



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**Trabajo de titulación en la modalidad de proyecto de
emprendimiento previo a la obtención del Título de
Licenciados en Administración de Empresas**

**TEMA: “Creación y comercialización de una nueva
línea de ropa formal personalizada para damas en la
empresa Dinastía Palacios”**

AUTORES:

Kevin Eduardo López Lucina

Melanie Tamara Palacios Perugachi

TUTOR: Ing. MBA Iván Fernando Silva Ordoñez

AMBATO – ECUADOR

Septiembre 2022



APROBACIÓN DEL TUTOR

Ing. MBA Iván Fernando Silva Ordoñez

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del trabajo de Titulación “**Creación y comercialización de una nueva línea de ropa formal personalizada para damas en la empresa Dinastía Palacios**” presentado por los señores **Kevin Eduardo López Lucina** y **Melanie Tamara Palacios Perugachi**, para optar por el título de Licenciados en Administración de Empresas, **CERTIFICO**, que dicho proyecto ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 1 de septiembre del 2022



Ing. MBA Iván Fernando Silva Ordoñez
C.I.: 1802490548

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Nosotros, **Kevin Eduardo López Lucina** y **Melanie Tamara Palacios Perugachi**, declaramos que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previo para la obtención del Título de Licenciados en Administración de Empresas, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



Kevin Eduardo López Lucina
C.I: 1805098900



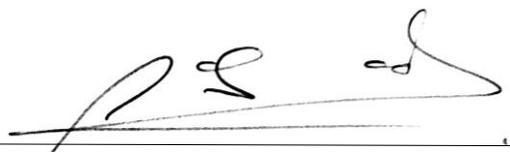
Melanie Tamara Palacios Perugachi
C.I: 1850217165

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos profesores calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.



Ing. Mg. Silvia Melinda Oyaque Mora
C.I: 1802993079



Lic. Mg. Mario Fernando Sigüenza Espín
C.I: 1801670975

Ambato, 1 de septiembre del 2022

DERECHOS DE AUTOR

Autorizamos a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedemos los derechos en línea patrimoniales de nuestro proyecto con fines de difusión pública, además aprobamos la reproducción de este proyecto dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando nuestros derechos de autor.



Kevin Eduardo López Lucina
C.I: 1805098900



Melanie Tamara Palacios Perugachi
C.I: 1850217165

AGRADECIMIENTO

Extiendo mi sincero agradecimiento a los pilares fundamentales en este largo proceso, desde un principio me extendieron su mano y apoyo en cada uno de los objetivos que me planteaba, mis padres como el mayor motor de motivación, para alcanzar uno de los ideales fundamentales para el desarrollo de mi vida profesional, Dios como la guía en cada una de las decisiones importantes para no desviar mi camino, la fe y esperanza de conseguir este gran logro.

Agradezco a la Universidad Técnica de Ambato y a la Facultad de Ciencias Administrativas por entregarme los instrumentos y herramientas necesarias para mi formación, al Ing. Fernando Silva por dirigir el trabajo de titulación, sus conocimientos y sugerencias en la realización de este.

Kevin Eduardo López Lucina

Quiero extender mi agradecimiento, primero a DIOS por la vida y las experiencias que me ha brindado para crecer como persona en esta etapa universitaria, a mi madre por ser una mujer luchadora y brindarme su ejemplo de constancia y trabajo arduo; a mi padre por ser el hombre de mi vida que con su ejemplo de alegría me ha enseñado afrontar los problemas con mente positiva y a mis hermanos por su apoyo incondicional en todo momento y sus consejos de ánimo para seguir en mi meta.

A cada uno de los docentes de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato, en especial al Ing. Fernando Silva que me ha proporcionado los conocimientos suficientes para alcanzar con el proyecto de Titulación, con la sabiduría necesaria para resolver cada una de las dificultades que ha existido en el transcurso de esta etapa.

Melanie Tamara Palacios Perugachi

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado en primera instancia a Dios, que me ha brindado el poder del conocimiento, sabiduría para poder culminar mi proceso universitario, la fuerza para seguir adelante a pesar de las dificultades en el camino, en segundo lugar a mi tío que ha cuidado de mi desde la niñez y que hoy por hoy me cuida desde el cielo, me ha llenado de enseñanzas, fortaleza para no rendirme, fue uno de los pilares fundamentales en la parte final de mi carrera, de esta manera han contribuido a la obtención de mi título y de una meta muy importante en mi vida.

Kevin Eduardo López Lucina

Dedico este proyecto de Titulación a DIOS, por depositar en mí, habilidades y capacidades para alcanzar mi meta, a mis queridos padres quien me han apoyado en cada una de mis decisiones, con sus palabras de aliento y constante paciencia, a mi familia que de una u otra forma han ayudado a culminar esta etapa universitaria, con sus enseñanzas y anécdotas que me han ayudado a tomar la decisión de ser una buena persona, a pesar de mis falencias.

Melanie Tamara Palacios Perugachi

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	
APROBACIÓN DEL TUTOR	ii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	iii
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO	iv
DERECHOS DE AUTOR	v
AGRADECIMIENTOS	vi
DEDICATORIA	vii
ÍNDICE GENERAL	viii
ÍNDICE DE TABLAS	xii
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	xv
RESUMEN EJECUTIVO	xii
ABSTRACT	xiii
CAPÍTULO I	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1 Definición del problema de investigación	1
1.1.1 Contextualización	1
1.1.2 Árbol de problemas	4
1.2 Análisis de problemas	5
1.3 Análisis de involucrados	6
1.4 Análisis de objetivos	8
1.5 Alternativas de solución	9
CAPÍTULO II	10
DESCRIPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO	10
2.1 Nombre del emprendimiento	10
2.2 Localización Geográfica	10
2.3 Justificación	11
2.4 Objetivos	12
2.4.1 Objetivo General	12
2.4.2 Objetivos Específicos	12
2.5 Beneficiarios	13
2.6 Resultados a alcanzar	13
CAPÍTULO III	14
ESTUDIO DE MERCADO	14

3.1 Descripción de los usos y características del producto	14
3.2 Segmentación de mercado.....	15
3.3 Proyección del mercado meta	16
3.4 Población.....	17
3.5 Muestra.....	17
3.6 Metodología de la investigación	18
3.6.1 Enfoque de estudio.....	18
3.6.2 Tipo de investigación	18
3.6.3 Instrumento	18
3.7 Tabulación, análisis e interpretación.....	19
3.8 Estudio de la demanda	34
3.8.1 Cálculo de Demanda	35
3.8.2 Demanda de personas.....	35
3.8.3 Proyección de la demanda en personas	36
3.8.4 Estudio de demanda de productos.....	37
3.8.5 Demanda proyectada en los productos.....	38
3.9 Estudio de la oferta.....	39
3.9.1 Oferta en personas.....	39
3.9.2 Estudio de la oferta en productos	41
3.9.3 Oferta proyectada en el producto	42
3.10 Mercado Potencial.....	43
3.11 Demanda potencial insatisfecha (DPI).....	43
3.12 Análisis de precio.....	45
3.13 Comercialización.....	48
3.13.1 Canales de comercialización	48
3.13.2 Canales de distribución	50
3.14 Matriz FODA	52
3.15 Matriz de perfil de Capacidad Interna (PCI)	53
3.16 Matriz de Perfil de las Oportunidades y Amenazas (POAM)	55
CAPÍTULO IV	57
ESTUDIO TÉCNICO	57
4.1 Tamaño optimo del proyecto	57
4.1.1 Factores determinantes de tamaño	57
4.1.2 Tamaño optimo	58

4.2 Localización	59
4.2. Localización optima	59
4.2.2 Macro Localización.....	61
4.2.3 Micro localización.....	61
4.3 Ingeniería de proyectos	62
4.3.1 Producto-Precio.....	62
4.3.2 Balance de materiales.....	68
4.3.3 Diagrama de flujo.....	70
CAPÍTULO V.....	79
ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....	79
5.1 Aspectos generales	79
5.2 Diseño organizacional.....	80
5.2.1 Niveles jerárquicos.....	80
5.2.2 Misión	81
5.2.3 Visión	81
5.2.4 Valores	81
5.3 Estructura Organizativa.....	82
5.4 Estructura Funcional	83
5.5 Manual de funciones	84
CAPÍTULO VI.....	88
ESTUDIO FINANCIERO.....	88
6.1 Ingresos Brutos.....	88
6.2 Activos fijos tangibles.....	89
6.3 Activos fijos intangibles.....	91
6.4 Activo circulantes o de capital de trabajo	92
6.4.1 Activo Corriente o Circulante	92
6.4.2 Pasivo Circulante	94
6.4.3 Capital de Trabajo.....	95
6.5 Resumen de las Inversiones	95
6.6 Financiamiento.....	96
6.7 Plan de inversiones.....	97
6.8 Presupuesto de costos y gastos.....	98
6.8.1 Situación Financiera Inicial.....	103
6.8.2 Situación Financiera Proyectada	105

6.8.3 Presupuesto de Ingresos	106
6.8.4 Estado de Resultados Proyectados	107
6.8.5 Flujo de Caja	108
6.9 Punto de Equilibrio	109
6.9.2 Punto de Equilibrio en Unidades de Producción.....	110
6.9.3 Punto de Equilibrio Graficado	111
6.10 Tasa de descuento y criterios alternativos para la evaluación proyectada ...	111
6.10.1 Calculo Tmar 1 sin Financiamiento	111
6.10.2 Calculo Tmar 2 sin financiamiento	112
6.10.3 Cálculo Tmar1 Global Mixto	113
6.10.4 Cálculo Tmar2 Global Mixto	113
6.11 Valor Presente Neto o Valor Actual Neto (VAN)	114
6.11.1 Cálculo VAN1	114
6.11.2 Cálculo VAN2.....	115
6.12 Indicadores Financieros	115
6.12.1 Índices de solvencia	115
6.12.2 Índice de liquidez	116
6.12.3 Índice de endeudamiento.....	116
6.12.4 Índice de Apalancamiento.....	117
6.13 Tasa beneficio-costo.....	117
6.14 Periodo de recuperación de la inversión	118
6.15 Tasa interna de retorno (TIR).....	119
6.16 Análisis de sensibilidad.....	120
6.16.1 Cuadro de sensibilidad	120
CAPÍTULO VII.....	121
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	121
7.1 Conclusiones	121
7.2 Recomendaciones.....	124
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	126

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Análisis de involucrados	6
Tabla 2	Beneficiarios	13
Tabla 3	Descripción del producto, características y usos.....	14
Tabla 4	Indicadores poblacionales Tungurahua.....	15
Tabla 5	Segmentación	15
Tabla 6	Proyección del mercado	16
Tabla 7	Pregunta 1.....	19
Tabla 8	Pregunta 2.....	20
Tabla 9	Pregunta 3.....	21
Tabla 10	Pregunta 4.....	22
Tabla 11	Precio Falda.....	23
Tabla 12	Precio Abrigos.....	23
Tabla 13	Precio Chaquetas.....	24
Tabla 14	Pregunta 6.....	25
Tabla 15	Pregunta 7.....	26
Tabla 16	Pregunta 8.....	27
Tabla 17	Pregunta 9.....	28
Tabla 18	Pregunta 10.....	29
Tabla 19	Pregunta 11.....	30
Tabla 20	Pregunta 12.....	31
Tabla 21	Pregunta 13.....	32
Tabla 22	Pregunta 14.....	33
Tabla 23	Aceptación del producto	36
Tabla 24	Aceptación del producto	36
Tabla 25	Demanda de productos.....	37
Tabla 26	Demanda proyectada en los productos.....	38
Tabla 27	Oferta en personas.....	40
Tabla 28	Proyección de oferta en personas	40
Tabla 29	Oferta en productos	42
Tabla 30	Oferta proyectada en el producto	42
Tabla 31	Demanda potencial insatisfecha.....	44

Tabla 32	Precio: Falda.....	45
Tabla 33	Precio: Abrigos.....	46
Tabla 34	Precio: Chaqueta	47
Tabla 35	Matriz FODA	52
Tabla 36	Ponderaciones	53
Tabla 37	Ponderaciones de Matriz PCI.....	54
Tabla 38	Ponderaciones de Matriz POAM	55
Tabla 39	Demanda potencial insatisfecha.....	58
Tabla 40	Valoración de impacto	60
Tabla 41	Matriz de localización por puntos ponderados.....	60
Tabla 42	Proceso de producción para chaqueta	63
Tabla 43	Proceso de producción para falda	65
Tabla 44	Proceso de producción para abrigos.....	67
Tabla 45	Materia prima directa	69
Tabla 46	Materiales indirectos	69
Tabla 47	Insumos	69
Tabla 48	Herramientas	70
Tabla 49	Simbología ASME	71
Tabla 50	Maquinaria	75
Tabla 51	Herramientas	76
Tabla 52	Muebles y enseres	76
Tabla 53	Referencia de distribución del espacio físico.....	77
Tabla 54	Niveles jerárquicos Dinastía Palacios	80
Tabla 55	Matriz Axiológica	81
Tabla 56	Manual de funciones Gerente General.....	84
Tabla 57	Manual de funciones Jefe Administrativo.....	85
Tabla 58	Manual de funciones Jefe Comercial	86
Tabla 59	Manual de funciones Jefe de Producción.....	87
Tabla 60	Ingresos Brutos.....	88
Tabla 61	Maquinaria	89
Tabla 62	Herramientas	89
Tabla 63	Muebles y enseres	90

Tabla 64	Total activos fijos.....	90
Tabla 65	Inversión en activos intangibles	91
Tabla 66	Ventas.....	93
Tabla 67	Total activo corriente o circulante.....	94
Tabla 68	Financiamiento.....	96
Tabla 69	Comparación de entidades financieras.....	97
Tabla 70	Plan de Inversión.....	97
Tabla 71	Materia Prima.....	99
Tabla 72	Materiales Indirectos.....	99
Tabla 73	Insumos	99
Tabla 74	Depreciación y Amortización	99
Tabla 75	Mantenimiento de maquinaria.....	100
Tabla 76	Mano de Obra Directa e Indirecta.....	101
Tabla 77	Total de Costos de Producción.....	101
Tabla 78	Servicios Básicos	102
Tabla 79	Total Costos Administrativas.....	102
Tabla 80	Préstamo Bancario	102
Tabla 81	Situación Financiera Inicial.....	103
Tabla 82	Estado de Situación Inicial.....	105
Tabla 83	Presupuesto de Ingreso.....	106
Tabla 84	Estado de Resultados Proyectado.....	107
Tabla 85	Flujo de Caja	108
Tabla 86	Costos Fijos y Variables.....	109
Tabla 87	Tmar1 Global	113
Tabla 88	Tmar2 Global	113
Tabla 89	Cuadro Comparativo de sensibilidad	120

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Árbol de problemas	4
Ilustración 2 Árbol de objetivos	8
Ilustración 3 Localización geográfica.....	10
Ilustración 4 Ubicación del local	11
Ilustración 5 Pregunta 1	19
Ilustración 6 Pregunta 2.....	20
Ilustración 7 Pregunta 3.....	21
Ilustración 8 Pregunta 4.....	22
Ilustración 9 <i>Precio: Falda</i>	23
Ilustración 10 Precio: Abrigo	24
Ilustración 11 Precio: Chaqueta.....	25
Ilustración 12 Pregunta 6.....	26
Ilustración 13 Pregunta 7.....	27
Ilustración 14 Pregunta 8.....	28
Ilustración 15 Pregunta 9.....	29
Ilustración 16 Pregunta 10.....	30
Ilustración 17 Pregunta 11.....	31
Ilustración 18 Pregunta 12.....	32
Ilustración 19 Pregunta 13.....	33
Ilustración 20 Pregunta 14.....	34
Ilustración 21 Demanda de personas	36
Ilustración 22 Demanda anual de productos.....	38
Ilustración 23 Oferta proyectada en personas.....	41
Ilustración 24 Oferta proyectada en productos.....	42
Ilustración 25 Oferta proyectada en personas.....	44
Ilustración 26 <i>Precio: Falda</i>	46
Ilustración 27 Precio: Abrigos	47
Ilustración 28 Precio: Chaqueta.....	48
Ilustración 29 Productor-Consumidor final.....	49
Ilustración 30 Demanda potencial insatisfecha Real.....	58

Ilustración 31	Macro Localización geográfica de Ambato	61
Ilustración 32	Micro localización	62
Ilustración 33	Diagrama de flujo para proceso de fabricación de chaqueta.....	72
Ilustración 34	Diagrama de flujo para proceso de fabricación de Falda	73
Ilustración 35	Diagrama de flujo para proceso de fabricación de abrigo	74
Ilustración 36	Distribución del espacio físico	78
Ilustración 37	Organigrama Estructural Dinastía Palacios.....	82
Ilustración 38	Organigrama funcional.....	83
Ilustración 39	Punto de Equilibrio.....	111

RESUMEN EJECUTIVO

La empresa Dinastía Palacios desde el inicio de sus labores se dedica a la elaboración de prendas de vestir formales para caballeros con altos estándares de calidad en la utilización de materia prima que se ajusta a cada uno de los presupuestos de los diferentes estatus sociales, para asegurar crecimiento y confianza dentro de los consumidores.

Implementación y apertura del mercado de vestimenta formal para dama, con un significado de personalización de cada una de las prendas, con el aprovechamiento de cada uno de los recursos efectivamente, para la construcción de un sentimiento emprendedor para nuevas generaciones y amplié la visión general de mejora administrativa, funcional y financiera de empresas emergentes.

Dentro de los procedimientos se detalla diferentes tipos de estudios, en los que se destaca el estudio financiero como parte fundamental para la obtención de datos de significancia en el análisis de precios, conjuntamente con la utilización del estudio técnico, donde se detalla el óptimo tamaño de la nueva línea de ropa, mediante un análisis organizacional establece los aspectos más generales en estructura organizativa y funcional de la empresa, finalmente con el análisis financiero llegar a determinar la viabilidad y factibilidad de la creación del emprendimiento en términos monetarios.

Creación y comercialización de una línea nueva de ropa formal para damas, pretende cubrir el porcentaje de demanda insatisfecha y generar índices altos de crecimiento, evolución dentro del mercado, todo esto con la utilización y cálculo de diferentes índices financieros que comprueben la rentabilidad y viabilidad de implementación de negocio.

PALABRAS CLAVES: EMPRENDIMIENTO, CREACIÓN, ROPA FORMAL, COMERCIALIZACIÓN

ABSTRACT

Since the beginning of its work, the company Dinastía Palacios has been dedicated to the elaboration of formal clothing for gentlemen with high quality standards in the use of raw material that adjusts to each one of the budgets of the different social statuses, to ensure growth and confidence among consumers.

Implementation and opening of the formal dress market for women, with a meaning of personalization of each one of the garments, with the use of each one of the resources effectively, for the construction of an entrepreneurial feeling for new generations and broaden the general vision of administrative, functional and financial improvement of emerging companies.

Within the procedures, different types of studies are detailed, in which the financial study stands out as a fundamental part for obtaining significant data in the price analysis, together with the use of the technical study, where the optimum size of the new clothing line, through an organizational analysis, establishes the most general aspects of the company's organizational and functional structure, finally, with the financial analysis, determining the viability and feasibility of creating the enterprise in monetary terms.

Creation and marketing of a new line of formal wear for ladies, aims to cover the percentage of unsatisfied demand and generate high rates of growth and evolution within the market, all this with the use and calculation of different financial indices that verify the profitability and viability of business implementation

KEY WORDS: ENTREPRENEURSHIP, CREATION, FORMAL WEAR, MARKETING

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Definición del problema de investigación

1.1.1 Contextualización

El origen de la moda y las prendas de vestir no tiene un comienzo específico ni estructurado, en otras palabras, surgían según las necesidades del hombre ha medida y transcurso de la historia para garantizar en cierta forma mayor comodidad, versatilidad en determinados trabajos como: caza, pesca, agricultura, entre muchas otras tareas, y en ciertos casos deportes, cabe resaltar, que muchas de las prendas y accesorios en un principio eran dirigidas únicamente para la población masculina, sin embargo, en el transcurso del tiempo se han establecido el uso tanto para damas y caballeros.

Durante muchos siglos, importante civilizaciones la población masculina y femenina han compartido un sin número de vestimenta entre las que destacan: túnicas, faldas, vestidos, entre otras prendas, en la cultura celta se estableció la utilización de los primeros pantalones con rayas y cuadros, extendiéndose su utilidad a diferentes clases entre las principales artesanos, mineros, campesinos, agricultores y de cierta manera la denominada clase pobre, el uso de esta prenda por parte de la sección femenina, se dio con la líder feminista Amelia Bloomer en los años 1818 a 1854, en la defensa del uso igualitario de este tipo de prendas de vestir que eran consideradas de uso exclusivo por los hombres (Yacsayauri , 2018).

En el año 1880 nace por primera vez el tejido denominado gabardina, caracterizado por sus muchos atributos transpirables, impermeables y resistentes, su funcionalidad llevo a crecer y desarrollarse durante la Primera Guerra Mundial, sus principales aficionados fueron generales de los ejércitos británicos, cabe considerar, las mujeres comenzaron a utilizarla una vez finalizada la Segunda Guerra Mundial, que en el año 1966 Yves Saint Laurent quien fue la encargada de transformar e implementar el primer smoking para dama, que se convertiría en unos de sus mayores logros y redefiniría la moda en general y su extensión alrededor del mundo (Reinoso , 2020).

Ecuador ha sido un país en el que ha desarrollado una amplia evolución a causa de la pandemia por el Coronavirus, en donde, se vio necesario el uso de prendas de ropa que

sean impermeables, el cual se da como resultado un retroceso en la utilización de la ropa formal tanto para damas como caballeros, a medida que la situación financiera y económica para las empresas en el sector textil, han tomado la iniciativa de la propuesta de nuevas líneas de ropa, debe señalarse una innovación solicitada por la necesidad de las personas, por estas razones se pudo soportar aquella crisis que en todo el mundo fue afectado, a pesar de ello, con el transcurso del tiempo y con la ejecución de las vacunas se ha logrado una reactivación económica y la reutilización de la ropa formal en los sectores empresariales (Sanchez, 2019).

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos-INEC, señalo que dentro del sector manufacturero en el año 2018 existió un total del 8.38% de empresas registradas, pero cabe destacar que después de la pandemia, ha existido una amplia variación de negocios que han decidido finalizar su funcionamiento y otras que han garantizado sus instalaciones para satisfacer las necesidades requeridas en las prendas de vestir. Por lo que ha garantizado un crecimiento de competitividad y una capacidad productiva en cada una de las nuevas líneas de vestimenta que han implementado en los últimos años.

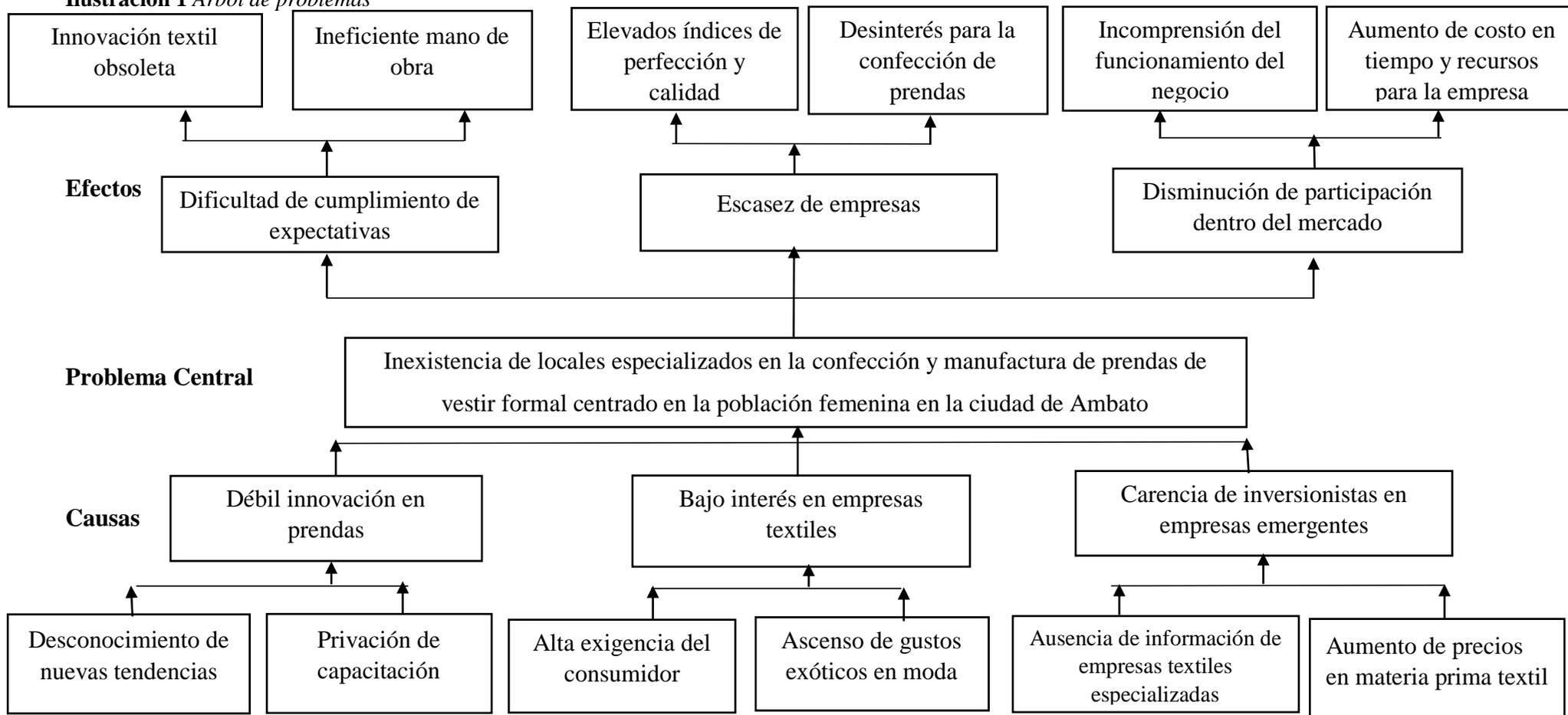
En la provincia de Tungurahua se cree que es evidente el estudio de los sectores productivos, para diagnosticar la producción en las prendas de vestir, es por ello, los posibles problemas como los excesivos costos de la producción, las leyes y normas tributarias, los créditos bancarios, la extensa competitividad y las cuentas por cobrar; lo que incide en el consumo propio de los productos, al promover la reactivación económica y emplear la utilización de ropa formal, en donde se evidenciara las características y atributos que garantizara la exclusividad en el precio, diseño o modelos para cada una de las ocasiones que se necesite.

En la industria textil ambateña se ha identificado la innovación en los diseños de corte y el cuidado de la calidad en sus prendas de vestir, cabe considerar la confección para garantizar al consumidor una experiencia única y de forma personal para cada uno de sus gustos y preferencias, uno de los componentes más importantes para la elaboración de las prendas es identificar la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las Actividades Económicas por lo que la vestimenta formal se encuentra con el código

C1410.02, en donde se encuentra las prendas de vestir como: pantalones, abrigos, trajes conjuntos, chaquetas, faldas, uniformes, camisas, entre otras.

1.1.2 Árbol de problemas

Ilustración 1 Árbol de problemas



Nota: Elaboración de autoría propia

1.2 Análisis de problemas

El desconocimiento de las nuevas tendencias se ha producido por la privatización de capacitación que existe dentro de la débil innovación de las prendas, es por eso, que da como resultado la inexistencia de locales especializados en la confección y manufactura de prendas de vestir formal centrado en la población femenina en la ciudad de Ambato, por lo tanto, es de suma dificultad el cumplimiento de las expectativas de los consumidores, en los cuales se denota la innovación textil obsoleta y la ineficiencia en la mano de obra.

La alta exigencia del consumidor se entiende en este sentido un ascenso de gustos exóticos en moda por lo que existe un bajo interés en empresas textiles, en el cual la inexistencia de locales especializados en la confección y manufactura de la vestimenta formal, en consecuencia, la escasez de empresas ha producido un elevado índice de perfeccionismo y control de calidad en que se provoca un desinterés en la confección de las prendas.

Desde tiempos atrás la ausencia de información de empresas textiles especializadas han sido un problema por el aumento de los precios en la materia prima, donde se evidencia una carencia de inversionistas en las empresas emergentes, por consiguiente, la inexistencia de locales especializados en prendas de vestir formal centrado en la población femenina se ha visto una disminución de participación dentro del mercado, por lo tanto, existe una incomprensión del funcionamiento del negocio y aumento de costo en tiempo y recursos para la empresa.

La empresa busca una innovación dentro de las prendas de vestir formal para el segmento femenino en donde se capacitará al personal, para la actualización de las nuevas tendencias para cumplir con las altas expectativas de los consumidores y alcanzar una innovación textil moderna para mantener una participación dentro del mercado a los inversionistas en empresas emergentes que necesite comprender el funcionamiento del negocio.

1.3 Análisis de involucrados

Tabla 1

Análisis de involucrados

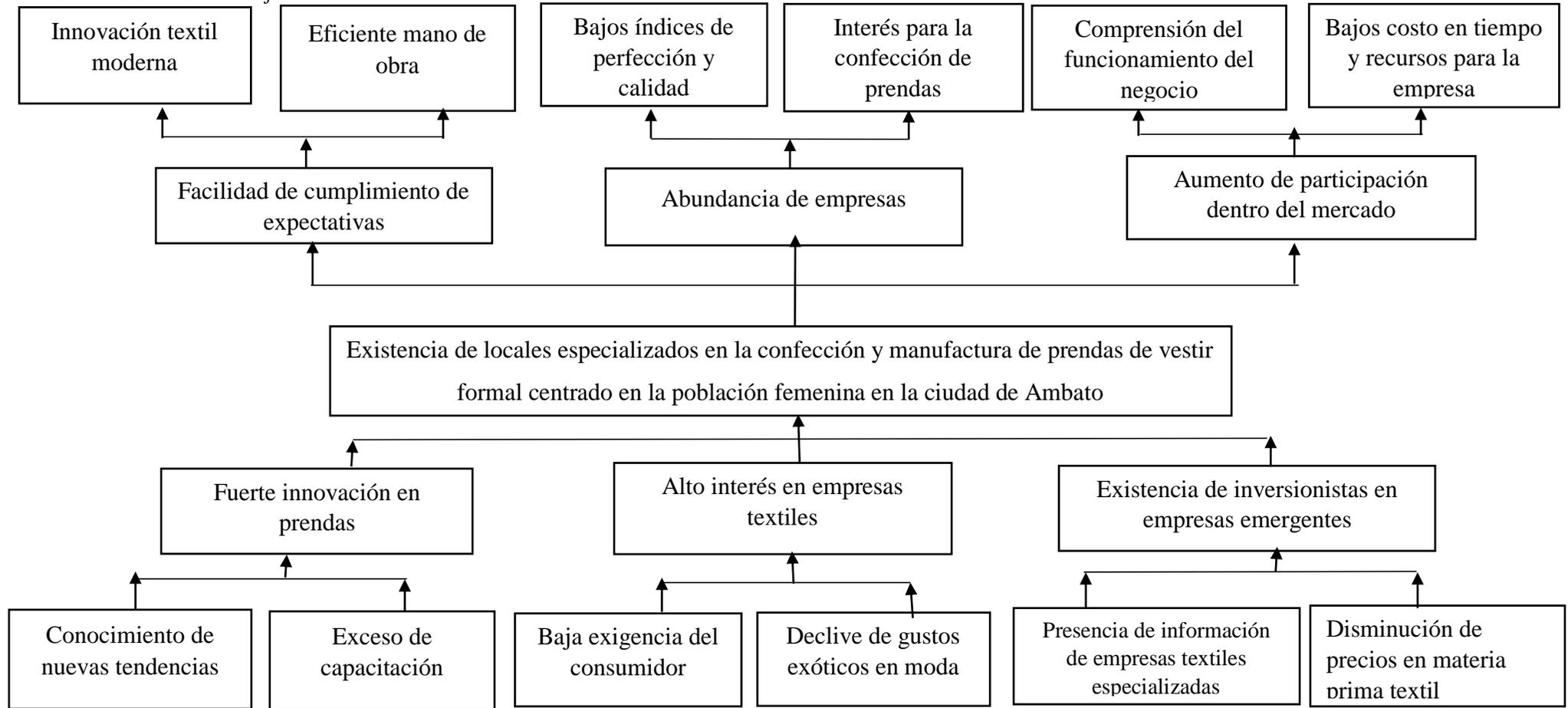
Grupos	Intereses	Problemas percibidos	Recursos y Mandatos
Clientes	Satisfacer sus necesidades de vestimenta	Inexistencia de locales especializados en ropa personalizada formal femenina	-Ley de defensa del consumidor y su reglamento. Art 4, literal 6.- Del derecho a la seguridad y protección del consumidor a publicidad engañosa o desleal y los métodos comerciales falsos
Obreros	Seguridad laboral y cumplimiento de los requerimientos internos de la organización	Capacitación inadecuada lo que influye en el rendimiento textil	-Código de trabajo Art 45.- obligaciones del trabajador. Son obligaciones del trabajador. a) cumplir con lo establecido en el contrato, con todos los requerimientos en forma, tiempo y lugar. e) Efectuar con los reglamentos internos
Personal Administrativo	Rendimiento y estabilidad económica y dentro del mercado textil	Inestabilidad del mercado textil en cuanto se refiere a vestimenta formal femenina	-Ley de defensa del artesano “2. Entregar uniformemente y centralizado todas aquellas herramientas necesarias de conocimiento general de industrias y de mercado y las posibilidades de trabajo.

Proveedores	Entrega de materia prima e insumos necesarios para la elaboración de prendas	Altos costos de materia prima (tela)	-ley de defensa del consumidor y su reglamento Art 4 literal 2.- derecho a que los proveedores privados y públicos puedan ofertar bienes y servicios de calidad y elegirlos con libertad.
--------------------	--	--------------------------------------	---

Nota: Descripción de análisis de involucrados- Autoría Propia

1.4 Análisis de objetivos

Ilustración 2 Árbol de objetivos



Nota: Elaboración de auditoria propia

1.5 Alternativas de solución

Creación de local de manufactura y confección de prendas de vestir formales para el género femenino

Lanzamiento de una nueva línea de ropa formal femenino dentro de la empresa Dinastía Palacios enfocada en la comercialización y producción

Asociación con una empresa productora de prendas de vestir en general para la elaboración conjuntamente de prendas formales femeninas

Adquisición de una organización obrera especializada en vestimenta formal

CAPÍTULO II

DESCRIPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO

2.1 Nombre del emprendimiento

Comercialización de nueva línea prendas de vestir personalizadas para el segmento femenino en la ciudad de Ambato dentro de la empresa Dinastía Palacios.

La nueva línea de ropa llevara el nombre “KM Stylus” que traducido al español consta del significado aguja, con el cual se pretende idealizar las nuevas maneras de confeccionar, elaborar y diseñar prendas de vestir formales diferentes que se acoplen a las diversas necesidades y expectativas de cada de una de las consumidoras.

Tipo de empresa: considerada microempresa familiar

2.2 Localización Geográfica

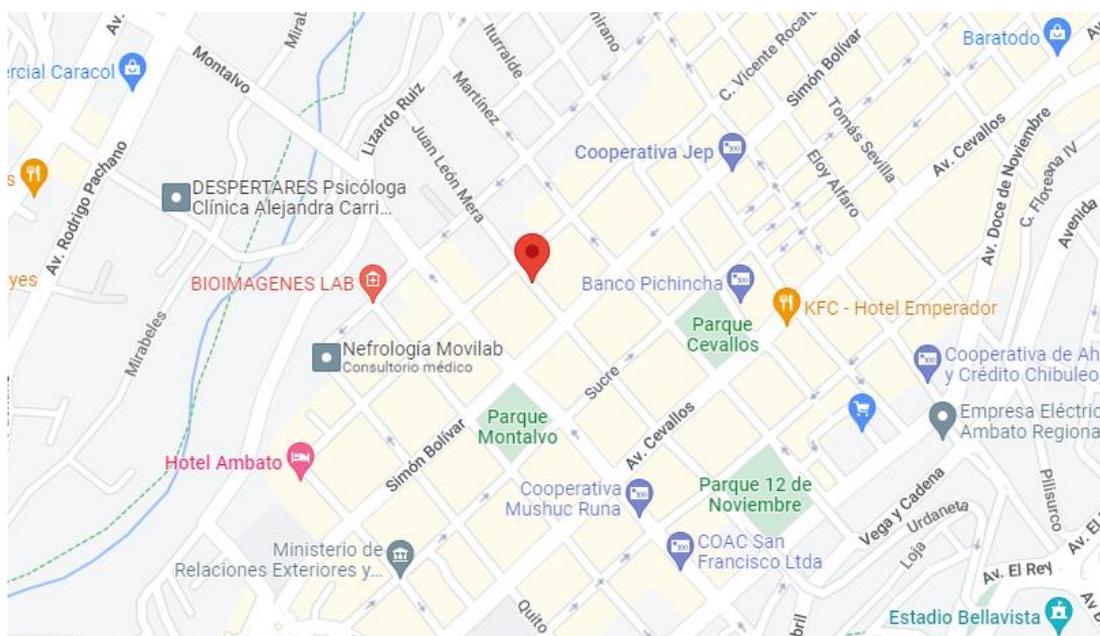
Dirección: Av. Mera 3-29 entre Bolívar y Rocafuerte

Provincia: Tungurahua

Cantón: Ambato

Ilustración 3

Localización geográfica



Nota: Ubicación geográfica del emprendimiento

Ilustración 4

Ubicación del local



Nota: Ubicación Local

2.3 Justificación

El emprendimiento nace por la escasa inexistencia de locales especializados en la creación y confección de prendas de vestir formales para damas dentro del Cantón Ambato, en resumidas cuentas, todas las organizaciones se centran en la población masculina, de cierta manera la comercialización de la poca variedad en vestimenta, solo se la puede encontrar en el denominado tallaje, referente a medidas estandarizadas, las cuales no son objeto de personalización o cambios, una de las principales diferencias se establece en medida en la atención al cliente con estatus de calidad y conformidad que permitirá realizar modificaciones, cambios según las necesidades y preferencias de cada uno de los consumidores.

La confección personalizada de las prendas contara con una accesibilidad para cualquier estatus y clase social, adaptándose a cada uno de los presupuestos para la población en general, todo el proyecto presentará un plan de negocios que determinará la viabilidad de la conformación del mismo, además de la presentación de toda la metodología e instrumentos necesarios para la conformación de estrategias de negocios, publicitaria, para el conocimiento de todos los insumos necesarios para el inicio y desarrollo de la idea de negocios dentro del mercado textil.

2.4 Objetivos

2.4.1 Objetivo General

Desarrollar una nueva línea de ropa formal personalizada para damas en la empresa Dinastía Palacios

2.4.2 Objetivos Específicos

- **Establecer un marco teórico referencial que justifique la razón de la creación de la nueva línea de ropa.**
- **Demostrar la factibilidad en razones económicas que demuestre la viabilidad y rentabilidad del emprendimiento.**
- **Presentar un plan de negocios para la comercialización de prendas de vestir femenina y su impacto en el mercado textil.**

2.5 Beneficiarios

Tabla 2

Beneficiarios

Implicados	Intereses	Beneficios
Clientes	<ul style="list-style-type: none">• Localizar prendas diferentes e innovadoras• Cumplir con las necesidades y preferencias	<ul style="list-style-type: none">• Vestimenta actualizada a las nuevas tendencias• Vestimenta adecuada y versátil
Proveedores	<ul style="list-style-type: none">• Acuerdos de confidencialidad	<ul style="list-style-type: none">• Intercambio seguro, económico e insumos
Personal	<ul style="list-style-type: none">• Negocio imparcial• Trabajo justo y razonable• Constante capacitación• Bienestar y seguridad	<ul style="list-style-type: none">• Relaciones estables• Estabilidad económica y psicológica• Mayores conocimientos y habilidades• Ambiente laboral sano y estable
Emprendedor	<ul style="list-style-type: none">• Reconocimiento en el mercado• Entrega de prendas de calidad• Generación de empleo	<ul style="list-style-type: none">• Mayores ingresos• Consumidores satisfechos• Reactivación de la economía

Nota: Elaboración de auditoría propia

2.6 Resultados a alcanzar

- Verificar la oferta y demanda para la realización de la idea de negocio y su aceptación mediante un estudio de mercado
- Análisis del sistema económico y su viabilidad en la conformación de la nueva línea de ropa mediante un estudio financiero

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

3.1 Descripción de los usos y características del producto

“KM Stylus” referente a la creación y confección de prendas de vestir femenina formal con un estilo innovador, personalizado y diferente conformado:

- **Chaqueta**
- **Falda**
- **Abrigo**

Tabla 3

Descripción del producto, características y usos

Producto	Descripción	Características	Usos
Chaqueta	La confección es totalmente personalizada a las medidas del consumidor y tipo sastre, con acabados de punta, utilización de maquinaria moderna y ojales electrónicos	La tela es al gusto y preferencia del cliente, la cual tendrá durabilidad, suavidad, elegancia y comfortable de usar para uniformes formales.	Vestimenta
Falda	Es la prenda necesaria para la confección de un terno formal femenino, donde se personaliza el modelo, con pretina ancha, con botones o con cierre	La falda se confecciona en tela al gusto del consumidor por ser elegante y versátil, para garantizar durabilidad en su uso diario.	Vestimenta
Abrigo	Es una prenda complementaria para días fríos y personalizado con diferentes funcionalidades con capucha, con cuello militar o con solapa.	Se confecciona en paño para garantizar calidez en la prenda y ser utilizada como una prenda para días fríos.	Vestimenta

Nota: López K., Palacios M., 2022.

3.2 Segmentación de mercado

El conjunto de elementos o personas de un determinado lugar se puede considerar de manera infinita o finita, para la determinación de la población y clasificar respectivamente las cualidades homogéneas en el determinado grupo heterogéneo, se considerará datos del último censo por el Instituto de Estadística y Censos, para determinar cifras detalladas de la provincia de Tungurahua.

Tabla 4

Indicadores poblacionales Tungurahua

Total Tungurahua	504.583 mil habitantes
Zona Urbana (50.1%)	252.796 mil habitantes
Zona Rural (49.9%)	251.786 mil habitantes
Género Femenino (51.5%)	259.860 mil habitantes
Género Masculino (48.5%)	244.722 mil habitantes

Nota: Estructura poblacional de la provincia de Tungurahua INEC 2010

La subdivisión de la población escogida es la considera como segmentación del mercado, donde se puede establecer los elementos muchos más limitado y estimar el objetivo meta para clasificarla de manera en sus variables geográficas y demográficas.

Tabla 5

Segmentación

VARIABLE SEGMENTACIÓN	VARIABLE	DATO	FUENTE	AÑO
Geográfica	Provincia del Tungurahua	504.583	INEC	2010
Demográfica	Población de Ambato	329.856	INEC	2010
Demográfica	Población económicamente activa	108.299	INEC	2010
Demográfica	Población femenina (51.5%)	259.860	INEC	2010
Demográfica	Población femenina de 25 a 69 años	83.446	INEC	2010

Nota: Estructura de segmentación del mercado meta. INEC 2010

Análisis

Se comprende en el mercado meta la utilización de variables demográficas y geográficas, en el cual, se determinó la población femenina que desempeña en una oficina por el INEC del 2010, en donde se evidencio a 83.446 mujeres que se encuentran económicamente activa en un rango de 25 a 69 años en el cual va dirigido el emprendimiento.

3.3 Proyección del mercado meta

En el año 2020 no existió el censo correspondiente por la presencia de la pandemia, el mismo que no se actualizado los datos, por lo tanto, se utilizaron las cifras del último censo del año 2010 para la proyección del mercado objetivo con una tasa de crecimiento poblacional del 1.56%.

Tabla 6

Proyección del mercado

AÑO	MERCADO OBJETIVO	TCP 1,56%
2010	83.446	1.302
2011	84.748	1.322
2012	86.070	1.343
2013	87.413	1.364
2014	88.776	1.385
2015	90.161	1.407
2016	91.568	1.428
2017	92.996	1.451
2018	94.447	1.473
2019	95.920	1.496
2020	97.416	1.520
2021	98.936	1.543
2022	100.480	

Nota: Segmentación del mercado meta INEC 2010

Análisis

En la ciudad de Ambato se dividió en grupos homogéneos femenino en un promedio de edades de 25 a 69 años, en donde se estimó la proyección para el año 2022 con un total de 100.480 mil habitantes, al cual se denota la nueva línea de ropa formal en la empresa Dinastía Palacios.

3.4 Población

En la población obtenida la misma que es proyectada en el 2022 se tiene un total de 100.480 mujeres que se encontraran en el segmento de estudio.

3.5 Muestra

Mediante la realización de la segmentación se establecerá el mercado meta el cual está dirigido el emprendimiento, al obtener una población de 83.446 personas referentes al segmento femenino, la aplicación de la muestra es de alta necesidad, debido a que permitirá reducir el tamaño y relevancia de la misma, mediante la utilización de una formula estadística, con la cual se trabajara y especificará el número de personas entre 25 y 69 años de edad, conjuntamente con un margen de error del 5%.

$$n = \frac{Z^2PQN}{Z^2PQ + Ne^2}$$

N: población de universo

n: Tamaño de la muestra

z: Nivel de confianza 1.96

P: Probabilidad a favor 50%

Q: Probabilidad en contra 50%

e: Margen de error 5%

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)(100.480)}{1,96^2(0,50)(0,50) + (100.480)(0,05)^2}$$

$$n = 383,69$$

$$n = 384 \text{ personas}$$

Con la aplicación de la formula estadística se determina el total de la población femenina a la cual será factible la aplicación del instrumento de la recolección de datos

para la obtención de información importante en donde se apoyará la idea de emprendimiento, en este caso un total de 384 personas dentro de la ciudad de Ambato.

3.6 Metodología de la investigación

3.6.1 Enfoque de estudio

El enfoque cuantitativo es el estudio donde se evidencia las características en las que se representan con un valor, para concluir con resultados cuantificados, y explicarlos de una manera clara y deductiva, mediante la utilización de métodos y herramientas estadísticas que puedan ayudar para dicho estudio (Flores, 2019).

Para la creación de la nueva línea de ropa femenina formal se empleará un enfoque cuantitativo, donde se analiza las variables que necesitan para estudiarlas, y recopilar datos reales y numéricos para la respectiva resolución de las preguntas que se han generado en el transcurso de las actividades.

3.6.2 Tipo de investigación

El tipo de investigación a utilizar se centra en la denominada de campo, mediante la cual se pretende realizar una recopilación de todas las fuentes más importantes para el estudio del presente proyecto, en este sentido, se comprende compilar toda aquella información y datos mediante una encuesta que permite encontrar la realidad de los datos obtenidos para la ejecución y formulación de la idea de emprendimiento (Nájera Galeas, 2017).

3.6.3 Instrumento

Encuesta

El método de recolección de información conocido como encuesta, permite la obtención de información realmente relevante, mediante la determinación de una muestra de un grupo poblacional específico, al cual aplica un llamado cuestionario con una serie de preguntas que permiten establecer todos los datos importantes en cuanto se requiere al nuevo lanzamiento de la línea de ropa formal, denota todas las características, gustos, expectativas, preferencias de la población encuestada en este caso, el segmento femenino de la ciudad Ambato (Roldán López, 2016).

3.7 Tabulación, análisis e interpretación

1. ¿Alguna vez ha escuchado de alguna empresa que ofrezca prendas de vestir femenina formal dentro de la ciudad Ambato?

Tabla 7

Pregunta 1

RESPUESTAS	FRECUENCIA MUESTRAL	FRECUENCIA MERCADO OBJETIVO	PORCENTAJE
SI	150	39.250	39%
NO	234	61.230	61%
Total	384	100.480	100%

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Ilustración 5

Pregunta 1



Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Análisis e interpretación

De una totalidad de 100.480 personas que conforman el 100% del mercado objetivo del emprendimiento, el 61% de las personas encuestas correspondiente a 61.230 mujeres desconocen la existencia de locales o empresas que ofrezcan prendas de vestir femeninas formal, mientras que el 39% correspondiente a 39.250 mujeres que consideran empresas como RM, ETA FASHION, Taty, Exquisit, Mango, de cierta manera elaboran prendas de estilo semiformal por tallas.

2. ¿Cree usted que la personalización de prendas de vestir femeninas es de gran importancia?

Tabla 8

Pregunta 2

RESPUESTAS	FRECUENCIA MUESTRAL	FRECUENCIA MERCADO OBJETIVO	PORCENTAJE
SI	354	92.630	92%
NO	30	7.850	8%
Total	384	100.480	100%

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Ilustración 6

Pregunta 2



Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Análisis e interpretación

De un total de 100.480 personas del segmento femenino, el 91% de las encuestadas referente a 91.583 mujeres están de acuerdo y consideran que es de gran importancia la personalización de prendas formales femeninas, no obstante, el 9% respectivo a 8.897 mujeres discrepan en que la personalización de las prendas no es un elemento fundamental e importante en la confección de prendas formales.

3. ¿Cree usted que la atención personalizada al cliente es un factor que influye en la adquisición de la prenda?

Tabla 9

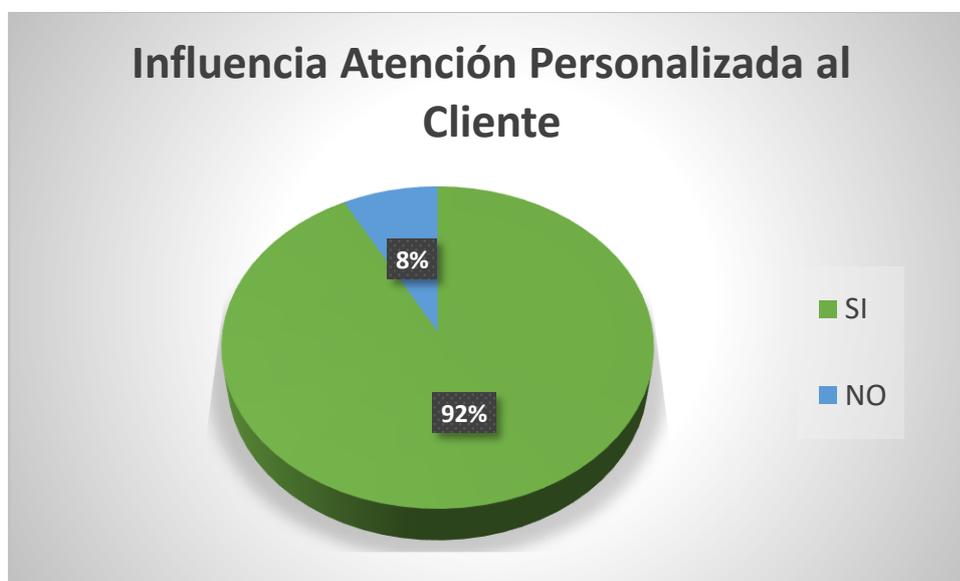
Pregunta 3

RESPUESTAS	FRECUENCIA MUESTRAL	FRECUENCIA MERCADO OBJETIVO	PORCENTAJE
SI	354	92.630	92%
NO	30	7.850	8%
Total	384	100.480	100%

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Ilustración 7

Pregunta 3



Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Análisis e interpretación

De 100.480 personas específicamente mujeres como el mercado objetivo del proyecto, el 92% que en consecuencia refiere a 92.630 mujeres establecen que una atención personalizada es un factor que influye mucho en la adquisición de una prenda, en efecto el 8% que en persona refleja 7.850 se muestran indiferentes a que la atención personalizada influye en adquirir o no adquirir una prenda.

4. ¿Cree usted que la ubicación geográfica de la empresa Dinastía Palacios en el centro de la ciudad es el adecuado?

Tabla 10

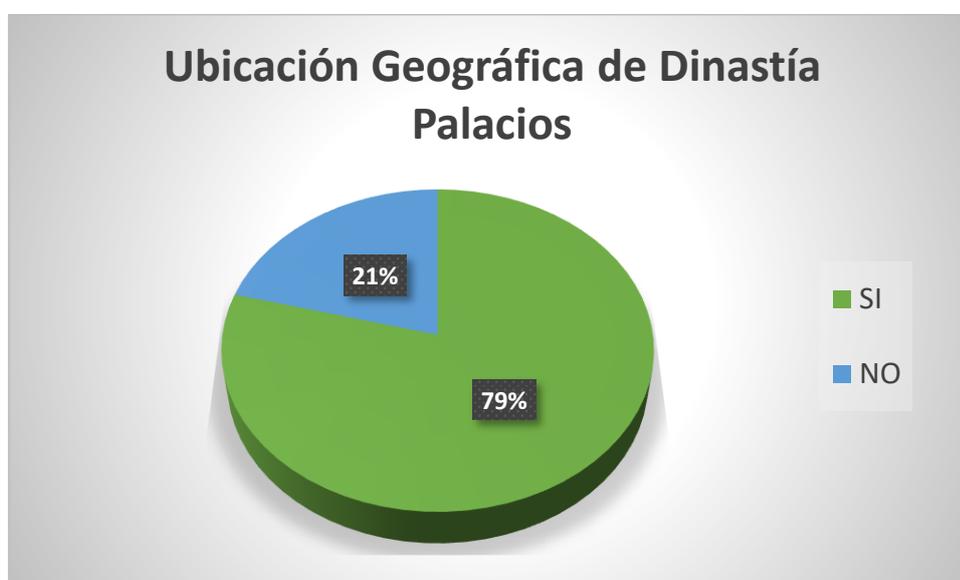
Pregunta 4

RESPUESTAS	FRECUENCIA MUESTRAL	FRECUENCIA MERCADO OBJETIVO	PORCENTAJE
SI	304	79.547	79%
NO	80	20.933	21%
Total	384	100.480	100%

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Ilustración 8

Pregunta 4



Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Análisis e interpretación

De un mercado objetivo total de 100.480 mujeres, el 79% que en número representa 79.547 concuerda que la ubicación geográfica de la empresa Dinastía Palacios en el centro de la ciudad de Ambato es el correcto, al ser un lugar más comercial de la zona, como también un punto neutral, por su parte el 21% que corresponde a 20.933 difiere con la ubicación de la empresa por diferentes circunstancias adversas la localización de este no es el adecuado.

5. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por cada una de las siguientes opciones?

Tabla 11

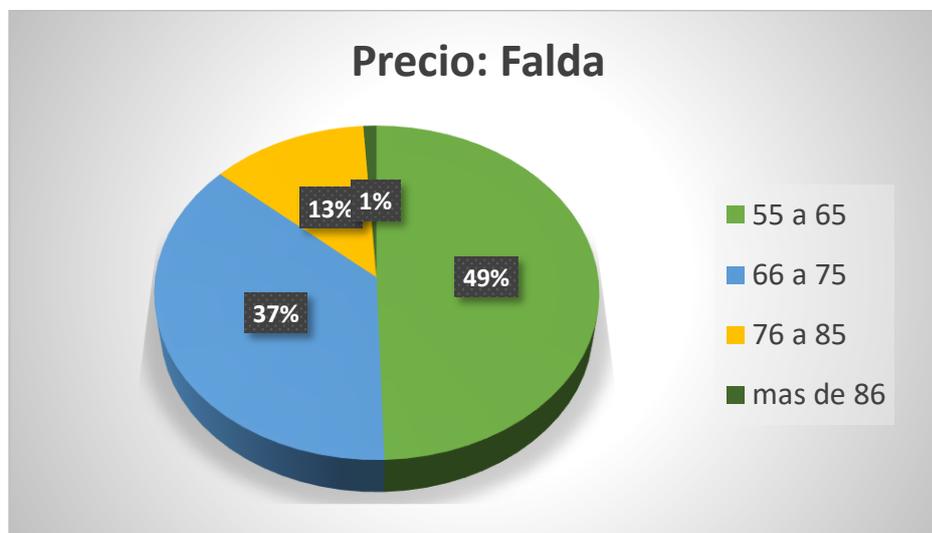
Precio Falda

RESPUESTAS	FRECUENCIA MUESTRAL	FRECUENCIA MERCADO OBJETIVO	PORCENTAJE
55 a 65	190	49.717	49%
66 a 75	142	37.157	37%
76 a 85	48	12.560	13%
Más de 86	4	1.047	1%
Total	384	100.480	100%

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Ilustración 9

Precio: Falda



Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Tabla 12

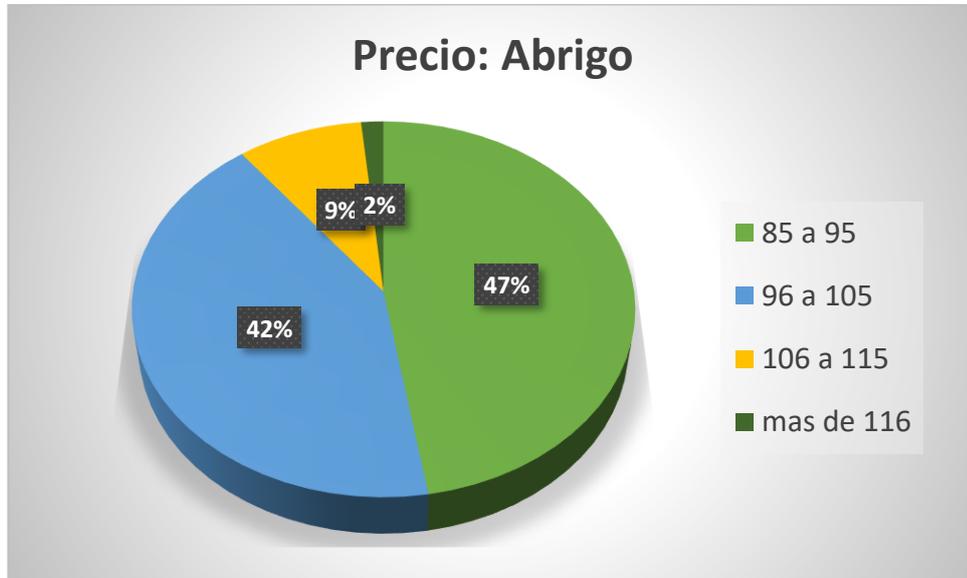
Precio Abrigos

RESPUESTAS	FRECUENCIA MUESTRAL	FRECUENCIA MERCADO OBJETIVO	PORCENTAJE
85 a 95	182	47.623	47%
96 a 105	162	42.390	42%
106 a 115	34	8.897	9%
Más de 116	6	1.570	2%
Total	384	100.480	100%

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Ilustración 10

Precio: Abrigo



Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Tabla 13

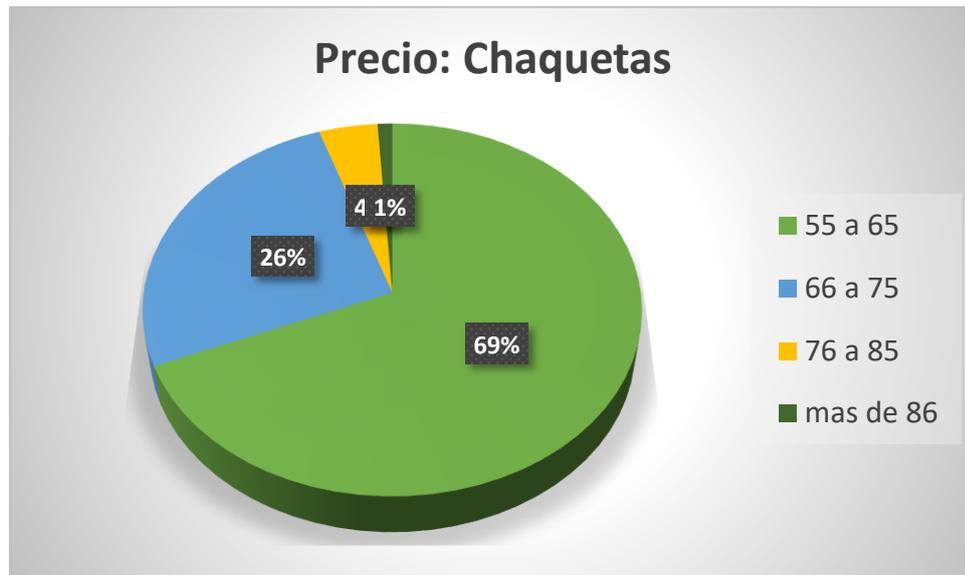
Precio Chaquetas

RESPUESTAS	FRECUENCIA MUESTRAL	FRECUENCIA MERCADO OBJETIVO	PORCENTAJE
55 a 65	264	69.080	69%
66 a 75	100	26.167	26%
76 a 85	16	4.187	4%
Más de 86	4	1.047	1%
Total	384	100.480	100%

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Ilustración 11

Precio: Chaqueta



Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Análisis e interpretación

De un total de 100.480 personas específicamente mujeres, el 49% que lo conforman 49.717 mujeres, están de acuerdo adquirir una falda a un precio de \$55 a \$65, por su parte el 47% de mujeres específicamente 47.623 en el apartado de la prenda abrigo se estarían dispuestas a pagar por un valor de \$85 a \$ 95 respectivamente, finalmente por una chaqueta el 69% de las encuestadas en razones numéricas 69.080 mujeres optan por un valor de \$55 a \$65 en montos adquisitivos.

6. ¿Qué promoción preferiría usted que se aplique al ser cliente frecuente de la nueva línea de ropa femenina en la empresa Dinastía Palacios?

Tabla 14

Pregunta 6

RESPUESTAS	FRECUENCIA MUESTRAL	FRECUENCIA MERCADO OBJETIVO	PORCENTAJE
Descuentos	190	49.717	49%
Regalos	76	19.887	20%
Facilidad de pago	118	30.877	31%
Total	384	100.480	100%

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Ilustración 12

Pregunta 6



Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Análisis e interpretación

De un total de 100.480 mujeres encuestadas, el 49% de las mismas correspondientes a un total de 49.717 prefiere que se aplique descuentos por ser clientes frecuentes, sin embargo, el 31% que corresponde a 30.877 mujeres, prefiere la aplicación de regalos por sus compras con frecuencia, finalmente con un porcentaje del 20% con una totalidad de 19.887 reside en la decisión de que se realicen métodos para facilidad de pago en la compra de las prendas.

7. ¿Mediante qué medios de comunicación prefería usted recibir información sobre nuevas tendencias de moda en ropa formal femenino?

Tabla 15

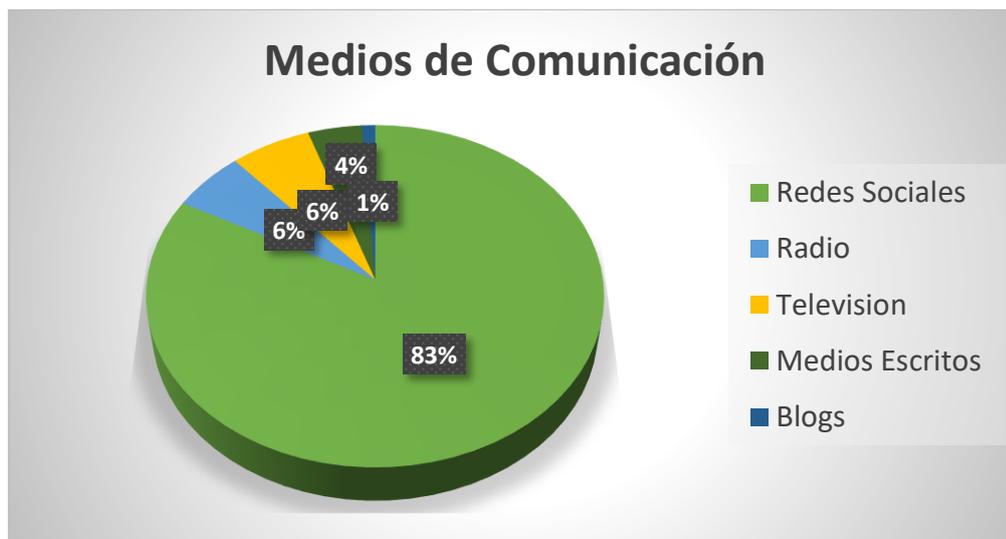
Pregunta 7

RESPUESTAS	FRECUENCIA MUESTRAL	FRECUENCIA MERCADO OBJETIVO	PORCENTAJE
Redes Sociales	318	83.210	83%
Radio	22	5.757	6%
Televisión	24	6.280	6%
Medios Escritos	16	4.187	4%
Blogs	4	1.047	1%
Total	384	100.480	100%

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Ilustración 13

Pregunta 7



Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Análisis e interpretación

Con una totalidad de 100.480 personas a las cuales enfoca el proyecto, el 83% que corresponde a 83.210 especifica que la mejor manera de recibir información sobre novedades de la nueva línea de ropa se la realice por medio de las redes sociales, mientras que únicamente el 1% de mujeres en su totalidad 1.047 prefieren que se lo realice por medio de los denominados blogs, de esta manera se enuncia la preferencia mayor en cuanto a difusión de información y la menos relevante.

8. ¿Dentro del método de pago usted cual preferirá al momento de comprar una prenda de vestir?

Tabla 16

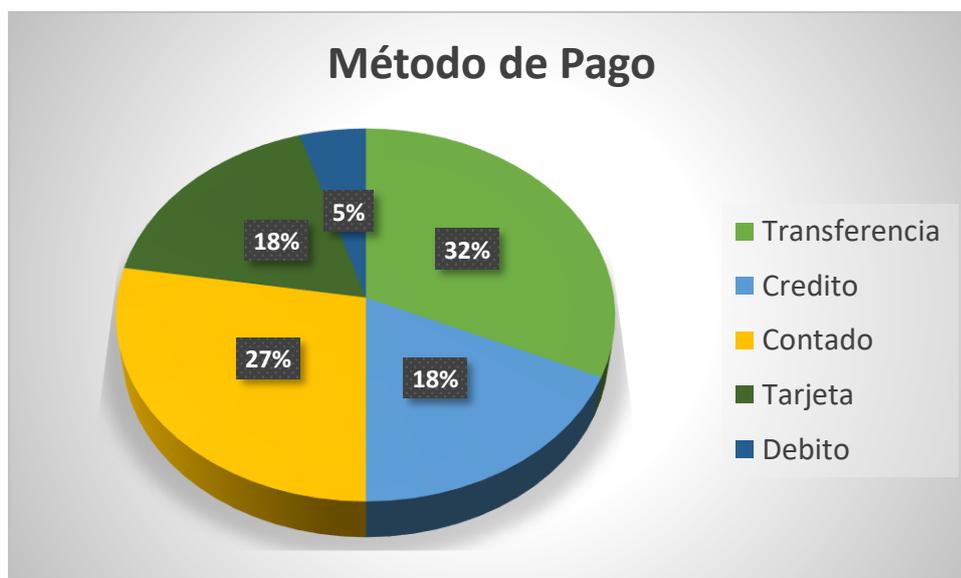
Pregunta 8

RESPUESTAS	FRECUENCIA MUESTRAL	FRECUENCIA MERCADO OBJETIVO	PORCENTAJE
Transferencia	122	31.923	32%
Crédito	70	18.317	18%
Contado	106	27.737	28%
Tarjeta	68	17.793	18%
Débito	18	4.710	5%
Total	384	100.480	100%

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Ilustración 14

Pregunta 8



Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Análisis e interpretación

En cuanto métodos de pago de un total de 100.480 personas, mujeres específicamente el 32% que corresponde a 31.923 prefiere que el método de pago y el más adecuado y fácil es por medio de transferencia bancaria, no obstante el 18% con un total de 18.317 prefiere que se aplique un crédito personalizado para conveniencia en el pago, también el 28% con un total de 27.737 específico que el método más eficiente es realizar los pagos de contado, y finalmente con el 5% correspondiente a 4.710 mujeres estableció que les resulta más fácil realizarlo por medio de una tarjeta de débito.

9. ¿Anualmente cuántas prendas de vestir adquiriría en la empresa Dinastía Palacios?

Tabla 17

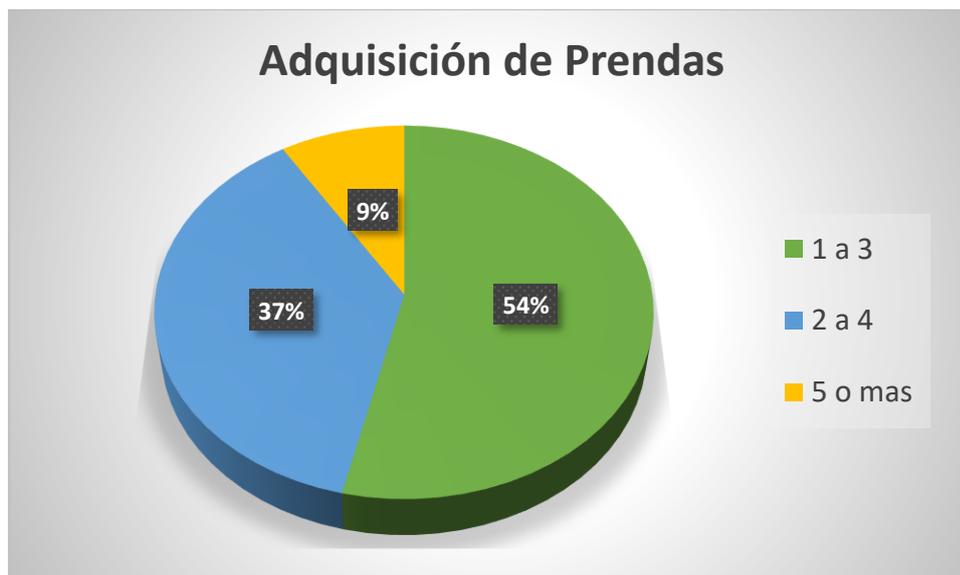
Pregunta 9

RESPUESTAS	FRECUENCIA MUESTRAL	F. MERCADO OBJETIVO	PORCENTAJE
1 a 3	206	53.903	54%
2 a 4	144	37.680	38%
5 o mas	34	8.897	9%
Total	384	100.480	100%

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Ilustración 15

Pregunta 9



Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Análisis e interpretación

De una totalidad de 100.480 mujeres a las que apunta el proyecto, el 54% correspondiente a 53.903 mujeres las mismas establecen que anualmente adquirirán un total de entre 1 a 3 trajes o prendas dentro de la empresa, mientras que el 38% con un total de 37.680 optan por adquirir de 2 a 4 ternos respectivamente, finalmente y no menos importante el 9% que corresponden a 8.897 podrán adquirir 5 o más trajes o prendas de vestir de la nueva línea de ropa formal femenina.

10. ¿Usted en algún momento ha escuchado sobre la empresa “Dinastía Palacios” que elabora prendas de vestir formal?

Tabla 18

Pregunta 10

RESPUESTAS	FRECUENCIA MUESTRAL	FRECUENCIA MERCADO OBJETIVO	PORCENTAJE
SI	228	59.660	59%
NO	156	40.820	41%
Total	384	100.480	100%

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Ilustración 16

Pregunta 10



Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Análisis e interpretación

Con un total de 100.480 mujeres enfocadas en el presente proyecto, el 59% correspondiente a un total de 59.660 indicaron conocer la empresa Dinastía Palacios por diferentes medios como, amigos, conocidos, familiares o el lugar de trabajo en el que laboran, mientras que el 41% correspondiente a 40.820 mujeres no tienen conocimiento de la organización.

11. ¿Qué tipo de prenda considera usted más adecuado para ocasiones con formalidad y eventos?

Tabla 19

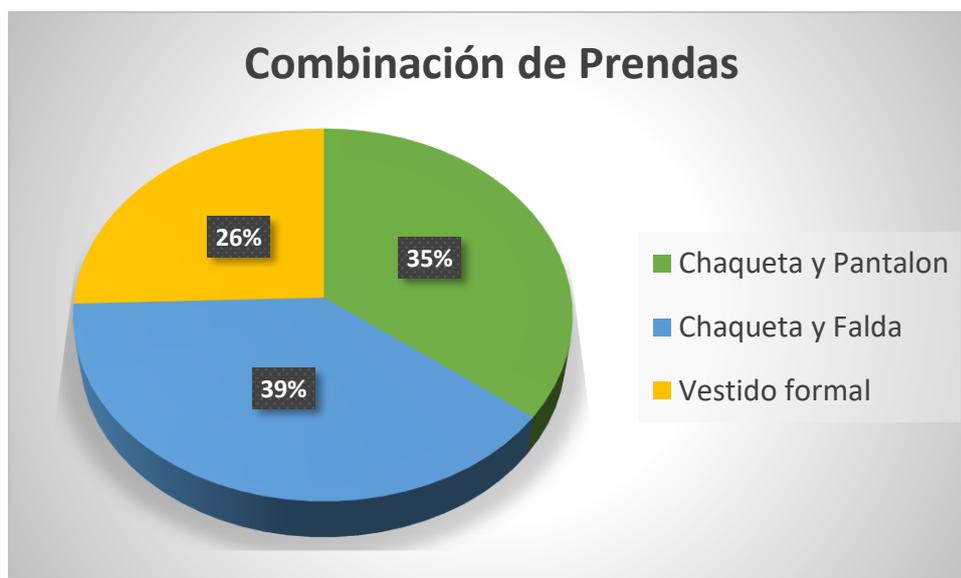
Pregunta 11

RESPUESTAS	FRECUENCIA MUESTRAL	FRECUENCIA MERCADO OBJETIVO	PORCENTAJE
Chaqueta y Pantalón	136	35.587	35%
Chaqueta y Falda	150	39.250	39%
Vestido formal	98	25.643	26%
Total	384	100.480	100%

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Ilustración 17

Pregunta 11



Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Análisis e interpretación

De un total de 100.480 mujeres encuestadas como objetivo del proyecto en general, el 39% con un total de 39.250 femeninas, indica que su preferencia a la hora de combinados para eventos formales es chaqueta y falda, sin embargo y con relevancia el 35% con un total de 35.587 mujeres prefiere la combinación de prendas que corresponde a chaqueta y pantalón, finalmente el 26% correspondiente a 25.543 encuestadas marcan su preferencia y tendencia por la utilización de un vestido formal.

12. ¿Con qué tipo de tela le gustaría usted que se le confeccione sus prendas de vestir?

Tabla 20

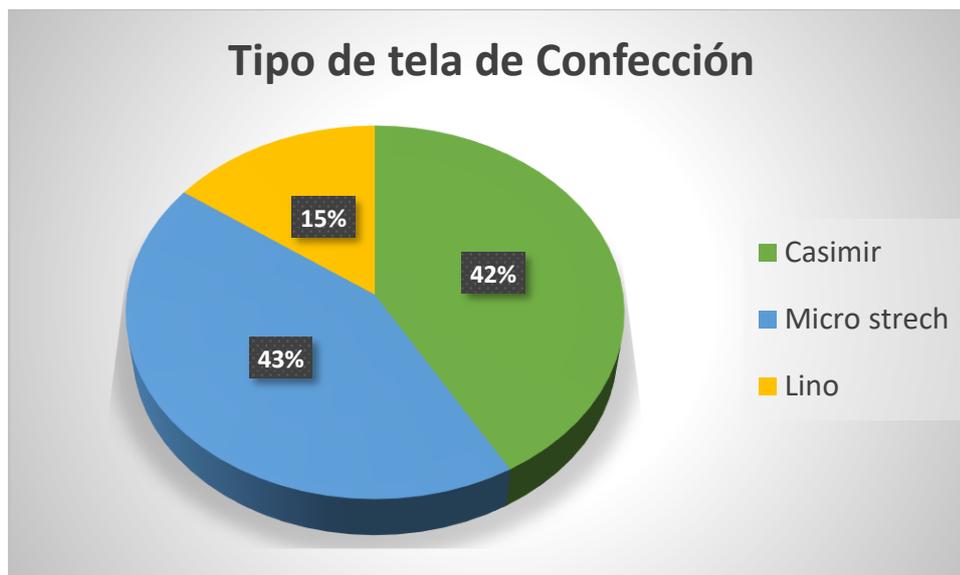
Pregunta 12

RESPUESTAS	FRECUENCIA MUESTRAL	FRECUENCIA MERCADO OBJETIVO	PORCENTAJE
Casimir	160	41.867	42%
Micro stretch	166	43.437	43%
Lino	58	15.177	15%
Total	384	100.480	100%

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Ilustración 18

Pregunta 12



Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Análisis e interpretación

De una totalidad de 100.480 mujeres encuestadas como parte del objetivo del proyecto, el 43% correspondientes a 43.437 mujeres indica su tendencia a la utilización del tipo de tela Micro stretch para la confección de las prendas de vestir, no obstante el 42% con un total de 41.867 encuestadas, prefieren la utilización de la tela Casimir, de esta manera se ha visto un claro margen mínimo de popularidad de estos dos tipos de tela, finalmente sin dejar atrás, tan solo el 15% de las encuestadas con un total de 15.177 elige al tipo de tela lino para la realización de sus prendas.

13. ¿Considera usted que antes de la entrega de la prenda se debería realizar una prueba del traje?

Tabla 21

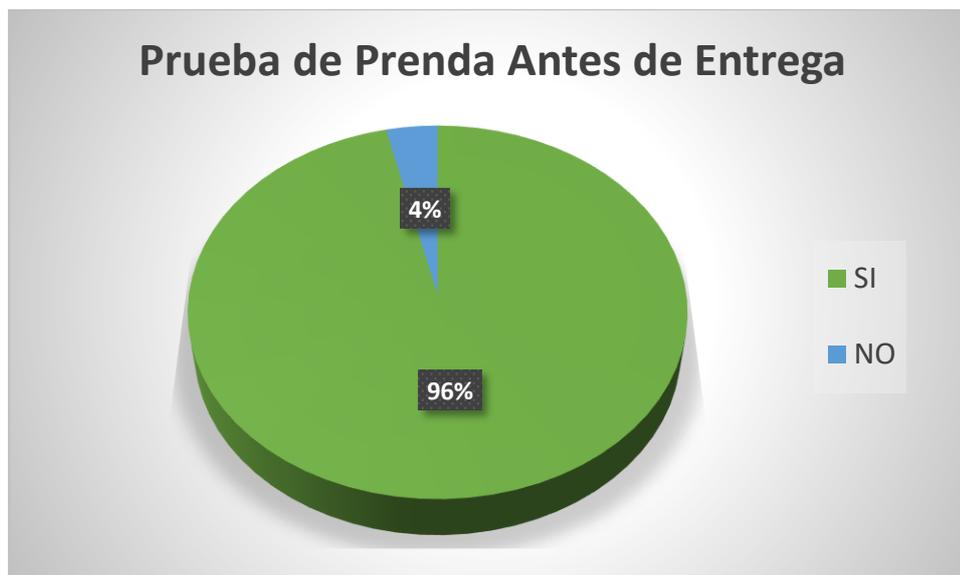
Pregunta 13

RESPUESTAS	FRECUENCIA MUESTRAL	FRECUENCIA MERCADO OBJETIVO	PORCENTAJE
SI	370	96.817	96%
NO	14	3.663	4%
Total	384	100.480	100%

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Ilustración 19

Pregunta 13



Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Análisis e interpretación

Del total de 100.480 personas en este caso mujeres únicamente encuestadas, el 96% con un total de 96.817 mujeres indica que la realización de una prueba en la confección de las prendas es de suma importancia, debido a que evita minimizar los índices de errores, ajustar ciertas características de las prendas previo a su entrega final, mientras que únicamente el 4% con un total de 3.663 féminas concuerdan en que no es de relevancia la realización de una prueba antes de la entrega de una prenda de vestir.

14. ¿Si la empresa Dinastía Palacios ofertaría al mercado una nueva línea de vestimenta femenina formal con los estándares de calidad ya conocidos usted las adquirirá?

Tabla 22

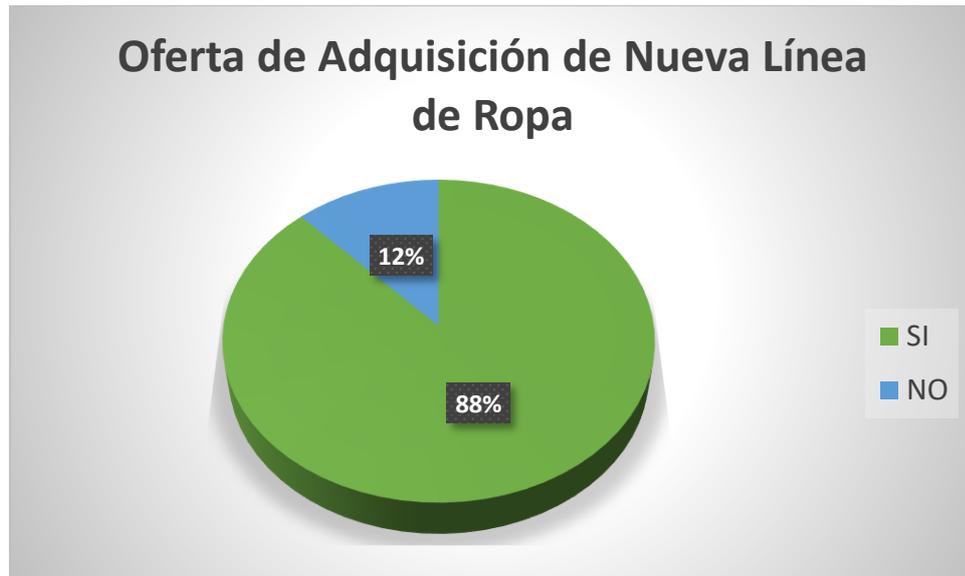
Pregunta 14

RESPUESTAS	FRECUENCIA MUESTRAL	FRECUENCIA MERCADO OBJETIVO	PORCENTAJE
SI	338	88.443	88%
NO	46	12.037	12%
Total	384	100.480	100%

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Ilustración 20

Pregunta 14



Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Análisis e interpretación

De un total de 100.480 mujeres a la cual está enfocado el presente proyecto, el 88% correspondientes a un total de 88.443 mujeres muestran interés en la adquisición de una nueva línea de ropa formal femenina, muchas de las mismas no conocen la organización, sin embargo indican que la curiosidad de prendas personalizadas atrae su atención por la utilización de las mismas, mientras que el 12% correspondiente a 12.037 mujeres se muestran indiferentes en la utilización de la nueva línea de ropa formal femenina dentro de la empresa.

3.8 Estudio de la demanda

La demanda permite conocer dentro del mercado el consumo e índice de adquisición de un producto o servicio, dentro de una zona geográfica específica, en consideración el número de compra de estos no solo permite el estudio de años pasados, sino de cierto modo, determinar la tendencia consumible o demandada de los periodos actuales en los cuales se llevan a cabo el desarrollo de un proyecto o estudio de factibilidad (Paredes Tamayo, 2017).

Establece el índice en que los consumidores adquieren o demandan un producto o servicio y están netamente seguros de comprarlo, refleja de una u otra forma la intención o interés de una compra, en cantidades numéricas, siempre y cuando esta

dependa de un determinado precio en este sentido, a menores precios, mayor demanda, se denota que uno de los principales instrumentos que rigen la demanda es el precio en el cual se ofertan los productos y servicios (Rosero Delgado, 2017).

Para la adquisición de los productos o servicios es necesario cumplir con los requerimientos que se encuentran en la demanda, para satisfacer a los consumidores y puedan elegir los bienes, por lo tanto, se utiliza herramientas de recopilación de información las cuales se emplea el cuestionario para la determinación de las preguntas posibles para la realización de la encuesta a un determinado segmento de mercado

3.8.1 Cálculo de Demanda

El cálculo de la demanda se la realiza previo un análisis de una muestra poblacional, a través de una tasa de crecimiento poblacional y la segmentación realizada, entre mujeres en un rango de edad de 25 a 69 años, determinadas como la población activa económicamente, para el lanzamiento de la nueva línea de ropa formal con tendencia innovadora en los estilos y formas de vestir, con la utilidad de la tasa de crecimiento poblacional, obtenido de datos del INEC.

3.8.2 Demanda de personas

Para el resultado de la demanda en personas del proyecto, mediante el uso de la pregunta específica que permite la obtención de los datos pertinentes para el cálculo, se especifica:

¿Si la empresa Dinastía Palacios ofertaría al mercado una nueva línea de vestimenta femenina formal con los estándares de calidad ya conocidos usted las adquirirá?

Mediante la interrogante, se puede establecer la demanda concreta en personas y para el emprendimiento, de este modo y en consideración todos aquellos individuos que indicaron en la misma la respuesta SI, la cual verifica la frecuencia de aceptación de la propuesta con un total de 88.443 personas.

Tabla 23

Aceptación del producto

RESPUESTAS	FRECUENCIA MUESTRAL	FRECUENCIA MERCADO OBJETIVO	PORCENTAJE
SI	338	88.443	88%
NO	46	12.037	12%
Total	384	100.480	100%

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

3.8.3 Proyección de la demanda en personas

Tabla 24

Aceptación del producto

AÑO	DEMANDA PERSONAS	TCP 1,56%
2022	88.443	1380
2023	89.823	1401
2024	91.224	1423
2025	92.647	1445
2026	94.092	1468
2027	95.560	1491

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Ilustración 21

Demanda de personas



Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Análisis

Mediante la realización de un estudio en cuanto se refiere a la demanda de producto, indica un índice de aceptación de este en el año 2022, con un total de 88.443 personas, y el cual se espera mediante una proyección, que para el año 2027 con la aplicación de una tasa de crecimiento poblacional (TCP) del 1,56%, abarque una población total de 95.560 personas en este caso mujeres únicamente, que estarán dispuestas en la adquisición de las prendas de vestir femeninas formales personalizadas.

3.8.4 Estudio de demanda de productos

Con el uso correspondiente de la pregunta número 9 de la encuesta realizada, al sector femenino, sirve como base para el cálculo de la demanda de productos, que especifica lo siguiente en dicha interrogante:

¿Anualmente cuántas prendas de vestir adquiriría en la empresa Dinastía Palacios?

Razón con la cual, para el cálculo de esta, se debe realizar la multiplicación de la demanda que se considera en el año 2022 con un total de 88.443 mujeres, con el respectivo porcentaje de cada una de las opciones planteadas en la interrogante, seguido de la multiplicación del promedio de cada una de estas opciones, de tal forma se llega a obtener el total de la demanda de productos.

Tabla 25

Demanda de productos

Demanda	Detalle	%	Cantidad Poblacional	Cantidad Promedio	Cantidad en Compra
88.443	1 a 3	54%	47.759	2	95.518
	2 a 4	38%	33.608	3	100.825
	5 o más	9%	7.960	5	39.799
	Total		89.327		236.143

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

3.8.5 Demanda proyectada en los productos

Tabla 26

Demanda proyectada en los productos

AÑO	DEMANDA PRODUCTOS	TCP 1,56%
2022	236.143	3.684
2023	239.827	3.741
2024	243.568	3.800
2025	247.368	3.859
2026	251.227	3.919
2027	255.146	3.980

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Ilustración 22

Demanda anual de productos



Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Análisis

Una vez realizada la demanda del producto, en este caso de prendas de vestir, se determina que para el año 2022 existe 236.143 demanda en prendas, y mediante la proyección con la tasa de crecimiento poblacional (TCP) del 1.56%, se obtiene el resultado que para el año 2027 se espera una demanda de 255.146 prendas de vestir para mujer de estilo formal personalizadas, por consiguiente, es el número total de prendas para los 5 años que se pretende comercializar.

3.9 Estudio de la oferta

Pretende explicar todas las condiciones o herramientas necesarias, mediante las cuales se intenta vender ciertas cantidades específicas de productos o servicios dentro del mercado, entendiéndose como la cantidad de productos que se pueden poner en disposición de los consumidores o clientes potenciales, dentro de una zona geográfica con determinados precios (Paredes Tamayo, 2017).

El análisis de la oferta conlleva a encontrar o determinar todas las cantidades de un bien o servicio que los productores, ya constituidos dentro del mercado y en competición pueden y están en la capacidad de ofertar al mercado específico, además de estructurar las principales condiciones en las cuales se pretende establecer los precios y regímenes de ofrecimiento de estos (Rosero Delgado, 2017).

La oferta es la encargada de ofrecer bienes o servicios para intercambiar satisfacción a los posibles consumidores de un determinado lugar, en donde se establece como prioridad garantizar un consumo satisfactorio tanto en precios como en las características para la adquisición del producto, y cumplir con las necesidades que cada una de las personas requiera.

3.9.1 Oferta en personas

Para el correspondiente cálculo de la oferta en personas, se toma en referencia todas aquellas personas, en este caso mujeres únicamente, que respondieron NO, a la pregunta 14 de la encuesta realizada que indica lo siguiente:

¿Si la empresa Dinastía Palacios ofertaría al mercado una nueva línea de vestimenta femenina formal con los estándares de calidad ya conocidos usted las adquirirá?

En consideración para la formulación de la oferta en termino de personas, se utiliza aquel número correspondiente a 12.037 mujeres que establecieron el NO en la adquisición de la nueva línea de ropa formal femenina.

Tabla 27*Oferta en personas*

RESPUESTAS	FRECUENCIA MUESTRAL	FRECUENCIA MERCADO OBJETIVO	PORCENTAJE
SI	338	88.443	88%
NO	46	12.037	12%
Total	384	100.480	100%

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Análisis

Se determina mediante la visualización de la pregunta que establece la oferta en personas, que una totalidad de 12.037 mujeres encuestadas, indican NO a la adquisición de la nueva línea de ropa formal, se quiere con ello demostrar que sus necesidades ya están cubiertas por otras prendas similares dentro del mercado en la ciudad de Ambato

Tabla 28*Proyección de oferta en personas*

AÑO	OFERTA PERSONAS	TCP 1,56%
2022	12.037	188
2023	12.225	191
2024	12.415	194
2025	12.609	197
2026	12.806	200
2027	13.006	203

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Ilustración 23

Oferta proyectada en personas



Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Análisis

Con la oferta en personas actuales para el año 2022 que en su totalidad refleja 12.037 mujeres, la aplicación de una tasa de crecimiento poblacional (TCP), para el año 2027 se espera un crecimiento de la oferta correspondiente a 13.006 mujeres, las cuales ya satisfacen sus necesidades con prendas similares en el mercado textil formal, se cree que es evidente la oferta en personas para los 5 años posteriores a la realización del proyecto.

3.9.2 Estudio de la oferta en productos

Para la determinación de la oferta en productos se toma en cuenta, los resultados obtenidos del interrogante número 9 de la encuesta realizada, a la población femenina de la ciudad de Ambato que indica lo siguiente:

¿Anualmente cuántas prendas de vestir adquiriría en la empresa Dinastía Palacios?

Se toma en consideración todas aquellas mujeres que, en la interrogante, indicaron que NO estarán dispuestas a adquirir la nueva línea de ropa formal femenina, que en su totalidad marcan 12.037, con lo cual se podrá obtener la oferta en productos proyectada para los 5 años siguientes a la realización del emprendimiento.

Tabla 29*Oferta en productos*

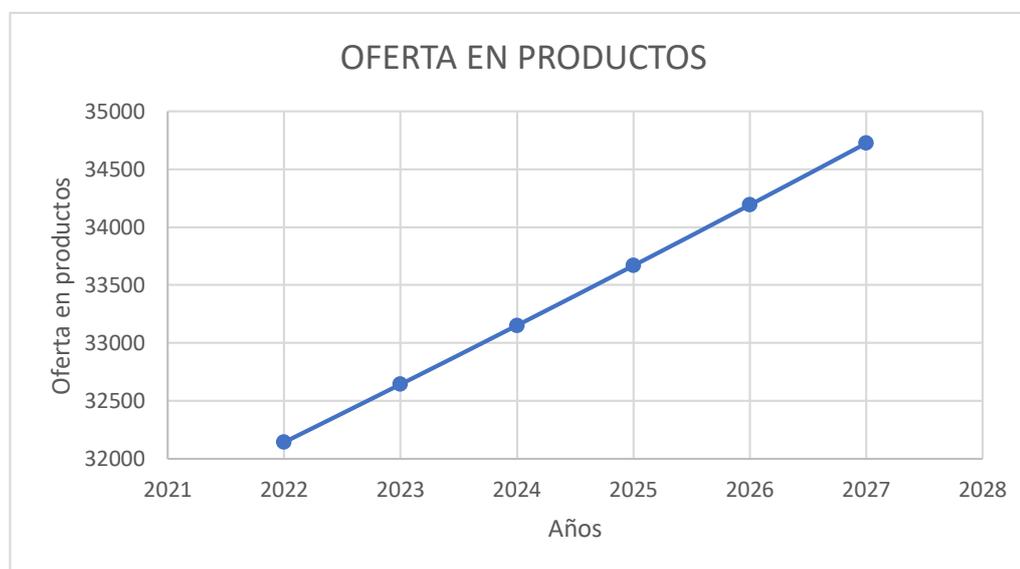
Demanda	Detalle	%	Cantidad Poblacional	Cantidad Promedio	Cantidad en Compra
12037	1 a 3	54%	6.500	2	13.000
	2 a 4	38%	4.574	3	13.722
	5 o más	9%	1.083	5	5.417
	Total		12.157		32.139

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

3.9.3 Oferta proyectada en el producto**Tabla 30***Oferta proyectada en el producto*

AÑO	OFERTA PRODUCTOS	TCP 1,56%
2022	32.139	501
2023	32.640	509
2024	33.150	517
2025	33.667	525
2026	34.192	533
2027	34.725	542

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Ilustración 24*Oferta proyectada en productos*

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Análisis

Con el cálculo de la oferta en productos, para el año 2022 se obtiene un total de 32.139 prendas de vestir, mediante la utilización de la tasa de crecimiento poblacional (TCP), y la proyección para los 5 años posteriores, se indica que para el año 2027 se tendrá una oferta de prendas de vestir formal de 34.725, lo cual evidencia que el total de productos estimados satisfacen ya las necesidades de las consumidoras dentro del mercado textil.

3.10 Mercado Potencial

El mercado potencial es la agrupación de todas las personas que se ha estudiado para su respectiva venta de un producto o bien, las mismas que han sido insatisfechas y requieren cumplir con sus expectativas mediante productos similares o sustitutos, y adecuar los posibles productos para los futuros consumidores de esto, para proporcionar una rentabilidad buena en el negocio, tanto en lo financiero como en el reconocimiento del nombre de la marca (Terreros, 2021).

Se le considera como mercado potencial, a los individuos que no han satisfecho sus necesidades, y mediante un estudio de mercado se debe garantizar satisfacerlas con los productos y servicios que cuenta el negocio y que no se han cubierto, con productos sustitutos; estos consumidores podrían convertirse en los posibles compradores de los productos o bienes que se ofrecen al dicho de mercado estudiado.

3.11 Demanda potencial insatisfecha (DPI)

Con la utilización de operaciones posibilita la medición de la demanda que poseen un determinado producto, con el cual la garantía de éxito de venta de los mismo depende de la acogida de este, mediante la expresión monetaria o cantidad a la cual el bien será ofertado, en el cual el productor de cierta manera pueda satisfacer sus necesidades dentro de un mercado objetivo.

Tabla 31

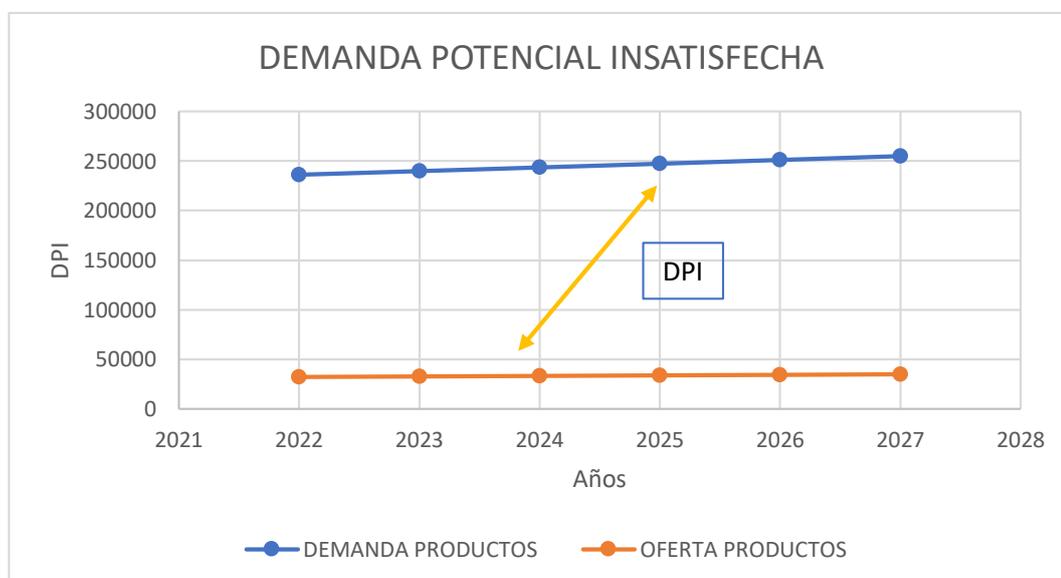
Demanda potencial insatisfecha

AÑO	DEMANDA EN PRODUCTOS	OFERTA EN PRODUCTOS	DPI (Demanda Potencial Insatisfecha)
2022	236.143	32.139	204.004
2023	239.827	32.640	207.187
2024	243.568	33.150	210.418
2025	247.368	33.667	213.701
2026	251.227	34.192	217.035
2027	255.146	34.725	220.421

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Ilustración 25

Oferta proyectada en personas



Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Análisis

Con el cálculo de la demanda potencial insatisfecha, en razón de los datos que se obtuvo de la demanda de productos, conjuntamente con la oferta de los mismos, en cuestión de la resta entre la demanda y la oferta en productos, se obtiene que para el año 2022 la demanda insatisfecha abarca un total de 204.004 prendas de vestir femenina formal, mientras que para el año 2027 se espera que la demanda insatisfecha aumente a un total de 220.421 en la utilización de prendas de vestir formal para mujer, lo cual indica que a una mayor demanda que la oferta, el precio de las prendas de vestir aumentara en consecuencia.

3.12 Análisis de precio

Para el cálculo del precio se toma muy en cuenta los datos proporcionados por el Banco Central del Ecuador, el cual el valor escogido referente al año 2021, puesto que en el mismo año existe una inflación acumulada por lo cual el valor a utilizar refiere el 1.94%, además para el cálculo de los precios se utiliza los datos obtenidos por medio de la realización de la encuesta, y específicamente de la pregunta número 5.

Para la prenda de vestir, falda se escoge el rango de \$55 a \$65 con un promedio de \$60 dólares respectivamente para el cálculo de la proyección para los próximos 5 años, mientras que, para la prenda, abrigo esta entre \$85 a \$95 con un promedio de \$90, finalmente para las chaquetas el rango de \$50 a \$70, con un promedio de \$60, como resultado el valor del precio para los años siguientes.

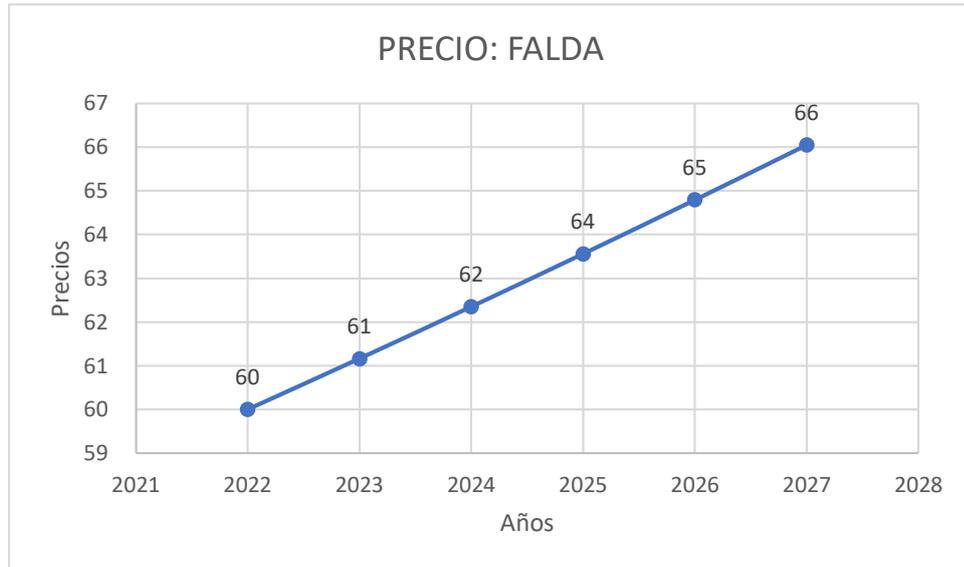
Tabla 32

Precio: Falda

AÑO	PRECIO \$	INFLACIÓN ACUMULADA (1,94%)
2022	60	1
2023	61	1
2024	62	1
2025	64	1
2026	65	1
2027	66	1

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Ilustración 26
Precio: Falda



Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Análisis

Con el cálculo y proyección con el uso del índice de inflación proporcionado del Banco Central del Ecuador, el precio para el año 2022 para falda es de \$60, mientras que para el año 2027 se espera un crecimiento a \$66, se ha verificado la variación de \$1 cada año, con diferencia al precio inicial.

Tabla 33

Precio: Abrigos

AÑO	PRECIO \$	INFLACIÓN ACUMULADA (1,94%)
2022	90	2
2023	92	2
2024	94	2
2025	95	2
2026	97	2
2027	99	2

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Ilustración 27

Precio: Abrigos



Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Análisis

Con el cálculo y proyección con el uso del índice de inflación proporcionado del Banco Central del Ecuador, el precio para el año 2022 para abrigos es de \$90, mientras que para el año 2027 se espera un crecimiento a \$99, es evidente la variación de \$2 cada año, con diferencia al precio inicial.

Tabla 34

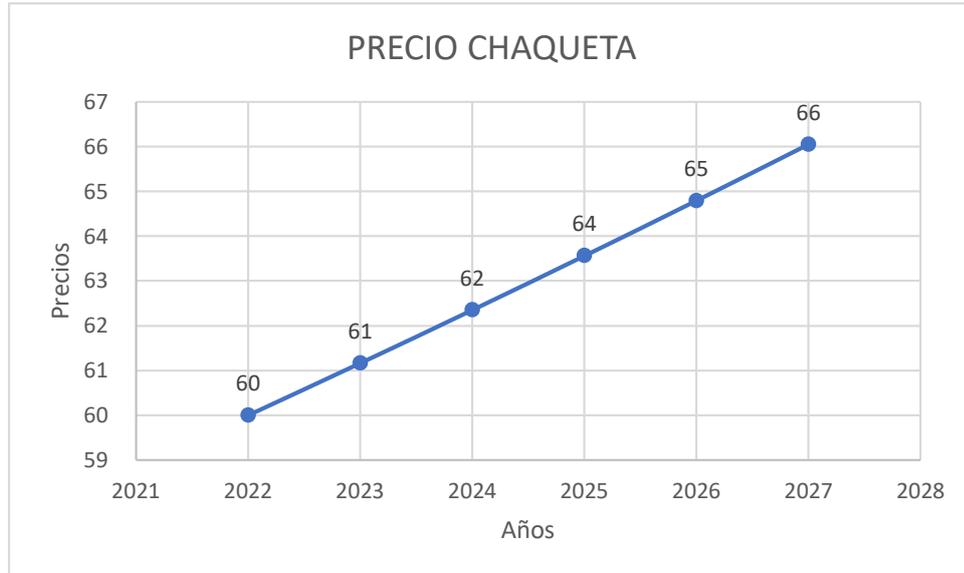
Precio: Chaqueta

AÑO	PRECIO \$	INFLACIÓN ACUMULADA (1,94%)
2022	60	1
2023	61	1
2024	62	1
2025	64	1
2026	65	1
2027	66	1

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Ilustración 28

Precio: Chaqueta



Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Análisis

Con el cálculo y proyección con el uso del índice de inflación proporcionado del Banco Central del Ecuador, el precio para el año 2022 para chaqueta es de \$60, mientras que para el año 2027 se espera un crecimiento a \$66, de este modo se observa la variación de \$1 cada año, con diferencia al precio inicial.

3.13 Comercialización

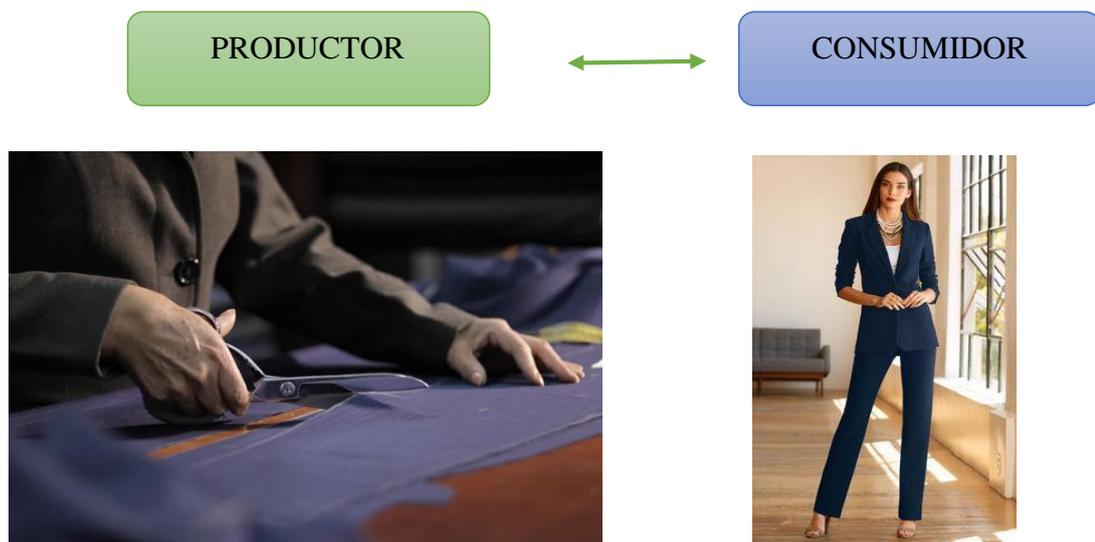
3.13.1 Canales de comercialización

Para garantizar que el fabricante y el consumidor puedan cumplir sus roles, es importante tener en cuenta los canales de comercialización, en donde se emplea los medios necesarios para poder gestionar y aumentar las ventas de los productos que sean de necesidad para los clientes, y las empresas encargadas en la venta de los productos deben garantizar un precio justo y que puedan comercializar mediante la circulación de estos (Sánchez Galán , 2018).

Reconocidos también como fuentes por medio de las cuales se pueden establecer estrategias publicitarias o de conocimiento de un determinado servicio o producto, por medio del productor hasta el consumidor, que facilita la interacción entre los mismos y en consecuencia poder cerrar un negocio y de una u otra manera fidelizar a cada uno de sus clientes.

El canal de comercialización que se utilizara para la realización del proyecto y comercializar el producto, se denomina directo, en cuanto se refiere a la interacción directa del productor con el consumidor final, sin pasar por intermediarios ni terceros, el producto se entregara directamente de forma física al cliente, con la utilización de instrumentos de atracción y estratificación del proceso de venta.

Ilustración 29
Productor-Consumidor final



Nota: Imágenes obtenidas de la red

Redes sociales

Las redes sociales como plataformas de interacción entre individuos permite generar un hábitat nuevo, dinámico y fascinante para el intercambio de información y establecer relaciones entre personas o usuarios, las mismas han cubierto ciertas necesidades primordiales básicas de la humanidad como el poder comunicarse de un lugar a otro, sin la necesidad de interactuar físicamente, visto de esta forma una actualización de nuestra manera y amplitud de relacionarse y desarrollarse dentro de un ámbito formal y cotidiano de la vida diaria (Gallego , 2017).

Plataformas que posibilitan la comunicación, establecimiento de conexión y unión en el tiempo y espacio diferente de una persona a otra, sin la necesidad de estar cerca o próximos, en este sentido con la posibilidad de responder o cuestionar mensajes en el instante justo y preciso en el que se los desea visualizar, en determinadas cuentas

prestan sistemas de intercambio de información y datos de cualquier índole de un extremo a otro extremo (Molina, 2018).

Las redes sociales pretenden establecer conexiones entre personas de un lugar a otra, además de la consistencia de la difusión de información, personas o comunitaria, en este sentido se reconoce plataformas como Facebook, Instagram que son las mayormente utilizadas en la zona geográfica en la que habita cada una de las personas alrededor del mundo.

Para la difusión de las novedades de la nueva línea de ropa formal femenina, se la difundirá por medio de las redes sociales, mediante la realización de la encuesta al sector femenino, se determinó la afición de las redes con un porcentaje del 87%, por lo cual demuestra la forma en la cual se proporcionará información a las posibles consumidoras.

3.13.2 Canales de distribución

Un canal de distribución en determinadas cuentas es la manera y forma en el que un producto o servicio llega desde la concepción o fabricación de este, hasta el cliente o consumidor final, también considerado todos aquellos conjuntos de intermediarios u organizaciones que interactúan en el proceso de disponibilidad o llegada del producto a su destino final, al satisfacer las necesidades mediante la disponibilidad de productos o servicios (Acosta, 2017).

Es el conjunto de todos aquellos participantes y mediante la ejecución de funciones y herramientas necesarias permiten conseguir el producto, pase del vendedor o fabricante al comprador o consumidor final, con la interacción de los denominados facilitadores como fuente de traslado y mediadores entre los comerciantes y consumidores, cabe considerar todos los esfuerzos comerciales, sean una realidad y el soporte real en la satisfacción de las necesidades de los seres humanos (Sierra, 2017).

Los canales de distribución son todos aquellos encargados en la distribución de los productos o servicios desde el origen de estos hasta el consumidor a los clientes dentro del mercado o lugar destinado, el cual permite una interacción de funciones y participantes para cumplir con los estándares y necesidades de cada uno de los consumidores.

Estrategias de distribución

Herramientas o formas para distribuir el producto del productor o consumidor, y esto se lo realiza a través de canales, en este caso de tipo directo en donde el producto será entregado y facilitado por el fabricante en cuestión de forma presencial, todo esto determinado en la encuesta realizada a la población femenina, que indica que el establecimiento de un local comercial en el centro de la ciudad es el adecuado, para la venta y comercialización para las prendas de vestir, se tomara en consideración las siguientes estrategias:

- **Plan publicitario mediante redes sociales, principales como Facebook, Instagram y Tik Tok para fijar el sentimiento de atracción por la nueva línea de ropa.**
- **Establecimiento de packaging que enamore y cautive los sentidos de las consumidoras.**
- **Realización de ventas presenciales que permitan atraer y fidelizar a las posibles clientas.**
- **Diseño de promociones como descuentos y facilidad de pago las cuales fueron obtenidas gracias a la realización de la encuesta al segmento femenino, se establece las preferencias.**

3.14 Matriz FODA

Tabla 35

Matriz FODA

INTERNO	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	1. Personalización y versatilidad de prendas. 2. Equipo y maquinaria adecuada. 3. Rapidez en entrega de prendas 4. Capacitación en la confección de prendas formales. 5. Servicio y atención personalizada.	1. Falta de comunicación interna 2. Falta de promoción en compras de prendas 3. Ofertas irrelevantes 4. Dependencia de proveedores 5. Política interna obsoleta
EXTERNO		
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIA (FO)	ESTRATEGIA (DO)
1. Crecimiento del mercado textil postpandemia 2. Inexistencia de locales personalizados en prendas femeninas formales 3. Mas de 10 años de experiencia en el mercado. 4. Mercado insatisfecho 5. Crecimiento poblacional	F5+O1+O4 Campaña publicitaria para la difusión de beneficios, cualidades, usos y versatilidad de la nueva línea de ropa formal femenina, para solventar el mercado insatisfecho dentro de la ciudad de Ambato	D5+O3+D2 Generación de una política interna nueva y acorde con las nuevas directrices para el cumplimiento de actividades y funciones que revelen la aplicación de los años de experiencia en las prendas de vestir Régimen de establecimiento de promociones para clientes frecuentes de la organización
AMENAZAS	ESTRATEGIA (FA)	ESTRATEGIA (DA)
1. Disminución de ingresos familiares por pandemia.	A2+F3+A2	D1+A1+A3

<p>2. Replicaciones de modelo de negocio</p> <p>3. Precios elevados en Insumos y materiales</p> <p>4. No cuenta con local propio</p> <p>5. Inexistencia de certificados internacionales</p>	<p>Constantes capacitaciones para la mejora de la invención de nuevos modelos de prendas y estilos diferentes, diferenciadores dentro de la competencia.</p> <p>Elaboración de plan de política de entrega, con mecanismos adecuados y versátiles entre el propio proveedor y consumidor sin la interacción de intermediarios.</p>	<p>Política de regulación de precios, en la medida que las compras de materia prima y mano de obra beneficie a los consumidores y al fabricante</p> <p>Capacitación para la mejora de la comunicación por medio de canales internos que mejore la eficiencia y estabilidad operacional</p>
---	--	--

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

3.15 Matriz de perfil de Capacidad Interna (PCI)

Tabla 36

Ponderaciones

Escala de ponderaciones	
4	Alto Impacto
3	Medio Alto
2	Medio Bajo
1	Bajo

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Tabla 37*Ponderaciones de Matriz PCI*

Fortaleza		Peso Factor	Calificación	Ponderación
1	Personalización y versatilidad de prendas.	0,12	3	0,36
2	Equipo y maquinaria adecuada.	0,14	4	0,56
3	Rapidez en entrega de prendas	0,10	4	0,40
4	Capacitación en la confección de prendas formales.	0,13	3	0,39
5	Servicio y atención personalizada.	0,11	3	0,33
Debilidad		Peso Factor	Calificación	Ponderación
1	Falta de comunicación interna	0,06	3	0,18
2	Falta de promoción	0,06	1	0,06
3	Ofertas irrelevantes	0,08	1	0,08
4	Dependencia de proveedores	0,10	2	0,20
5	Política interna obsoleta	0,10	3	0,30
Total		1,00		2,86

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Análisis

Con la realización de la ponderación dentro de la tabla del perfil de capacidad interna, se obtiene un valor de 2,86 en la ponderación de cada una de las opciones, con lo que se indica que es mayor al valor promedio de la calificación con un ponderación de 2,7, con lo cual se indica que la empresa cuenta con un peso mayor en sus fortalezas que las debilidades encontradas dentro de la misma, evidencia del trabajo eficiente y la entrega de prendas de alta calidad y con los mejores estándares en incidencias de elaboración de cada una de las prendas.

3.16 Matriz de Perfil de las Oportunidades y Amenazas (POAM)

Tabla 38

Ponderaciones de Matriz POAM

Oportunidades		Peso Factor	Calificación	Ponderación
1	Crecimiento del mercado textil postpandemia	0,12	3	0,36
2	Inexistencia de locales personalizados en prendas femeninas formales	0,12	3	0,36
3	Mas de 10 años de experiencia en el mercado.	0,18	4	0,72
4	Mercado insatisfecho	0,09	2	0,18
5	Crecimiento poblacional	0,08	3	0,24
Amenazas		Peso Factor	Calificación	Ponderación
1	Disminución de ingresos familiares por pandemia.	0,10	3	0,30
2	Replicaciones de modelo de negocio	0,09	3	0,27
3	Precios elevados en Insumos y materiales	0,08	3	0,24
4	No cuenta con local propio	0,09	3	0,27
5	Inexistencia de certificados internacionales	0,05	2	0,10
Total		1,00		3,04

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Análisis

Con la realización de la ponderación dentro de la tabla del perfil de capacidad interna, se obtiene un valor de 3,04 en la ponderación de cada una de las opciones, con lo que se indica que es mayor al valor promedio de la calificación establecida con un valor

de 3, de este modo, significa la constancia a la decisión con lo cual se indica que la empresa cuenta con un peso mayor en sus oportunidades que las amenazas encontradas en su desarrollo y evolución que establece que dentro del mercado surgirá mayores propuestas de mejora y progreso en contra de las posibles amenazas.

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

4.1 Tamaño óptimo del proyecto

4.1.1 Factores determinantes de tamaño

a) Demanda potencial insatisfecha

La demanda potencial insatisfecha no cubierta en las necesidades en el mercado textil, según los cálculos realizados se indica que el mayor porcentaje de personas en este caso mujeres, están dispuestas a adquirir la nueva línea de ropa formal femenina, se toma en consideración aquella parte de la población que ha cubierto sus necesidades en productos similares o iguales y con características que permiten el cumplimiento de sus estándares de calidad.

b) Disponibilidad del capital

El capital es una de las herramientas principales para el crecimiento y desarrollo de las organizaciones y emprendimientos nuevos dentro del mercado, por esta razón, y al ser una nueva idea de negocios la inversión para la generación y ubicación de un centro operacional para el desenvolvimiento de sus actividades, es necesario la obtención de una inversión dentro de una entidad financiera, en este sentido, el análisis pertinente de cada una de ellas establece y da a conocer el mejor valor a cuanto se refiere a tasas de interés, formas de pago y beneficios que aporten al nuevo proyecto

c) Tecnología

Factor predominante en la producción y optimización de las operaciones de la organización, incidente directamente en los procesos de producción y tiempo de entrega de cada una de las prendas, por tal sentido el conocimiento e investigación de las nuevas tecnologías aplicables en tendencia de moda podrá determinar el mejor valor de inversión en maquinaria que permita facilitar la construcción, modelación y la perfección en los detalles para la entrega de prendas de calidad y al más alto estilo de la moda contemporánea.

d) Insumos

Los materiales e insumos utilizados dentro de la generación y elaboración de prendas, como la mano de obra directa e indirecta, la materia prima fundamental para el negocio

en la época actual, no significa un determinante principal, cabe resaltar que en la ciudad de Ambato se han establecido muchos centros de acopio y venta de telas como la principal fuente de confección de prendas.

4.1.2 Tamaño óptimo

Para la estimación del tamaño óptimo para la realización del proyecto se centra en la capacidad de producción con un porcentaje estimado 1,41% que en terminados de prendas equivale a un total de 2.876 el cual se refleja en la producción diaria, de 10 prendas de vestir formal femenina.

Tabla 39

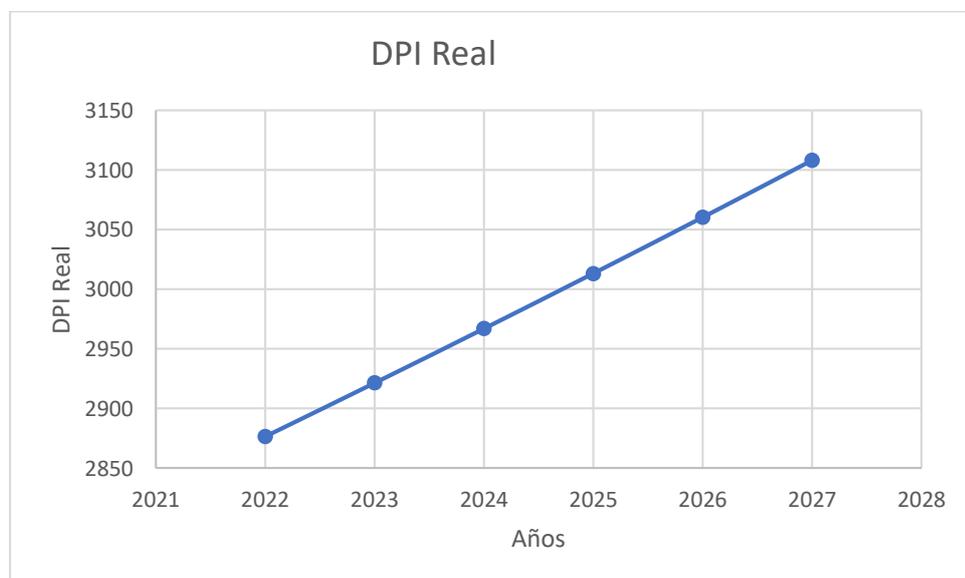
Demanda potencial insatisfecha

AÑO	DPI	ESTIMACIÓN	DPI REAL	PRODUCCIÓN DIARIA
2022	204.004	1,41%	2.876	10
2023	207.187	1,41%	2.921	10
2024	210.418	1,41%	2.967	10
2025	213.701	1,41%	3.013	10
2026	217.035	1,41%	3.060	11
2027	220.421	1,41%	3.108	11

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Ilustración 30

Demanda potencial insatisfecha Real



Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Análisis

Mediante el cálculo del tamaño óptimo se obtuvo dicho valor diario de prendas a confeccionar, con la división del DPI Real por los días debido a trabajar de lunes a viernes, incluyendo sábados, en consecuencia, en el año 2022 se confeccionará 10 prendas de vestir diarias mientras, que para el año 2027 se espera confeccionar 11 prendas diarias, para cubrir con el DPI Real en términos de productos, en este caso, prendas de vestir femeninas

4.2 Localización

4.2. Localización óptima

El espacio en donde se encuentra un negocio se lo denomina localización para alcanzar su beneficio alto, una mayor rentabilidad y minimizar los costos, para cumplir con la localización óptima, debe señalar como un lugar de más aceptación dentro del mercado; para considerar el mejor lugar para un proyecto se toma en cuenta, la macro localización y la micro localización, en donde se determina las mejores condiciones y en qué región o lugar posible se complace las necesidades de las personas insatisfechas (Paz, 2018).

Lugar en el que un posible emprendimiento desea entrar en el mercado para la satisfacción de necesidades de los consumidores, para cumplir con los estándares que cada espacio se le requiere, cuenta con la macro localización, la misma es encargada de optimizar la materia prima y la mano de obra y brindar una ubicación adecuada; la micro localización es aquella que debe constatar la colocación del cimiento y el ofrecer bienes y servicios que permitan al consumidor beneficios (Rosales, 2018).

Para encontrar un lugar factible para un negocio es importante denotar diferentes características para una localización óptima, el cual, depende de la influencia de los consumidores y la aceptación por los mismos, en donde se evidencia el éxito del proyecto, por lo que se opta el mejor lugar con las condiciones más adecuadas para su funcionamiento y destacar por factores como precio, calidad y utilidad dentro del mercado.

Tabla 40*Valoración de impacto*

ESCALA	IMPACTO
3	Alto
2	Medio
1	Bajo

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Tabla 41*Matriz de localización por puntos ponderados*

Factores relevantes	Peso ponderado	La Catedral	BanEcuador	Centro Comercial La Galería
Precio de arriendo	0,15	3	0,5	3
Permisos legales de funcionamiento	0,13	2	0,3	2
Infraestructura en optimo estado	0,1	2	0,2	1
Transporte	0,08	2	0,2	1
Acceso a servicios básicos	0,07	2	0,1	2
Sector Comercial	0,14	3	0,4	2
Disponibilidad del espacio físico	0,12	2	0,2	2
Cercanía a proveedores	0,13	3	0,4	2
Vías de fácil acceso	0,08	3	0,2	3
TOTAL	1	2,5	2,05	2,78

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Análisis

Una vez definido los factores más importantes para la selección óptima de la ubicación del proyecto, se toma en cuenta tres lugares comerciales del centro de la ciudad de Ambato, dentro de las cuales se encuentra La Catedral, Ban Ecuador y centro comercial La Galería, se analiza la posibilidad según la ponderación total de todos los factores, en este sentido un valor de 2,78 en el centro comercial La Galería como el más adecuado para el establecimiento del proyecto.

4.2.2 Macro Localización

País: Ecuador

Zona: 3

Provincia: Tungurahua

Cantón: Ambato

Ilustración 31

Macro Localización geográfica de Ambato



Nota: Elaborado por López K., Palacios M., Fuente Google Maps

4.2.3 Micro localización

Cantón: Ambato

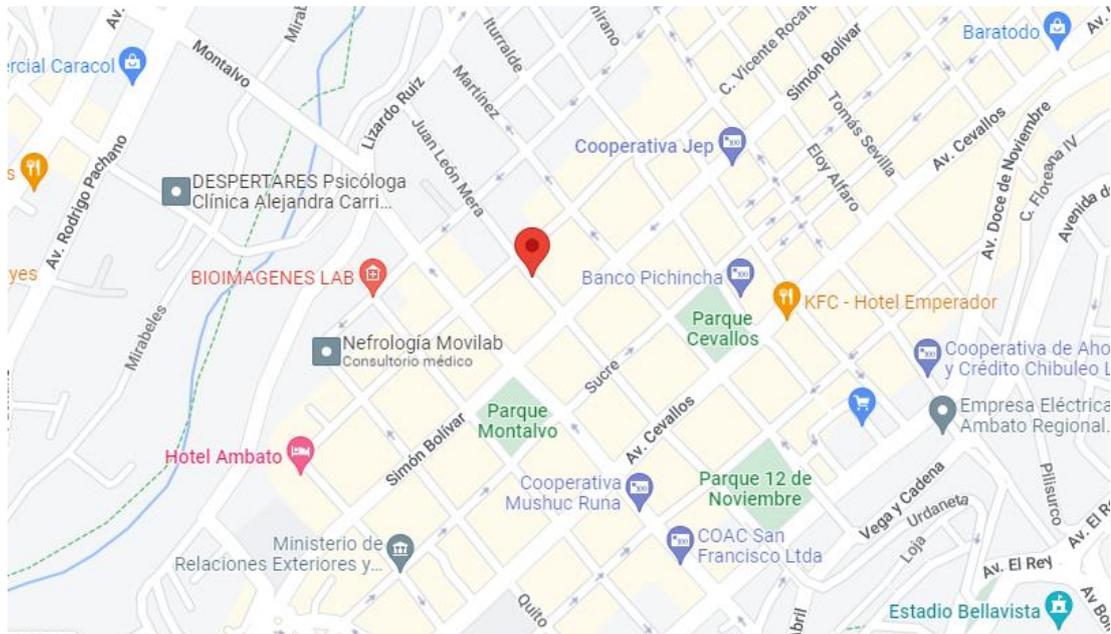
Parroquia: San Francisco

Barrio: La Catedral

Sector: Av. Mera entre Bolívar y Rocafuerte

Ilustración 32

Micro localización



Nota: Elaborado por López K., Palacios M., Fuente Google Maps

El local del negocio se lo ubicará en el sector del centro de la ciudad de Ambato en la parroquia San Francisco, en la cual se evidencia, un abundante impacto de personas por ser considerado como una zona comercial, en donde se establecerá el proyecto.

4.3 Ingeniera de proyectos

4.3.1 Producto-Precio

Las prendas de vestir formal femeninas, pueden confeccionarse con diferentes tipos de tela, pero según el análisis de la encuesta realizada a la población femenina en material de elaboración es el denominado micro stretch, conjuntamente y a la par de una mano de obra especializada únicamente en la realización de estas prendas, que establece un sistema de calidad y confiabilidad con el grado de personalización, en sentido como el estilo, diseño, color, forma y modelo.

Tabla 42*Proceso de producción para chaqueta*

N°	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	TIEMPO (minutos)	RECURSOS INTERVENCIÓN
1	Obtención de materia prima e insumos	Obtención y compra de materias prima e insumos necesarios para la confección	30 min.	Tela Micro Stretch Forro Botones Hombreira Tela pegable Pelón
2	Toma de medidas y modelo de prenda	Toma de medidas personalizadas con el modelo deseado por el consumidor	20 min.	Registro de medidas Computador Revistas de modelos de prendas
3	Diseño de chaqueta	Trazado de diseño escogido por el cliente en la tela	10 min.	Tela Molde Tiza Reglas
4	Corte	Recortar y separar por piezas cada una de las partes de la prenda	5 min.	Tijeras Tela
5	Organizar material para la confección	Organizar y separara cada uno de los insumos necesarios	10 min	Tela Micro Stretch Forro Botones Hombreira Tela pegable Pelón

6	Armado de partes cortadas	Unión de cada una de las partes anteriormente separadas del corte	5 min	Tela Maquina (recta)
7	Prueba previa a cocido de la prenda	Presentación al cliente del prearmado de la prenda previo cocido con maquina	5 min	Tela Hombreira Alfileres Tiza
8	Corrección de fallas	Ajuste de requerimientos y cambios por parte del consumidor en la prenda	5 min	Tijeras Tela
9	Cocido y confección de partes de la prenda	Cocido y formación final de la prenda previo a prueba	40 min	Maquina (recta, overlook, ojaladora) Tela Botones
10	Entrega de prenda	Entrega de la prenda terminada al cliente en local o domicilio	10 min	Armador Funda plástica Empaque de caja de cartón reciclada

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Tabla 43*Proceso de producción para falda*

N°	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	TIEMPO (minutos)	RECURSOS INTERVENCIÓN
1	Obtención de materia prima e insumos	Obtención y compra de materias prima e insumos necesarios para la confección	30 min.	Tela Micro Stretch Forro Botones Cierre Pelón
2	Toma de medidas y modelo de prendas	Toma de medidas personalizadas con el modelo deseado por el consumidor	10 min.	Registro de medidas Computador Revistas de modelos de prendas
3	Diseño de falda	Trazado de diseño escogido por el cliente en la tela	5 min.	Tela Molde Tiza Reglas
4	Corte	Recortar y separar por piezas cada una de las partes de la prenda	5 min.	Tijeras Tela
5	Organizar material para la confección	Organizar y separara cada uno de los insumos necesarios	10 min	Tela Micro Stretch Forro Botones Cierre Pelón
6	Armado de partes cortadas	Unión de cada una de las partes anteriormente separadas del corte	5 min	Tela Maquina (recta)

7	Prueba previa a cocido de la prenda	Presentación al cliente del prearmado de la prenda previo cocido con maquina	5 min	Tela Tiza
8	Corrección de fallas	Ajuste de requerimientos y cambios por parte del consumidor en la prenda	5 min	Tijeras Tela
9	Cocido y confección de partes de la prenda	Cocido y formación final de la prenda previo a prueba	40 min	Maquina (recta, overlook, ojaladora, Urladora) Tela Botones Cierre
10	Entrega de prenda	Entrega de la prenda terminada al cliente en local o domicilio	10 min	Armador Funda plástica Empaque de caja de cartón reciclada

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Tabla 44*Proceso de producción para abrigos*

N°	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	TIEMPO (minutos)	RECURSOS INTERVENCIÓN
1	Obtención de materia prima e insumos	Obtención y compra de materias prima e insumos necesarios para la confección	60 min.	Tela Paño Forro Botones Tela pegable Pelón Hombrrera
2	Toma de medidas y modelo de prendas	Toma de medidas personalizadas con el modelo deseado por el consumidor	10 min.	Registro de medidas Computador Revistas de modelos de prendas
3	Diseño de abrigos	Trazado de diseño escogido por el cliente en la tela	5 min.	Tela Paño Molde Tiza Reglas
4	Corte	Recortar y separar por piezas cada una de las partes de la prenda	5 min.	Tijeras Tela
5	Organizar material para la confección	Organizar y separara cada uno de los insumos necesarios	10 min	Tela Paño Forro Botones Tela pegable Pelón Hombrrera

6	Armado de partes cortadas	Unión de cada una de las partes anteriormente separadas del corte	5 min	Tela Maquina (recta)
7	Prueba previa a cocido de la prenda	Presentación al cliente del prearmado de la prenda previo cocido con maquina	5 min	Tela Tiza
8	Corrección de fallas	Ajuste de requerimientos y cambios por parte del consumidor en la prenda	5 min	Tijeras Tela
9	Cocido y confección de partes de la prenda	Cocido y formación final de la prenda previo a prueba	60 min	Maquina (recta, overlook, ojaladora) Tela Botones
10	Entrega de prenda	Entrega de la prenda terminada al cliente en local o domicilio	10 min	Armador Funda plástica Empaque de caja de cartón reciclada

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

4.3.2 Balance de materiales

- Estado Inicial del proyecto

Características de materiales e insumos

Materia Prima Directa e Indirecta

Todos aquellos materiales que son considerados como cuantificables son denominados la materia prima directa que se empleara para los productos, los cuales tienen un gran impacto en el valor monetario de la elaboración y para los consumidores, en donde la tela se toma en cuenta como la materia prima directa para la confección de las prendas de vestir formal femenina (Muñoz Hernández, 2017).

La materia prima indirecta es todos aquellos materiales que no son cuantificables y no pueden ser representados por unidades de medida, en donde son considerados menos influyentes para la elaboración final de los productos, pueden ser considerados como

materiales indirectos a los equipos de limpieza, fundas plásticas, etiquetas, porta ternos y cajas de cartón (Mendoza, 2016).

La materia prima es todos aquellos materiales y herramientas que intervienen directamente en la fabricación de productos dentro de una organización o empresa, que componen y conforman las propiedades de estos, no obstante, la materia prima indirecta o conforman aquellos que no interviene directamente en la elaboración de productos y no tienen una relevancia alta en la entrega final al consumidor.

Tabla 45

Materia prima directa

DESCRIPCIÓN	CONSUMO ANUAL	UNIDADES DE MEDIDA
Tela micro stretch	2.876	Metros

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Tabla 46

Materiales indirectos

DESCRIPCIÓN	CONSUMO ANUAL	UNIDADES DE MEDIDA
Etiquetas	2.880	Unidades
Fundas plásticas	2.880	Unidades
Caja de cartón	2.880	Unidas

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Tabla 47

Insumos

DESCRIPCIÓN	CONSUMO ANUAL	UNIDADES DE MEDIDA
Botones	11.520	Unidades
Tubos de Hilo	576	Unidades
Cierres	2.880	Unidades
Pelón pegable	2.592	Metros
Forro	4.320	Metros

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Insumos

Todos los elementos o componentes que han sido transformados, pero no se utilizan para la elaboración son denominados insumos, estos pueden ser reemplazados por otros elementos sustitutos, por lo que frecuentemente se los confunde con la materia prima, pero los insumos se emplean para el bienestar y vivir del ser humano (Pedrosa, 2017).

Tabla 48

Herramientas

DESCRIPCIÓN	CONSUMO ANUAL	UNIDAD DE MEDIDA
Tijeras	2	Unidades
Tizas	2	Caja de 8 unidades
Saca costuras	4	Unidades
Saca costuras (metálico)	2	Unidades
Reglas	1	Juego de 5 unidades
Ganchos	4	Caja de 100 unidades
Armadores	10	Fundas de 100 unidades
Alfileres	5	Cajas de 100 Unidades

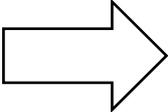
Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

4.3.3 Diagrama de flujo

Para la representación gráfica de los procesos que requiere un producto o bien se lo grafica mediante un diagrama de flujo, para la producción de dicho diagrama se lo puede realizar por medio de figuras que mantiene un significado de cada uno de los procesos que tiene un producto o bien para su producción, las mismas que cuentan con una conexión entre sí (Nuñez Pinzón, 2019).

Un diagrama de flujo se le entiende como una técnica que consta de cada uno de los pasos que ejecuta para la elaboración de un producto o bien, y se lo puede representar mediante figuras geométricas para graficar los procesos que se debe realizar desde el inicio hasta la obtención del producto final, estos deben estar correlacionados entre sí para entender la secuencia del proceso de producción.

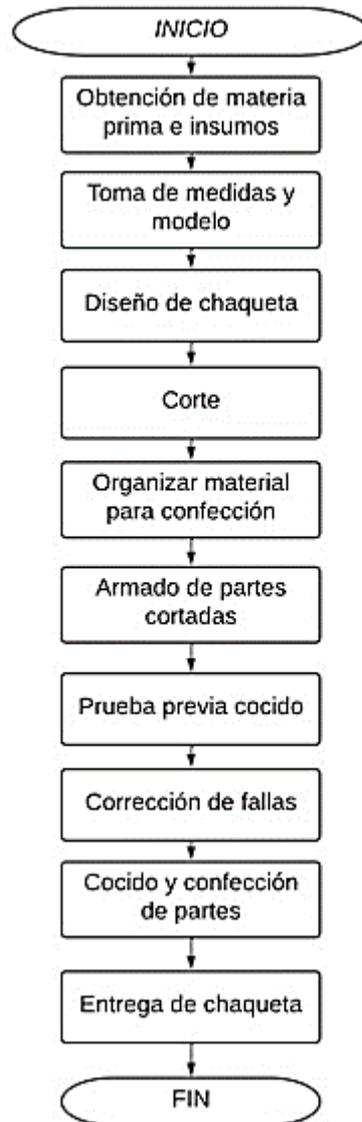
Tabla 49*Simbología ASME*

SÍMBOLO	SIGNIFICADO	¿PARA QUE SIRVE?
	Origen y Final	Identifica el paso de origen y este símbolo solo toma forma al inicio de proceso
	Operación	Este símbolo representa las principales fases del proceso, los métodos o procedimientos
	Inspección	Es aquel que indica la verificación de la calidad y cantidad, control de los procesos
	Transporte	Es aquel que se le considera el movimiento de los obreros, trabajadores, materiales o insumos de un lugar a otro

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Ilustración 33

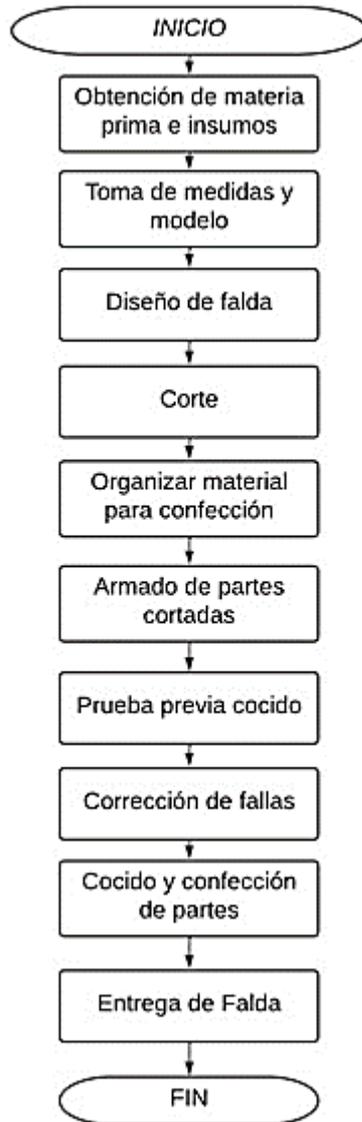
Diagrama de flujo para proceso de fabricación de chaqueta



Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Ilustración 34

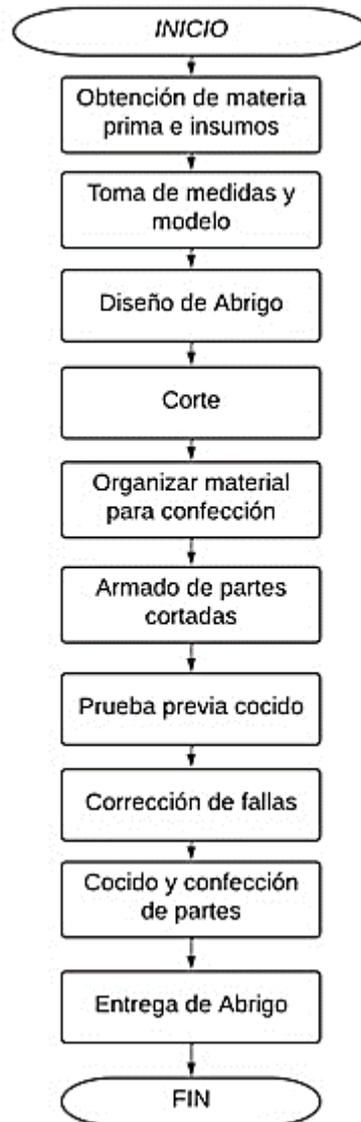
Diagrama de flujo para proceso de fabricación de Falda



Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Ilustración 35

Diagrama de flujo para proceso de fabricación de abrigo



Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Capacidad de producción

Surge de la razón de aquella capacidad que posee una unidad de producción para laborar o producir, el máximo nivel de productos o bienes a su alcance con la utilización de una serie disponible de recursos, siempre con la finalidad de la utilidad más óptima de su maquinaria y herramientas necesarias para el funcionamiento, durante un periodo de tiempo específico y estimado (Cajigas , 2019).

Es la representación en términos de capacidad con la que cuenta una unidad productiva que puede ser planta, sector, equipo, en la razón de obtener su máximo potencial de creación y fabricación de productos, para establecer un factor estratégico y determinante al momento de tomar decisiones, sobre el cambio y mejora de los determinados procesos que, dentro de este, se utiliza y se lleva a cabo (Pozo , 2020).

Determina la posibilidad y capacidad productiva de un proyecto, sector o lugar productivo, específicamente en la creación y fabricación de bienes o productos, se toma en consideración todas las herramientas, insumos necesarios e indispensables que actúan directamente en la realización de estos, con constancia de la utilidad optima de la maquinaria y materiales conjugados como determinantes para satisfacer la demanda del mercado.

Distribución de Maquinarias y Equipos (Lay-out)

Tabla 50

Maquinaria

MAQUINARIA	
DESCRIPCIÓN	CONSUMO ANUAL
Maquina Ojaladora Suzuki, modelo SE200 de 50/60 Hz	1
Maquina Overlook Juki, MO-3600 series	1
Maquina Urladora, Tony, H101-M	1
Maquina Recta electrónica Juki, SP-180	1
Laptop Toshiba L24U1EI	1

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Tabla 51*Herramientas*

HERRAMIENTAS	
DESCRIPCIÓN	CONSUMO ANUAL
Caja de herramientas para mantenimiento de maquinaria	4
Tijeras	2
Tizas	2
Saca costuras	4
Saca costuras (metálico)	2
Reglas	1
Ganchos	4
Armadores	10
Alfileres	5

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Tabla 52*Muebles y enseres*

MUEBLES Y ENSERES	
DESCRIPCIÓN	CONSUMO ANUAL
Mesa metálica	3
Estantería de insumos	1

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Distribución de planta

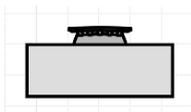
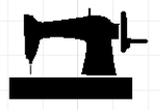
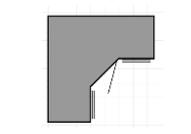
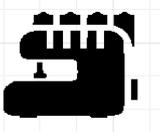
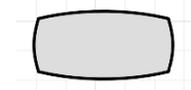
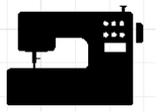
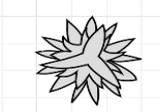
La distribución de planta es la que proporciona el ambiente, y óptimo espacio de trabajo dentro de un sector productivo, con la debida y eficiente utilización de los recursos para la generación de productos y bienes, con seguridad y confort para todos los trabajadores.

La distribución para el proyecto de la creación de la nueva línea de ropa, se centra en la división de cada una de las áreas más importantes, dentro del espacio de trabajo, de esta manera se certifica el trabajo seguro y de calidad, por esta razón se establecen zonas de trabajo específicas para cada procedimiento, en tal razón se reconocen el sector para corte, armado y cocido, cada uno con las herramientas principales y necesarias para la fabricación de las prendas, con la adecuación de cada lugar dentro del espacio físico facilita el control de la calidad y del personal que labora en cada una de las áreas de trabajo, previo a la entrega y finalización de las prendas de vestir.

De esta manera se establece la siguiente distribución de áreas de trabajo para el proyecto de emprendimiento de la nueva línea de ropa formal.

Tabla 53

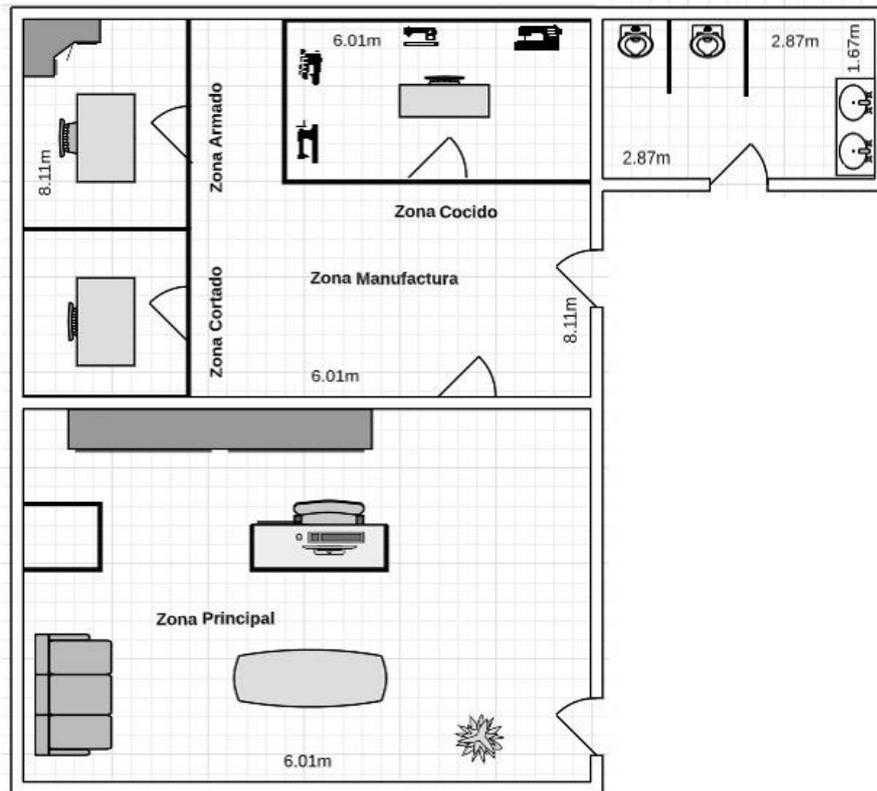
Referencia de distribución del espacio físico

SÍMBOLO	REPRESENTACIÓN	SÍMBOLO	REPRESENTACIÓN
	Mesa de trabajo		Maquina Recta
	Sofá		Maquina Urladora
	Estantería de herramientas		Maquina Overlook
	Mesa de centro		Maquina ojaladora
	Estantería de ropa		Lavamanos
	Inodoro		Planta

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Ilustración 36

Distribución del espacio físico



Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

CAPÍTULO V

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

5.1 Aspectos generales

La empresa Dinastía Palacios nace en el año 2011, inicialmente con el nombre de “LE CHIC FACTORY” como empresa familiar constituida hasta la actualidad con la misma razón, se dedica a la confección de prendas de vestir formal para caballeros en la ciudad de Ambato y próximamente en Latacunga, cuenta con un área de trabajo con maquinaria exclusiva en su local, ubicado en el centro de la ciudad de Ambato en las calles Av. Mera entre Bolívar y Rocafuerte.

En la actualidad la organización está constituida por un gerente general, Edwin Patricio Palacios López, conjuntamente con una jefa de producción, Cecilia Perugachi Salcedo, quienes fueron los encargados de la creación y constitución de la empresa, de este modo, la fabricación de prendas acorde a las nuevas tendencias de moda de cada año, ha sido una fuente de innovación, con la implementación año tras año de nuevos estilos, formas, modelos, telas, colores que los han llevado a posicionarse en el mercado textil, por su tendencia y adaptación a los nuevos cambios en las formas de vestirse por la población en la cual se desenvuelve.

El incremento de la producción de la demanda, llevo a cabo la contratación de nuevo personal para satisfacer el mercado, cabe destacar que en el año 2015, se adquirió maquinaria nueva y automatizada con tecnología japonesa que permitía facilitar los procesos de producción, con lo cual la mano de obra calificada podía trabajar de manera eficiente, rápida y óptima para la entrega de prendas de vestir, contribuyo a la optimización de los tiempos de armado y cocido, como también los estatus de calidad y mejora continua en cada uno de los procedimientos que conlleva la realización de cada una de estas prendas.

Hoy en día, la empresa cuenta con 6 obreros especializados y calificados únicamente en la construcción de prendas formales, a raíz del incremento de la habilitación de eventos postpandemia, se destaca el trabajo en conjunto con los hijos de los propietarios quienes se encargan de llevar a cabo trabajos administrativos y comerciales para la empresa.

5.2 Diseño organizacional

5.2.1 Niveles jerárquicos

Los niveles jerárquicos dentro de una organización determinan todas las tareas que se deben realizar o llevar a cabo según los rangos y grados de importancia, de esta manera se toma en cuenta la diferenciación de todos los que elaboran dentro de la misma y cada uno de ellos cumple con sus actividades con facultades que desarrollan dentro de su área y ambiente de trabajo (Brume , 2019).

- **Nivel Directivo o superior**

Encargado de la realización de políticas y estrategias que rigen a la organización, también como los objetivos a mediano y largo plazo y la forma o manera de interactuar o desarrollarse con otras entidades u organizaciones en este apartado se encuentran todos los directivos que lideran la empresa.

- **Nivel táctico o medio**

Encargado de la organización y coordinación de todas las actividades que se desarrollan por los niveles inferiores u operativos, se quiere con ello destacar la toma de decisiones que afecta o repercute a un área específica dentro de una empresa, además de proporcionar los planes y métodos para la ejecución de las actividades.

- **Nivel operativo e inferior**

Encargado de la realización de todas las tareas diarias y rutinarias que comprende la programación establecida por el nivel medio para ejecutarlas de manera eficaz y que conlleva estipulaciones de realización de actividades dentro de las cuales establecen de administración, técnicos, obreros, entre otros.

La organización Dinastía Palacios está conformada de la siguiente manera:

Tabla 54

Niveles jerárquicos Dinastía Palacios

NIVEL	PUESTO	NOMBRES
Ejecutivo	Gerente General	Edwin Palacios
Administrativo	Jefe Administrativo	Melanie Palacios
Administrativo	Jefe Comercial	Tom Palacios
Operativo	Jefa de Producción	Cecilia Perugachi

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

5.2.2 Misión

Brindar asesoramiento personalizado de imagen y estilo a todos sus clientes, juntamente con la realización y confección de prendas formales con altos índices de calidad, preocupados por el bienestar y satisfacción de las necesidades de cada uno de nuestros consumidores.

5.2.3 Visión

Liderar el mercado textil formal nacional para damas y caballeros, con la implementación de nuevas tecnologías para la creación de prendas que cumplan con las más altas normas de calidad juntamente con la búsqueda de la mejora continua en sus procesos y actividades comerciales.

5.2.4 Valores

Profesionalismo.- Especialización en actividades de corte y costura, además el cumplimiento de las normas y regímenes dictados en los contratos, desenvolvimiento eficaz y eficiente.

Honestidad. – Cumplimiento de reglas establecidas por la organización, actuar de manera sincera y oportuna cuando las actividades lo ameriten.

Responsabilidad. – Ejecución y cumplimiento de las actividades señaladas y establecidas con el total compromiso de realización del trabajo asignado para cada una de las áreas que compone la empresa.

Eficiencia. - Trabajar debido a minimizar los tiempos y recursos necesarios para la fabricación de prendas.

Tabla 55

Matriz Axiológica

Grupo de Preferencia Valores	Clientes	Proveedores	Colaboradores	Sociedad	Estado	Familia
Profesionalismo		X	X	X	X	
Honestidad	X	X	X	X	X	X
Responsabilidad	X	X	X	X	X	X
Eficiencia		X	X	X	X	

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

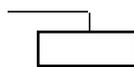
5.3 Estructura Organizativa

Ilustración 37

Organigrama Estructural Dinastía Palacios



Cuadro de referencia



Relación de

Dependencia

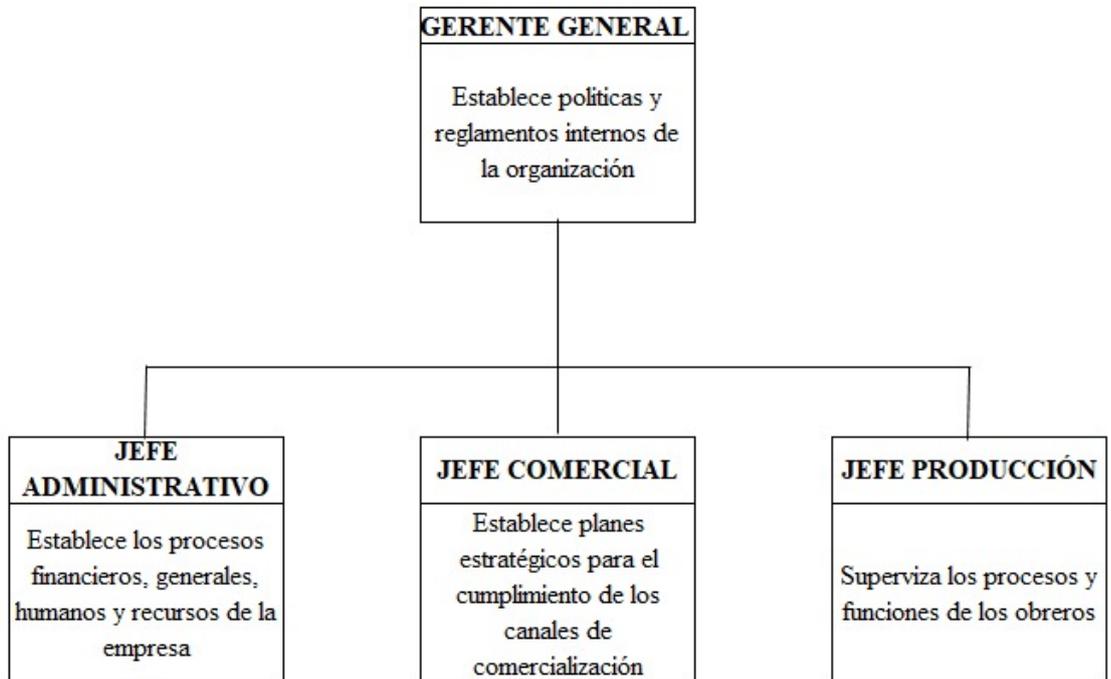
Elaborado por: López K.,
Palacios M
Fecha:
Aprobado por: Ing. Fernando
Silva MBA
Fecha: 21/06/2022

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

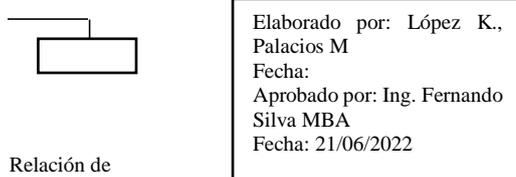
5.4 Estructura Funcional

Ilustración 38

Organigrama funcional



Cuadro de referencia



Relación de

Dependencia

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

5.5 Manual de funciones

Tabla 56

Manual de funciones Gerente General

	DINASTÍA PALACIOS		Fecha	16/06/2022		
	MANUAL DE FUNCIONES		Página	1	De	4
IDENTIFICACIÓN DE PERFIL						
CARACTERIZACIÓN						
Asignación del puesto	Gerente General					
Nivel	Directivo					
Código	G001					
Estatus operativo	Administrativo					
VÍNCULO						
<p>Supervisa: Relaciones internas, administrativas, operacionales y comerciales</p> <p>Funciones del puesto:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Planear todas las actividades a desarrollarse dentro de la organización. • Organizar todos los recursos pertinentes para su uso óptimo dentro de la empresa. • Definir todos los estatus principales de dirección de la empresa en términos de período corto, mediano y largo plazo. • Fijar los objetivos que direccionen el rumbo de trabajo y desarrollo de la empresa. <ul style="list-style-type: none"> • Proyectar el futuro de la organización a largo plazo dentro del mercado. • Fortalecer mecanismos de capacitación de fortalezas de cada uno de los trabajadores para incrementar la eficiencia y efectividad. <p>Competencias: Pensamiento crítico, comunicación, creatividad, iniciativa, capacidad de planificación y negociación.</p> <p>Conocimientos requeridos: Planificación y dirección administrativa, conocimientos generales contables, manejo del personal, gestión de recursos.</p>						
Elaborado: Dinastía Palacios		Reviso: Ing. Fernando Silva MBA		Autorizo: Ing. Fernando Silva MBA		
		Silva MBA				

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Tabla 57

Manual de funciones Jefe Administrativo

	DINASTÍA PALACIOS MANUAL DE FUNCIONES	Fecha	16/06/2022			
		Página	2	De	4	
IDENTIFICACIÓN DE PERFIL						
CARACTERIZACIÓN						
Asignación del puesto	Jefe Administrativo					
Nivel	Operativo					
Código	G002					
Estatus operativo	Operacional					
VÍNCULO						
<p>Supervisa: Operaciones organizacionales, flujos de información y comunicación interna y control de recursos.</p> <p>Funciones del puesto:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Planificar todos los procedimientos administrativos a llevarse a cabo dentro de la organización. • Coordinar la optimización de todos los procesos internos mediante modos y sistemas complementarios. <ul style="list-style-type: none"> • Contratar personal y asignar las responsabilidades y funciones dentro de la empresa. • Valorar el desarrollo y desenvolvimiento de los integrantes de la organización. • Asesoría y orientación a cada uno de los colaboradores que garanticen la máxima eficiencia. • Evaluar y seleccionar posibles proveedores de insumos y materiales para la empresa juntamente con acuerdos que beneficien a las dos partes. <p>Competencias: Visión amplia del negocio, liderazgo, trabajo en equipo, motivación, proactividad, habilidades comunicativas y trabajo bajo presión.</p> <p>Conocimientos requeridos: Leyes laborales, manejo de procedimientos, negociaciones, procesos administrativos y contables.</p>						
Elaborado: Dinastía Palacios	Reviso: Ing. Fernando Silva MBA		Autorizo: Ing. Fernando Silva MBA			

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Tabla 58

Manual de funciones Jefe Comercial

	DINASTÍA PALACIOS	Fecha	16/06/2022		
		Página	3	De	4
	MANUAL DE FUNCIONES				
IDENTIFICACIÓN DE PERFIL					
CARACTERIZACIÓN					
Asignación del puesto	Jefe Comercial				
Nivel	Operativo				
Código	G003				
Estatus operativo	Operacional				
VÍNCULO					
<p>Supervisa: Trabajos y procesos de ventas de la empresa, campañas publicitarias y procesos comerciales.</p> <p>Funciones del puesto:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Planificar y dirigir las operaciones de venta dentro de la empresa. • Organizar y ejecutar planes que garantice que los reclamos de los consumidores sean cubiertos de forma eficiente y eficaz. <ul style="list-style-type: none"> • Implementar sistemas y políticas de precios, promociones y créditos. <ul style="list-style-type: none"> • Asegurar la planificación de un inventario. • Establecer un espacio adecuado dentro de la empresa para exhibición de todas las prendas en un ambiente limpio y organizado. <ul style="list-style-type: none"> • Fijar metas a mediano y corto plazo de ventas. • Revisar el desempeño de la organización mediante la evaluación de las metas comerciales y de venta. • Realizar informes constantes que verifiquen y muestren las ganancias obtenidas de las ventas para garantizar el cumplimiento de las metas. <p>Competencias: Fuente de motivación, formador y mentor, comunicación, visión del futuro, conocimiento de la empresa, desarrollo y capacitación del talento humano, negociador.</p> <p>Conocimientos requeridos: Capacidad organizativa, conocimientos administrativos y de ventas, cálculo de presupuestos y contables.</p>					
86					

Elaborado: Dinastía Palacios	Reviso: Ing. Fernando Silva MBA	Autorizo: Ing. Fernando Silva MBA
------------------------------	---------------------------------	-----------------------------------

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Tabla 59 :

Manual de funciones Jefe de Producción

	DINASTÍA PALACIOS MANUAL DE FUNCIONES	Fecha	16/06/2022		
		Página	4	De	4
IDENTIFICACIÓN DE PERFIL					
CARACTERIZACIÓN					
Asignación del puesto	Jefe de Producción				
Nivel	Operativo				
Código	G004				
Estatus operativo	Operacional				
VÍNCULO					
<p>Supervisa: Todas las operaciones del sistema productivo interno, obreros de planta</p> <p>Funciones del puesto:</p>					

- Diseñar y desarrollar planes de producción en consideración a la capacidad productiva de la empresa
- Elaborar y supervisar sistemas y planes de producción que guíen el trabajo de los obreros.
- Supervisar la compra y logística de entrada de materia prima e insumos a la organización.
- Planificar eficientemente el uso óptimo de los materiales e insumos necesarios para la elaboración de prendas.
 - Supervisar y mantener la maquinaria dentro de la instalación productiva.
- Corregir percances en el funcionamiento de la maquinaria y equipos diariamente.
- Supervisar el trabajo de cada uno de los obreros y la gestión de calidad del área productiva
- Velar por el bienestar y ambiente de desarrollo de los obreros dentro del espacio de producción.

Competencias:

Gestión del tiempo, flexibilidad, supervisión y control del personal, creación de estrategias, prontitud, negociación, toma de decisiones y trabajo bajo presión.

Conocimientos requeridos:

Operación de las maquinarias de producción, gestión administrativa, manejo de personal, conocimiento de normas de calidad en prendas de vestir.

Elaborado: Dinastía Palacios	Reviso: Ing. Fernando Silva MBA	Autorizo: Ing. Fernando Silva MBA
------------------------------	---------------------------------	-----------------------------------

CAPÍTULO VI

ESTUDIO FINANCIERO

6.1 Ingresos Brutos

Los ingresos brutos se obtienen mediante la multiplicación del DPI Real por el precio estimado de la realización de las prendas, en este caso, un promedio de los tres precios establecidos.

Tabla 60

Ingresos Brutos

AÑO	DPI REAL (unidades)	PRECIO (\$)	INGRESOS BRUTOS
2022	2.876	71,33	205.145
2023	2.921	72,71	212.397
2024	2.967	74,12	219.927
2025	3.013	75,56	227.670

2026	3.060	77,03	235.707
2027	3.108	78,52	244.049

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

6.2 Activos fijos tangibles

Incluye todos aquellos bienes que no podrán convertirse en efectivo para la organización dentro de un lapso de un año, se denota que el valor de cada uno de ellos en cierto tiempo se depreciará, en consecuencia, el coste se divide para todos los años que ha sido usado, en función de las características de la actividad que realiza la empresa o negocio (Rodríguez Santos, 2018).

Constituyen todos aquellos bienes que una organización o empresa utiliza en su diario laboral en todas sus operaciones de manera permanente y que sufren a lo largo del tiempo una depreciación en su vida y utilidad que repercute al final de cada periodo y que obtiene una duración de más de un periodo (años), de este modo se constata una vida limitada transferible a todos los productos que crean y fabrican (Garcia , 2019).

Los activos fijos tangibles representan todos aquellos bienes materiales que se pueden tocar y utilizar dentro de una organización, en este sentido, sufren una devaluación o depreciación en su valor monetario y que cuentan con una vida útil de más de un año, sin tomar en cuenta la actividad o proceso a la cual están sometidos dentro del ámbito laboral y productivo.

Tabla 61

Maquinaria

MAQUINARIA			
DESCRIPCIÓN	CONSUMO ANUAL	VALOR UNITARIO (\$)	VALOR TOTAL (\$)
Maquina Ojaladora Suzuki, modelo SE200 de 50/60 Hz	1	9.000	9.000
Maquina Overlook Juki, MO-3600 series	1	1.800	1.800
Maquina Urladora, Tony, H101-M	1	1.200	1.200
Maquina Recta electrónica Juki, SP-180	1	2.000	2.000
Laptop HP Elite Book	1	250	250
TOTAL		14.250	14.250

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Tabla 62

Herramientas

DESCRIPCIÓN	CONSUMO ANUAL	VALOR UNITARIO (\$)	VALOR TOTAL (\$)
Caja de herramientas mantenimiento de maquinaria	4	5	20
Tijeras	2	10	20
Tizas	2	1	2
Saca costuras	4	0,5	2
Saca costuras (metálico)	2	1	2
Reglas	1	5	5
Ganchos	4	5	20
Armadores	10	10	100
Alfileres	5	1	5
TOTAL		39	176

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Tabla 63

Muebles y enseres

DESCRIPCIÓN	CONSUMO ANUAL	VALOR UNITARIO (\$)	VALOR TOTAL (\$)
Mesa metálica	3	250	750
Estantería de insumos	1	500	500
TOTAL		750	1.250

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Tabla 64

Total activos fijos

ACTIVO FIJO	VALOR (\$)
Maquinaria	14.250
Herramientas	176
Muebles y enseres	1.250
TOTAL	15.676

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Análisis e interpretación

La empresa Dinastía Palacios realizará una inversión en activos fijos tangibles, mayormente en maquinaria, principalmente en máquinas de coser con un total de \$14.250 que servirá como parte fundamental e indispensable para la producción y fabricación de prendas de vestir, no obstante, una inversión conjunta en muebles y enseres valorados en \$1.250, finalmente y no menos importante para el mantenimiento de la maquinaria y herramientas con un valor total de \$176, con una inversión total de \$15.676.

6.3 Activos fijos intangibles

Los bienes inmateriales que cuenta la organización y no se le puede considerar como un gasto, por lo tanto, son aquellos bienes que traen utilidad y son muy importantes para producir una ventaja competitiva, se quiere con ellos significar todos las técnicas y destrezas de los individuos que está constituida en la organización (Caivano, 2017)

Resulta claro los activos intangibles como los bienes que no se pueden tocar ni ver, por consiguiente, son bienes fundamentales a pesar de ser inmateriales, por facilitar una competitividad superior y gestionar beneficios para la organización, y pueden constar de una vida útil sin límite (Loza Vega, 2020).

Los activos fijos intangibles de una organización se encuentran como los bienes que no se pueden visualizar ni sentir, tanto físicamente como contablemente, pero son esenciales para la constitución de esta, se emplean para garantizar utilidad y rentabilidad en la empresa, es por eso, que la vida útil de estos bienes puede tener limite o ser ilimitados.

Tabla 65

Inversión en activos intangibles

ACTIVOS INTANGIBLES	
DESCRIPCIÓN	CONSUMO ANUAL (\$)
Publicidad	100
TOTAL	100

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Análisis e interpretación

Los activos intangibles que la empresa está dispuesta a adquirir se centran, únicamente en adquisición de servicios de publicidad y propaganda en todas las redes sociales

como fuente principal, de difusión de información y preferencia de clientes anteriormente encontrada con la realización de la encuesta, en términos monetarios este servicio establece un total de \$100.

6.4 Activo circulantes o de capital de trabajo

6.4.1 Activo Corriente o Circulante

- **Caja-Bancos**

Efectivo que la empresa cuenta para saldar gastos o imprevistos que surjan en la vida diaria, en este caso, la empresa cuenta con un total de \$1500.

- **Lote económico**

$$LE = \sqrt{\frac{2 * F * U}{C * P}}$$

Donde:

LE: Cantidad de materia prima óptima requerida

2: Valor constante

U: Consumo anualizado de materia prima

F: Transporte y estibaje

C: Tasa referencial pasiva (6.10% Banco Central del Ecuador Jun-2022)

P: Precio de compra unitario

Ecuación 1

Lote económico

$$LE = \sqrt{\frac{2 * 20 * 2.876}{0,061 * 8}}$$

$$LE = \sqrt{\frac{115.040}{0,488}}$$

LE = 485,52 Cantidad óptima requerida de materia prima

- **Inventario**

Ecuación 2

Inventario

$$\text{Inventario} = \text{Lote económico} * \text{Precio}$$

$$\text{Inventario} = 485,52 * 8$$

$$\text{Inventario} = 3.884,16$$

- **Cuentas por cobrar**

Derechos o créditos que dentro de una organización establece para entregar a sus clientes mediante cuentas abiertas de préstamos para fidelización de estos, que un corto plazo se convierte en efectivo, en el que el deudor pretende saldar o pagar a la empresa que espera cobrar los mismos, en un tiempo determinado.

Para el cálculo de las cuentas por cobrar se obtiene los ingresos brutos de la multiplicación del DPI REAL por el precio promedio de la realización de las tres prendas, con la utilización de la inflación correspondiente a 1.94%.

PDR: El periodo establecido para la recuperación establece el número de días, que se brinda al cliente y consumidor como límite de pago, para el emprendimiento se establece dentro de los 15 A 30 días laborales próximos a la compra, con un promedio de 15 días en total, las ventas se obtienen de la multiplicación del precio de las prendas, dos prendas, tres prendas y abrigos por el DPI real del primer año de conformación del proyecto

Tabla 66

Ventas

AÑO	DPI REAL	PRECIO (\$)	INGRESOS BRUTOS (\$)
2023	2.921	72,71	212.397

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Ecuación 3

Cuentas por cobrar

$$\text{Cuentas por cobrar} = \frac{\text{ventas}}{360} * \text{PDR}$$

Donde:

PDR: Periodo de recuperación promedio (15 días)

360: días del año

$$\text{Cuentas por cobrar} = \frac{212.397}{360} * 15$$

$$\text{Cuentas por cobrar} = 8.849,88$$

Tabla 67

Total activo corriente o circulante

ACTIVO CORRIENTE	
Caja-Bancos	\$1.500
Inventario	\$3.884,16
Cuentas por cobrar	\$8.849,88
TOTAL	\$14.234,04

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Análisis e interpretación

Para el proyecto del emprendimiento los activos corrientes o circulantes están conformados por los valores de Caja-Bancos con un total de \$1.500 dinero destinado para imprevistos del diario vivir, un Inventario valorado con un total de \$3.884,16 y cuentas por cobrar con un total de \$8.849,88 destinados hacer valores que la empresa debe recuperar de terceros, se establece como mayor activo circulante a las cuentas por cobrar.

6.4.2 Pasivo Circulante

Es conocido como pasivo circulante o corriente a todas aquellas responsabilidades consideradas deudas que cuenta la empresa en un determinado tiempo, como puede ser a corto plazo, es decir, menos de un año. Para entender la situación en la que se encuentra la empresa, es importante conocer su estado económico, de este modo, se analizara si se realizara una financiación a instituciones bancarias (Reinoso Nuñez, 2017).

Ecuación 4

Pasivo corriente

$$\text{Tasa circulante} = \frac{\text{Activo Circulante}}{\text{Pasivo Circulante}}$$

$$2,5 = \frac{14.234,04}{\text{Pasivo Circulante}}$$

$$\text{Pasivo Circulante} = \frac{14.234,04}{2,5}$$

$$\text{Pasivo Circulante} = \$5.693,62$$

Por consiguiente, la tasa circulante (2.5) es una estimación referencial dentro del Banco Central del Ecuador y de las entidades financieras, para proporcionar que la empresa recuperara en los días acordados con los terceros y brindar una sostenibilidad económica al proyecto.

Análisis e interpretación

De este modo, se denota que el Pasivo Corriente tiene un total de \$5.693,62, en el cual dicho valor es una contracción para la liquidez del emprendimiento, en donde se evidencia que la prestación a terceros es desfavorable.

6.4.3 Capital de Trabajo

Ecuación 5

Capital de Trabajo

$$\text{Capital de Trabajo} = \text{Total Activo Corriente} - \text{Total Pasivo Corriente}$$

$$\text{Capital de Trabajo} = \$14.234,04 - \$ 5.693,62$$

$$\text{Capital de Trabajo} = \$8.540,42$$

Análisis e interpretación

El capital de trabajo que refiere el proyecto es una cantidad de \$8.540,42, por lo que significa que la empresa tiene recursos económicos que pueden sostener y mantener con regularidad sus actividades en un plazo corto para cubrir con sus compromisos laborales.

6.5 Resumen de las Inversiones

Ecuación 6

Inversión Inicial

$$\text{Inversión inicial} = \text{Activo Fijo} + \text{Activo Diferido} + \text{Capital de Trabajo}$$

$$\text{Inversión Inicial} = \$ 15.676 + \$ 100 + \$8.540,42$$

$$\text{Inversión Inicial} = \$24.316,42$$

La inversión inicial del proyecto es un valor de \$24.316,42, por lo tanto, es decir que el proyecto tiene la cantidad apta en sus activos tangibles e intangibles y en el capital de trabajo.

6.6 Financiamiento

La empresa Dinastía Palacios tendrá un financiamiento acorde a sus capacidades dentro de su capital autónomo, sus bienes y un efectivo direccionado por una institución financiera, para garantizar un desarrollo económico en el proyecto, el cual se tomará como dato principal los intereses, montos, el tiempo y si necesitan de una persona denominada como garante, que convengan a la empresa para determinar la mejor cuota de entrada que permita una flexibilidad a la empresa.

En donde, se comparará entre los Bancos más prestigiosos como lo son el Banco Bolivariano, el BanEcuador y el Banco Pichincha.

Tabla 68

Financiamiento

PROYECTO CON FINANCIAMIENTO	MONTO (\$)	% DE APORTACION A LAS FUENTES
Capital Propio	6.316,42	25,97%
Institución Financiera	18.000	74,03%
TOTAL	24.316,42	100%

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Análisis e interpretación

Dinastía Palacios cuenta con un capital propio para la inversión en recursos de \$6.316,42 lo cual representa un 25,97% del financiamiento total, no obstante, la aplicación del proyecto demanda un crédito financiero de \$18.000 lo que representa el

74,03% faltante, en consideración se presentan las alternativas de entidades financieras para la obtención de dicho crédito.

Tabla 69

Comparación de entidades financieras

	INSTTUCIONES FINANCIERAS	MONTO (\$)	TASA DE INTERES ACTIVA (%)	MESES PLAZO	GARANTES
	Banco Bolivariano	18.000	16,76%	48	1
	BanEcuador	18.000	11,5%	48	1
	Banco Pichincha	18.000	11,23%	24	2

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Análisis e interpretación

Posteriormente de la realización de la comparación entre entidades financiera óptimas, se concluye y se opta por la opción de la institución financiera BanEcuador, al poseer una tasa de interés activa 11,5%, en comparación a las demás en un tiempo de 48 meses plazo y con un garante, a diferencia de las dos entidades, es la óptima para la aplicación y solicitud del crédito pertinente.

6.7 Plan de inversiones

Para la realización del proyecto de emprendimiento de la nueva línea de roa en la empresa Dinastía Palacios se detalla el plan de inversión a seguir para su funcionamiento y trabajo de la siguiente manera:

Tabla 70

Plan de Inversión

INVERSIÓN	VALOR (\$)	VALOR (%)
Activo Fijos	15.676	64,47%

Activo Diferido	100	0,41%
Capital de Trabajo	8.540,42	35,12%
TOTAL DE INVERSIÓN	24.316,42	100%
Recursos Propios	6.316,42	25,97%
Institución Financiera	18.000	74,03%
TOTAL DE FINANCIAMIENTO	24.316,42	100%

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Análisis

Para la implementación de la nueva línea de ropa la empresa presenta una inversión total de 64,47% en activos fijos, el 35,12% relacionado a su capital de trabajo juntamente con su inversión propia que acumula un total de 25,97%, finalmente con el 74,03% una inversión mediante una entidad financiera que equivale a peso mayoritario del total del financiamiento.

6.8 Presupuesto de costos y gastos

- **Costos de producción**

Denominados costos de operación establecen todos los gastos que se involucran un proyecto, empresa o industria que se derivan de todas aquellas áreas, como la compra o adquisición de materia prima o insumos, los pagos de servicios básicos, como luz, agua, juntamente con los salarios de los trabajadores que en ellos laboran, y de cierta manera su mantenimiento (Pacheco , 2019).

Relación de todos aquellos gastos que son necesarios para el funcionamiento y operación de una planta, industria o empresa que facilita la fabricación de un bien o producto que generan servicios, donde incluyen la apropiación de materia prima y otros instrumentos que se relaciona y van de la mano con la utilidad de la mano de obra que genera y gestiona el desarrollo dentro del mercado (Villalba , 2020).

Referente a todos aquellos gastos que son indispensables para la producción y fabricación de bienes o productos y que están íntimamente relacionados con gastos de adquisición de materia prima en conjunto con la mano de obra directa e indirecta, en consecuencia, la utilización de servicios básicos como luz y agua y que enmarcan el funcionamiento de una empresa o industria.

Tabla 71*Materia Prima*

DESCRIPCIÓN	CONSUMO ANUAL	UNIDADES DE MEDIDA	PRECIO UNITARIO (\$)	PRECIO TOTAL (\$)
Tela micro stretch	2.876	Metros	8	23.008
TOTAL			8	23.008

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Tabla 72*Materiales Indirectos*

DESCRIPCIÓN	CONSUMO ANUAL	UNIDADES DE MEDIDA	PRECIO UNITARIO (\$)	PRECIO TOTAL (\$)
Etiquetas	2.880	Unidades	0,1	288
Fundas plásticas	2.880	Unidades	0,1	288
Caja de cartón	2.880	Unidas	0,3	864
TOTAL			0,5	1.440

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Tabla 73*Insumos*

DESCRIPCIÓN	CONSUMO ANUAL	UNIDADES DE MEDIDA	PRECIO UNITARIO (\$)	PRECIO TOTAL (\$)
Botones	11.520	Unidades	0,06	691,2
Tubos de Hilo	576	Unidades	0,5	288
Cierres	2.880	Unidades	0,1	288
Pelón pegable	2.592	Metros	1,8	4.665,6
Forro	4.320	Metros	1,5	6.480
TOTAL			3,96	12.412,8

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Tabla 74*Depreciación y Amortización*

DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN

DEPRECIACIÓN

DETALLE	VALOR (\$)	VALOR DEPRECIADO (\$)
Maquinaria	14.250	2.850
Herramientas	176	35
Muebles y enseres	1.250	250
TOTAL	15.676	3.135

AMORTIZACIÓN

DETALLE	VALOR (\$)	VALOR AMORTIZADO (\$)
Publicidad	100	20
TOTAL	100	20

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Análisis

Para el cálculo de la depreciación se toma en cuenta el método lineal o recto, en donde el valor total de los bienes se va a recuperar para los años esperados de duración de estos por lo cual, los cálculos se obtienen de la división de los 5 años de vida útil del emprendimiento y del bien, la maquinaria se adquiere en completo funcionamiento.

Tabla 75

Mantenimiento de maquinaria

MANTENIMIENTO DE MAQUINARIA Y EQUIPO			
MAQUINARIA			
DESCRIPCIÓN	CONSUMO ANUAL	VALOR UNITARIO (\$)	VALOR TOTAL (\$)
Máquina Ojaladora Suzuki, modelo SE200 de 50/60 Hz	Anual (1)	25	25
Máquina Overlook Juki, MO-3600 series	Anual (1)	25	25
Máquina Urladora, Tony, H101-M	Anual (1)	25	25
Máquina Recta electrónica Juki, SP-180	Anual (1)	25	25
Laptop Toshiba L24U1EI	Trimestral (4)	20	80
TOTAL		120	180

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Análisis

Las maquinarias de la empresa se considera realizar el mantenimiento de una forma anual, por su significancia, que alcanzan una capacidad de producción máxima, de

cierta manera, no es necesario el mantenimiento de forma secuencial, por lo tanto, el equipo referente el equipo de cómputo se encuentra en un rango trimestral, para el respectivo mantenimiento.

Tabla 76

Mano de Obra Directa e Indirecta

DESCRIPCIÓN	MANO DE OBRA DIRECTA CONSUMO ANUAL	VALOR UNITARIO (\$)	VALOR TOTAL (\$)
MANO DE OBRA DIRECTA			
Cortador	3	275	9.900
Cosedor	3	275	9.900
MANO DE OBRA INDIRECTA			
Diseñador	1	250	3.000
TOTAL			22.800

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Tabla 77

Total de Costos de Producción

COSTOS DE PRODUCCIÓN	
Materia Prima	23.008
Materiales Indirectos	1.440
Insumos	12.412,8
Amortización y Depreciación	3.155,2
Mantenimiento de Maquinaria y Equipos	180
Mano de Obra Directa e Indirecta	22.800
TOTAL	62.996

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

- **Costos Administrativos**

Son aquellos gastos íntimamente relacionados y que repercuten en el funcionamiento de la actividad de una empresa, institución o industria, se relacionan de manera directa en todos los procesos determinados por la alta gerencia, en la contratación y eliminación de personal, como también en su contabilidad, con su impacto en la funcionalidad operativa y administrativa. (Ferro, 2017)

Los costos administrativos se los reconocen como los gastos que se relacionan con la actividad de la empresa, los mismos que están dirigidos para todos los procesos que funcionan en la industria o entidad, desde los niveles más altos hasta los niveles inferiores, se encargan de la eficacia dentro de sus procesos de producción, administrativos y de operación.

Tabla 78

Servicios Básicos

DESCRIPCIÓN	CONSUMO ANUAL	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO UNITARIO (\$)	PRECIO TOTAL (\$)
Energía Eléctrica	8.642	kW/h	350	4.200
Agua Potable	100	m ³	25	300
Internet (Plan Móvil)	Ilimitado	Gb	34	408
TOTAL				4.908

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Tabla 79

Total Costos Administrativas

COSTOS ADMINISTRATIVOS	
Servicios Básicos	4.908
Arriendo	3.000
TOTAL COSTOS ADMINISTRATIVOS	7.908

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

- **Costos Financieros**

Considerados todos aquellos costos de las cuales la empresa, mediante la utilización de un tipo de financiamiento a través de una entidad financiera toma en consecuencia, una deuda de gestión para el desarrollo de su trabajo y actividades relacionado tanto con el precio y el interés de dinero

Tabla 80

Préstamo Bancario

DESCRIPCIÓN	INTERÉS TOTAL (\$)
Interés por préstamo tasa activa referencial 11,5%	1.753,11

TOTAL	1.753,11
--------------	-----------------

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

6.8.1 Situación Financiera Inicial

La empresa Dinastía Palacios cuenta con un estado de situación financiera inicial, en donde se analiza mediante un balance general, para dar a conocer lo que la empresa cuenta para su funcionamiento y con lo que puede aportar para sus diferentes operaciones, el cual se tomara en cuenta las cuentas anteriores como los activos tangibles e intangibles, los pasivos corrientes y no corrientes y el patrimonio, presentándoles de la siguiente manera:

Tabla 81

Situación Financiera Inicial

		DINASTÍA PALACIOS BALANCE GENERAL	
ACTIVOS		PASIVOS	
		Pasivo Corriente	\$ 5.693,62
		TOTAL PASIVO CORRIENTE	\$ 5.693,62
Caja- Bancos	\$1.500		
Inventario	\$3.884,16	PASIVO NO CORRIENTE	
Cuentas por cobrar	\$8.849,88	Préstamo Bancario	\$18.000,00
ACTIVO CIRCULANTE	\$14.234,04	TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	\$18.000,00
TANGIBLES		TOTAL PASIVO	\$23.693,62
Maquinaria	\$14.250,00		
Herramientas	\$ 176,00	PATRIMONIO	
Muebles y enseres	\$ 1.250,00		
(-) Depreciación	\$ 3.135,00		
TOTAL TANGIBLES	\$12.541,00		
INTANGIBLES			

Publicidad	\$ 100,00	Capital	\$ 3.161,42
(-) Amortización	\$ 20,00	TOTAL PATRIMONIO	\$ 3.161,42
TOTAL			
INTANGIBLES	\$ 80,00		
TOTAL		TOTAL	
ACTIVOS	\$26.855,04	PASIVO+PATRIMONIO	\$26.855,04

Gerente General
Edwin Palacios

Jefe Administrativo
Melanie Palacios

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

6.8.2 Situación Financiera Proyectada

Tabla 82

Estado de Situación Inicial

DINASTÍA PALACIOS					
ESTADO DE SITUACIÓN PROYECTADA					
ACTIVOS	2023	2024	2025	2026	2027
CORRIENTE					
Caja- Bancos	\$ 1.500,00	\$ 1.529,10	\$ 1.558,76	\$ 1.589,00	\$ 1.619,83
Inventario	\$ 3.884,16	\$ 3.959,51	\$ 4.036,33	\$ 4.114,63	\$ 4.194,46
Cuentas por cobrar	\$ 8.849,88	\$ 9.021,57	\$ 9.196,59	\$ 9.375,00	\$ 9.556,87
NO CORRIENTE	\$ 14.234,04	\$ 14.510,18	\$ 14.791,68	\$ 15.078,64	\$ 15.371,16
ACTIVOS FIJOS					
Maquinaria	\$ 14.250,00	\$ 14.526,45	\$ 14.808,26	\$ 15.095,54	\$ 15.388,40
Herramientas	\$ 176,00	\$ 179,41	\$ 182,90	\$ 186,44	\$ 190,06
Muebles y enseres	\$ 1.250,00	\$ 1.274,25	\$ 1.298,97	\$ 1.324,17	\$ 1.349,86
(-) Depreciación	\$ 3.135,00	\$ 3.195,82	\$ 3.257,82	\$ 3.321,02	\$ 3.385,45
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 12.541,00	\$ 12.784,30	\$ 13.032,31	\$ 13.285,14	\$ 13.542,87
DIFERIDOS					
Publicidad	\$ 100,00	\$ 101,94	\$ 103,92	\$ 105,93	\$ 107,99
(-) Amortización	\$ 20,00	\$ 20,39	\$ 20,78	\$ 21,19	\$ 21,60
TOTAL ACTIVO DIFERIDO	\$ 80,00	\$ 81,55	\$ 83,13	\$ 84,75	\$ 86,39
TOTAL ACTIVOS	\$ 26.855,04	\$ 27.376,03	\$ 27.907,12	\$ 28.448,52	\$ 29.000,42
PASIVOS					
Pasivo Corriente	\$ 5.693,62	\$ 5.804,08	\$ 5.916,68	\$ 6.031,46	\$ 6.148,47
PASIVO CORRIENTE	\$ 5.693,62	\$ 5.804,08	\$ 5.916,68	\$ 6.031,46	\$ 6.148,47
NO CORRIENTE					
Préstamo Bancario	\$ 18.000,00	\$ 13.500,00	\$ 9.000,00	\$ 4.500,00	\$ -
TOTAL PASIVO	\$ 23.693,62	\$ 19.304,08	\$ 14.916,68	\$ 10.531,46	\$ 6.148,47
PATRIMONIO					
Capital	\$ 3.161,42	\$ 8.071,95	\$ 12.990,45	\$ 17.917,06	\$ 22.851,95
PASIVO+PATRIMONIO	\$ 26.855,04	\$ 27.376,03	\$ 27.907,12	\$ 28.448,52	\$ 29.000,42

Gerente General
Edwin Palacios

Jefe Administrativo
Melanie Palacios

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

6.8.3 Presupuesto de Ingresos

Tabla 83

Presupuesto de Ingreso

AÑOS	DPI REAL	PRECIO (\$)	INGRESOS MENSUALES (\$)	INGRESOS ANUALES (\$)
2022	2.876	71,33	17.095	205.145
2023	2.921	72,71	17.700	212.397
2024	2.967	74,12	18.327	219.927
2025	3.013	75,56	18.973	227.670
2026	3.060	77,03	19.642	235.707
2027	3.108	78,52	20.337	244.049

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Análisis

El presupuesto establecido de ingreso para la confección de las prendas muestra en el primer año un total de \$212.397 obtenidos de la multiplicación directa del DPI Real por el precio establecido de las tres prendas que la nueva línea de ropa integrara, se detalla sus ingresos mensuales en proyección a 5 años, como inicio 2022 y final 2027.

6.8.4 Estado de Resultados Proyectados

Tabla 84

Estado de Resultados Proyectado

DINASTÍA PALACIOS					
ESTADO DE RESULTADOS					
	2023	2024	2025	2026	2027
Ingresos	\$212.397,00	\$219.927,00	\$227.670,00	\$235.707,00	\$244.049,00
(-) Costos de Producción	\$ 62.996,00	\$ 64.218,12	\$ 65.463,95	\$ 66.733,95	\$ 68.028,59
(=) Utilidad Bruta	\$149.401,00	\$155.708,88	\$162.206,05	\$168.973,05	\$176.020,41
(-) Costos Administrativos	\$ 7.908,00	\$ 8.061,42	\$ 8.217,81	\$ 8.377,23	\$ 8.539,75
(-) Costos Financieros	\$ 1.753,11	\$ 1.258,11	\$ 763,11	\$ 268,11	\$ -
(=) Utilidad antes de Impuestos	\$139.739,89	\$146.389,35	\$153.225,13	\$160.327,70	\$167.480,66
Impuesto a la renta persona natura MIPYME (-) 25% %	\$ 34.934,97	\$ 36.597,34	\$ 38.306,28	\$ 40.081,93	\$ 41.870,16
(=) Utilidad después de impuestos	\$104.804,92	\$109.792,01	\$114.918,85	\$120.245,78	\$125.610,49
(-) Reparto Utilidades trabajadores 15%	\$ 15.720,74	\$ 16.468,80	\$ 17.237,83	\$ 18.036,87	\$ 18.841,57
(=) Utilidad Neta	\$ 89.084,18	\$ 93.323,21	\$ 97.681,02	\$102.208,91	\$106.768,92
(+) Cargo Depreciación y Amortización	\$ 3.155,00	\$ 3.155,00	\$ 3.155,00	\$ 3.155,00	\$ 3.155,00
(-) Pago de Principales	\$ 4.500,00	\$ 4.500,00	\$ 4.500,00	\$ 4.500,00	\$ -
(=) Flujo Neto de efectivos	\$ 87.739,18	\$ 91.978,21	\$ 96.336,02	\$100.863,91	\$109.923,92

Gerente General
Edwin Palacios

Jefe Administrativo
Melanie Palacios

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

6.8.5 Flujo de Caja

Tabla 85

Flujo de Caja

DESCRIPCIÓN	FLUJO DE CAJA					
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS OPERACIONALES	\$24.316,42	\$212.397,00	\$ 219.927,00	\$ 227.670,00	\$ 235.707,00	\$244.049,00
(+) Recursos Propios	\$ 6.316,42					
(+) Recursos Ajenos	\$18.000,00					
(+) Ingresos por ventas		\$212.397,00	\$ 219.927,00	\$ 227.670,00	\$ 235.707,00	\$244.049,00
(-) EGRESOS OPERACIONALES		\$ 67.748,80	\$ 69.063,13	\$ 70.402,95	\$ 71.768,77	\$ 73.161,08
(+) Costos Operacionales		\$ 59.840,80	\$ 61.001,71	\$ 62.185,14	\$ 63.391,54	\$ 64.621,33
(+) Costos Administrativos		\$ 7.908,00	\$ 8.061,42	\$ 8.217,81	\$ 8.377,23	\$ 8.539,75
(=) FLUJO OPERACIONAL	\$24.316,42	\$144.648,20	\$ 150.863,87	\$ 157.267,05	\$ 163.938,23	\$170.887,92
INGRESOS NO OPERACIONALES						
(+) Créditos a contratarse a corto plazo		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) EGRESOS NO OPERACIONALES		\$ 1.753,11	\$ 1.258,11	\$ 763,11	\$ 268,11	\$ -
(+) Interés pago de créditos a largo plazo		\$ 1.753,11	\$ 1.258,11	\$ 763,11	\$ 268,11	\$ -
Otros egresos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=) FLUJO NO OPERACIONAL		\$ 1.753,11	\$ 1.258,11	\$ 763,11	\$ 268,11	\$ -
(=) FLUJO NETO DE CAJA	\$24.316,42	\$142.895,09	\$ 149.605,76	\$ 156.503,94	\$ 163.670,12	\$170.887,92

Gerente General

Edwin Palacios

Jefe Administrativo

Melanie Palacios

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

6.9 Punto de Equilibrio

También conocido como el espacio muerto en donde se establece el mínimo requerido, en donde no aparezcan pérdidas y se obtengan beneficio de valor 0, en donde las ventas mínimas igual a los costes de todos los ingresos obtenidos, desde este punto la organización comenzara a generar ganancias, demostrando el mínimo de requerimiento y esencial para no perecer dentro del mercado (Mazón , 2017)

Cálculo mediante el cual se pretende establecer el momento exacto en el cual todos os ingresos de una organización tienen el poder de cubrir todos sus gastos fijos ya sean estos variables o fijos, demostrando que se logra vender lo mismo que se pretende gastar, en el cual se contrasta la idea de no ganar ni perder y permanecer en un equilibrio.

Tabla 86

Costos Fijos y Variables

DETALLE	COSTOS FIJOS	VALOR (\$)	COSTO VARIABLE	VALOR (\$)
	Cargo Amortización y Depreciación	3.155,20	Materia Prima	23.008
COSTOS DE PRODUCCIÓN	Mantenimiento Maquinaria y Equipo	180	Materiales Indirectos	1.440
	Mano de obra Directa e Indirecta	22.800	Insumos	12.412,80
COSTO ADMINISTRATIVO	Servicios Básicos	4.908		
	Arriendo	3.000		
COSTO FINANCIERO	Interés Préstamo Bancario	1.753,11		
TOTAL	COSTOS FIJOS	35.796,31	COSTOS VARIABLES	36.860,80

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

6.9.1 Punto de Equilibrio en Unidades Monetarias

Ecuación 7

Punto de Equilibrio Unidades Monetarias

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{V}}$$

Donde:

PE: Punto de Equilibrio

CF: Costos Fijos

CV: Costos Variables

V: Ventas

$$PE = \frac{35.796,31}{1 - \frac{36.860,80}{212.397}}$$

$$PE = \frac{35.796,31}{0,8265}$$

$$PE = \$43.310,72$$

Análisis

El cálculo del punto de equilibrio para la empresa en valores monetarios se establece un total de \$43.310,72, que indica el valor próximo y referencial en el cual la organización debe alcanzar dichas ventas para la recuperación de la inversión total, para no generar pérdida en el transcurso y funcionamiento de sus actividades de producción y financieras.

6.9.2 Punto de Equilibrio en Unidades de Producción

Ecuación 8

Punto de Equilibrio Unidades en Producción

$$PE = \frac{CF}{PVU - CVU}$$

Donde:

PE: Punto de Equilibrio

CF: Costos Fijo

PVU: Precio de Venta Unitario

CVU: Costos Variables Unitario

$$PE = \frac{35.796,31}{72,71 - 12,62}$$

$$PE = 596 \text{ unidades}$$

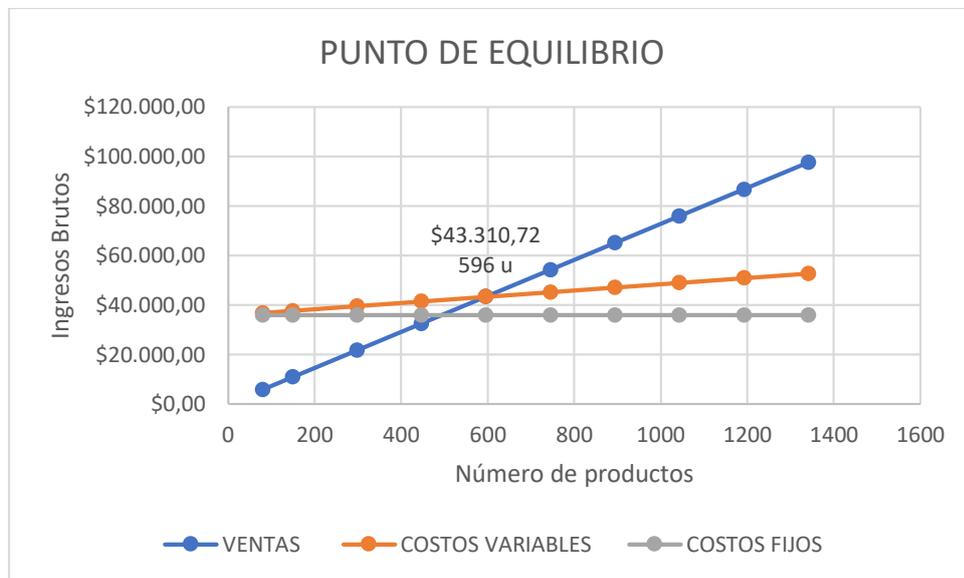
Análisis

En términos de unidades en este caso prendas, el punto de equilibrio productivo para la organización es de 596, establece el valor aproximado del número total de prendas de vestir femeninas que se deberán confeccionar, con el afán de que la empresa pueda recuperar la totalidad de su inversión y no genere pérdidas en su actividad productiva.

6.9.3 Punto de Equilibrio Graficado

Ilustración 39

Punto de Equilibrio



Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

6.10 Tasa de descuento y criterios alternativos para la evaluación proyectada

6.10.1 Calculo Tmar 1 sin Financiamiento

Referente a aquel cálculo del mínimo rendimiento en el cual es obtenido y realizada por aquella persona que pretende estimar si un proyecto puede generar o no ganancias y como referencia establecer la viabilidad en términos de inversión, en otras palabras, aquella tasa mínima de rentabilidad que se obtiene de la potestad de realizar inversiones tomando en consideración los riesgos de esta (Bustamante, 2021).

Tasa mínima de retorno en la cual se puede establecer, lo mínimo en cuestiones de beneficio de rentabilidad genera un proyecto y de cierta manera ponerlo en marcha y ejecución, que determina y considera todos los riesgos y beneficios que genera dicha aplicación de la evaluación de todas aquellas oportunidades en referencia a operaciones.

Referencia

Riesgo país del $944/100= 9,44$

$9,44\% \rightarrow 0,0944$

Ecuación 9

Tmar 1 sin Financiamiento

$$Tmar\ 1 = i + f$$

Donde:

Tmar: Tasa Mínima aceptable de rendimiento

i: Riesgo país

f: Inflación

$$Tmar\ 1 = 0,0944 + 0,0194$$

$$Tmar\ 1 = 0,1138$$

$$Tmar\ 1 = 11,38\%$$

6.10.2 Calculo Tmar 2 sin financiamiento

Ecuación 10

Tmar2 sin Financiamiento

$$Tmar\ 2 = i + f (2)$$

$$Tmar\ 2 = 0,0944 + 0,0194(2)$$

$$Tmar\ 2 = 0,0944 + 0,0388$$

$$Tmar\ 2 = 0,1332$$

$$Tmar\ 2 = 13,32\%$$

6.10.3 Cálculo Tmar1 Global Mixto

Tabla 87

Tmar1 Global

PROYECTO CON FINACIAMIENTO	MONTO	% DE APORTACIÓN A LAS FUENTES	TMAR ANUAL	PONDERACIÓN
CAPITAL PROPIO	6316,42	0,2597	0,1138	0,02955
INVERSIÓN FINANCIERA	18000	0,7403	0,115	0,08513
TOTAL	24316,42	100%	0,2288	0,11469
			%	11,47%

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Análisis

Para el rendimiento global de la tasa mínima de rendimiento aceptable para el proyecto, de financiamiento es del 11,47%, en razón se debe obtener y generar como mínimo un total de \$2.789,09, para satisfacer todas aquellas necesidades de intereses de la organización y por los intereses de los créditos dentro de las entidades financieras.

6.10.4 Cálculo Tmar2 Global Mixto

Tabla 88

Tmar2 Global

PROYECTO CON FINACIAMIENTO	MONTO	% DE APORTACIÓN A LAS FUENTES	TMAR ANUAL	PONDERACIÓN
CAPITAL PROPIO	6316,42	0,2597	0,1332	0,0346
INVERSIÓN FINANCIERA	18000	0,7403	0,115	0,0851
TOTAL	24316,42	100%	0,2482	0,1197
			%	11,97%

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Análisis

La tasa mínima de rendimiento del proyecto de emprendimiento para la empresa es del 11,97% para solvencia de los intereses de las inversiones.

6.11 Valor Presente Neto o Valor Actual Neto (VAN)

También reconocido como valor presente neto, encargado en términos financieros de la valoración para la determinación total de un proyecto, en sentido de viabilidad y rentabilidad de este, con el cálculo correspondiente de todos los flujos, ya sean ingresos y gastos futuros respectivamente, en tal sentido al reflejarse un valor positivo mayor a cero, este representara y generara ganancias, comprende que el proyecto es realmente viable (Mete, 2018).

Refiere mediante sus cálculos el establecer y conocer la posibilidad de rentabilidad de un proyecto, mediante la utilización de fórmulas financieras y matemáticas, con la utilización de los flujos de caja establecidos a futuro por la empresa, no obstante, el resultado del mismo cálculo representara la manera y viabilidad de aplicación de este dentro del mercado.

6.11.1 Cálculo VAN1

Para el cálculo del valor actual neto se toma en consideración, el porcentaje anteriormente obtenido de la tasa mínima de rendimiento aceptable, establecido en un total de ($T_{mar 1 \text{ global}}=11,47\%$).

Ecuación 11

VAN 1

$$\begin{aligned}VAN1 &= -Inversión Inicial + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5} \\VAN1 &= -24.316,42 + \frac{142.895,09}{(1+0.1147)^1} + \frac{149.605,76}{(1+0.1147)^2} + \frac{156.503,94}{(1+0.1147)^3} \\&\quad + \frac{163.670,12}{(1+0.1147)^4} + \frac{170.887,92}{(1+0.1147)^5} \\VAN1 &= -24.316,42 + 128.191,52 + 120.401,62 + 112.992,93 + 106.007,70 \\&\quad + 99.293,62 \\VAN1 &= \$542.570,97\end{aligned}$$

Análisis

El valor obtenido para el cálculo del VAN1 (valor actual neto) es mayor a cero, por consecuencia se establece que el proyecto es factible y viable, de este modo, la empresa Dinastía Palacios tiene la posibilidad de recuperación con la utilización de una tasa de rendimiento del 11,47% lo que le generara utilidades

6.11.2 Cálculo VAN2

Para el cálculo del valor actual neto se toma en consideración, el porcentaje anteriormente obtenido de la tasa mínima de rendimiento aceptable, establecido en un total de (Tmar2 global = 11,97%)

Ecuación 12

VAN 2

$$VAN2 = -Inversión Inicial + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

$$VAN2 = -24.316,42 + \frac{142.895,09}{(1+0.1197)^1} + \frac{149.605,76}{(1+0.1197)^2} + \frac{156.503,94}{(1+0.1197)^3} + \frac{163.670,12}{(1+0.1197)^4} + \frac{170.887,92}{(1+0.1197)^5}$$

$$VAN2 = -24.316,42 + 127619,09 + 119328,71 + 111485,97 + 104126,84 + 97.096,37$$

$$VAN 2 = \$535.340,56$$

Análisis

El valor obtenido para el cálculo del VAN2 (valor actual neto) es mayor a cero, por consecuencia se establece que el proyecto es factible y viable, de este modo, la empresa Dinastía Palacios tiene la posibilidad de recuperación con la utilización de una tasa de rendimiento del 11,97% lo que le generara utilidades

6.12 Indicadores Financieros

6.12.1 Índices de solvencia

Ecuación 13

Solvencia

$$Solvencia = \frac{Activo Total}{Pasivo Total}$$

$$Solvencia = \frac{26.855,04}{23.693,62}$$

$$Solvencia = \$1,13$$

Análisis

Con el cálculo del índice de solvencia se demuestra que la empresa muestra la capacidad para la recuperación de \$1,13 por cada dólar que se invierte de la división entre su activo total y pasivo total.

6.12.2 Índice de liquidez

Ecuación 14

Liquidez

$$Liquidez = \frac{Activo\ Circulante}{Pasivo\ Corriente}$$

$$Liquidez = \frac{14.234,04}{5.693,62}$$

$$Liquidez = \$2,50$$

Análisis

Una vez realizado el cálculo del índice de liquidez entre la división del activo circulante sobre el pasivo corriente, se demuestra que la organización logra obtener \$2,50 para solventar todas aquellas obligaciones de deudas a corto plazo, por cada dólar de deuda.

6.12.3 Índice de endeudamiento

Ecuación 15

Endeudamiento

$$Endeudamiento = \frac{Pasivo\ Total}{Activo\ Total} * 100$$

$$Endeudamiento = \frac{23.693,62}{26.855,04} * 100$$

$$Endeudamiento = 88,22\%$$

Análisis

Con la utilización del índice de endeudamiento, mediante la división de su pasivo, con su activo total se establece que el porcentaje en el cual participan, los acreedores de la empresa son de un 88,22% en la totalidad de todos sus activos.

6.12.4 Índice de Apalancamiento

Ecuación 16

Apalancamiento

$$\text{Apalancamiento} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Patrimonio}}$$

$$\text{Apalancamiento} = \frac{23.693,62}{3.161,42}$$

$$\text{Apalancamiento} = 7,49 \text{ veces}$$

Análisis

El compromiso con todos los acreedores de la organización sobrepasa el valor de 1, lo que se entiende como necesario el financiamiento de la actividad productiva por medio de deuda.

6.13 Tasa beneficio-costo

Toma en consideración los beneficios o ingresos de un proyecto así también sus costos totales, para compararlos y poder establecer y definir su viabilidad, que indica el grado en el que el proyecto o empresa se desarrolla, en conjunto con el bienestar durante el periodo de vida del proyecto a ejecutar en consecuencia (Carriuiry, 2019).

Razón en la cual el beneficio-costo cubre la necesidad y relación que surge entre los costos de las unidades producidas de los productos o bienes, este será más alto y aumentará cuando mayor sea el beneficio obtenido por todos los inversores y menor el coste y, en constancia de la viabilidad del proyecto en su actividad laboral.

Ecuación 17

Relación beneficio/costo

$$R B/C = \frac{\sum \text{Ingresos Brutos}}{\sum \text{Costos Totales del Proyecto}}$$

$$R B/C = \frac{1'139.750}{377.657,14}$$

$$R B/C = \$3,02$$

Análisis

Con el cálculo de la ecuación costo-beneficio se identifica que la empresa recupera \$3,02 por cada dólar que invierte, del cual se obtiene de la suma de todos sus ingresos brutos proyectados para los 5 años hábiles, sobre la suma total de los costos fijos y variables de la ejecución de sus actividades.

6.14 Periodo de recuperación de la inversión

Considerado como un tipo de indicador que llega a medir, tanto la liquidez con la que cuenta un proyecto, además en conjunto con todo el riesgo que conlleva y poder anticiparse a todos los eventos en periodos de tiempo corto, en otros términos, permite calcular el plazo de tiempo necesario para que todos los flujos de efectivo en una inversión puedan recuperar todos sus costos de inversión inicial (Bustamante, 2021).

Mide de manera clara y eficaz por la razón de indicador el tiempo en el cual se recuperará el valor total de toda la inversión, para recuperar todo el dinero que se necesitó para poner en marcha el proyecto, no obstante, también conocido por el sentido el cual se puede conocer cuánto tiempo tardará el retorno monetario para satisfacer las necesidades de una inversión inicial.

Ecuación 18

Período de Recuperación de Inversión

$$PRI = \frac{\text{Inversión Inicial}}{\frac{\sum FNE}{\text{Número de años}}}$$

$$PRI = \frac{24.316,42}{\frac{783.562,83}{5}}$$

$$PRI = \frac{24.316,42}{156.712,57}$$

$$PRI = 0,15$$

0 años

0.15 *12 meses = 1,8

08 * 30 días= 24 días

La empresa Dinastía Palacios recupera su inversión en un tiempo estimado de un mes y veinte y cuatro días, por el cálculo del periodo de recuperación de toda la inversión.

6.15 Tasa interna de retorno (TIR)

Denominado también como tasa de rentabilidad para medir la utilidad de una dicha inversión en el cual se emplea para evaluar el tanto por ciento y se encuentra vinculado con el valor actual neto, el mismo puede ser considerado adecuado y eficaz cuando el VAN se calculó un valor que resulte 0, de este modo se garantizara la ganancia del proyecto propuesto. (Andaluz , 2022)

Determina todo aquel porcentaje en el cual el proyecto genera ganancia o pérdida para la toma de decisión sobre cualquier inversión utilizada de forma implícita en toda evaluación para proyectos de inversión que de cierta manera comprueba la viabilidad de aplicar una inversión, mientras mayor sea el TIR demuestra que la inversión es mejor.

Ecuación 19

Tasa Interna de Retorno

$$TIR = Tmar_1 + (Tmar_2 - Tmar_1) \left(\frac{VAN_1}{VAN_1 - VAN_2} \right)$$

$$TIR = 0,1147 + (0,1197 - 0,1147) \left(\frac{542.570,97}{542.570,97 - 535.340,56} \right)$$

$$TIR = 0,1147 + (0,005) \left(\frac{542.570,97}{7.230,41} \right)$$

$$TIR = 0,1147 + (0,005)(75,04)$$

$$TIR = 0,1147 + 0,3752$$

$$TIR = 0,4852$$

$$TIR = 48,52\%$$

Análisis

Posterior al cálculo de la tasa interna de retorno (TIR) para la empresa Dinastía Palacios al ser mayor de la tasa mínima de rendimiento confirma la factibilidad en

términos económicos del proyecto, de tal manera verifica que la inversión para el mismo es rentable y generara utilidades.

6.16 Análisis de sensibilidad

6.16.1 Cuadro de sensibilidad

Tabla 89

Cuadro Comparativo de sensibilidad

VARIACIONES	ESCENARIO OPTIMISTA	VALOR (\$)	ESCENARIO REAL	ESCENARIO PESIMISTA	VALOR (\$)
VALOR ACTUAL NETO 1	(+) 20%	\$716.569,42	\$542.570,97	(-) 20%	\$386.022,49
VALOR ACTUAL NETO 2	(+) 20%	\$707.094,87	\$535.340,56	(-) 20%	\$380.729,7
TASA INTERNA DE RETORNO	(+) 20%	49,29%	48,52%	(-) 20%	47,94%
RELACIÓN BENEFICIO/COSTO	(+) 20%	\$3,62	\$3,02	(-) 20%	\$2,41
PERIODO INTERNO DE RECUPERACIÓN	(+) 20%	1 mes 10 días	1 mes 24 días	(-) 20%	2 meses 16 días

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

Análisis

Posterior a la realización del cuadro comparativo de sensibilidad se establece que el valor actual neto del proyecto tanto en sus dos escenarios pesimista y optimista establece que el desarrollo y aplicación de este, pretende obtener la recuperación de toda la inversión, en este sentido, al evaluar y analizar su tasa interna de retorno para los dos escenarios 49,29% para el optimista y el 47,94% para el pesimista respectivamente, son mayores al valor 0 y al Tmar obtenido en el proyecto.

Además, su relación beneficio-costos tanto para el optimista como el pesimista es de \$3,62 y \$2,41, en constancia que por cada dólar invertido generara recuperación y ganancia en cada periodo de tiempo establecido.

CAPÍTULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 Conclusiones

- Posterior al análisis del sector productivo de la provincia de Tungurahua específicamente en Ambato, la identificación de la necesidad de la implementación de una nueva línea de ropa formal para damas, en constancia, por la poca o escasa existencia de locales especializados en la confección de estas, en razón, de la personalización específica para el género femenino.
- Con el proceso de establecer un árbol de problemas permitió identificar las causas y efectos de la no existencia de un local especializado en ropa formal femenina, con lo cual, se puede establecer alternativas de solución para solventar este nicho de mercado dentro del sector textil con el análisis de cada uno de sus involucrados.
- Con el establecimiento de la descripción del emprendimiento se concreta la justificación del porqué de la implementación, creación y funcionamiento de la idea de negocio, en conjunto con el análisis de todos aquellos beneficiarios de este.
- La formulación de un objetivo general y específicos enmarcan y detallan el proceso de creación y justificación, de cada uno de los diferentes procesos, herramientas y pasos a seguir, para la construcción de un plan que permita dar razón, de los resultados a alcanzar con el proyecto.
- Al término de la realización del proyecto se concluye que el lanzamiento de una nueva línea de ropa de la empresa Dinastía Palacios, cuenta con la aceptación necesaria y de la mayor parte de la población, obtenida mediante la utilización de un instrumento de obtención de información en donde se constata con un total del 88% a la utilización de las nuevas prendas de vestir por las posibles clientes, que determina su postura y participación dentro del mercado textil femenino.
- El estudio de mercado permitió establecer todos los parámetros necesarios para el conocimiento de información relevante como el segmento al cual apunto, la realización del proyecto y con adición del análisis de la metodología utilizada para contrastar los resultados obtenidos, sin dejar atrás el proceso de cálculo

tanto de la demanda como de la oferta, de personas y productos en este caso de las prendas de vestir, la identificación de la demanda potencial insatisfecha en adición de los precios que tomara cada una de las prendas de la nueva línea y finalmente mediante una matriz FODA establecer las estrategias necesarias según las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del emprendimiento.

- El establecimiento del tamaño óptimo del emprendimiento permitió el conocimiento de aspectos importantes, como la capacidad de producción que tendrá el emprendimiento, establecido en 10 prendas diarias, en conjunto con la localización óptima y adecuada, mediante una valoración de impacto del lugar en el que se encontrará.
- El análisis del proceso de producción para cada una de las prendas establece tiempos y formas de creación y personalización de estas, sin dejar de lado a la descripción de la materia prima que se utilizara, su maquinaria, materiales indirectos, herramientas e insumos, que desemboca en la distribución de planta, para el funcionamiento de maquinaria y el espacio físico para cada uno de sus procesos.
- El estudio organizacional permitió describir todos los niveles jerárquicos con los cuales la empresa trabaja en la actualidad, además del conocimiento de su política de trabajo mediante su visión, misión y valores, no obstante, su esquema estructural y funcional establecido para sus trabajos.
- Mediante el análisis organizacional se pudo conocer de antemano el manual de funciones de cada uno de los colaboradores, que intervienen en el funcionamiento y trabajo de la empresa para controlar cada una de sus funciones específicas que aportan significado y peso en su sistema productivo, además de las exigencias y características que la empresa requiere para sus colaboradores.
- En conclusión y definitiva, la parte fundamental para el establecimiento del emprendimiento fue el estudio financiero en el que se determinó, en primera instancia, todos los ingresos brutos que la empresa obtendrá con la nueva línea de ropa, además de los análisis de las cuentas por cobrar, su inventario, que concluye en la obtención de su activo corriente y pasivo corriente, que

posteriormente ayudo a determinar mediante balances financieros su viabilidad, con el establecimiento de la inversión inicial y el porqué de la toma de decisión de realización del préstamo en una entidad bancaria, como su plan de inversiones.

- Finalmente, con la realización de los balances de situación financiera como el balance general, estado de resultados y flujo de caja, permitió establecer la viabilidad y efectividad de implementación de la nueva línea de ropa que en conjunto, con la determinación del VAN (Valor actual neto) se obtuvo un total de \$542.570,97 al ser mayor a cero, estableció que es viable la implementación y funcionamiento del mismo y con la utilización de los índices financieros establecer solvencia en la cual por cada dólar invertido se recupera \$1,13, además de su tasa de beneficio-costo establecida en \$3,02 por cada dólar que la empresa llega invertir en el emprendimiento, y en definitiva con un tasa de retorno (TIR) del 48,52% lo que verifico que la inversión en el mismo es rentable y generara utilidades.

7.2 Recomendaciones

- La constante capacitación de las nuevas tendencias será una ventaja que la empresa deberá garantizar a sus consumidores una amplia variedad de modelos y gama de colores, en donde satisficará las necesidades de las damas insatisfechas en la existencia de locales de prendas de vestir de ropa formal.
- El análisis para verificar los problemas existentes permitirá que la empresa Dinastía Palacios alcance una mayor amplitud en sus posibles consumidores para cumplir con las necesidades, para asociar a cada uno de los involucrados para la elaboración de las prendas.
- Se recomienda necesario la creación de un local personalizado para la elaboración de prendas de vestir para damas, en donde se establecerá los objetivos para su funcionamiento y beneficiará a todos aquellos implicados que se toman en cuenta en el proyecto.
- El planteamiento de los objetivos garantizará una mejor visión en el emprendimiento, para verificar una mejora en sus procesos que deberán seguir para la confección de sus prendas y controlar todos los materiales y herramientas que se emplearán para las mismas.
- La aceptación del nicho de mercado es muy alta, por lo que se evidenciará que el proyecto es rentable y cumple con las necesidades de sus consumidores, mediante la utilización del instrumento de obtención de información y optará las mejoras continuas.
- La verificación de la calidad en la creación de cada una de las prendas de vestir mediante la aplicación de procesos y mecanismos como la evaluación y control de los procedimientos de elaboración de la prenda, colaborará con el análisis e identificación de anomalías, para una entrega oportuna y dentro de los límites de tiempo de la capacidad de producción de la empresa.
- Posterior a la creación y lanzamiento de la nueva línea establecerá mecanismos de evaluación en la implementación e incremento de publicidad, mediante redes sociales obtenida en la encuesta realizada, que demuestre la inversión adecuada en formas y métodos de difundir y llegar a posibles nuevos consumidores.

- La implementación de colaboradores en la nueva idea de negocio garantizará una nueva producción y satisfacción en el sector femenino, en el cual su capacidad de producción se deberá cumplir a cabalidad con lo requerido y beneficiará el lugar óptimo en el que la empresa se localizará.
- El cumplimiento de cada uno de los niveles jerárquicos ayudará a la empresa a mantener un orden para cada uno de los procesos y alcanzará con sus normas y políticas que están establecidas en la matriz.
- Cumplimiento y funcionamiento del manual de funciones garantizará a la nueva línea de ropa que obtenga un control en sus funciones, procesos y actividades de cada uno de los colaboradores, para alcanzar un producto de calidad con características personalizadas.
- Valorar y evaluar constantemente la situación financiera para identificar posibles errores o fallas en el funcionamiento contable de la nueva línea de la empresa Dinastía Palacios, de este modo, se evitará repercusiones en cuanto a su rentabilidad, productividad y eficiencia en tiempos futuros.
- Finalmente, se recomienda a la empresa que mantenga un control en sus balances para conservar la rentabilidad acordada en lo establecido, para generar las utilidades y beneficiar a la nueva línea de ropa formal femenina con sus ventas proyectadas en los escenarios propuestos y proporcionará una inversión oportuna para el emprendimiento.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acosta, A. (2017). *Canales de distribución* . Bogotá: AREANDINA.
- Andaluz , M. (2022). *Clústers comunitarios agrícolas como propuesta para el mejoramiento de la productividad y competitividad en Tungurahua*. Ambato: Universidad Técnica de Ambato.
- Brume , M. (2019). *Estructura organizacional*. Barranquilla: ITSA .
- Bustamante, X. (2021). *Criterios de evaluación financiera para determinar la factibilidad de proyectos de inversión en un negocio de emprendimiento* . Machala: UTMACH.
- Caivano, A. (2017). *Activos intangibles: análisis descriptivo y temporal* . La plata: Centro de Estudios en Contabilidad Internacional .
- Cajigas , M. (2019). Capacidad de producción y sostenibilidad en empresas nuevas . *Espacios*, 14.
- Carriuiry, M. (2019). *Guía de análisis costo-beneficio_ Aplicación para medidas de adaptación al cambio climático en el sector agropecuario en Uruguay*. Montevideo: Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y Agricultura.
- Ferro, S. (2017). *Costos para la Administración aplicaciones en negocios agroalimentarios*. Santa Rosa : EDUNLPAM.
- Flores, F. A. (2019). Fundamentos epistémicos de la investigación cualitativa y cuantitativa: Consensos y disensos. *Scielo*, 2.
- Gallego , S. (2017). *Redes sociales digitales: Información, comunicación y sociedad en el siglo XXI (2000-2010)* . Madrid: UCM.
- Garcia , L. (2019). Gestión integral de activos fijos con enfoque en el control contable administrativo . *Visionario Digital*, 24.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010). *Estadísticas* . Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/>
- Loza Vega, I. (2020). *Contribución de los activos intangibles al valor de la empresa que cotiza en la Bolsa Mexicana de Valores*. Mexico: Mercados y negocios.
- Mazón , L. (2017). Análisis de punto de equilibrio en la toma de decisiones de un negocio: Caso Grand Bazar Riobamba-Ecuador . *Revista de Estrategias del Desarrollo Empresarial* , 11.
- Mendoza, K. (12 de Abril de 2016). *Administración del proceso de producción*. <http://administracion403ves.blogspot.com/2016/04/materia-prima-directa-e-indirecta.html>

- Mete, M. (2018). Valor actual neto y tasa de retorno, su utilidad como herramienta para el análisis y evaluación de proyectos de inversión. *FIDES ET RATIO*, 19.
- Molina, P. (2018). *Las redes sociales en la actualidad*. Jaén: Universidad de Jaén .
- Muñoz Hernández, L. N. (2017). *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONFECCIÓN DE ROPA FEMENINA EN LA CIUDAD DE PEREIRA*. Pereira: UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA.
- Nájera Galeas, C. E. (2017). Identidad e Identificación: Investigación de Campo como Herramienta de Aprendizaje en el Diseño de Marcas. *INNOVA*, 10.
- Núñez Pinzón, S. A. (2019). *Diagrama de flujo*. Machala: UTMACH.
- Pacheco , F. (2019). *Módulo de costos de producción*. Tunja: Ediciones USTA.
- Paredes Tamayo, J. D. (2017). “*Creación de nuevos productos mobiliarios de línea juvenil en la empresa Diseño Modular en la ciudad de Ambato*”. Ambato: UTA.
- Paz, R. (2018). *Localizacion de Instalaciones* . Argentina : Universidad Nacional de Mar del Plata.
- Pedrosa, S. (2017). *Lamtriz de insumo-producto de América del Sur*. Pesquisa: Instituto de Pesquisa Economia Aplicada.
- Pozo , J. M. (2020). Contribución a la determinación de la capacidad de producción en empresas de proyectos . *Observatorio de la Economía Latinoamericana*, 18.
- Reinoso , J. R. (5 de Abril de 2020). Riesgo de mercado en el sector textil del Ecuador en el período 2007-2017. *Tesis* . Cuenca , Azuay, Ecuador : Universidad del Azuay.
- Reinoso Nuñez, A. (2017). *Introducción a la Contabilidad*. Ambato: UTA.
- Rodríguez Santos, M. A. (2018). *Creación de una línea de productos promocionales a base de residuos de cuero en la empresa “Rodsan”*. Ambato: UTA.
- Roldán López, P. (2016). *Metodología de la investigación social cuantitativa* . Barcelona: UAB.
- Rosales, M. (2018). *Estudio Técnico*.
https://www.ucipfg.com/Repositorio/MIA/MIA-01/BLOQUE-ACADEMICO/Unidad2/lecturas/Capitulo_del_Estudio_Tecnico.pdf
- Rosero Delgado, J. C. (2017). “*Creación de una nueva línea de productos a base de harina de huevo en la Asociación de Avicultores de Cotaló (ASAVICO) del cantón Pelileo*. Ambatp: UTA.

- Sánchez Galán , J. (2018). *Economipedia*.
<https://economipedia.com/definiciones/canales-de-distribucion.html>
- Sanchez, A. M. (2019). *Manufactura Sector Textil Prendas de Vestir*. Ambato :
Universidad Técnica de Ambato .
- Sierra, C. (2017). Canales de distribución: Características principales de los
distribuidores mayoristas de materiales de construcción de extracción minera
en Barranquilla. *Telos*, 19.
- Terreros, D. (24 de Marzo de 2021). *Qué es un mercado potencial y cómo analizarlo*.
Maracaibo : Universidad Privada URBE. Obtenido de
<https://blog.hubspot.es/marketing/mercado-potencial>
- Villalba , C. (2020). Gestión y costos de producción: Balances y Perspectivas.
Revista de Ciencias Sociales , 12.
- Yacsayauri , M. S. (12 de Junio de 2018). Evolución de la vestimenta en el mundo en
la edad moderna y contemporánea y su influencia en la moda actual.
Monografía. Lima, Lima , Perú: UNE.

ANEXOS

ANEXO 1: ENCUESTA



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



Encuesta aplicada al segmento femenino para la creación de una nueva línea de ropa formal

OBJETIVO: Determinar la factibilidad de la creación de una nueva línea de ropa formal para el segmento femenino en la empresa Dinastía Palacios en la ciudad de Ambato.

INSTRUCCIONES: Marcar con una X las siguientes preguntas. La información se usará para fines académicos y serán de absoluta reserva.

1. ¿Alguna vez ha escuchado de alguna empresa que ofrezca prendas de vestir femenina formal dentro de la ciudad Ambato?

() Si

() No

Cual.....
.....

2. ¿Cree usted que la personalización de prendas de vestir formal femeninas es de gran importancia?

() Si

() No

Porque.....
.....

3. ¿Cree usted que la atención personalizada al cliente es un factor que influye en la adquisición de la prenda?

() Si

() No

Porque.....
.....

4. ¿Cree Usted que la ubicación geográfica de la empresa Dinastía Palacios en el centro de la ciudad es el adecuado?

() Si

() No

Porque.....
.....

5. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar usted por cada una de las opciones:

Falda		Abrigos		Chaqueta	
De \$55 a \$65		De \$85 a \$95		De \$50 a \$70	
De \$66 a 75\$		De \$96 a \$105		De \$71 a \$90	
De \$76 a \$85		De \$106 a \$115		De \$91 a \$100	
Más de \$86		Más de \$116		Más de \$101	

6. ¿Qué promoción preferiría usted que se aplique al ser cliente frecuente de la nueva línea de ropa femenina en la empresa Dinastía Palacios? Seleccione una de las opciones.
- () Descuentos
- () Regalos
- () Facilidad de pago en prendas
7. ¿Mediante qué medios de comunicación prefería usted recibir información sobre nuevas tendencias de moda en ropa formal femenino? Seleccione la más importante
- () Redes sociales
- () Radio
- () Televisión
- () Medios escritos
- () Blogs
8. ¿Dentro del método de pago usted cual preferirá al momento de comprar una prenda de vestir? Seleccione la más importante.
- () Transferencia bancaria
- () Crédito personalizado
- () Pago de Contado
- () Tarjeta de crédito
- () Tarjeta de debito
9. ¿Anualmente cuántas prendas de vestir adquiriría en la empresa Dinastía Palacios?
- () 1 a 3
- () 2 a 4
- () 5 o más
10. ¿Usted en algún momento ha escuchado sobre la empresa “Dinastía Palacios” que elabora prendas de vestir formal?
- () Si
- () No

Porque.....

.....

11. ¿Qué tipo de prenda considera usted más adecuado para ocasiones con formalidad y eventos? Seleccione una de las opciones

() Chaqueta y pantalón

() Chaqueta y falda

() Vestido formal

12. ¿Con qué tipo de tela le gustaría usted que se le confeccione sus prendas de vestir? Seleccione una de las opciones.

() Casimir

() Micro stretch

() Lino

13. ¿Considera usted que antes de la entrega de la prenda se debería realizar una prueba del traje?

() Si

() No

Porque

14. ¿Si la empresa Dinastía Palacios ofertaría al mercado una nueva línea de vestimenta femenina formal con los estándares de calidad ya conocidos usted las adquirirá?

() Si

() No

Porque.....

.....

¡GRACIAS!

ANEXO 2: TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL BANECUADOR

Periodo	Saldo	Capital	Interés	Cuota
0	18000.00			
1	17625.00	375.00	165.00	540.00
2	17250.00	375.00	161.56	536.56
3	16875.00	375.00	158.12	533.12
4	16500.00	375.00	154.69	529.69
5	16125.00	375.00	151.25	526.25
6	15750.00	375.00	147.81	522.81
7	15375.00	375.00	144.37	519.37
8	15000.00	375.00	140.94	515.94
9	14625.00	375.00	137.50	512.50
10	14250.00	375.00	134.06	509.06
11	13875.00	375.00	130.62	505.62
12	13500.00	375.00	127.19	502.19
13	13125.00	375.00	123.75	498.75
14	12750.00	375.00	120.31	495.31
15	12375.00	375.00	116.87	491.87
16	12000.00	375.00	113.44	488.44
17	11625.00	375.00	110.00	485.00
18	11250.00	375.00	106.56	481.56
19	10875.00	375.00	103.12	478.12
20	10500.00	375.00	99.69	474.69
21	10125.00	375.00	96.25	471.25
22	9750.00	375.00	92.81	467.81
23	9375.00	375.00	89.37	464.37
24	9000.00	375.00	85.94	460.94
25	8625.00	375.00	82.50	457.50
26	8250.00	375.00	79.06	454.06
27	7875.00	375.00	75.62	450.62

Periodo	Saldo	Capital	Interés	Cuota
28	7500.00	375.00	72.19	447.19
29	7125.00	375.00	68.75	443.75
30	6750.00	375.00	65.31	440.31
31	6375.00	375.00	61.87	436.87
32	6000.00	375.00	58.44	433.44
33	5625.00	375.00	55.00	430.00
34	5250.00	375.00	51.56	426.56
35	4875.00	375.00	48.12	423.12
36	4500.00	375.00	44.69	419.69
37	4125.00	375.00	41.25	416.25
38	3750.00	375.00	37.81	412.81
39	3375.00	375.00	34.37	409.37
40	3000.00	375.00	30.94	405.94
41	2625.00	375.00	27.50	402.50
42	2250.00	375.00	24.06	399.06
43	1875.00	375.00	20.62	395.62
44	1500.00	375.00	17.19	392.19
45	1125.00	375.00	13.75	388.75
46	750.00	375.00	10.31	385.31
47	375.00	375.00	6.87	381.87
48	0.00	375.00	3.44	378.44

ANEXO 3

Escenario Optimista +20%

DESCRIPCIÓN	FLUJO DE CAJA					
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS OPERACIONALES	\$ 24.316,42	\$254.876,40	\$263.912,40	\$273.204,00	\$282.848,40	\$292.858,80
(+) Recursos Propios	\$ 6.316,42					
(+) Recursos Ajenos	\$ 18.000,00					
(+) Ingresos por ventas		\$254.876,40	\$263.912,40	\$273.204,00	\$282.848,40	\$292.858,80
(-) EGRESOS OPERACIONALES		\$ 67.748,80				
(+) Costos Operacionales		\$ 59.840,80	\$ 59.840,80	\$ 59.840,80	\$ 59.840,80	\$ 59.840,80
(+) Costos Administrativos		\$ 7.908,00	\$ 7.908,00	\$ 7.908,00	\$ 7.908,00	\$ 7.908,00
(=) FLUJO OPERACIONAL	\$ 24.316,42	\$187.127,60	\$196.163,60	\$205.455,20	\$215.099,60	\$225.110,00
INGRESOS NO OPERACIONALES						
(+) Créditos a contratarse a corto plazo		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) EGRESOS NO OPERACIONALES						
(+) Interés pago de créditos a largo plazo		\$ 1.753,11	\$ 1.258,11	\$ 763,11	\$ 268,11	\$ -
Otros egresos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=) FLUJO NO OPERACIONAL		\$ 1.753,11	\$ 1.258,11	\$ 763,11	\$ 268,11	\$ -
(=) FLUJO NETO DE CAJA	\$24.316,42	\$185.374,49	\$194.905,49	\$204.692,09	\$214.831,49	\$225.110,00

Gerente General
Edwin Palacios

Jefe Administrativo
Melanie Palacios

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

- **Valor Actual Neto**

Valor presente neto (VAN) 1

$$VAN = -Inversión Inicial + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

$$VAN = -24.316,42 + \frac{185.374,49}{(1+0.1147)^1} + \frac{194.905,49}{(1+0.1147)^2} + \frac{204.692,09}{(1+0.1147)^3} + \frac{214.831,49}{(1+0.1147)^4} + \frac{225.110,00}{(1+0.1147)^5}$$

$$VAN = -24.316,42 + 166.299,89 + 156.858,5 + 147.783,88 + 139.144,47 + 130.799,10$$

$$VAN = \$716.569,42$$

Análisis

El valor obtenido para el cálculo del VAN1 (valor actual neto) es mayor a cero, por consecuencia se establece que el proyecto es factible y viable, de este modo, la empresa Dinastía Palacios tiene la posibilidad de recuperación con la utilización de una tasa de rendimiento del 11,47% lo que le generara utilidades

- **Valor presente neto o valor actual neto (VAN) 2**

$$VAN = -Inversión Inicial + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

$$VAN = -24.316,42 + \frac{185.374,49}{(1+0.1197)^1} + \frac{194.905,49}{(1+0.1197)^2} + \frac{204.692,09}{(1+0.1197)^3} + \frac{214.831,49}{(1+0.1197)^4} + \frac{225.110,00}{(1+0.1197)^5}$$

$$VAN = -24.316,42 + 165.557,28 + 155.460,73 + 145.812,93 + 136.675,68 + 127.904,67$$

$$VAN = \$707.094,87$$

Análisis

El valor obtenido para el cálculo del VAN2 (valor actual neto) es mayor a cero, por consecuencia se establece que el proyecto es factible y viable, de este modo, la empresa Dinastía Palacios tiene la posibilidad de recuperación con la utilización de una tasa de rendimiento del 11,97% lo que le generara utilidades

Tasa beneficio-costo

$$R B/C = \frac{\sum \text{Ingresos Brutos}}{\sum \text{Costos Totales del Proyecto}}$$

$$R B/C = \frac{1'367.700}{377.657,14}$$

$$R B/C = \$3,62$$

Análisis

Con el cálculo de la ecuación costo-beneficio se identifica que la empresa recupera \$3,62 por cada dólar que invierte, del cual se obtiene de la suma de todos sus ingresos brutos proyectados para los 5 años hábiles, sobre la suma total de los costos fijos y variables de la ejecución de sus actividades.

- **Periodo de recuperación de la inversión (PRI)**

$$PRI = \frac{\text{Inversión Inicial}}{\frac{\sum FNE}{\text{Número de años}}}$$

$$PRI = \frac{24.316,42}{\frac{1'024.913,56}{5}}$$

$$PRI = \frac{24.316,42}{204.982,71}$$

$$PRI = 0,11$$

0 años

0,11 * 12 meses = 1,32

0,32 * 30 días = 10 días

La empresa Dinastía Palacios recupera su inversión en un tiempo estimado de un mes y diez días, por el cálculo del periodo de recuperación de toda la inversión.

- **Tasa interna de retorno (TIR)**

$$TIR = Tmar_1 + (Tmar_2 - Tmar_1) \left(\frac{VAN_1}{VAN_1 - VAN_2} \right)$$

$$TIR = 0,1147 + (0,1197 - 0,1147) \left(\frac{716.569,42}{716.569,42 - 707.094,87} \right)$$

$$TIR = 0,1147 + (0,005)\left(\frac{716.569,42}{9.474,55}\right)$$

$$TIR = 0,1147 + (0,005)(75,63)$$

$$TIR = 0,1147 + 0,3782$$

$$TIR = 0,4929$$

$$TIR = 49,29\%$$

Análisis

Posterior al cálculo de la tasa interna de retorno (TIR) para la empresa Dinastía Palacios al ser mayor de la tasa mínima de rendimiento confirma la factibilidad en términos económicos del proyecto, de tal manera verifica que la inversión para el mismo es rentable y generara utilidades.

Escenario Pesimista -20%

DESCRIPCIÓN	FLUJO DE CAJA					
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS OPERACIONALES	\$ 24.316,42	\$ 169.917,60	\$ 175.941,60	\$ 182.136,00	\$ 188.565,60	\$ 195.239,20
(+) Recursos Propios	\$ 6.316,42					
(+) Recursos Ajenos	\$ 18.000,00					
(+) Ingresos por ventas		\$ 169.917,60	\$ 175.941,60	\$ 182.136,00	\$ 188.565,60	\$ 195.239,20
(-) EGRESOS OPERACIONALES		\$ 67.748,80				
(+) Costos Operacionales		\$ 59.840,80	\$ 59.840,80	\$ 59.840,80	\$ 59.840,80	\$ 59.840,80
(+) Costos Administrativos		\$ 7.908,00	\$ 7.908,00	\$ 7.908,00	\$ 7.908,00	\$ 7.908,00
(=) FLUJO OPERACIONAL	\$ 24.316,42	\$ 102.168,80	\$ 108.192,80	\$ 114.387,20	\$ 120.816,80	\$ 127.490,40
INGRESOS NO OPERACIONALES						
(+) Créditos a contratarse a corto plazo		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) EGRESOS NO OPERACIONALES		\$ 1.753,11	\$ 1.258,11	\$ 763,11	\$ 268,11	\$ -
(+) Interés pago de créditos a largo plazo		\$ 1.753,11	\$ 1.258,11	\$ 763,11	\$ 268,11	\$ -
Otros egresos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=) FLUJO NO OPERACIONAL		\$ 1.753,11	\$ 1.258,11	\$ 763,11	\$ 268,11	\$ -
(=) FLUJO NETO DE CAJA	\$-24.316,42	\$ 100.415,69	\$ 106.934,69	\$ 113.624,09	\$ 120.548,69	\$ 127.490,40

Gerente General

Edwin Palacios

Jefe Administrativo

Melanie Palacios

Nota: Elaborado por López K., Palacios M., autoría propia

- **Valor Actual Neto**

Valor presente neto (VAN) 1

$$VAN = -Inversión Inicial + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

$$VAN = -24.316,42 + \frac{100.415,69}{(1+0.1147)^1} + \frac{106.934,69}{(1+0.1147)^2} + \frac{113.624,09}{(1+0.1147)^3} + \frac{120.548,69}{(1+0.1147)^4} + \frac{127.490,40}{(1+0.1147)^5}$$

$$VAN = -24.316,42 + 90.083,15 + 86.060,25 + 82.034,48 + 78.078,33 + 74.077,70$$

$$VAN = \$386.022,49$$

Análisis

El valor obtenido para el cálculo del VAN1 (valor actual neto) es mayor a cero, por consecuencia se establece que el proyecto es factible y viable, de este modo, la empresa Dinastía Palacios tiene la posibilidad de recuperación con la utilización de una tasa de rendimiento del 11,47% lo que le generara utilidades

- **Valor presente neto o valor actual neto (VAN) 2**

$$VAN = -Inversión Inicial + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

$$VAN = -24.316,42 + \frac{100.415,69}{(1+0.1197)^1} + \frac{106.934,69}{(1+0.1197)^2} + \frac{113.624,09}{(1+0.1197)^3} + \frac{120.548,69}{(1+0.1197)^4} + \frac{127.490,40}{(1+0.1197)^5}$$

$$VAN = -24.316,42 + 89.680,89 + 85.293,37 + 80.940,41 + 76.693,01 + 72.438,44$$

$$VAN = \$380.729,7$$

Análisis

El valor obtenido para el cálculo del VAN2 (valor actual neto) es mayor a cero, por consecuencia se establece que el proyecto es factible y viable, de este modo, la empresa Dinastía Palacios tiene la posibilidad de recuperación con la utilización de una tasa de rendimiento del 11,97% lo que le generara utilidades

Tasa beneficio-costo

$$R B/C = \frac{\sum \text{Ingresos Brutos}}{\sum \text{Costos Totales del Proyecto}}$$

$$R B/C = \frac{911.800}{377.657,14}$$

$$R B/C = \$2,41$$

Análisis

Con el cálculo de la ecuación costo-beneficio se identifica que la empresa recupera \$2,41 por cada dólar que invierte, del cual se obtiene de la suma de todos sus ingresos brutos proyectados para los 5 años hábiles.

- **Periodo de recuperación de la inversión (PRI)**

$$PRI = \frac{\text{Inversión Inicial}}{\frac{\sum FNE}{\text{Número de años}}}$$

$$PRI = \frac{24.316,42}{\frac{569.013,56}{5}}$$

$$PRI = \frac{24.316,42}{113.802,71}$$

$$PRI = 0,21$$

0 años

0,21 * 12 meses = 2.52

0,52 * 30 días = 16 días

La empresa Dinastía Palacios recupera su inversión en un tiempo estimado de dos meses y dieciséis días, por el cálculo del periodo de recuperación de toda la inversión.

- **Tasa interna de retorno (TIR)**

$$TIR = Tmar_1 + (Tmar_2 - Tmar_1) \left(\frac{VAN_1}{VAN_1 - VAN_2} \right)$$

$$TIR = 0,1147 + (0,1197 - 0,1147) \left(\frac{386.022,49}{386.022,49 - 380.729,7} \right)$$

$$TIR = 0,1147 + (0,005) \left(\frac{386.022,49}{5.292,79} \right)$$

$$TIR = 0,1147 + (0,005)(72,93)$$

$$TIR = 0,1147 + 0,3647$$

$$TIR = 0,4794$$

$$TIR = 47,94\%$$

Análisis

Posterior al cálculo de la tasa interna de retorno (TIR) para la empresa Dinastía Palacios al ser mayor de la tasa mínima de rendimiento confirma la factibilidad en términos económicos del proyecto, de tal manera verifica que la inversión para el mismo es rentable y generara utilidades.