,00	264,00	437,40	-	4.601,40
							<b>48.874,51</b>

**Año 2**

Sueldos y Salarios	Sueldo Mensual	Sueldo Anual	Decimo Tercero	Decimo Cuarto	Aporte Patronal	Fondo de Reserva	Costo Total
Gerente General	2.140,00	25.680,00	-	-	3.120,12	2.140,00	30.940,12
Jefe Comercial	963,00	11.556,00	963,00	264,00	1.404,05	963,00	15.150,05
Vendedor	282,48	3.389,76	282,48	264,00	411,86	282,48	4.630,58
Contador	321,00	3.852,00	321,00	264,00	468,02	321,00	5.226,02
							<b>55.946,77</b>

**Año 3**

Sueldos y Salarios	Sueldo Mensual	Sueldo Anual	Decimo Tercero	Decimo Cuarto	Aporte Patronal	Fondo de Reserva	Costo Total
Gerente General	2.289,80	27.477,60	-	-	3.338,53	2.289,80	33.105,93
Jefe Comercial	1.030,41	12.364,92	1.030,41	264,00	1.502,34	1.030,41	16.192,08
Vendedor	302,25	3.627,04	302,25	264,00	440,69	302,25	4.936,24
Contador	343,47	4.121,64	343,47	264,00	500,78	343,47	5.573,36
							<b>59.807,60</b>

**Año 4**

Sueldos y Salarios	Sueldo Mensual	Sueldo Anual	Decimo Tercero	Decimo Cuarto	Aporte Patronal	Fondo de Reserva	Costo Total
Gerente General	2.450,09	29.401,03	-	-	3.572,23	2.450,09	35.423,34
Jefe Comercial	1.102,54	13.230,46	1.102,54	264,00	1.607,50	1.102,54	17.307,04
vendedor	323,41	3.880,94	323,41	264,00	471,53	323,41	5.263,29
Contador	367,51	4.410,15	367,51	264,00	535,83	367,51	5.945,01
							<b>63.938,69</b>

**Año 5**

Sueldos y Salarios	Sueldo Mensual	Sueldo Anual	Decimo Tercero	Decimo Cuarto	Aporte Patronal	Fondo de Reserva	Costo Total
Gerente General	\$ 2.622	31.459,10	-	-	3.822,28	2.621,59	37.902,98
Jefe Comercial	\$ 1.180	14.156,60	1.179,72	264	1.720,03	1.179,72	18.500,06
vendedor	\$ 346	4.152,60	346,05	264	504,54	346,05	5.613,24
Contador	\$ 393	4.718,87	393,24	264	573,34	393,24	6.342,69
							<b>68.358,96</b>

## ANEXO 15

### Costos

Inflación

3,67%

MATERIA PRIMA					Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	TELA TIPO	ANCHO	Mts Ext	Cant. Total	Costo x m2*	Costo x m2*	Costo x m2*	Costo x m2*	Costo x m2*	Costo x Unidad
Bolsos Pequeños	Gabardina Victoria	180	0,2	5	\$ 3,60	3,73	3,87	4,01	4,16	\$ 0,72
Bolsos Medianos	Gabardina Victoria	180	0,3	3,33	\$ 3,60	3,73	3,87	4,01	4,16	\$ 1,08
Bolsos Grandes	Gabardina Victoria	180	0,5	2	\$ 3,60	3,73	3,87	4,01	4,16	\$ 1,80

Precio de gabardina 1	2,59
Precio de gabardina 2	3,24
Precio de gabardina 3	3,12
Precio de gabardina 4	4,93
Precio de gabardina 5	4,11
<b>Pormedio</b>	<b>3,60</b>

\*Nota: el costo de la tela se genero un promedio por valor de Gabardina Victoria

MATERIA PRIMA						Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 1
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	TELA TIPO	ANCHO	METROS	Mts Ext	Cant. Total	Costo x m2*	Costo x m2*	Costo x m2*	Costo x m2*	Costo x m2*	Costo x Unidad
Bolsos Pequeños	Lona Lucia	180	1	0,2	5	\$ 3,90	\$ 4,04	\$ 4,19	\$ 4,35	\$ 4,50	\$ 0,78
Bolsos Medianos	Lona Lucia	180	1	0,3	3,33	\$ 3,90	\$ 4,04	\$ 4,19	\$ 4,35	\$ 4,50	\$ 1,17
Bolsos Grandes	Lona Lucia	180	1	0,5	2	\$ 3,90	\$ 4,04	\$ 4,19	\$ 4,35	\$ 4,50	\$ 1,95

MATERIA PRIMA						Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 1
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	TELA TIPO	ANCHO	METROS	Mts Ext	Cant. Total	Costo x m2*	Costo x m2*	Costo x m2*	Costo x m2*	Costo x m2*	Costo x Unidad
Bolsos Pequeños	Popelina	180	1	0,2	5	\$ 1,40	1,45	1,50	1,56	1,62	\$ 0,28
Bolsos Medianos	Popelina	180	1	0,3	3,33	\$ 1,40	1,45	1,50	1,56	1,62	\$ 0,42
Bolsos Grandes	Popelina	180	1	0,5	2	\$ 1,40	1,45	1,50	1,56	1,62	\$ 0,70

### COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

INSUMOS	BROCHES			HILOS			CIERRES			Estampado-Bordado			
	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	Cant. Total	Costo x Unidad	Costo Total	Cant. Total*	Costo x Unidad	Costo Total	Cant. Total	Costo x Unidad	Costo Total	Cant. Total	Costo x Unidad	Costo Total
Bolsos Pequeños		2	0,03	\$ 0,06	37	2,45	\$ 0,07	1	0,06	\$ 0,06	1	1,2	\$ 1,20
Bolsos Medianos		4	0,03	\$ 0,12	37	2,45	\$ 0,07	1	0,08	\$ 0,08	1	1,2	\$ 1,20
Bolsos Grandes		4	0,03	\$ 0,12	37	2,45	\$ 0,07	1	0,26	\$ 0,26	1	1,2	\$ 1,20

\* Nota: 37 Bolsos se fabrican con un rubro cuyo costo por unidad es 2,45

INSUMOS	Etiquetas + Stickers			Funda de Empaque			Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	Cant. Total	Costo x Unidad	Costo Total	Cant. Total	Costo x Unidad	Costo Total MPI	Costo Total MPI	Costo Total MPI	Costo Total MPI	Costo Total MPI	
Bolsos Pequeños		1	0,03	\$ 0,03	1	0,02	\$ 0,02	1,46	1,51	1,57	1,63	1,69
Bolsos Medianos		1	0,03	\$ 0,03	1	0,02	\$ 0,02	1,53	1,59	1,65	1,71	1,77
Bolsos Grandes		1	0,03	\$ 0,03	1	0,02	\$ 0,02	1,72	1,78	1,85	1,92	1,99

Materia Prima Indirecta	Costo Paquete 100 Agujas	Costo cada aguja	Costo por Bolso
Aguja recta c delgado*	30,00	0,30	0,01
Aguja overlock 14/90 *	40,00	0,40	0,01

\* El costo de una aguja nos permite realizar 40 bolsos en el mejor de los casos y en el peor 25 bolsos por lo que se ha realizado un promedio el cual es de 32

Otros						
Servicios Básicos	Total Mensual	Total Año 1	Total Año 2	Total Año 3	Total Año 4	Total Año 5
luz	\$ 25	\$ 300	330	363	399,3	439,23
Agua	\$ 10	\$ 120	132	145,2	159,72	175,692
Teléfono	\$ 60	\$ 720	792	871,2	958,32	1054,152
Total		\$ 1.140	\$ 1.254	\$ 1.379	\$ 1.517	\$ 1.669

Costos de Arriendo	Total Mensual	Total Año
Arriendo Oficina	\$ 500	\$ 6.000

#### Otros Datos

	Total Año 1	Total Año 2	Total Año 3	Total Año 4	Total Año 5
Publicidad	\$ 7.000,00	\$ 5.000,00	\$ 4.000,00	\$ 2.500,00	\$ 2.000,00
Suministros de Oficina	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00
Distribución	\$ 300,00	\$ 360,00	\$ 390,00	\$ 420,00	\$ 450,00

	Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Alquiler de Isla:	800,00	9.600,00	9.600,00	9.600,00	9.600,00	9.600,00

#### Elaboración de Bolsos:

MANO DE OBRA	CORTE	CONFECION	COSTO TOTAL Mano de Obra
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	Por Unidad	Por Unidad	
Bolsos Pequeños	0,10	1,75	1,85
Bolsos Medianos	0,10	2,50	2,60
Bolsos Grandes	0,10	3,00	3,10



## ANEXO 16

### VENTAS ANUALES

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Bolsos Pequeños	\$ 43.200	\$ 51.484	\$ 61.356	\$ 73.121	\$ 87.141
Bolsos Medianos	\$ 100.000	\$ 119.175	\$ 142.027	\$ 169.260	\$ 201.716
Bolsos Grandes	\$ 96.000	\$ 114.408	\$ 136.346	\$ 162.490	\$ 193.647
	\$ 239.200	\$ 285.067	\$ 339.728	\$ 404.871	\$ 482.505

\* Para determinar las cuentas por Cobrar finales se ha considerado el Periodo Promedio de Cobro de la Cartera como se muestra a continuación:

#### Periodo Promedio de Cobro

Isla (días)	0
Megamaxi y Fybeca (días)	60

\* Los días de Cobro como se muestran son de 60 para Megamaxi, Fybeca y de 0 para la Isla en el Centro Comercial debido a que los cobros se realizaran en efectivo usando la siguiente Formula del PPC las cuentas por Cobrar Finales para cada año son las siguientes.

$$\text{Ctas x Cobrar Finales} = \text{PPC} \times \text{Ventas a Crédito} / 365$$

Porcentaje de en Megamaxi, Fybeca

80%

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas a Crédito	\$ 191.360	\$ 228.053	\$ 271.782	\$ 323.897	\$ 386.004
Ctas por Cobrar Finales	\$ 31.456,44	\$ 37.488,21	\$ 44.676,57	\$ 53.243,31	\$ 63.452,71

### COMPRAS ANUALES ; CUENTAS X PAGAR FINALES.

\* Las cuentas por Pagar Finales basados en las compras anuales y su Periodo Promedio de Pago (basado en los acuerdos de créditos con los proveedores) se obtienen de la siguiente formula:

$$\text{Ctas x Pagar Finales} = \text{PPP} \times \text{Compras a Crédito} / 365$$

MATERIA PRIMA
Gabardina Victoria

Compras Materia Gabardina Dolares:

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gabardina para Bolsos Pequeños	\$ 1.753,43	\$ 2.062,30	\$ 2.427,53	\$ 2.856,37	\$ 3.347,89
Gabardina para Bolsos Medianos	\$ 4.383,59	\$ 5.155,74	\$ 6.068,83	\$ 7.140,92	\$ 8.369,71
Gabardina para Bolsos Grandes	\$ 5.844,78	\$ 6.874,32	\$ 8.091,78	\$ 9.521,22	\$ 11.159,62
Compras de Materia Prima	\$ 11.981,80	\$ 14.092,35	\$ 16.588,14	\$ 19.518,51	\$ 22.877,21

Proveedor Materia Prima Días Crédito	15
--------------------------------------	----

Ctas x Pagar Finales Gabardina	\$ 492,40	\$ 579,14	\$ 681,70	\$ 802,13	\$ 940,16
--------------------------------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------

**Popelina**

<b>Compras Año Popelina</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Costo Popelina para Bolsos Pequeños metros	\$ 682,27	\$ 802,45	\$ 944,57	\$ 1.111,43	\$ 1.302,68
Costo Popelina para Bolsos Medianos	\$ 1.705,68	\$ 2.006,12	\$ 2.361,41	\$ 2.778,57	\$ 3.256,70
Costo Popelina para Bolsos Grandes	\$ 2.274,23	\$ 2.674,83	\$ 3.148,55	\$ 3.704,76	\$ 4.342,26
Compras de Materia Prima	\$ 4.662,18	\$ 5.483,41	\$ 6.454,53	\$ 7.594,75	\$ 8.901,64

<b>Proveedor Materia Prima Días Crédito</b>	15
---	----

<b>Ctas x Pagar Finales Popelina</b>	\$ 191,60	\$ 225,35	\$ 265,25	\$ 312,11	\$ 365,82
--------------------------------------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------

**Costo Materia Prima Indirecta****MPI**

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Costo Gabardina para Bolsos Pequeños	\$ 3.548,58	\$ 4.177,39	\$ 4.916,25	\$ 5.784,73	\$ 6.784,62
Costo Gabardina para Bolsos Medianos	\$ 6.217,30	\$ 7.318,99	\$ 8.613,51	\$ 10.135,13	\$ 11.886,99
Costo Gabardina para Bolsos Grandes	\$ 5.574,95	\$ 6.562,83	\$ 7.723,60	\$ 9.088,01	\$ 10.658,88
Compras de Materia Prima Indirecta	\$ 15.340,83	\$ 18.059,21	\$ 21.253,36	\$ 25.007,86	\$ 29.330,49

<b>Proveedor Materia Prima Días Crédito</b>	15
---	----

<b>Ctas x Pagar Finales MPI</b>	\$ 630,45	\$ 742,16	\$ 873,43	\$ 1.027,72	\$ 1.205,36
<b>(+) MOD Producción</b>	\$ 18.570,00	\$ 21.176,67	\$ 24.149,24	\$ 27.539,07	\$ 31.404,73

Días de Pago a Internas 8

<b>Ctas x Pagar Finales Internas</b>	\$ 407,01	\$ 464,15	\$ 529,30	\$ 603,60	\$ 688,32
<b>Ctas x Pagar Finales</b>	\$ 1.721,46	\$ 2.010,79	\$ 2.349,68	\$ 2.745,56	\$ 3.199,67

**Comisiones Fybeca, Megamaxi**

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Bolsos Pequeños	\$ 13.824,00	\$ 16.474,75	\$ 19.633,79	\$ 23.398,56	\$ 27.885,24
Bolsos Medianos	\$ 32.000,00	\$ 38.136,00	\$ 45.448,58	\$ 54.163,34	\$ 64.549,16
Bolsos Grandes	\$ 30.720,00	\$ 36.610,56	\$ 43.630,63	\$ 51.996,81	\$ 61.967,20
	\$ 76.544,00	\$ 91.221,31	\$ 108.713,00	\$ 129.558,72	\$ 154.401,60

<b>Días Promedio de Pago Comisiones</b>	60
---	----

<b>Ctas x Pagar Finales</b>	\$ 12.582,58	\$ 14.995,28	\$ 17.870,63	\$ 21.297,32	\$ 25.381,08
-----------------------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------

## ANEXO 17

### PUNTO EQUILIBRIO DE LOS 3 PRODUCTOS

#### Costos Variables Productos

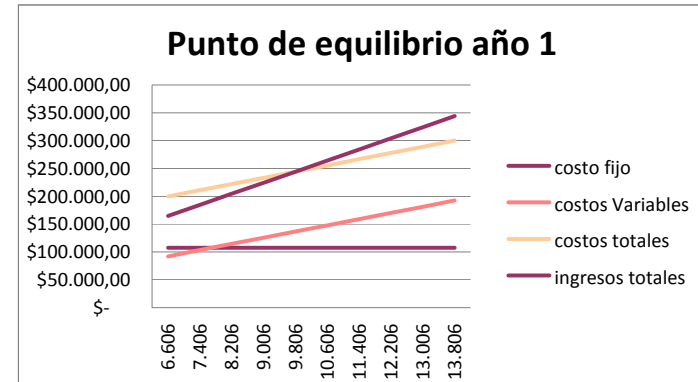
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Bolsos Pequeños	\$ 10,13	\$ 10,58	\$ 11,05	\$ 11,54	\$ 12,05
Bolsos Medianos	\$ 13,73	\$ 14,34	\$ 14,97	\$ 15,64	\$ 16,34
Bolsos Grandes	\$ 17,07	\$ 17,82	\$ 18,61	\$ 19,44	\$ 20,30

#### Costos Fijos

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
MOI Producción	\$ 32.229,51	\$ 36.826,08	\$ 39.348,47	\$ 42.047,42	\$ 44.935,30
Otros Costos Indirectos	\$ 1.140,00	\$ 1.254,00	\$ 1.379,40	\$ 1.517,34	\$ 1.669,07
Sueldos Vendedores	\$ 13.276,20	\$ 15.150,05	\$ 16.192,08	\$ 17.307,04	\$ 18.500,06
Publicidad	\$ 7.000,00	\$ 5.000,00	\$ 4.000,00	\$ 2.500,00	\$ 2.000,00
Alquiler Isla	\$ 9.600,00	\$ 9.600,00	\$ 9.600,00	\$ 9.600,00	\$ 9.600,00
Distribución	\$ 300,00	\$ 360,00	\$ 390,00	\$ 420,00	\$ 450,00
Sueldos Administrativo	\$ 35.598,31	\$ 40.796,71	\$ 43.615,52	\$ 46.631,65	\$ 49.858,91
Arriendo Oficinas	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00
Suministros de Oficina	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00
Gastos Amortizables	\$ 341,04	\$ 341,04	\$ 341,04	\$ 341,04	\$ 341,04
Depreciación de Activos Fijos	\$ 1.631,23	\$ 1.631,23	\$ 1.631,23	\$ 1.631,23	\$ 1.631,23
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 107.616,30</b>	<b>\$ 117.459,12</b>	<b>\$ 122.997,74</b>	<b>\$ 128.495,73</b>	<b>\$ 135.485,61</b>

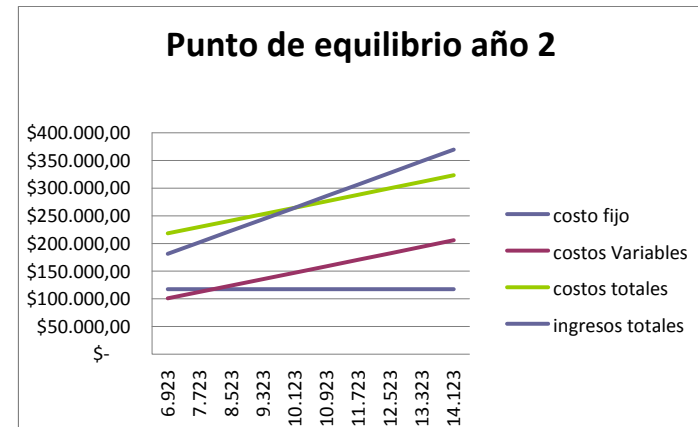
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	Participación	año 1		año 2		año 3		año 4		año 5	
		Unidades	Valor monetario	Unidades	Valor monetario	Unidades	Valor monetario	Unidades	Valor monetario	Unidades	Valor monetario
Bolsos Pequeños	25%	2.451	\$ 44.126,56	2.531	\$ 47.832,95	2.507	\$ 49.752,37	2.478	\$ 51.634,22	2.472	\$ 54.091,53
Bolsos Medianos	42%	4.086	\$ 102.144,81	4.218	\$ 110.724,43	4.178	\$ 115.167,51	4.130	\$ 119.523,67	4.120	\$ 125.211,88
Bolsos Grandes	33%	3.269	\$ 98.059,02	3.374	\$ 106.295,45	3.343	\$ 110.560,81	3.304	\$ 114.742,72	3.296	\$ 120.203,41
		9.806	\$ 244.330,38	10.123	\$ 264.852,84	10.028	\$ 275.480,69	9.912	\$ 285.900,61	9.889	\$ 299.506,82

Punto de equilibrio en el año 1					
Año 1	variación unidades			800	
ingresos totales	costo fijo	costos Variables	costos totales	Utilidad	no. unidades
\$ 164.597,05	\$ 107.616,30	\$ 92.099,62	\$ 199.715,92	\$ (35.118,87)	6.606
\$ 184.530,38	\$ 107.616,30	\$ 103.253,24	\$ 210.869,53	\$ (26.339,15)	7.406
\$ 204.463,72	\$ 107.616,30	\$ 114.406,85	\$ 222.023,15	\$ (17.559,43)	8.206
\$ 224.397,05	\$ 107.616,30	\$ 125.560,47	\$ 233.176,77	\$ (8.779,72)	9.006
<b>\$ 244.330,38</b>	<b>\$ 107.616,30</b>	<b>\$ 136.714,09</b>	<b>\$ 244.330,38</b>	<b>\$ -</b>	<b>9.806</b>
\$ 264.263,72	\$ 107.616,30	\$ 147.867,70	\$ 255.484,00	\$ 8.779,72	10.606
\$ 284.197,05	\$ 107.616,30	\$ 159.021,32	\$ 266.637,62	\$ 17.559,43	11.406
\$ 304.130,38	\$ 107.616,30	\$ 170.174,94	\$ 277.791,23	\$ 26.339,15	12.206
\$ 324.063,72	\$ 107.616,30	\$ 181.328,56	\$ 288.944,85	\$ 35.118,87	13.006
\$ 343.997,05	\$ 107.616,30	\$ 192.482,17	\$ 300.098,47	\$ 43.898,58	13.806



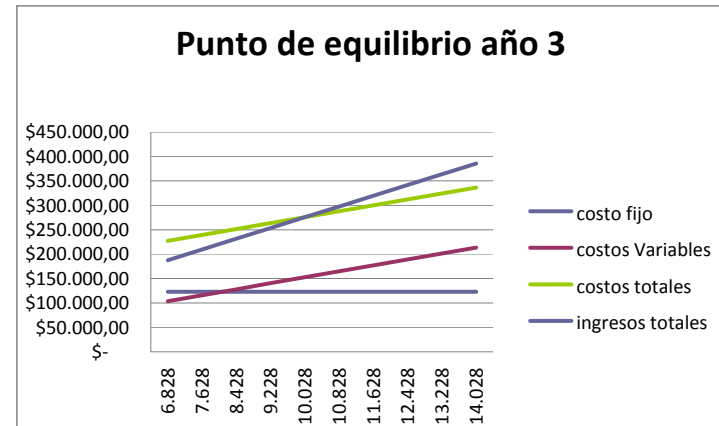
Año 2

Punto de equilibrio en el año 2					
Año 2	variación unidades			800	
ingresos totales	costo fijo	costos Variables	costos totales	Utilidad	no. unidades
\$ 181.132,84	\$ 117.459,12	\$ 100.802,55	\$ 218.261,67	\$ (37.128,84)	6.923
\$ 202.062,84	\$ 117.459,12	\$ 112.450,34	\$ 229.909,46	\$ (27.846,63)	7.723
\$ 222.992,84	\$ 117.459,12	\$ 124.098,13	\$ 241.557,25	\$ (18.564,42)	8.523
\$ 243.922,84	\$ 117.459,12	\$ 135.745,92	\$ 253.205,04	\$ (9.282,21)	9.323
<b>\$ 264.852,84</b>	<b>\$ 117.459,12</b>	<b>\$ 147.393,71</b>	<b>\$ 264.852,84</b>	<b>\$ -</b>	<b>10.123</b>
\$ 285.782,84	\$ 117.459,12	\$ 159.041,50	\$ 276.500,63	\$ 9.282,21	10.923
\$ 306.712,84	\$ 117.459,12	\$ 170.689,30	\$ 288.148,42	\$ 18.564,42	11.723
\$ 327.642,84	\$ 117.459,12	\$ 182.337,09	\$ 299.796,21	\$ 27.846,63	12.523
\$ 348.572,84	\$ 117.459,12	\$ 193.984,88	\$ 311.444,00	\$ 37.128,84	13.323
\$ 369.502,84	\$ 117.459,12	\$ 205.632,67	\$ 323.091,79	\$ 46.411,05	14.123



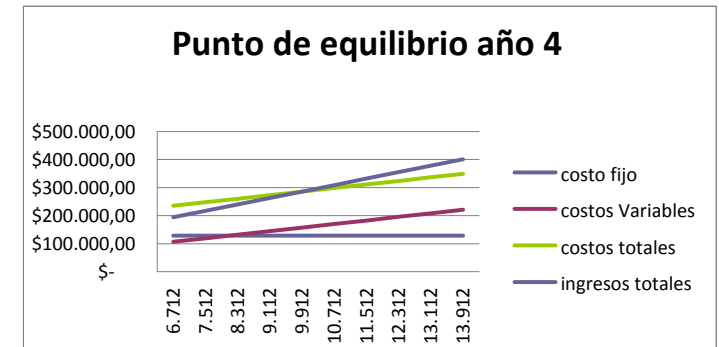
**Año 3**

Punto de equilibrio en el año 3					
Año 3	variación unidades			800	
ingresos totales	costo fijo	costos Variables	costos totales	Utilidad	no. unidades
\$ 187.574,69	\$ 122.997,74	\$ 103.825,58	\$ 226.823,32	\$ (39.248,63)	6.828
\$ 209.551,19	\$ 122.997,74	\$ 115.989,92	\$ 238.987,67	\$ (29.436,47)	7.628
\$ 231.527,69	\$ 122.997,74	\$ 128.154,27	\$ 251.152,01	\$ (19.624,31)	8.428
\$ 253.504,19	\$ 122.997,74	\$ 140.318,61	\$ 263.316,35	\$ (9.812,16)	9.228
<b>\$ 275.480,69</b>	<b>\$ 122.997,74</b>	<b>\$ 152.482,95</b>	<b>\$ 275.480,69</b>	<b>\$ -</b>	<b>10.028</b>
\$ 297.457,19	\$ 122.997,74	\$ 164.647,30	\$ 287.645,04	\$ 9.812,16	10.828
\$ 319.433,69	\$ 122.997,74	\$ 176.811,64	\$ 299.809,38	\$ 19.624,31	11.628
\$ 341.410,19	\$ 122.997,74	\$ 188.975,98	\$ 311.973,72	\$ 29.436,47	12.428
\$ 363.386,69	\$ 122.997,74	\$ 201.140,32	\$ 324.138,06	\$ 39.248,63	13.228
\$ 385.363,19	\$ 122.997,74	\$ 213.304,67	\$ 336.302,41	\$ 49.060,79	14.028



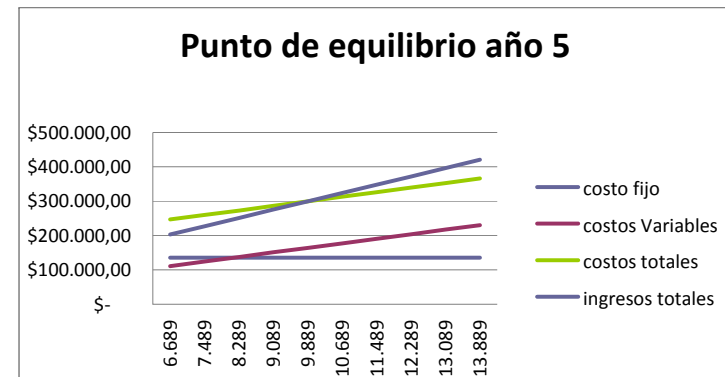
**Año 4**

Punto de equilibrio en el año 4					
Año 4	variación unidades			800	
ingresos totales	costo fijo	costos Variables	costos totales	Utilidad	no. unidades
\$ 193.599,31	\$ 128.495,73	\$ 106.587,66	\$ 235.083,39	\$ (41.484,08)	6.712
\$ 216.674,64	\$ 128.495,73	\$ 119.291,97	\$ 247.787,70	\$ (31.113,06)	7.512
\$ 239.749,96	\$ 128.495,73	\$ 131.996,28	\$ 260.492,00	\$ (20.742,04)	8.312
\$ 262.825,29	\$ 128.495,73	\$ 144.700,58	\$ 273.196,31	\$ (10.371,02)	9.112
<b>\$ 285.900,61</b>	<b>\$ 128.495,73</b>	<b>\$ 157.404,89</b>	<b>\$ 285.900,61</b>	<b>\$ -</b>	<b>9.912</b>
\$ 308.975,94	\$ 128.495,73	\$ 170.109,19	\$ 298.604,92	\$ 10.371,02	10.712
\$ 332.051,26	\$ 128.495,73	\$ 182.813,50	\$ 311.309,23	\$ 20.742,04	11.512
\$ 355.126,59	\$ 128.495,73	\$ 195.517,81	\$ 324.013,53	\$ 31.113,06	12.312
\$ 378.201,91	\$ 128.495,73	\$ 208.222,11	\$ 336.717,84	\$ 41.484,08	13.112
\$ 401.277,24	\$ 128.495,73	\$ 220.926,42	\$ 349.422,14	\$ 51.855,09	13.912



Año 5

Punto de equilibrio en el año 5					
Año 5	costo fijo	variación unidades		800	
ingresos totales	costo fijo	costos Variables	costos totales	Utilidad	no. unidades
\$ 202.590,46	\$ 135.485,61	\$ 110.946,17	\$ 246.431,77	\$ (43.841,31)	6.689
\$ 226.819,55	\$ 135.485,61	\$ 124.214,93	\$ 259.700,54	\$ (32.880,99)	7.489
\$ 251.048,64	\$ 135.485,61	\$ 137.483,69	\$ 272.969,30	\$ (21.920,66)	8.289
\$ 275.277,73	\$ 135.485,61	\$ 150.752,45	\$ 286.238,06	\$ (10.960,33)	9.089
<b>\$ 299.506,82</b>	<b>\$ 135.485,61</b>	<b>\$ 164.021,22</b>	<b>\$ 299.506,82</b>	<b>\$ -</b>	<b>9.889</b>
\$ 323.735,92	\$ 135.485,61	\$ 177.289,98	\$ 312.775,59	\$ 10.960,33	10.689
\$ 347.965,01	\$ 135.485,61	\$ 190.558,74	\$ 326.044,35	\$ 21.920,66	11.489
\$ 372.194,10	\$ 135.485,61	\$ 203.827,50	\$ 339.313,11	\$ 32.880,99	12.289
\$ 396.423,19	\$ 135.485,61	\$ 217.096,27	\$ 352.581,88	\$ 43.841,31	13.089
\$ 420.652,28	\$ 135.485,61	\$ 230.365,03	\$ 365.850,64	\$ 54.801,64	13.889



## ANEXO 18

### Sensibilidad

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	Precio	Precio	Precio	Precio	Precio
Bolsos Pequeños	\$ 16,91	\$ 17,76	\$ 18,64	\$ 19,58	\$ 20,56
Bolsos Medianos	\$ 23,49	\$ 24,66	\$ 25,89	\$ 27,19	\$ 28,55
Bolsos Grandes	\$ 28,18	\$ 29,59	\$ 31,07	\$ 32,63	\$ 34,26

FLUJO DE CAJA ESPERADO APALANCADO ( Análisis de Sensibilidad)							
AÑOS	0	1	2	3	4	5	6
INGRESOS		\$ 224.726,77	\$ 267.818,13	\$ 319.172,26	\$ 380.373,54	\$ 453.310,17	
<b>TOTAL INGRESOS</b>		<b>\$ 224.726,77</b>	<b>\$ 267.818,13</b>	<b>\$ 319.172,26</b>	<b>\$ 380.373,54</b>	<b>\$ 453.310,17</b>	
EGRESOS							
Costos de Venta		\$ 85.498,03	\$ 95.637,92	\$ 107.933,04	\$ 121.798,11	\$ 137.878,55	
Gastos generales		\$ 148.818,51	\$ 168.628,08	\$ 189.010,60	\$ 212.517,41	\$ 241.310,56	
Depreciaciones		\$ 1.631,23	\$ 1.631,23	\$ 1.631,23	\$ 1.631,23	\$ 1.631,23	
Amortizaciones		\$ 341,04	\$ 341,04	\$ 341,04	\$ 341,04	\$ 341,04	
<b>TOTAL EGRESOS</b>		<b>\$ 236.288,82</b>	<b>\$ 266.238,27</b>	<b>\$ 298.915,91</b>	<b>\$ 336.287,79</b>	<b>\$ 381.161,38</b>	
<b>UTILIDAD OPERATIVA</b>		<b>\$ (11.562,04)</b>	<b>\$ 1.579,86</b>	<b>\$ 20.256,35</b>	<b>\$ 44.085,75</b>	<b>\$ 72.148,78</b>	
15% Trabajadores		\$ -	\$ 236,98	\$ 3.038,45	\$ 6.612,86	\$ 10.822,32	
<b>UTILIDAD ANTES IMPUESTOS</b>		<b>\$ (11.562,04)</b>	<b>\$ 1.342,88</b>	<b>\$ 17.217,90</b>	<b>\$ 37.472,89</b>	<b>\$ 61.326,47</b>	
25% Impuesto a la renta		\$ -	\$ 335,72	\$ 4.304,47	\$ 9.368,22	\$ 15.331,62	
<b>UTILIDAD NETA</b>		<b>\$ (11.562,04)</b>	<b>\$ 1.007,16</b>	<b>\$ 12.913,42</b>	<b>\$ 28.104,67</b>	<b>\$ 45.994,85</b>	
Capital de trabajo							
+/- Variación Cuentas por Cobrar		\$ (29.553,11)	\$ (5.666,81)	\$ (6.753,42)	\$ (8.048,39)	\$ (9.591,67)	
+/- Variación Inventario		\$ 1.573,71	\$ (1.253,80)	\$ (1.240,10)	\$ (1.426,84)	\$ (1.239,90)	
+/- Variación Cuentas por Pagar		\$ 15.457,29	\$ 3.355,47	\$ 10.135,83	\$ 12.557,70	\$ 14.814,48	
Depreciaciones		\$ 1.631,23	\$ 1.631,23	\$ 1.631,23	\$ 1.631,23	\$ 1.631,23	
Amortizaciones		\$ 341,04	\$ 341,04	\$ 341,04	\$ 341,04	\$ 341,04	
Recuperación de Inversión							\$ 17.485,15
Valor de desecho							
<b>FLUJO NETO DE CAJA OPERACIONAL</b>		<b>\$ (22.111,88)</b>	<b>\$ (585,71)</b>	<b>\$ 17.028,01</b>	<b>\$ 33.159,41</b>	<b>\$ 51.950,04</b>	<b>\$ 17.485,15</b>
FLUJO DE INVERSIÓN:							
<b>INVERSIÓN INICIAL</b>	\$ (36.639,18)						
FLUJO NETO DE INVERSIÓN	\$ (36.639,18)						
FLUJO DE FINANCIAMIENTO:							
Credito Recibido Banco	\$ 14.655,67						
Intereses de Capital		\$ (1.294,92)	\$ (1.055,47)	\$ (792,16)	\$ (502,59)	\$ (184,16)	
Pago de Capital		\$ (2.402,07)	\$ (2.641,52)	\$ (2.904,84)	\$ (3.194,40)	\$ (3.512,83)	
Pago Accionistas		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
Ahorro Impuestos y participación			\$ -	\$ 382,61	\$ 287,16	\$ 182,19	
<b>FLUJO FINANCIAMIENTO</b>	<b>\$ 14.655,67</b>	<b>\$ (3.697,00)</b>	<b>\$ (3.697,00)</b>	<b>\$ (3.314,39)</b>	<b>\$ (3.409,84)</b>	<b>\$ (3.514,81)</b>	
<b>FLUJO NETO DE CAJA</b>	<b>\$ (21.983,51)</b>	<b>\$ (25.808,87)</b>	<b>\$ (4.282,71)</b>	<b>\$ 13.713,62</b>	<b>\$ 29.749,57</b>	<b>\$ 48.435,23</b>	<b>\$ 17.485,15</b>
<b>FLUJO NETO DE CAJA INICIAL</b>		<b>\$ 16.238,98</b>	<b>\$ (9.569,90)</b>	<b>\$ (13.852,61)</b>	<b>\$ (138,98)</b>	<b>\$ 29.610,59</b>	
<b>FLUJO NETO DE CAJA FINAL</b>	<b>\$ (21.983,51)</b>	<b>\$ (9.569,90)</b>	<b>\$ (13.852,61)</b>	<b>\$ (138,98)</b>	<b>\$ 29.610,59</b>	<b>\$ 78.045,82</b>	

Tasa de Decuento (CAPM Apalancad.)	9,89%
VAN (Valor Actual Neto)	\$ 0
TIR	9,89%