



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ESCUELA DE INGENIERÍA EN MARKETING

CARRERA INGENIERÍA COMERCIAL

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previo a la obtención del título de:

INGENIERO COMERCIAL

TEMA:

Diseño de un Proyecto de Factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de pantalones jeans ecológicos en la ciudad de Pelileo, Provincia de Tungurahua en el periodo 2014 - 2015.

AUTOR:

LLERENA LLERENA WILLIAM VINICIO

RIOBAMBA – ECUADOR

2015

CERTIFICACIÓN DE TRIBUNAL

Certificamos que el presente trabajo de titulación ha sido revisado en su totalidad, quedando autorizada su presentación.

Ing. Edwin Patricio Pombosa Junez

DIRECTOR

Ing. Denisse Liliana Pazmiño Garzón

MIEMBRO

CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD

Todo lo propuesto en este trabajo de titulación y que aparecen como propias son de su totalidad responsabilidad del autor.

WILLIAM VINICIO LLERENA LLERENA

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado en primer lugar a Dios por su amor y misericordia, a mis Padres que han estado conmigo desde el momento en que me dieron la vida, gracias por convertirme en una persona fuerte, confiable, responsable e íntegra, inculcando en mí, valores y principios desde su propio ejemplo y vida. A mis hermanos por su sacrificio, comprensión y apoyo que sin importar la distancia fueron el pilar fundamental en toda mi vida. A toda mi familia y amigos que fueron el aliento de apoyo para la continuidad de mis estudios.

A la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad de administración de Empresas, Escuela de Marketing, carrera de Ingeniería Comercial, sus autoridades, personal administrativo, docentes y estudiantes quienes formaron parte de mi vida académica.

WILLIAM

AGRADECIMIENTO

Agradezco a todos aquellos que contribuyeron para hacer posible este trabajo.

En especial a mis adorados Padres Carlos Homero Llerena Tamayo, Lidia Herminia Llerena Ramos quienes más que un pilar son un ejemplo a seguir, a mis hermanos Carlos, Myriam, Maridza y Jenny quienes día tras día me apoyaron de una u otra manera para la culminación de mis estudios.

WILLIAM

INDICE DE CONTENIDO

Portada.....	i
Certificación del tribunal.....	ii
Certificado de responsabilidad.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Índice de contenido.....	vi
Índice de mapas.....	x
Índice de cuadros.....	x
Índice de gráficos.....	xiii
Resumen ejecutivo.....	xiv
Summary.....	xv
Introducción.....	1
CAPITULO I: EL PROBLEMA.....	2
1.1PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	2
1.2JUSTIFICACIÓN:.....	2
1.3OBJETIVOS.....	3
CAPITULO II: GENERALIDADES DEL PROYECTO.....	4
2.1ANÁLISIS DEL MACROENTORNO.....	4
2.1.1Factor Económico.....	5
2.2ANÁLISIS DEL MICROENTORNO.....	6
2.2.1 Ubicación geográfica.....	6
2.2.2 Localización.....	6
2.2.3Superficie.....	7
2.2.4 Población.....	7
CAPITULO III:ESTUDIO DE MERCADO.....	8
3.1 INTRODUCCIÓN.....	8
3.2 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO.....	8
3.2.1 Objetivo general.....	8
3.2.2 Objetivos específicos.....	8
3.3PROCESOS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	8
3.3.1 Identificación de las fuentes de datos.....	8

3.3.2	Diseño del cuestionario y aplicación de la prueba piloto	9
3.3.3	Segmentación de mercado	9
3.3.3.1	Mercado Meta	9
3.3.3.2	Motivos de compra	10
3.3.3.3	Matriz MAFOC.....	10
3.3.3.4	Cálculo de la Muestra	11
3.3.3.5	Trabajo de campo.....	12
3.4	TABULACIÓN DE LA ENCUESTA.....	12
3.5	DEMANDA POTENCIAL.....	21
CAPITULO IV: TAMAÑO Y LOCALIZACION		22
4.1	DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DEL PROYECTO.....	23
4.1.1	Tiempo de producción	23
4.1.2	Capacidad de producción.....	23
4.1.3	Equipo de producción	23
4.2	TAMAÑO DE LA PLANTA DE ACUERDO A LA DEMANDA	25
4.3	TAMAÑO DE LA PLANTA DE ACUERDO A LAS HORAS DE TRABAJO	25
4.4	Distribución en planta.....	26
4.5	LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.....	28
4.5.1	Macrolocalización.....	28
4.5.2	Microlocalización	29
CAPITULO V: ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA.....		31
5.1	ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA.....	31
5.1.1	Antecedentes históricos	31
5.1.2	Nombre de la empresa	31
5.1.3	Misión	32
5.1.4	Visión.....	33
5.1.5	Valores	35
5.2	ORGANIGRAMA	36
5.4	ESTRUCTURA FUNCIONAL	38
5.5	GRUPOS OCUPACIONALES DE LA EMPRESA	38
5.6	MATRIZ DE PERFIL	39
5.7	FODA.....	40
5.8	MATRIZ FODA ESTRATÉGICO.....	43

5.9 ANÁLISIS DE COMERCIALIZACIÓN	45
5.9.1 Marketing.....	45
5.9.2 Canales de distribución.....	45
CAPITULO VI: ESTUDIO TÉCNICO	47
6.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO TÉCNICO	47
6.2INGENIERÍA DEL PROYECTO	47
6.2.1 Infraestructura y obra civil.....	47
6.3 MAQUINARIA Y EQUIPO DE PLANTA.....	49
6.4 FLUJOGRAMA DE PRODUCCIÓN	50
6.4.1 Diagrama de flujo de producción de la empresa.....	51
6.5PROCESO PRODUCTIVO.....	52
6.5.1 Materia prima.....	52
6.5.1.1 Tela Eco-d.....	52
6.5.2Diseño – Moldes – Cortado	53
6.5.3 Cortado.....	57
6.5.4Maquilado.	57
6.5.5 Lavado y Tinturado.....	59
6.5.6 Terminado y Etiquetado.....	59
CAPITULO VII: ESTUDIO FINANCIERO.....	61
7.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO FINANCIERO	61
7.2 INVERSIONES	61
7.3 COSTOS	65
7.4 FINANCIAMIENTO.....	75
7.5 INGRESOS.....	76
7.6 EGRESOS.....	76
7.7 ESTADOS FINANCIEROS	78
7.8 VALOR ACTUAL NETO.....	81
7.9 TASA INTERNA DE RETORNO	82
7.10 RELACIÓN BENEFICIO COSTO	82
7.11 PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION	83
7.12 PUNTO DE EQUILIBRIO	84
CONCLUSIONES	85
RECOMENDACIONES.....	85

BIBLIOGRAFÍA	86
ANEXOS.....	88

ÍNDICE DE MAPAS

Mapa N.- 1 Ecuador.....	4
Mapa N.- 2 Cantón Pelileo	6
Mapa N.- 3Macrolocalización	29
Mapa N.- 4Microlocalización	30

INDICE DE TABLAS

Tabla N.- 1 PIB sector industrial	5
Tabla N.- 2 Población cantón Pelileo	7
Tabla N.- 3 Mercado Meta.....	9
Tabla N.- 4 Matriz MAFOC	10
Tabla N.- 5 Calculo de la Muestra	11
Tabla N.- 6 Integrantes de Hogar.....	12
Tabla N.- 7 Utilización del jean.....	13
Tabla N.- 8 Frecuencia de compra.....	14
Tabla N.- 9 Factor de importancia	15
Tabla N.-10 Rango de precios	16
Tabla N.- 11 Marca que utilizada	17
Tabla N.-12 Lugares de preferencia de compra.....	18
Tabla N.- 13 Dispuestos a adquirir producto.....	19
Tabla N.-14 Métodos de venta.....	20
Tabla N.- 15 Componentes de área del proyecto.....	22
Tabla N.-16 Tiempo de producción	23
Tabla N.-17 Capacidad de producción	23
Tabla N.-18 Equipo de producción.....	24
Tabla N.- 19 Nombre de la Empresa	31
Tabla N.-20 Matriz de la Misión	32
Tabla N.- 21Matriz de la visión	34
Tabla N.- 22 Grupos ocupacionales.....	39
Tabla N.- 23 Matriz de perfil	39
Tabla N.- 24 Foda	41
Tabla N.- 25 Matriz Foda Estratégico	43
Tabla N.-26 Maquinaria y Equipo	49

Tabla N.-27 Simbología de flujograma	50
Tabla N.- 28Infraestructura.....	61
Tabla N.- 29 Costo de maquinaria	62
Tabla N.- 30 Equipo Administrativo	63
Tabla N.- 31 Muebles y enseres.....	64
Tabla N.- 32 Tasas Impuestos y Servicios.....	64
Tabla N.- 33 Gastos de constitución	65
Tabla N.- 34 Materia Prima	65
Tabla N.- 35 Insumos para Terminado	66
Tabla N.- 36 Mano de Obra directa	67
Tabla N.- 37 Mano de Obra indirecta	67
Tabla N.- 38 Depreciación.....	68
Tabla N.- 39 Amortización	69
Tabla N.- 40 Servicios básicos	70
Tabla N.- 41 Carga Fabril.....	70
Tabla N.- 42 Gasto de ventas.....	71
Tabla N.- 43 Costos fijos	71
Tabla N.- 44 Costos variables.....	72
Tabla N.- 45 Costos de producción	72
Tabla N.- 46 Determinación del precio	74
Tabla N.- 47 Precio.....	75
Tabla N.- 48 Inversión y Aporte Capital	75
Tabla N.- 49 Tabla de amortización de préstamo.....	76
Tabla N.- 50 Ingresos.....	76
Tabla N.- 51 Egresos	77
Tabla N.- 52Estado de Pérdidas y Ganancias	78
Tabla N.- 53 Balance General.....	79
Tabla N.- 54 Valor actual neto.....	81
Tabla N.- 55 Tasa interna de retorno	82
Tabla N.- 56 Relación beneficio costo.....	82
Tabla N.- 57 Periodo de recuperación de la inversión.....	83

INDICE DE GRÁFICOS

Grafico N.- 1 Integrantes de Hogar	12
Grafico N.- 2Utilización del jean.....	13
Grafico N.- 3Frecuencia de compra.....	14
Grafico N.- 4Factor de importancia	15
Grafico N.- 5Rango de precios	16
Grafico N.- 6Marca que utilizada	17
Grafico N.- 7Lugares de preferencia de compra.....	18
Grafico N.- 8Dispuestos a adquirir producto.....	19
Grafico N.- 9Métodos de venta.....	20
Grafico N.- 10 Planta Baja.....	26
Grafico N.- 11Planta Alta	27
Grafico N.- 12 Organigrama.....	36
Grafico N.- 13 Organigrama Funcional	37
Grafico N.- 14 Canales de distribución	46
Grafico N.- 15 Diagrama de flujo de producción	51
Grafico N.- 16Moldes pantalon	55
Grafico N.-17Moldes de piezas del pantalón.....	56

RESUMEN EJECUTIVO

En el presente estudio el objetivo es determinar la factibilidad técnica como financiera para la creación de una empresa productora y comercializadora de pantalones jeans ecológicos. El estudio determinó que la localización del proyecto sería en la Provincia de Tungurahua, ciudad de Pelileo por los variables favorables como: cercanía de mercado, distribuidores, lavanderías, disposición de mano de obra calificada. Con el estudio se determinó que el tiempo de producción por modelo es de 76 horas, capacidad de producción según la demanda es de un 49% y la capacidad ociosa de un 51%, los cuales irán variando en los primeros 5 años. El estudio Mercado con encuestas y visitas técnicas determino que el proyecto requiere de una inversión de \$156.469 dólares americanos, de los cuales \$120.000 dólares americanos serán financiados por la Corporación Financiera Nacional y un aporte personal de \$ 36.469 dólares americanos. En los indicadores financieros encontramos que el VAN nos da \$130.292,93 que desde el punto de vista financiero es positivo, en el TIR encontramos un 41% lo que indica que es factible invertir en el proyecto, la RBC es \$2,18 esto nos indica que recibiremos un dólar con 18 centavos por cada dólar que invirtamos lo que desde el punto de vista financiero es factible y el PRI es 6 meses y 28 días, el punto de equilibrio es \$ 56.242,12. Con estos indicadores económicos se recomienda la ejecución del proyecto.

Palabras claves: capacidad ociosa, Factibilidad técnica, visitas técnicas, indicadores financieros.

SUMMARY

INTRODUCCIÓN

Nombre de la empresa: WILLER JEANS

Nombre de la marca: WILLER

Giro: Confección y distribución de pantalones jeans ecológicos

Es una empresa dedicada a la producción y comercialización de jeans. Nuestros diseños son renovados por temporadas de acuerdo a los gustos y preferencias de los consumidores con nuevos modelos.

En la ciudad de Pelileo aproximadamente el 70% de la población se dedica a la fabricación artesanal de pantalones jeans convirtiéndolo en el principal ingreso familiar y de la ciudad

El proyecto nace en las aulas con la idea de participar y tras ganar el concurso de emprendimientos de la escuela de marketing de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo denominada “I concurso espíritu emprendedor MKT 2014”, se busca dar un cambio al estilo de producción del cantón, permitiendo que los Emprendimientos puedan tener sus frutos.

La intervención del gobierno en el cambio de la matriz productiva permite el incremento de producción en el cantón, En la actualidad el gobierno dictó una nueva política arancelaria mixta que regula los precios de los productos importados el cual permitirá tener un mercado más competitivo. También vale recalcar que la producción de jeans en Pelileo fue considerada como artesanal lo que ayuda a micro empresa o fabricas familiares. En el año 2009 el gobierno intervino con políticas arancelarias para restringir el ingreso de prendas extranjeras, estas políticas provocaron un repunte en la producción y venta en todo el sector.

El conocimiento previo sobre a fabricación del jeans en conjunto con lo aprendido en las aulas permitirá que la empresa tenga un buen funcionamiento.

el apoyo de 3 empresas familiares productoras de pantalones jeans será de gran apoyo para ingresar al mercado tanto como la productividad de la misma entre ella: angiel, kara y en especial Confecciones Llerena que es una de las primeras fábricas ubicadas en el cantón pelileo

CAPITULO I: EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la ciudad de pelileo, en la actualidad aproximadamente el 64,4% de la población se dedica a la confección del jeans, a pesar de ello en la ciudad no existe una empresa productora y comercializadora de pantalones jeans ecológicos. Las razones por la inexistencia de una empresa que ofrezca vestimenta amigable con el medio ambiente son las siguientes:

El desconocimiento por la existencia de procesos, maquinaria, materia prima que no producen daños ecológicos.

En la ciudad este negocio se ha convertido en una herencia familiar por varias generaciones lo cual provoca la existencia de un miedo a la actualización o cambios de dichos procesos para la confección del producto.

Las fábricas, talleres, maquiladoras familiares dedicadas a este negocio no han dado importancia al incremento del interés del consumidor por productos o prendas ecológicas que no presenten daños al ecosistema.

1.2 JUSTIFICACIÓN:

La creación de una empresa productora y comercializadora de pantalones jeans ecológicos y amigables con el medio ambiente en la ciudad de Pelileo permitirá fomentar e incrementar las fuentes de trabajo contribuyendo de esta manera al cambio de la matriz productiva de la ciudad y de la provincia.

En la actualidad el gobierno dictó una nueva política arancelaria mixta que regula los precios de los productos importados el cual permitirá tener un mercado más competitivo con una duración aproximada de 10 años para este beneficio. También vale recalcar que en el año 2009 el gobierno intervino con políticas arancelarias para restringir el ingreso de prendas extranjeras, estas políticas provocaron un repunte en la producción y venta en todo el sector.

En el mundo competitivo y cambiante de la actualidad se ha presentado un gran incremento en las tendencias para el consumo de productos o prendas ecológicas que no tengan un impacto negativo sobre el medio ambiente, En todo el mundo, en los últimos años a esta tendencia se la está denominando ecología textil la cual ha tenido gran éxito.

La tela eco-d de la empresa Vicunha a utilizar para la confección de pantalones ecológicos es producida con algodón y plástico de botellas recicladas las cuales son derretidas en altas temperaturas para formar hilos plásticos y ser mezcladas con las de algodón para de esta manera realizar una tela (materia prima) amigable con el medio ambiente.

1.3 OBJETIVOS:

1.3.1 Objetivo General:

Realizar un estudio de Factibilidad para la implementación de una empresa productora y comercializadora de pantalones jeans ecológicos en la ciudad de Pelileo, Provincia de Tungurahua en el año 2014 - 2015.

1.3.2 Objetivos Específicos:

- ▲ Realizar un estudio de mercado que determine tanto la oferta como la demanda para pantalones jeans ecológicos.
- ▲ Determinar la estructura legal y organizacional con la que operará la nueva empresa, estableciendo su constitución, estructura orgánica y funcional.
- ▲ Determinar la factibilidad de la creación de una empresa productora y comercializadora de pantalones ecológicos en la ciudad de Pelileo.

CAPITULO II: GENERALIDADES DEL PROYECTO

2.1 ANÁLISIS DEL MACROENTORNO

Mapa N.- 1 Ecuador



Fuente www.mapasecuador.net/

Elaborado por: William Llerena

Fecha: Enero 2015

El sector textil en la actualidad genera muchas plazas de empleo en el país llegando a ser uno de los más importantes sectores manufactureros, ubicando a Pichincha, Imbabura, Azuay, Guayas, Tungurahua, como las provincias con mayor industrias dedicadas a esta actividad.

2.1.1 Factor Económico

El sector textil del Ecuador enfrenta uno de los mejores momentos en su historia, gracias a políticas innovadoras por parte del gobierno tanto como incentivos y propuestas para el cambio de la matriz productiva, ha permitido que la confección textil y sus derivados de manera industrial y artesanal se convierta en el segundo sector de la industria en el Producto Interno Bruto.

Tabla N.- 1 PIB sector industrial

PIB por sector Industrial	Millones de dólares	Porcentaje
Alimentos y bebidas	2045	55%
Productos y textiles	514	14%
Productos de Madera	497	10%
Productos no Metálicos	329	7%
Químicos, caucho y Plástico	204	7%
Papel y productos de papel	285	4%
Otros	209	4%
PIB INDUSTRIAL	4081	100%

Fuente Banco Central del Ecuador

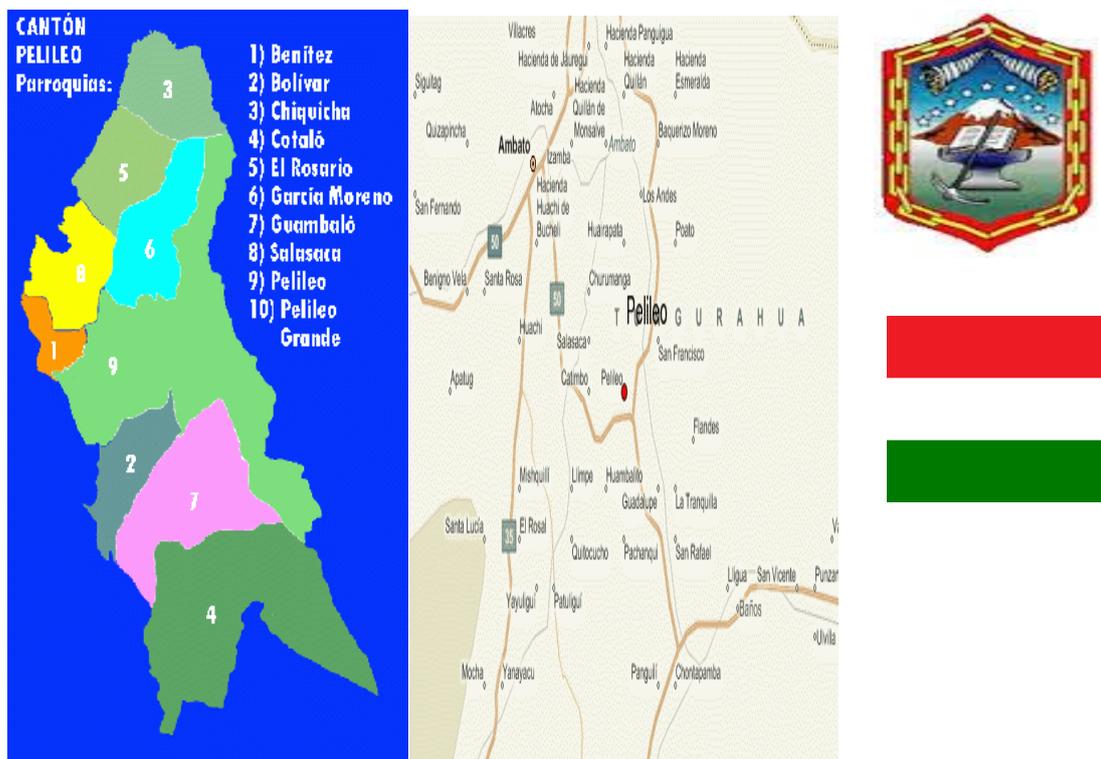
Elaborado por: William Llerena

Fecha: Enero 2015

2.2 ANÁLISIS DEL MICROENTORNO

2.2.1 Ubicación geográfica

Mapa N.- 2 Cantón Pelileo



Fuente www.pelileo.gob.ec

Elaborado por: William Llerena

Fecha: Enero 2015

2.2.2 Localización

La ciudad de Pelileo está localizada a 78 grados 30 minutos de longitud occidental del meridiano de Greenwich y a 1 grado y 20 minutos de latitud sur, se encuentra a 2529

Metros sobre el nivel del mar y tiene una temperatura entre 9 y 14 grados centígrados, está ubicada en el centro de la provincia de Tungurahua a 20 Km de Ambato su capital, limita al norte con Pillaro, al sur con la Provincia de Chimborazo, Al este con Baños y Patate, al Oeste con Ambato, Cevallos y Quero.

2.2.3 Superficie

Considerando que después del terremoto del 5 de Agosto de 1949 el cantón perdió parte de su territorio en la actualidad tiene una extensión aproximada de 202 Km²

2.2.4 Población

De acuerdo al censo realizado en el 2010 por el INEC la población del cantón Pelileo es de 56.573

Tabla N.- 2 Población cantón Pelileo

Total	56573
Hombres	29246
Mujeres	27.327

Fuente INEC

Elaborado por: William Llerena

Fecha: Enero 2015

CAPITULO III: ESTUDIO DE MERCADO

3.1 INTRODUCCIÓN

A continuación se presentará la información obtenida a través de la Investigación de Mercado que se ha realizado en los cantones de la Provincia de Tungurahua, estos datos fueron obtenidos gracias al apoyo de la población del sector urbano y rural quienes amablemente accedieron a darnos información para que este trabajo sea una realidad.

3.2 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

3.2.1 Objetivo general

Determinar el nivel de aceptación de los pantalones jeans en los cantones de la provincia de Tungurahua.

3.2.2 Objetivos específicos

- Medir el nivel de aceptación del producto en el mercado
- Determinar el precio del producto
- Establecer medios de comunicación para difundir el producto
- Conocer el mercado donde se ofrecerá el producto

3.3 PROCESOS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO

3.3.1 Identificación de las fuentes de datos

Se ha identificado que las fuentes de información para este trabajo son:

Fuentes Primarias: Se realizara encuestas a ciudadanos de la provincia de Tungurahua para determinar el consumo de pantalones jeans de la población.

Fuentes Secundarias Internas: Los dueños de almacenes comerciales de ropa de la provincia.

Fuentes Secundarias Externas: datos INEC

3.3.2 Diseño del cuestionario y aplicación de la prueba piloto

El diseño del cuestionario se lo ha realizado en base a los segmentos que se ha identificado dentro de la formulación del problema, siendo estos: hombres y mujeres de la provincia de Tungurahua 14 y 49 años de edad con ingresos igual o superior al básico o dependencia familiar, con gustos en moda actual e innovadora, el diseño del cuestionario piloto está ubicado en la parte de Anexos (VER ANEXO 1).

3.3.3 Segmentación de Mercado

3.3.3.1 Mercado Meta

Tabla N.- 3 Mercado Meta

Geográfica	
Región	Ecuador, región centro, zona 3, provincia de Tungurahua
Tamaño de la población	Población Tungurahua 504583
Sector de la ciudad	Sector urbano y sub urbano de la ciudad
Demográficas	
Edad	Entre 14 y 49 años
Sexo	Femenino y masculino
Tamaño familiar	Todo tipo de tamaño familiar
Estilo de vida familiar	Todo tipo de estilo de vida familiar
Ingresos	Todo tipo de ingresos
Educación	Todo tipo de educación
Religión	Todo tipo de religión
Raza	Todo tipo de raza
Nacionalidad	Todo tipo nacionalidad

Psicográficas	
Estilo de vida	Todo tipo
Personalidad	Todo tipo
Conductual	Todo tipo
Servicios	Todo tipo
Ocasión	Todo tipo
Situación del usuario	Todo tipo
Frecuencia de uso	Todo tipo

Elaborado por: William Llerena

Fecha: Enero 2015

3.3.3.2 Motivos de compra

Los motivos de compra son la necesidad de vestimenta, actualidad en la moda, costo accesible, diversidad de modelos, exclusividad

3.3.3.3 Matriz MAFOC

Tabla N.- 4 Matriz MAFOC

	METAL	PURPURA	LORMANI	AVITUS	RAM JEANS
PRECIO	4	4	5	4	3
CALIDAD	5	3	4	4	4
DISEÑO	5	4	3	5	4
ESCLUSIVIDAD	4	3	4	4	5
TOTAL	18	14	16	17	16

Elaborado por: William Llerena

Fecha: Enero 2015

Análisis: mediante las siguientes variables como son: precio, calidad, diseño exclusividad podemos determinar que nuestros principales competidores son METAL y AVITUS.

3.3.3.4 Cálculo de la Muestra

El perfil geo demográfico de nuestra población (UTD) son: Hombres y Mujeres entre 14 a 49 años de edad siendo el segmento las mujeres de la provincia de Tungurahua del sector Urbano y rural, esta asignación de edad se lo estableció por medio de la encuesta poblacional realizada en el 2010, este dato lo en la página de INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICAS Y CENSOS (INEC)

Formula

$$n = \frac{Npq}{(N - 1) \frac{ME^2}{NC^2} pq}$$

Tabla N.- 5 Cálculo de la Muestra

DATOS	
n= tamaño de la muestra	
N= tamaño de la población	
P= probabilidad de éxito	
Q= probabilidad de fracaso	
E= error dispuesto a cometer(puede ser de 5, 10, 15 20% como máximo esto dividido para 100)	
Z= valor estandarizado que resulta dependiendo del (E) error dispuesto a cometer (1,96; 1.64; 1.44; 1.28)	
n=	?
N	212126
P	75%
Q	25%
E	5
Z	1.96

Elaborado por: William Llerena

Fecha: Enero 2015

$$n = 212126(0,75)(0,25) / ((212126-1)(0,07)^2 / (1,96)^2 + (0,75 * 0,25)) = 288$$

TAMAÑO DE LA MUESTRA = 288

3.3.3.5 Trabajo de campo

El trabajo de campo fue desarrollado en mujeres entre 14 a 49 años de edad siendo el segmento hombres y mujeres de la ciudad de la provincia de Tungurahua del sector Urbano.

3.4 TABULACIÓN DE LA ENCUESTA

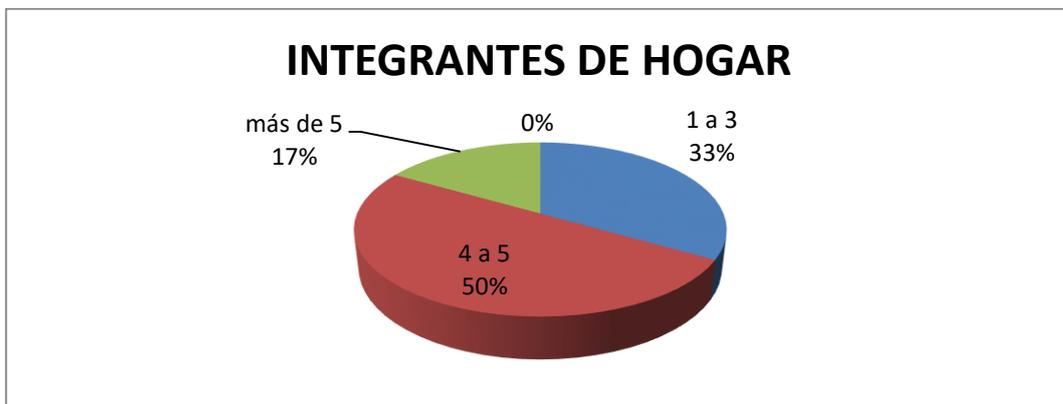
1. ¿Cuántas personas conforman su hogar?

Tabla N.- 6 Integrantes de Hogar

Integrantes de hogar	
1 - 3	24
4 - 5	36
Más de 5	12

Fuente Trabajo de campo
Elaborado por: William Llerena
Fecha: Enero 2015

Grafico N.- 1 Integrantes de Hogar



Fuente Tabla N.-6
Elaborado por: William Llerena
Fecha: Enero 2015

ANÁLISIS

Nuestro mercado demuestra que el rango más alto de carga familiar esta entre 4 a 5 el cual tiene un 50%, el rango de 1 a 3 es del 33% y por último el rango de más de 5 tiene un 17%.

2. ¿Utiliza usted pantalones JEAN?

Tabla N.- 7 Utilización del jean

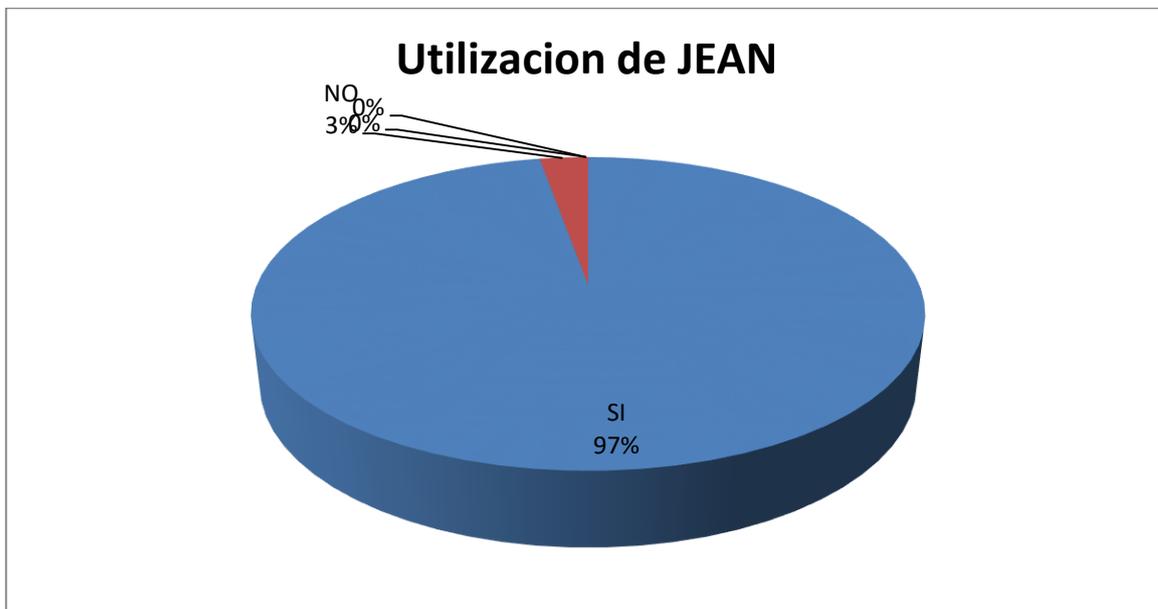
Utilización de Jeans	
Si	70
No	2

Fuente Trabajo de campo

Elaborado por: William Llerena

Fecha: Enero 2015

Grafico N.- 2 Utilización del jean



Fuente Tabla N.-7

Elaborado por: William Llerena

Fecha: Enero 2015

ANALISIS

Se puede identificar que nuestro mercado es amplio ya que más del noventa por ciento, es consumidor de pantalones jeans por este motivo se puede plantear desde este punto de vista que es un proyecto factible.

3. ¿Con que frecuencia compra PANTALONES JEAN?

Tabla N.- 8 Frecuencia de compra

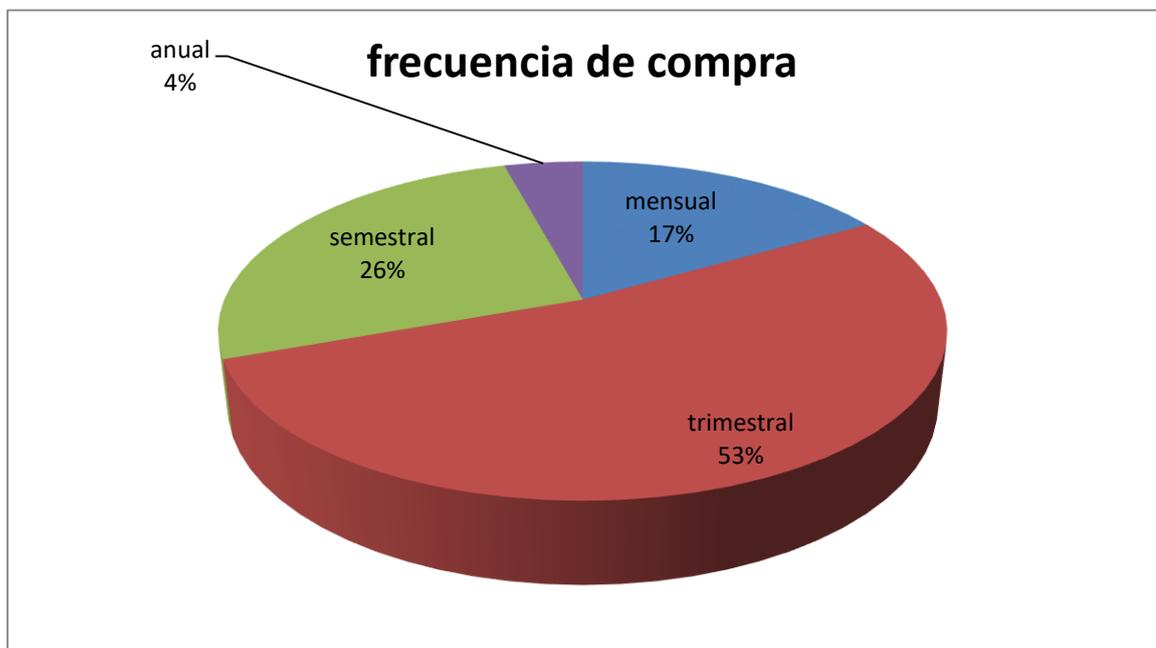
Frecuencia de compra	
Mensual	12
Trimestral	38
Semestral	19
Anual	3

Fuente Trabajo de campo

Elaborado por: William Llerena

Fecha: Enero 2015

Grafico N.- 3 Frecuencia de compra



Fuente Tabla N.- 8

Elaborado por: William Llerena

Fecha: Enero 2015

ANALISIS

Nuestro mercado demuestra que la compra se realizaría de forma constante ya que el 17% compra de forma mensual, además que la compra trimestral es superior al 50% por lo que existiría una demanda aceptable y al discriminar por competencia es muy factible.

4. ¿En el momento de la compra que factor para Ud. Es el más importante?

Tabla N.- 9Factor de importancia

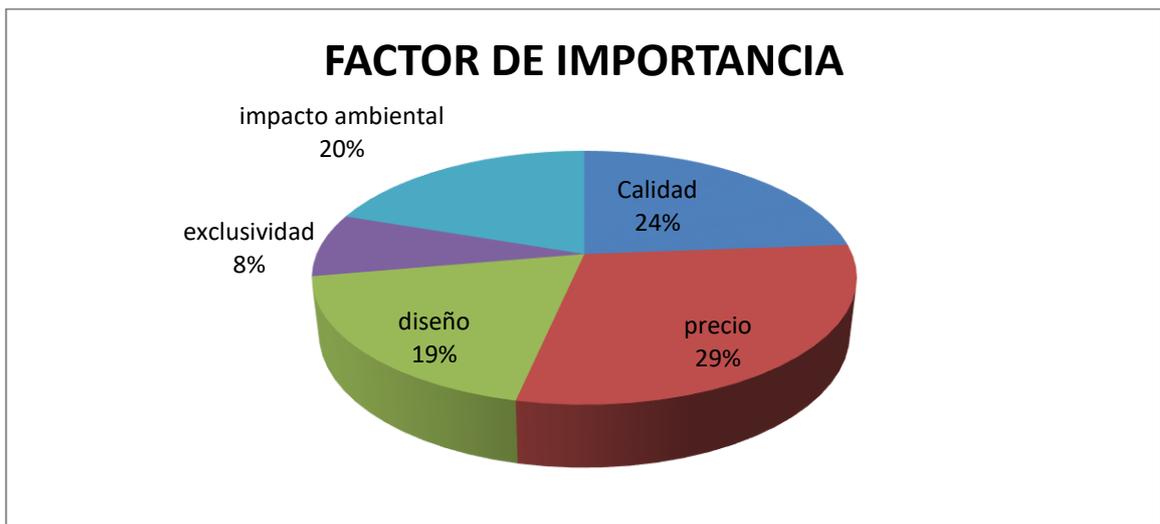
Factor de importancia	
Calidad	53
Precio	66
Diseño	42
Exclusividad	18
Impacto ambiental	49

Fuente Trabajo de campo

Elaborado por: William Llerena

Fecha: Enero 2015

Grafico N.- 4Factor de importancia



Fuente Tabla N.- 9

Elaborado por: William Llerena

Fecha: Enero 2015

ANÁLISIS

Podemos ver que existe un gran interés por parte de la población hacia el impacto ambiental con un 20% de la población lo cual nos permite nuevas oportunidades de mercado

5. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un pantalón jeans?

Tabla N.-10 Rango de precios

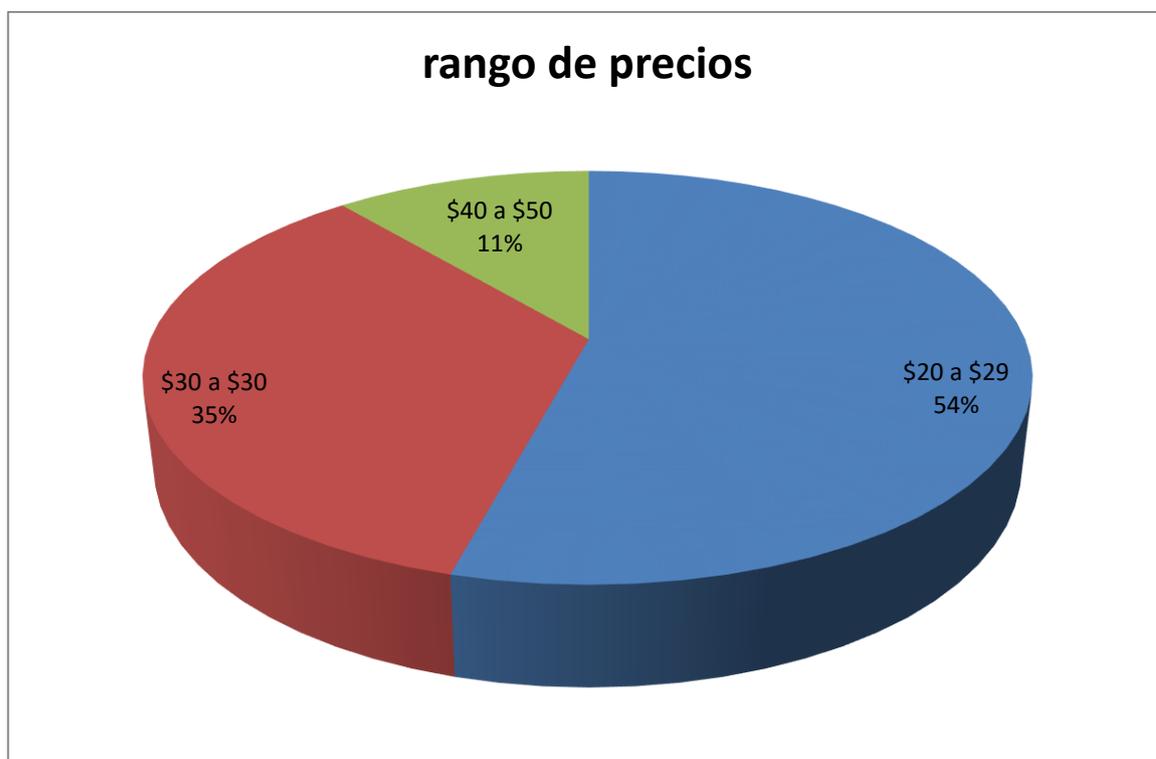
Rango de precios	
\$20 a \$29	39
\$30 a 39	25
\$40 a 50	8

Fuente Trabajo de campo

Elaborado por: William Llerena

Fecha: Enero 2015

Grafico N.- 5Rango de precios



Fuente Tabla N.- 10

Elaborado por: William Llerena

Fecha: Enero 2015

ANÁLISIS

Del total de encuestados en la población vemos que más del 50% está dispuesto a pagar un rango entre los 20 y 29 dólares por el producto lo que indica un valor aceptable que permitiría que el proyecto sea rentable

6. ¿Qué marca de pantalones Jean usted utiliza?

Tabla N.- 11 Marca que utilizada

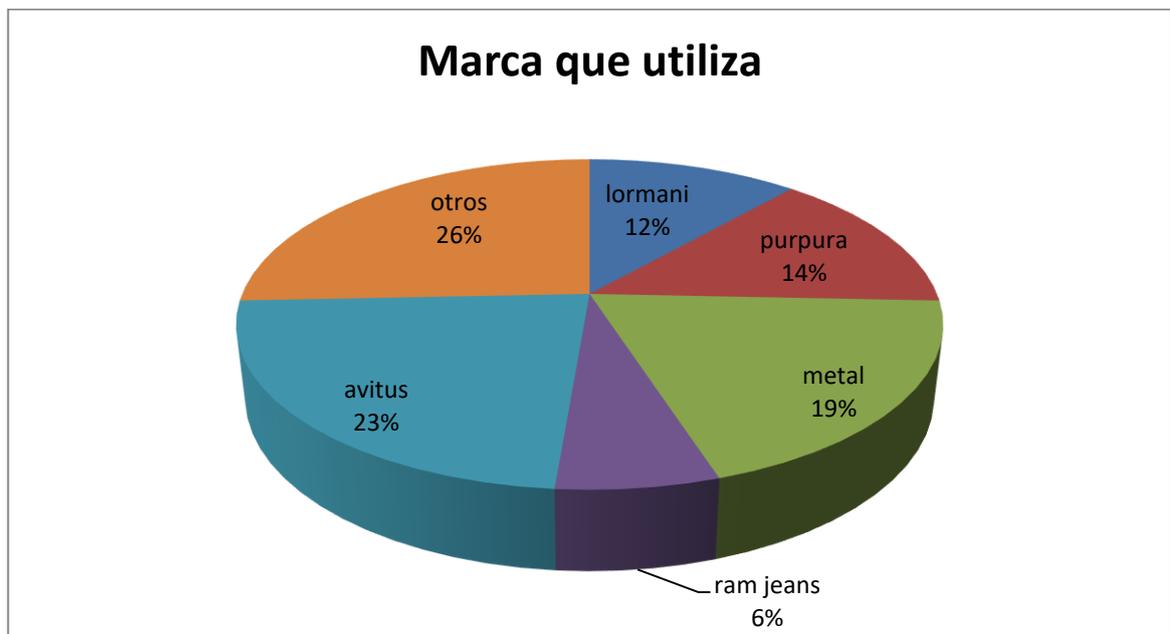
Marca que utiliza	
Lormani	22
Purpura	27
Metal	37
Ramjeans	12
Avitus	44
Otros	49

Fuente Trabajo de campo

Elaborado por: William Llerena

Fecha: Enero 2015

Grafico N.- 6 Marca que utilizada



Fuente Tabla N.- 11

Elaborado por: William Llerena

Fecha: Enero 2015

ANÁLISIS

Podemos ver que los pantalones más atractivos para compra son de producción Pelileña además que la población a más de su marca favorita compra producción de marcas nuevas lo cual nos permite tener una oportunidad de mercado.

7. ¿Dónde adquiere o compra sus pantalones jeans?

Tabla N.-12 Lugares de preferencia de compra

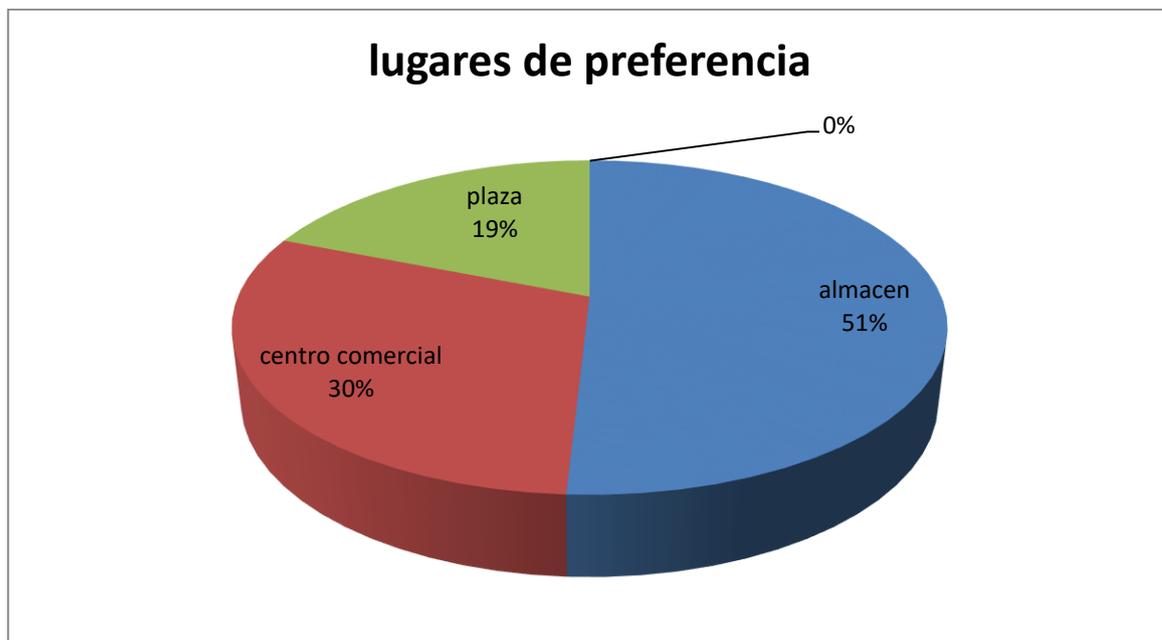
Lugares de preferencia en compra	
Almacén	59
Centro comercial	35
Plaza	22

Fuente Trabajo de campo

Elaborado por: William Llerena

Fecha: Enero 2015

Grafico N.- 7Lugares de preferencia de compra



Fuente Tabla N.- 12

Elaborado por: William Llerena

Fecha: Enero 2015

ANÁLISIS

Determinado que en su mayoría de la población se enfoca más a la compra en almacén nos permite una buena producción ya que los canales de distribución de la empresa son mediante almacenes para llegar al consumidor final.

¿Estaría dispuesto a adquirir pantalones jeans ecológicos elaborados con materiales amigables con el medio ambiente?

Tabla N.- 13 Dispuestos a adquirir producto

Dispuesto a adquirir el producto	
Si	70
No	2

Fuente Trabajo de campo

Elaborado por: William Llerena

Fecha: Enero 2015

Grafico N.- 8Dispuestos a adquirir producto



Fuente Tabla N.- 13

Elaborado por: William Llerena

Fecha: Enero 2015

ANÁLISIS

Nuestro mercado enfoca que están dispuestos adquirir el nuevo producto lo que nos permite decir que el proyecto es factible desde este punto de vista

8. ¿Cómo le gustaría adquirir pantalones jeans ecológicos?

Tabla N.-14 Métodos de venta

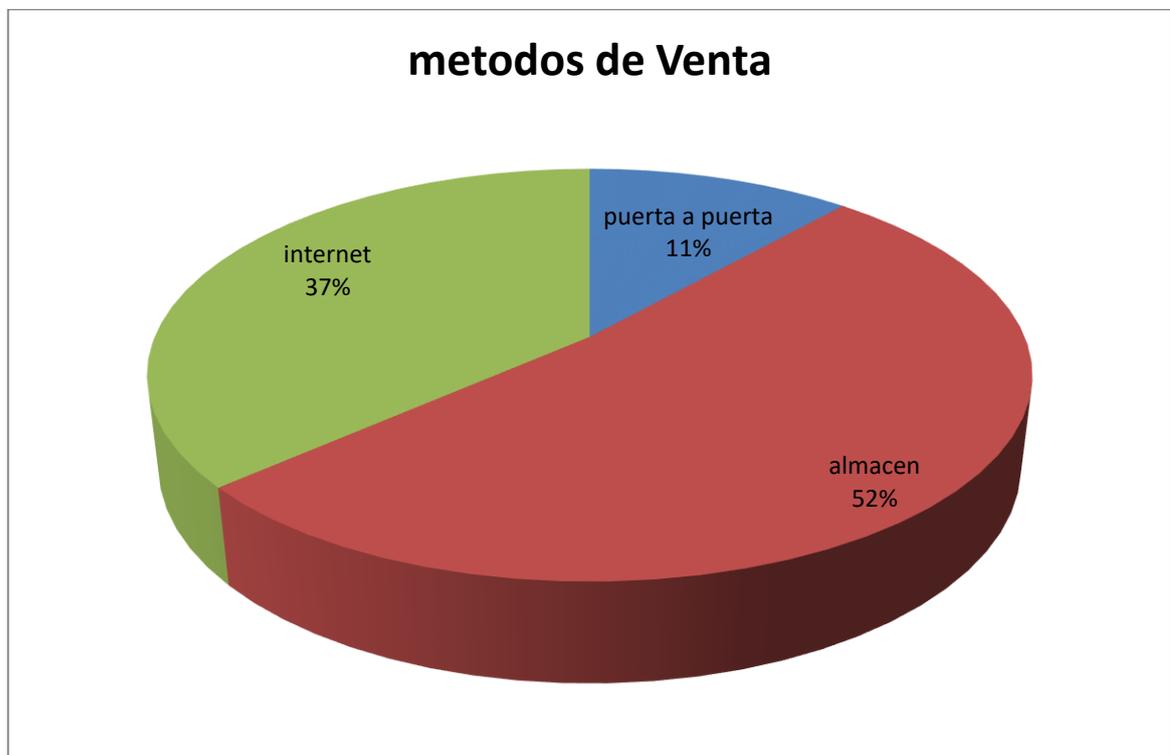
Métodos de venta	
Puerta a puerta	12
almacén	54
internet	38

Fuente Trabajo de campo

Elaborado por: William Llerena

Fecha: Enero 2015

Grafico N.- 9 Métodos de venta



Fuente Tabla N.- 14

Elaborado por: William Llerena

Fecha: Enero 2015

ANÁLISIS

Existe una gran oportunidad de mercado ya que nuestro principal canal de distribución es por medio del almacén y más del 50% prefiere adquirir el producto en almacenes.

3.5 DEMANDA POTENCIAL

Para la determinación de la demanda potencia utilizaremos la formula.

$$Q=npq$$

Siendo

Q: Demanda potencial.

n: Número de compradores posibles para el producto en un determinado mercado.

p: Precio promedio de producto en el mercado.

q: Cantidad promedio de consumo en el mercado

Demanda potencial de pantalones jeans ecológicos.

Nuestro número de compradores posibles en la provincia de Tungurahua es 212126, otros datos que se consiguieron con la investigación de mercados es que el 97% de nuestro mercado meta utiliza pantalones jeans, el precio promedio del producto es \$25 y el consumo es de manera trimestral

$$Q = npq$$

$$n = (212126 \times 97) / 100$$

$$p = 25$$

$$q = 0.33$$

$$Q = 203640 \times 25 \times 0.33$$

$$Q = \$ 1680030 \text{ en dinero}$$

$$Q = 67201 \text{ en unidades de producto}$$

La demanda de la empresa tomando en cuenta la capacidad de producción, capital de trabajo, inversión, capacidad de inversión en marketing y nuestra experiencia en el negocio se espera captar el 25 % de la demanda potencia en los primeros meses de la empresa.

CAPITULO IV:TAMAÑO Y LOCALIZACION

El tamaño del presente proyecto será de acuerdo a la investigación de mercado y a la experiencia adquirida en el transcurso de los años en el negocio familiar, tomando en cuenta la existencia de varios equipos, alquiler de otros en la empresa Angiel de propiedad de Carlos Edison Llerena Llerena y adquisición de nuevos para el funcionamiento.

La inversión que se realizara en el proyecto será con dineros suficientes para ponerla en funcionamiento la empresa, tomando en cuenta que no se construirá edificación nueva ya que se remodelara la estructura de Confecciones Llerena ex fábrica del negocio familiar creada por mi padre Carlos Homero Llerena Tamayo hace 43 años, cual fue cerrada por decisión familiar en el 2002.

Se proyecta el funcionamiento de la empresa con la remodelación de un área total de 600m² de construcción distribuidos de la siguiente manera

Tabla N.- 15Componentes de área del proyecto

Componente	Área en m ²
Área de diseño	30
Área de cortado	40
Área de maquilado	200
Área de terminado	60
Bodega	100
Área administrativa	100
Recepción	20

Elaborado por: William Llerena

Fecha: Enero 2015

4.1 DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DEL PROYECTO

4.1.1 Tiempo de producción

El tiempo de producción está calculado por área y a las 12 horas diarias de trabajo que tiene la empresa.

Tabla N.-16 Tiempo de producción

TIEMPO DE PRODUCCION	DISEÑO Y CORTADO	MAQUILADO	LAVADO Y TINTURADO	TERMINADO	TIEMPO PARA EL PRODUCTO TERMINADO
POR MODELO	8	36	24	8	76

Elaborado por: William Llerena

Fecha: Enero 2015

4.1.2 Capacidad de producción

La capacidad de producción ha sido establecida por elaboración de prenda.

Tabla N.-17 Capacidad de producción

	PRODUCCION MAXIMA POR PRENDA	PRODUCCION EMPRESA POR PRENDA	% DE CAPACIDAD DE PRODUCCION DE LA EMPRESA	CAPACIDAD OCIOSA	% CAPACIDAD OCIOSA
DÍA	175	87	41%	105	59%
MES	4200	1725	41%	2529	59%
AÑO	50400	20700	41%	30240	59%

Elaborado por: William Llerena

Fecha: Enero 2015

4.1.3 Equipo de producción

El equipo de producción ha sido establecido por la capacidad de producción y la infraestructura de la empresa.

Tabla N.-18 Equipo de producción

EQUIPO	CANTIDAD
CORTADORA	1
CERRADORA	1
EMPRETINADORA	1
RECTA	1
DOBLE AGUJA	1
OBERLOCK	1
OJALADORA	1
REMACHADORA	1
EQUIPO DE PLANCHA	1
ETIQUETADORA	1
RECUBRIDORA	1
PRESILLADORA	1

Elaborado por: William Llerena

Fecha: Enero 2015

4.2 TAMAÑO DE LA PLANTA DE ACUERDO A LA DEMANDA

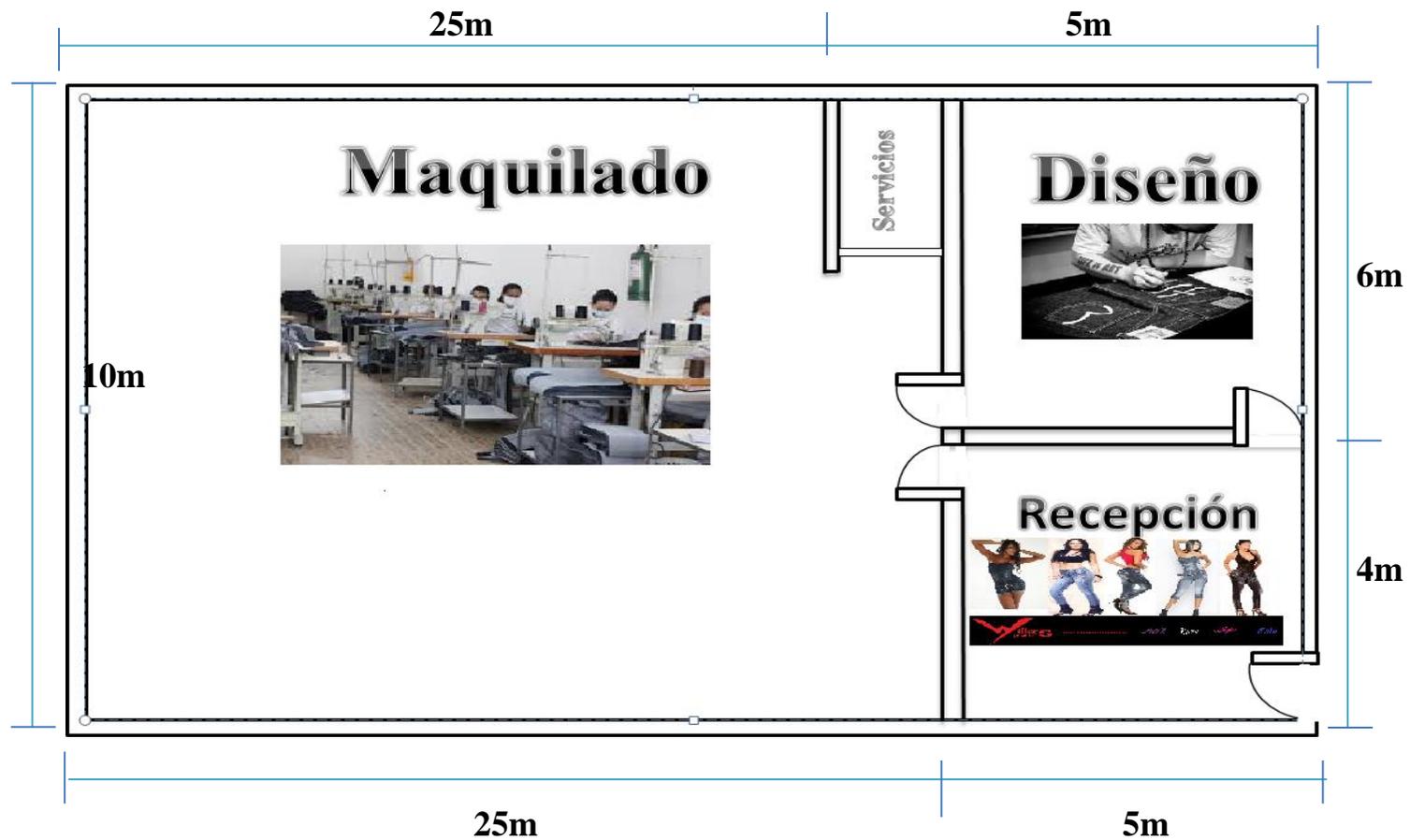
Tomando a la demanda como medida para el tamaño de la planta se establece un consumo total de 28570 prendas en el año, tomando en cuenta que el mes de diciembre de cada año sufre de un crecimiento de la demanda hasta en un 600%.

4.3 TAMAÑO DE LA PLANTA DE ACUERDO A LAS HORAS DE TRABAJO

En la empresa se trabaja 6 días a la semana de lunes a sábado, 12 horas al día, es decir en el año se laborará aproximadamente 310 días respetando los días festivos y feriados nacionales.

4.4 Distribución en planta

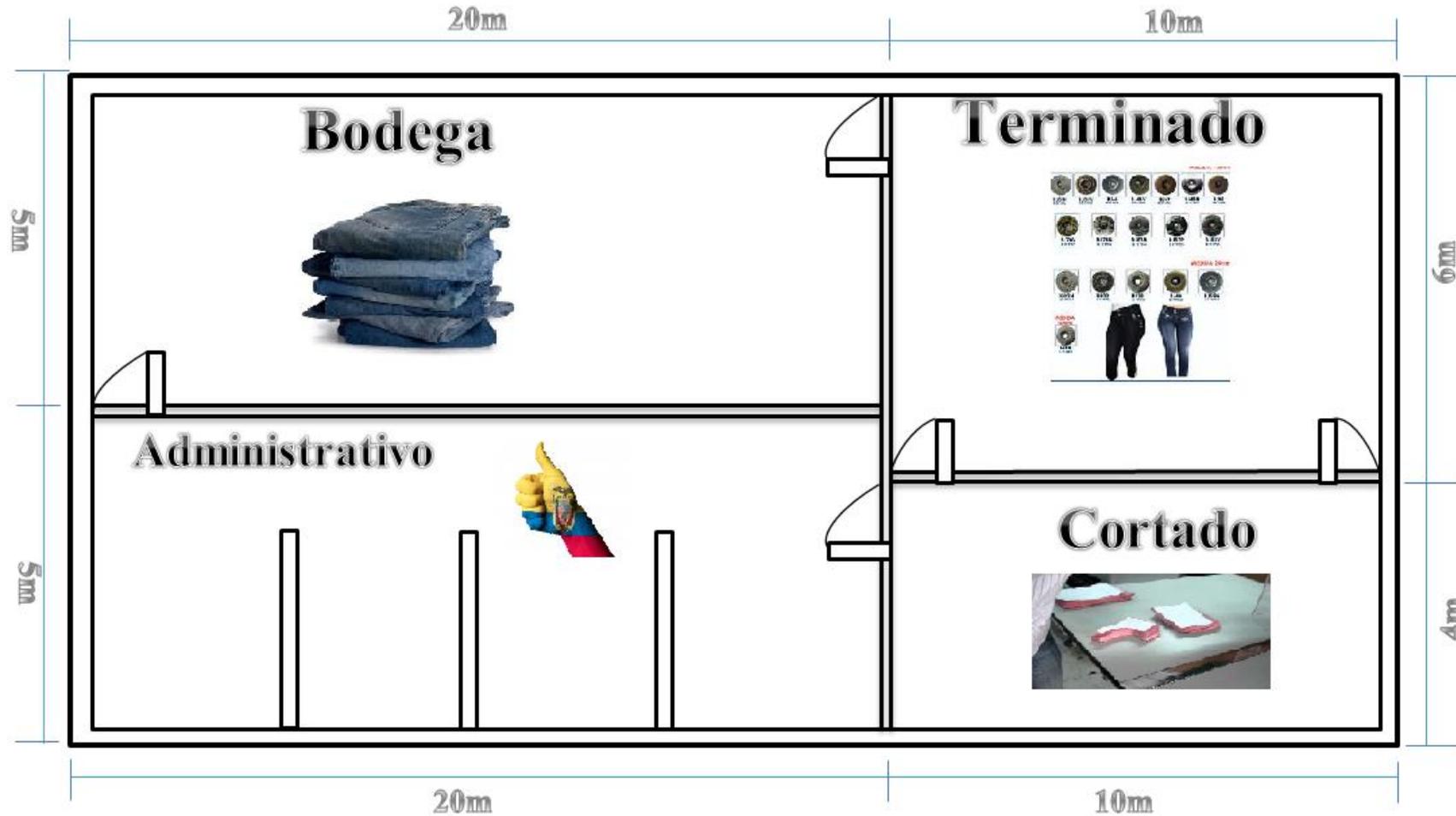
Grafico N.- 10 Planta Baja



Elaborado por: William Llerena

Fecha: Enero 2015

Grafico N.- 11 Planta Alta



Elaborado por: William Llerena
Fecha: Enero 2015

4.5 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

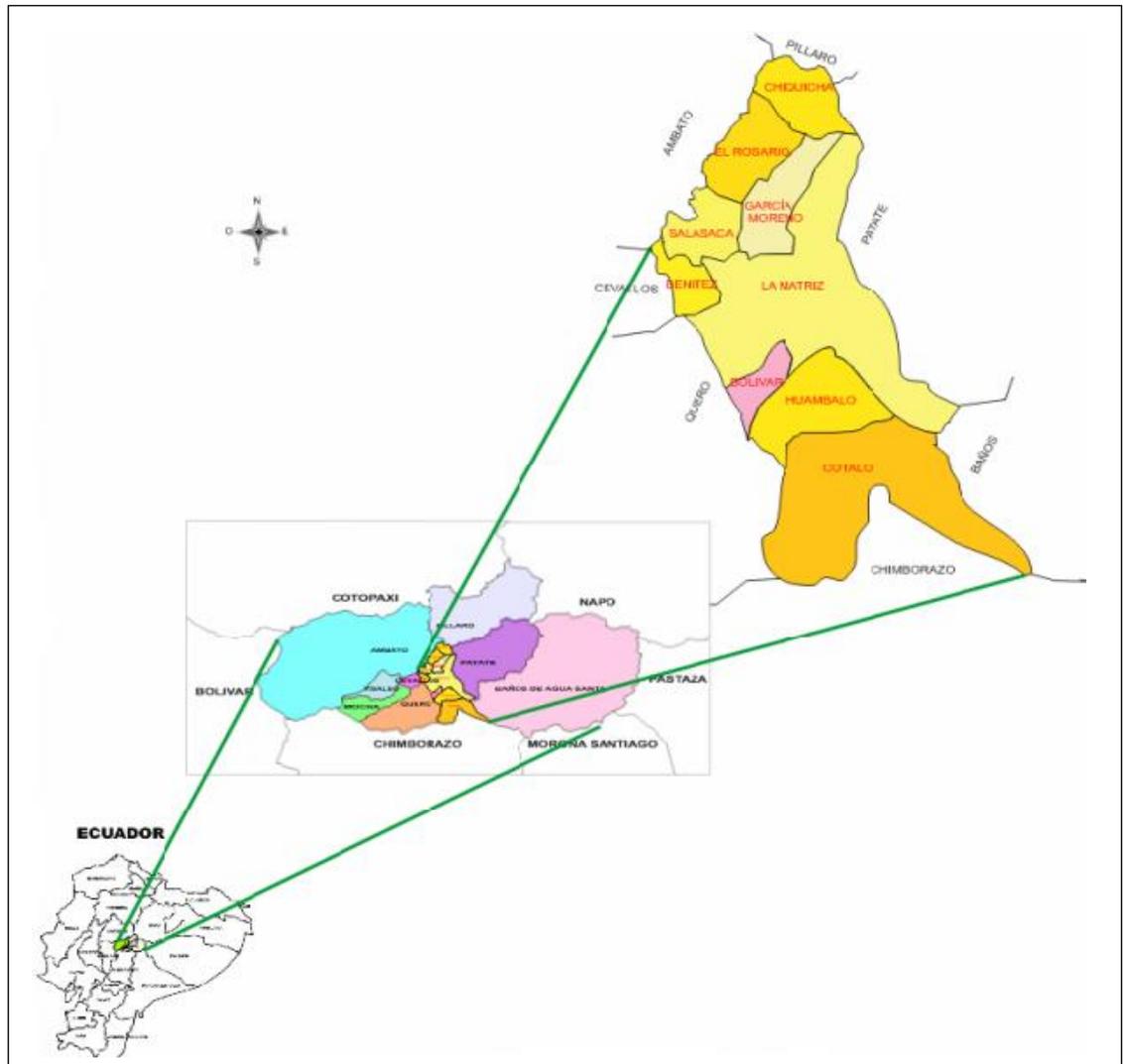
Dentro del proyecto la localización es de mucha importancia por lo cual para determinarla se pusieron varios factores en análisis.

- Cercanía al mercado
- Disponibilidad de la planta
- Cercanía de técnicos para la maquinaria
- Cercanía a mano de obra capacitada, con experiencia y con facilidad de disponibilidad tiempos de trabajo
- Cercanía a distribuidores de materia prima
- Cercanía de lavanderías y tinturados del producto que forma parte del proceso de producción
- Cercanía a la empresa Angiel quien alquilara parte de su equipo y maquinaria para la producción
- Carreteras en buen estado
- Disponibilidad de servicios básicos
- Cercanía a servicios técnicos especializados a la rama de jeans
- Disponibilidad de financiamiento por parte de distribuidores y técnicos a la población Pelileña
- Disponibilidad de empresas dedicadas a legalizar y tramitar marcas para los productos

4.5.1 Macrolocalización

La empresa estará ubicada en la república del Ecuador, Provincia del Tungurahua, cantón Pelileo.

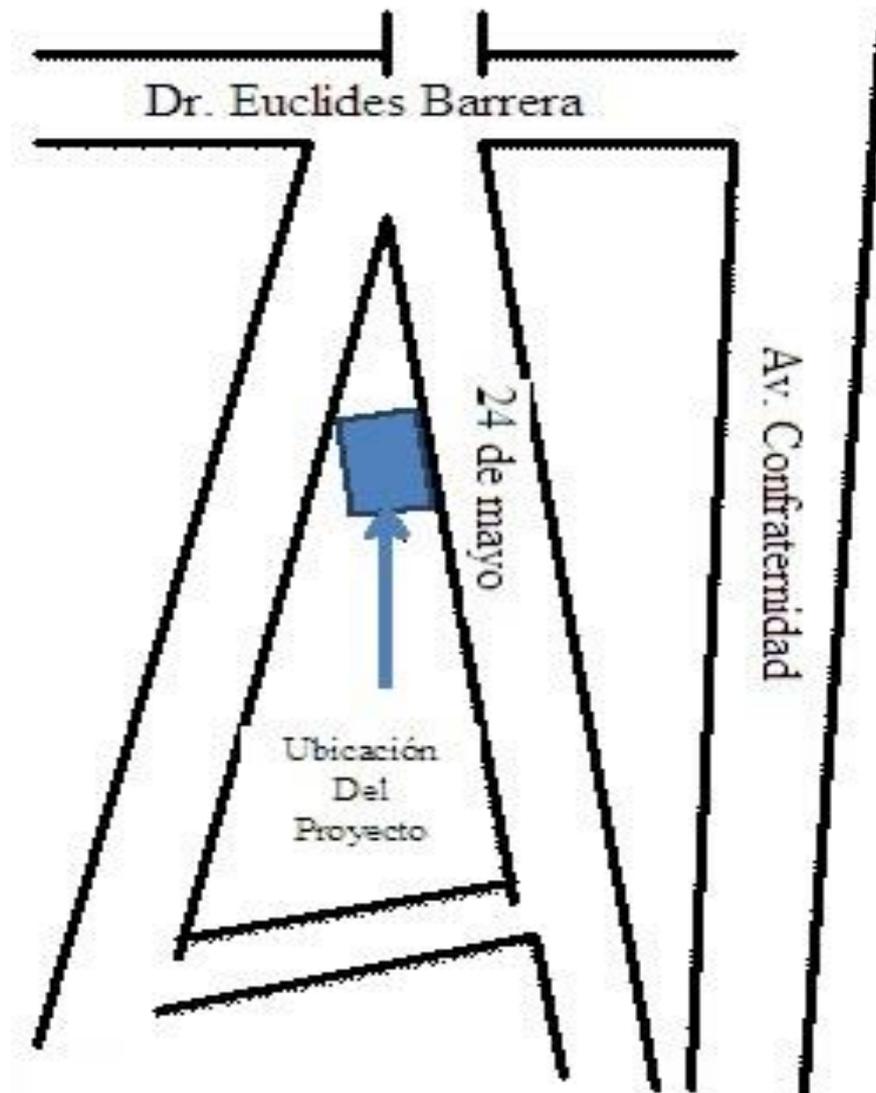
Mapa N.- 3Macrolocalización



4.2.2 Microlocalización

La empresa estará ubicada en el cantón Pelileo, barrio Oriente en las calles 24 de mayo entre Av. Confraternidad y calle Euclides Barrera, en esta dirección existen todos los servicios necesarios para la ejecución del proyecto.

Mapa N.- 4Microlocalización



Elaborado por: William Llerena

Fecha: Enero 2015

CAPITULO V: ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

5.1 ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

5.1.1 Antecedentes históricos

WillerJeans es una empresa nacional que produce pantalones jeans ecológicos para hombres y mujeres con espíritu joven que buscan la moda.

La idea de la creación de esta Empresa nace en Ecuador, Provincia de Chimborazo, Cantón Riobamba, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo en el año 2014, Por el estudiante William Vinicio Llerena Llerena, después de obtener el primer lugar en el “Primer concurso Espíritu Emprendedor MKT 2014” Este proyecto fue inspirado en el negocio familiar creado por su Padre CONFECIONES LLERENA el cual tiene una historia de más de 40 años en la confección del jeans de manera artesanal.

5.1.2 Nombre de la empresa

Tabla N.- 19 Nombre de la Empresa



VARIABLES	DESCRIMINACION
Descriptivo	No
Original	Si
Claro	Si
Simple	Si
Significativo	Si

Elaborado por: William Llerena

Fecha: Enero 2015

Descriptivo

El nombre no refleja a lo que se dedica la empresa

Original

El nombre es original ya que en el medio textil no existe otra empresa con un nombres similar

Claro

Su nombre es corto, claro, fácil pronunciación y más fácil de recordar aun “WillerJeans”

Simple

Si porque hace mención al Producto y conocido por la historia de la ciudad donde se ubicaría

Significativo

Es significativo ya que el nombre es inspirado en la unión del primer nombre y el primer apellido del creador del proyecto William Llerena “Willer”.

5.1.3 Misión

Para la realización de la misión de la empresa, se enfocó en la matriz que se nos fue entregada en la materia, Plan de Negocios la cual recibimos en el séptimo semestre de la carrera, el cual contiene de varios componentes y preguntas que permitirán una buena declaración de la Misión

Tabla N.-20 Matriz de la Misión

COMPONENTES	PREGUNTAS A RESOLVER		DECLARACION DE LA VISION
	PREGUNTAS	RESPUESTAS	
IDENTIDAD	¿QUIENES SOMOS?	“WILLER JEANS ”	EMPRESA WILLER JEANS FUE CREADA PARA SATISFACER LAS
PROPOSITO	¿PARA QUE EXISTIMOS?	PARA SATISFACER LAS NECESIDADES DE VESTIMENTA Y MODA	NECESIDADES DE VESTIMENTA Y MODA DE LA

ACCIONES INSTITUCIONALES	¿QUE HACER?	CREAR PRODUCTOS DE CALIDAD	POBLACION MASCULINA Y FEMENINA QUE
PRODUCTOS	¿CUALES SON LOS MAS ADECUADOS QUE GENERAN LA ENTIDAD?	CON PANTALONES JEANS ECOLOGICOS	GUSTEN DEL BUEN VESTIR CON PANTALONES JEANS ECOLOGICOS DE
BENEFICIOS DIRECTOS	¿PARA QUIEN TRABAJAMOS?	PARA HOMBRES Y MUJERES QUE GUSTEN DEL BUEN VESTIR	CALIDAD RESPENTANDO SIEMPRE LOS PRINCIPIOS DE
PRINCIPIOS	¿PARA QUE LO HACEMOS?	CON RESPONSABILIDAD SOCIAL Y AMBIENTAL	RESPONSABILIDAD SOCIAL Y AMBIENTAL QUE NOS CARACTERIZAN

Elaborado por: William Llerena

Fecha: Enero 2015

Declaración de la misión de la empresa

Empresa willerjeans fue creada para satisfacer las necesidades de vestimenta y moda de la población masculina y femenina que gusten del buen vestir con pantalones jeans ecológicos de calidad respetando siempre los principios de responsabilidad social y ambiental que nos caracterizan.

5.1.4 Visión

Para la realización de la visión de la empresa, se enfocó en la matriz que se nos fue entregada en la materia, Plan de Negocios la cual recibimos en el séptimo semestre de la carrera

Tabla N.- 21 Matriz de la visión

COMPONENTES	PREGUNTAS A RESOLVER		DECLARACION DE LA VISION
	PREGUNTAS	RESPUESTAS	
CARACTERISTICAS DE LA ENTIDAD EN RELACION A SU ENTORNO	¿Cómo deseamos que la empresa sea vista?	Hacer conocer nuestra marca a nivel nacional e internacional	Hacer conocer nuestra marca a nivel nacional e internacional, con prendas de calidad con los precios más bajos del mercado empleando tecnología de punta y un personal honesto y trabajador para satisfacer las necesidades del hombre y la mujer ecuatoriana y del mundo entero.
CARACTERISTICAS DE SUS PRODUCTOS	¿Cómo esperamos que sean los productos?	Con prendas de vestir de calidad a los precios más bajos del mercado	
CARACTERISTICAS DE LA ENTIDAD EN RELACION A LA ORGANIZACIÓN INTERNA	¿Con que tipo de personas gustaría contar?	Con un personal honesto y trabajador	
BENEFICIARIOS	¿Cuáles son los beneficiarios?	Mujeres del Ecuador	

Elaborado por: William Llerena

Fecha: Enero 2015

Declaración de la visión

Hacer conocer nuestra marca a nivel nacional e internacional, con prendas de calidad con los precios más bajos del mercado empleando tecnología de punta y un personal honesto y trabajador para satisfacer las necesidades del hombre y la mujer ecuatoriana y del mundo entero

5.1.5 Valores

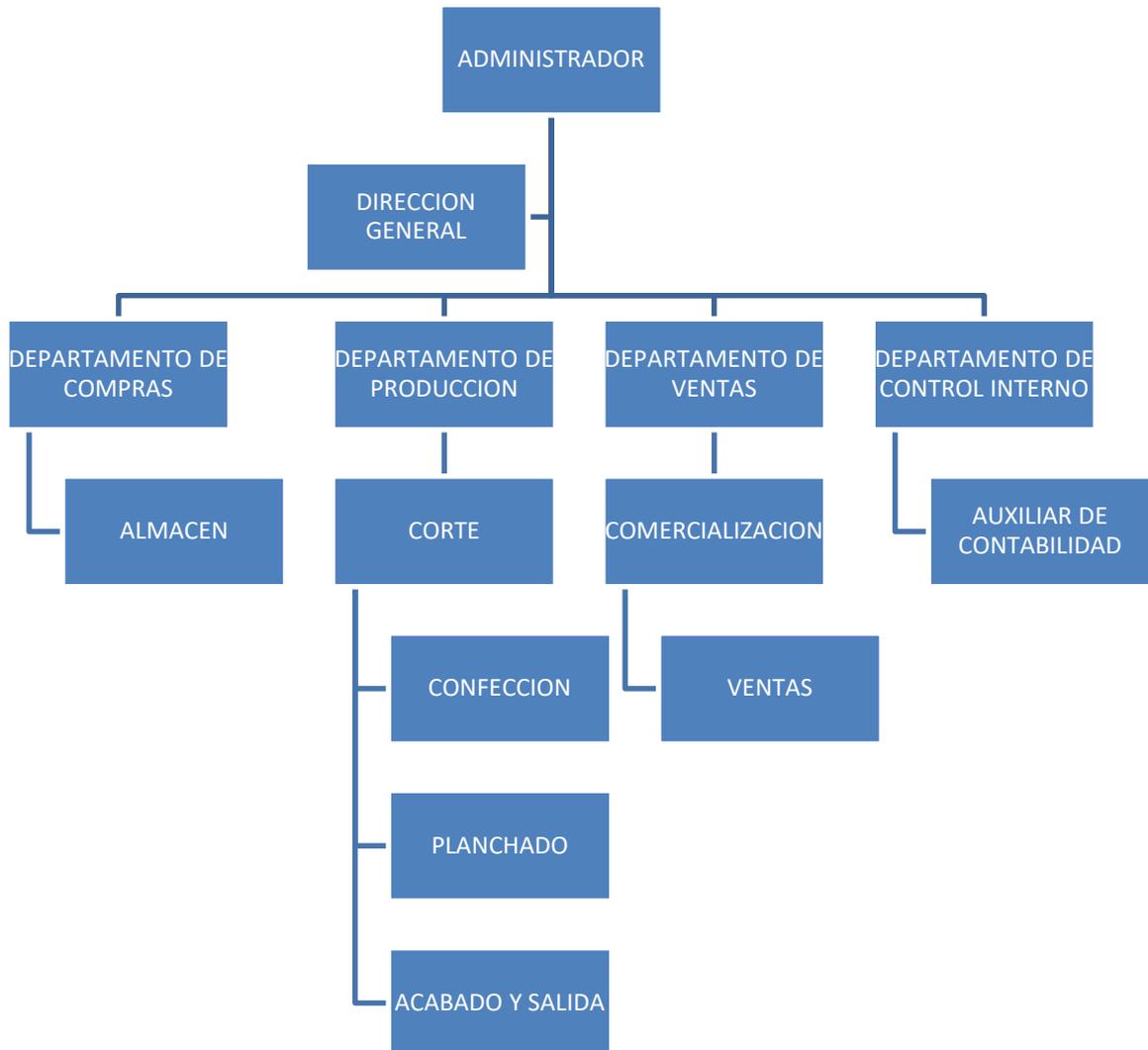
Los valores con el que trabajara la empresa Willer jeans son:

Valores corporativos

- Ética
- Honestidad
- Compromiso con nuestra misión, ética y empleados
- Cumplimiento con los despachos y entregas
- Generación de valor económico
- Compromiso con nuestro producto brindando alta calidad
- Desarrollo del talento humano

5.2 ORGANIGRAMA

Grafico N.- 12 Organigrama

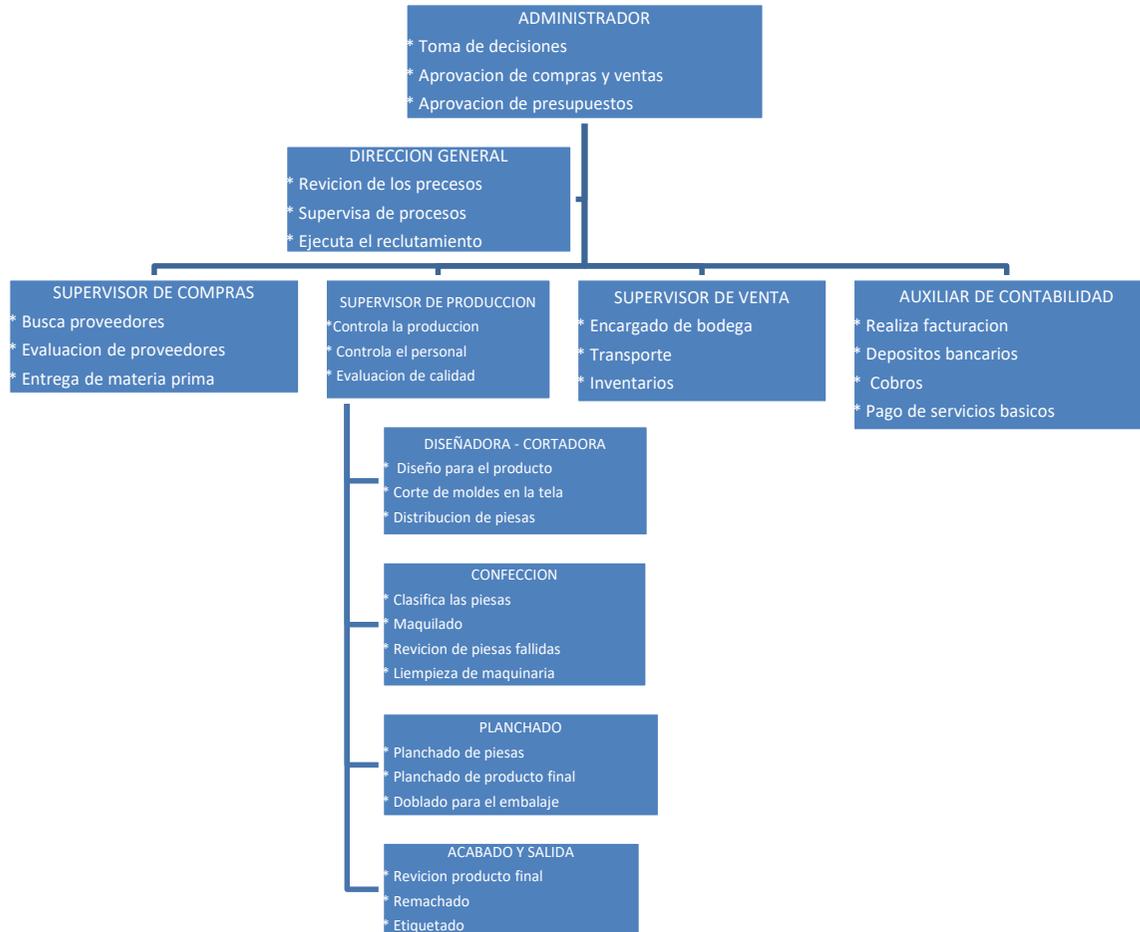


Elaborado por: William Llerena

Fecha: Enero 2015

Organigrama funcional

Grafico N.- 13 Organigrama Funcional



Elaborado por: William Llerena

Fecha: Enero 2015

5.4 ESTRUCTURA FUNCIONAL

La estructura orgánica y funcional de la empresa Comprende los siguientes niveles:

- Administrador
- Director general
- Asistente contable
- Diseñador
- Cortador
- Operario
- Planchadora
- Bodeguero

Las funciones específicas que le corresponden a las diferentes áreas de la empresa son: gerencia, contabilidad, diseño, maquilado y bodega. Para el cumplimiento de dichas funciones se sujetarán a lo dispuesto en este manual.

5.5 GRUPOS OCUPACIONALES DE LA EMPRESA

WNG: Grupo ocupacional la empresa

GR: Gerencia

OP: Operario

CO: Coordinador

AD: Administrativo y Servicio

DS: Diseño

Tabla N.- 22 Grupos ocupacionales

N	NOMBRES DE PUESTOS	CODIGO
1	Administrador	WNG GR 01
2	Director general	WNG CO 02
3	Asistente contable	WNG AD 03
4	Diseñador	WNG DS 0
5	Cortador	WNG OP 09
6	Supervisor de producción	WNG CO 10
7	Operario	WNG OP 11
8	Planchadora	WNG OP 12
9	Bodeguero	WNG AD 13

Elaborado por: William Llerena

Fecha: Enero 2015

5.5MATRIZ DE PERFIL

Tabla N.- 23 Matriz de perfil

CARGO	PERFIL
Administrador	<p>Instrucción: Título profesional acorde a la finalidad de la Empresa como: Lcdo. En Contabilidad y Auditoría, Administrador de Empresas, Economista o carreras afines.</p> <p>Experiencia: 2 a 4 años o más en actividades similares.</p>
Director general	<p>Instrucción: Título profesional acorde a la finalidad de la Empresa como: Lcdo. En Contabilidad y Auditoría, Administrador de Empresas, Economista o carreras afines.</p>

	Experiencia: 2 a 4 años o más en actividades similares.
Asistente contable	Instrucción: licenciatura en contabilidad
Diseñador	Instrucción: Ingeniero en Diseño, con cursos en diseño de ropa Experiencia: 1 a 2 años o más en actividades similares.
Cortador	Instrucción: Bachiller de cualquier especialización con conocimientos en corte y confección. Experiencia: 1 a 2 años o más en actividades similares.
Operario	Instrucción: Bachiller de cualquier especialización con conocimientos en corte y confección. Experiencia: Debe tener por lo menos de 1 a 2 años o más en actividades similares.
Planchadora	Instrucción: Bachiller con conocimientos en corte y confección. Experiencia: 1 a 2 años o más en actividades similares.
Bodeguero	1 año a 2 años en actividades similares. Manejo de inventarios, Word, Excel y otros programas de computación, Relaciones Humanas y Seguridad Personal.

Elaborado por: William Llerena

Fecha: Enero 2015

5.6 FODA

Tabla N.- 24Foda

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<p>f1.- Personal capacitado para proporcionar una mejor calidad de producto.</p> <p>f2.- Diversidad de modelos jeans de acuerdo a la moda</p> <p>f3.-La infraestructura contaría con la tecnología de punta en producción.</p> <p>f4.- Distribución directa del producto por pedidos</p> <p>f5.- existencia de conocimiento y experiencia en la producción y comercialización del producto</p>	<p>o1.- Creciente preocupación de la moda y ecología por parte de los consumidores</p> <p>o2.- Buena recepción a las oferta por parte de los consumidores</p> <p>o3.- Creciente aumento de la demanda de productos ecológicos en los mercados nacionales</p> <p>o4.- Las nuevas tecnologías en maquinarias ayudan a una producción más eficiente</p> <p>o5.- Las tendencias de los consumidores a tener “lo último” de la moda en materia de vestuario.</p>
DEBILIDADES	AMENAZAS
<p>d1.- Carencia de tiendas para venta directa producto</p> <p>d2.- Ser una marca que produce pantalones con material ecológico que es desconocido para una gran parte del mercado</p> <p>d3. – dependencia en alquileres de varias maquinaria que incurre en gastos</p>	<p>a1.- La crisis económica puede disminuir la destinación del ingreso por parte de los consumidores a la cantidad de consumo de vestuario</p> <p>a2.- La gran imagen de marcas internacionales</p> <p>a3.- Debido a la alta competencia se produce guerra de precios</p>

<p>d4. - La lavandería y la fábrica no se encuentran cercana, por lo que se incurre incremento en el tiempo de la producción.</p> <p>d5. –desconfianza por parte de proveedores de materia prima por ser empresa nueva</p>	<p>a4.- Alta sensibilidad a los precios por parte de los consumidores</p> <p>a5.- Mayor riesgo en la puntualidad del proveedor</p>
--	--

Elaborado por: William Llerena

Fecha: Enero 2015

5.7 MATRIZ FODA ESTRATÉGICO

Tabla N.- 25 Matriz Foda Estratégico

	FORTALEZAS				DEBILIDADES			
O P O R T U N I D A D E S		Personal capacitado para proporcionar una mejor calidad de producto.	Infraestructura contaría con tecnología de punta en producción	Diversidad de modelos jeans de acuerdo a la moda	carencia de tiendas para venta directa del producto	Ser una marca que produce pantalones con material ecológico que es desconocido para una gran parte del mercado	desconfianza por parte de proveedores de materia prima por ser empresa nueva	
	creciente preocupación de la moda y ecología por parte de los consumidores	crear variedad de modelos a través del departamento de diseño	creación de nuevas gamas de productos, diseños según la temporada	los diseños cambian de manera quincenal	crear una tienda donde se presente cada uno de los modelos diseñados	ampliar la gama de producción ecológica con distintos modelos y varios consumidores	Propuesta Innovadora con posibilidad de crecimiento	
	las nuevas tecnologías en maquinarias ayudan a una producción más eficiente	capacitación del personal para maximizar la utilidad de la maquinaria	producción a tiempo y de mejor calidad	creación de nuevos productos	-	implementar nuevos patrones para la producción		
	creciente aumento de la demanda de los productos	incremento de la producción	producción para satisfacer la	incremento de diseños	-	-	Confiabledad con la capacidad de	

	ecológicos en los mercados nacionales		necesidad del mercado nacional				pago
A M E N A Z A S	la gran imagen de marcas internacionales	introducción en el mercado con mayor imagen	mejorar calidad para competir con marcas internacionales	incremento de productos por temporada nacional	maximizar la publicidad para tener a nuestra marca posesionada en la mente del consumidor	aumentar la gama de nuestro producto	-
	riesgo en la puntualidad del proveedor	mantener una bodega con materia prima	incremento de producción con material nacional	compra a proveedores de materia prima nacional	-	establecer estándares, de consumo exacto en la producción	crear un control minucioso de pago a proveedores
	sensibilidad a los precios por parte de los consumidores	empezar con mayor producción para disminuir el costo individual	disminución del costo de producción	variedad de costos por modelos	crear nuestro propio margen de utilidad y precios para el consumidor	-	-

Elaborado por: William Llerena

Fecha: Enero 2015

5.8ANÁLISIS DE COMERCIALIZACIÓN

5.8.1 Marketing

Producto.

Pantalones jeans ecológicos para hombre y mujer que buscan modelos novedosos y quieren vestir a la moda entregándoles un producto original, versátil, de calidad y comodidad, amigable con el medio ambiente.

Precio

El producto es accesible para todo tipo de personas ya que al ser industria nacional y considerada como artesanal por el estado la producción del mismo es económico.

Promoción

Las promociones del producto varia considerando las temporadas y el cambiante estilo de MODA

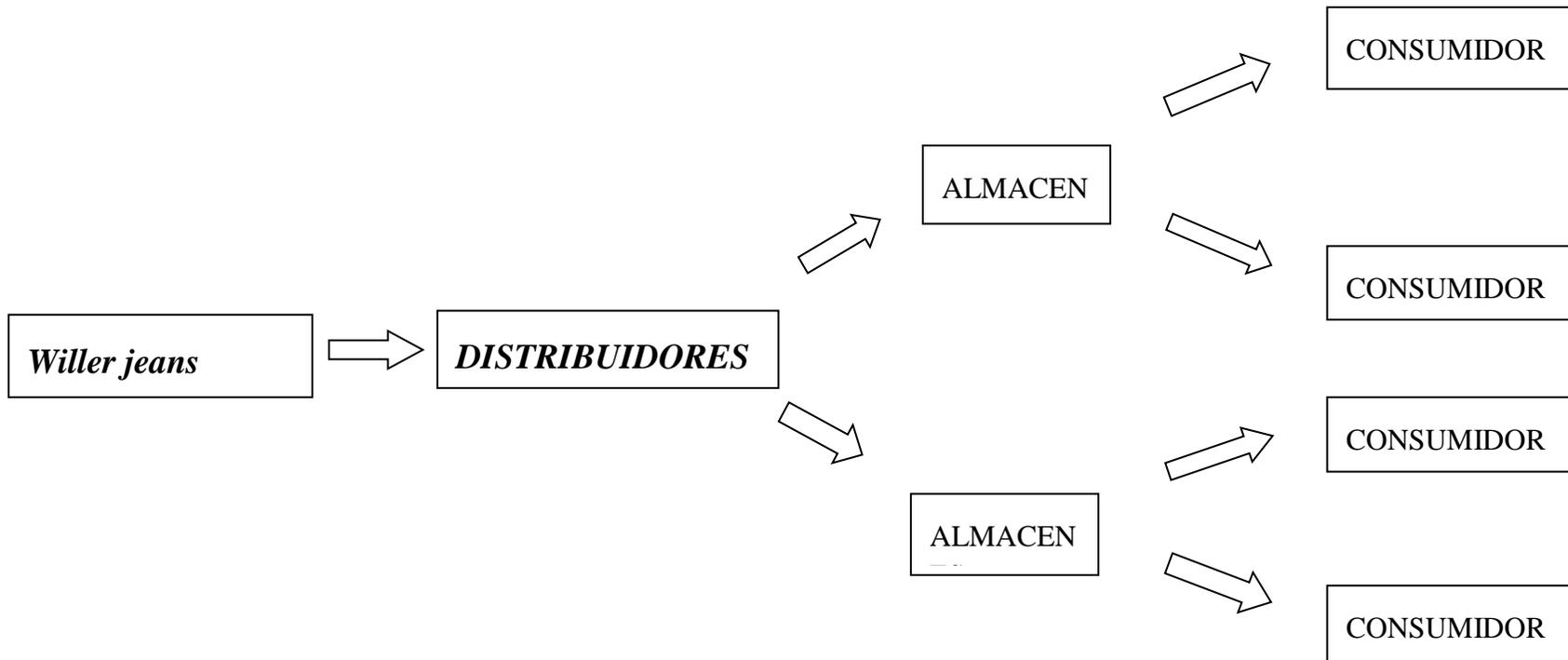
Plaza

La comercialización del producto se realiza de manera indirecta ya que se entrega a distribuidores nacionales de la ciudad de Guayaquil

5.8.2 Canales de distribución

En la empresa contaremos con un canal de distribución indirecto ya que dependeremos de los distribuidores, ya que ellos conocen el mercado nacional y desde la ciudad de Guayaquil el producto es enviado a los almacenes y de ellos al consumidor final.

Grafico N.- 14 Canales de distribución



Elaborado por: William Llerena

Fecha: Enero 2015

CAPITULO VI ESTUDIO TÉCNICO

6.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO TÉCNICO

Determinar que la empresa “Willerjeans “será capaz de Fabricar los productos que se propone vender según la demanda insatisfecha determinada en la investigación de mercados.

6.2 INGENIERÍA DEL PROYECTO

En la ingeniería del proyecto se determinara todos los aspectos técnicos necesarios para que la empresa “Willerjeans” utilice los recursos necesarios de una manera eficaz y eficiente de manera amigable con el medio ambiente.

6.2.1 Infraestructura y obra civil

En el lugar específico donde se instalara la fábrica existen todos los servicios básicos y los necesarios para la producción.

Energía eléctrica (EEASA)

Este servicio es suministrado por la Empresa Eléctrica Ambato Regional Centro Norte S.A. Agencia Pelileo, con la ubicación de una línea trifásica la cual es requerida para la maquinaria que se necesitara en la Empresa.

Vías de Acceso

La empresa está ubicada en la red de vías utilizadas como paso lateral en la ciudad de Pelileo por lo se encuentran en primer orden y las cuales conectan a los otros Cantones y provincias del Ecuador.

Agua Potable (EMAPA)

En el sector donde estará ubicada la empresa existe la red necesaria de agua potable, además la empresa pública de agua potable y alcantarillado se encuentra en un proyecto el cual aumentara el servicio de agua potable para la población y el sector industrial con la nueva red de agua “Chiquiurco-huachi-Pelileo”.

Basura (EMMAIT_EP)

La ciudad cuenta con un relleno sanitario en el cual existen departamento de reciclado y manejo de residuos los cuales son administrados por la empresa pública municipal mancomunada de aseo integral de Tungurahua Pelileo – Patate

Obras físicas e instalaciones

Las obras físicas serán reestructuradas en el edificio de la ex--empresa confecciones Llerena de propiedad del Sr, Carlos Llerena justificada de la siguiente manera.

1. Área de diseño

Esta área ha sido determinada para la realización del diseño, moldes y ubicación e impresión en plotter.

2. Área de Cortado

Espacio designado para la ubicación de la mesa de corte, corredor de tela y cortadoras

3. Área de maquilado

Planta de proceso determinado para la ubicación de las diferentes maquinarias con ubicación en cadena para la producción más rápida y eficiente

4. Área de Terminado

Espacio provista para el planchado, etiquetado, corte de hilo, doblado, tallado, botones y remaches además del control de calidad.

5. Bodega

Área determinada para el manejo, control y distribución del producto terminado.

6. Recepción

Espacio determinado para showroom, recepción y sala de espera de clientes y demostración de nuevos productos.

6.3 MAQUINARIA Y EQUIPO DE PLANTA

Tabla N.-26 Maquinaria y Equipo

EQUIPO	FUNSION
PLOTTER	impresión de diseños y moldes
MESA DE CORTAR	permite ubicar la tela doblada y poder cortarla
CORREDOR DE TELA	ubicada en la parte superior de la mesa de corte permite doblar la tela de manera uniforme
CORTADORA	cortar la tela por modelos
CERRADORA	permite encotillar, unir tiro trasero y cerrar entrepierna
EMPRETINADORA	permite pegar las pretinas individualmente con la cabeza previamente dobladillada y luego una presilladora
RECTA	de base plana trabaja con dos hilos uno superior y otro inferior, se usa para pegar, hacer remates y asentar costura
DOBLE AGUJA	se dobladillan los bolsillos con dos costuras en plana o máquina de cadeneta doble
ATRACADORA	atracado de tela
BORDADORA	permite integrar diseños e imágenes computarizadas al pantalón
PRESILLADORA	forma la costura de una puntada recta y se devuelve formando zigzag, se utiliza para asegurar la terminación de ciertos puntos
OBERLOJ	cose los bordes y corta los sobrantes
OJALADORA	cose el ojal y corta
REMACHADORA	Trabaja con aire a presión (neumática), su función es fijar los botones metálicos y remaches.

EQUIPO DE PLANCHA	Se utiliza para darle mejor presentación al jean en su etapa de terminación.
ETIQUETADORA	Útil para pegar las etiquetas que contienen la información de precio, talla, color, referencia y código de barras.
RECUBRIDORA	Es para hacer pasadores y hacer los bordes de telas superpuestas, trabaja con dos o tres agujas y tiene un engarzador y un tejedor

Elaborado por: William Llerena

Fecha: Enero 2015

6.4 FLUJOGRAMA DE PRODUCCIÓN

Representa el proceso productivo de la fabricación del producto en la empresa.

Tabla N.-27 Simbología de Flujoograma

1. Inicio
2. Diseño
3. Decisión y ubicación de moldes
4. Cortado de tela
5. Maquilado
6. Lavado y Tinturado
7. Terminado y Etiquetado
8. Control de calidad
9. Bodega
10. Fin

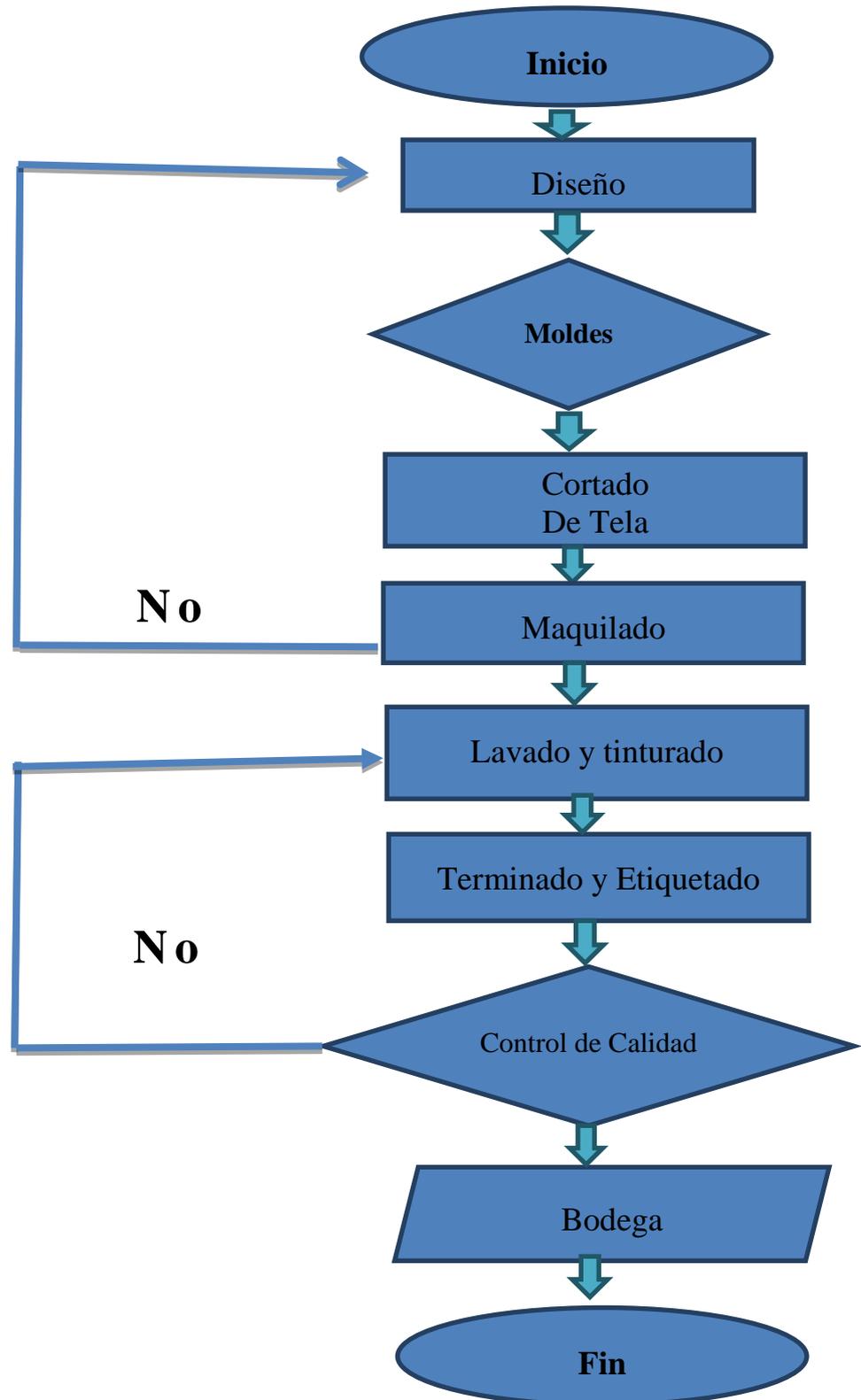
SÍMBOLO	NOMBRE	ACCIÓN
	Terminal	Representa el inicio o el fin del diagrama de flujo.
	Entrada y salida	Representa los datos de entrada y los de salida.
	Decisión	Representa las comparaciones de dos o mas valores, tiene dos salidas de información falso o verdadero
	Proceso	Indica todas las acciones o cálculos que se ejecutaran con los datos de entrada u otros obtenidos.
	Líneas de flujo de información	Indican el sentido de la información obtenida y su uso posterior en algún proceso subsiguiente.
	Conector	Este símbolo permite identificar la continuación de la información si el diagrama es muy extenso.

Elaborado por: William Llerena

Fecha: Enero 2015

6.4.1 Diagrama de flujo de producción de la empresa

Grafico N.- 15 Diagrama de flujo de producción



Elaborado por: William Llerena

Fecha: Enero 2015

6.5 PROCESO PRODUCTIVO

6.5.1 Materia prima

La materia prima para la realización del producto principal o producto estrella de Willer jeans es la tela eco-d de vicunha textil el que permitirá la realización de pantalones ecológicos ya que sus propiedades como la utilización de hilo de plástico de botellas recicladas y de hilo de algodón para su producción, permitirá tener un producto duradero, cómodo, vanguardista, y amigable con el medio ambiente

Además la utilización de la tela eco-d permitirá reducir en un 92% el consumo de energía (luz eléctrica, gas licuado de petróleo, gasolina,) también existirá una reducción de consumo de agua en un 80% además de la notable reducción de químicos colorantes y detergentes los cuales en la actualidad es fundamental en al proceso productivo del pantalón jean.

Además vale recalcar que esto permitiría incrementar e incentivar al reciclado de botellas plásticas y su reutilización.

6.5.1.1 Tela Eco-d

La producción de esta tela ecológica nace en la unión de dos grandes empresas internacionales Enkador- vicunha con el proyecto de industrialización de residuos pet.

Proceso.- después del reciclado de botellas plásticas se las separa en grupos de colores y se divide las tapas, etiquetas y residuos, posteriormente se prensa las botellas formando pacas para facilitar el manejo de las mismas y su transporte a las bandas para la individualización de las mismas para llegar a un proceso de limpieza, con la utilización de agentes químicos estas botellas se convierten en residuos pet denominados escamas, los cuales entran a tanques en donde con calor y vacío se eliminan la humedad y los contaminantes existentes para luego fundir el material para pasarlo por filtros especiales que eliminan las últimas impurezas y dando forma al material con cristalización en las dimensiones adecuadas denominados pellets, los cuales son utilizados en hornos con altas temperaturas para darle forma de hilos

plásticos. Estos conos de hilos plásticos son transportados a vicunha textil en donde se los va a unir en un tejido utilizando un hilo de algodón y un hilo de plástico dando forma a la tela eco-d la cual se convierte en la materia prima de nuestro producto.

6.5.2 Diseño – Moldes – Cortado

Después de adquirir la materia prima en la distribuidora de Vicunha Textil ubicada en el cantón Pelileo. Iniciamos con el proceso productivo del pantalón ecológico de willer jeans.

Diseño. Todo inicia con el modelo de pantalón que se desee realizar, pueden existir una gran variedad de modelos, tamaños, colores, formas, incluso extravagancias, todas ellas basadas en las tendencias, modas, temporadas y pedidos de clientes que deseen a su gusto y medida personal para llegar a la máxima satisfacción. Existen tres tipos de realizar los diseños

- A) Computarizado.- En este tipo de trabajo el diseñador recibe las ideas para materializarlo en un sistema de computadora el cual permite minimizar el desperdicio de materia prima y se lo imprime en un plotter par después cortar la tela.

- B) Externo.- Este sistema es muy parecido al benchmarking en donde se utilizan pantalones de modelos anteriores o incluso pantalones de otras marcas, se lo separa o descose en partes para de esta manera realizar mejoras o cambios a dichas piezas para de esta manera realizar el modelo de pantalón que se desee.

- C) Manual.- Este sistema es más exacto pero consume mayor tiempo ya que se experimenta a través de dibujo lo cual permite manipular con mayor facilidad el modelo que se desea realizar permitiendo un mejor producto.

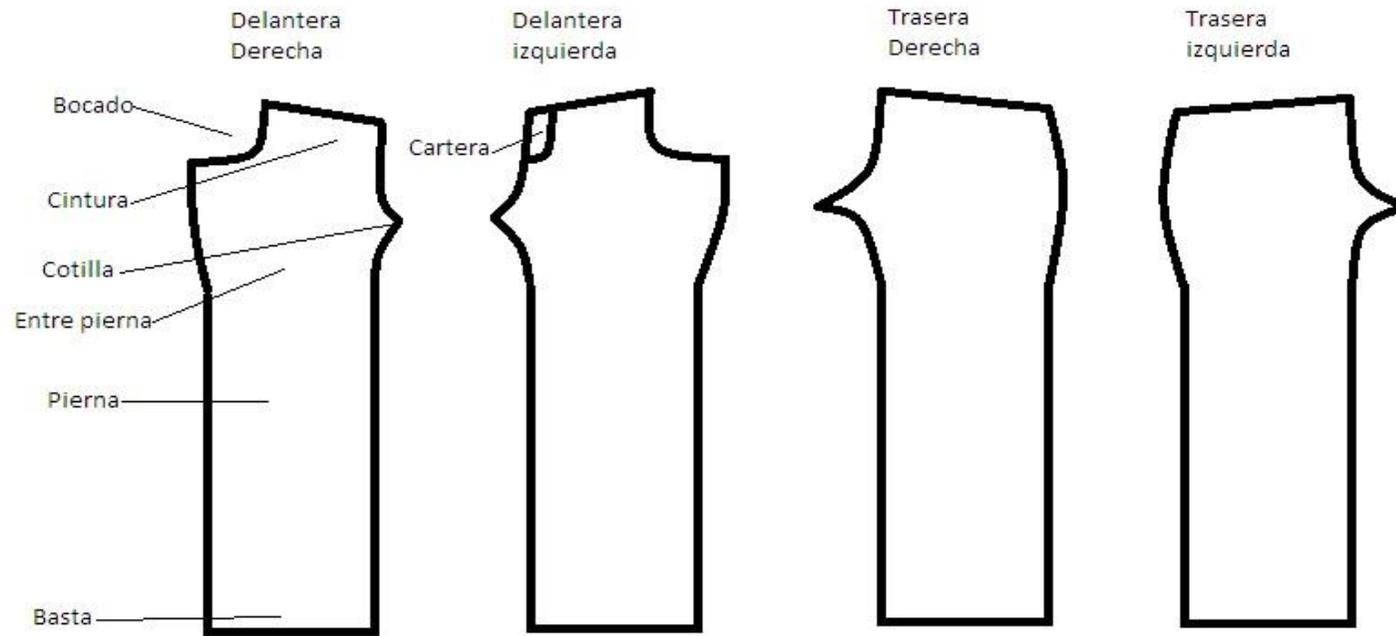
Willer jeans utilizara el proceso manual que a pesar de ser más demoroso permite mejorar la calidad del producto.

Moldes. Los moldes son las piezas o partes logradas después del diseño los cuales se utilizaran en el cortado de la tela, existen dos tipos de moldes:

- a) Computarizado.- Este tipo de molde es una lámina de papel con todas las partes del pantalón e impresa en un plotter, esta lámina fue diseñada en un sistema y se lo ubica en la parte superior de la tela para iniciar con el cortado.

- b) Manual.- Este tipo de molde son varias láminas de cartón parte por parte del pantalón los cuales los cuales fueron redibujados y separados según el diseño presentado, el tamaño de cada molde dependerá de la talla de pantalón que se desee realizar, cada molde es ubicado en la parte superior de la tela para iniciar con el cortado.

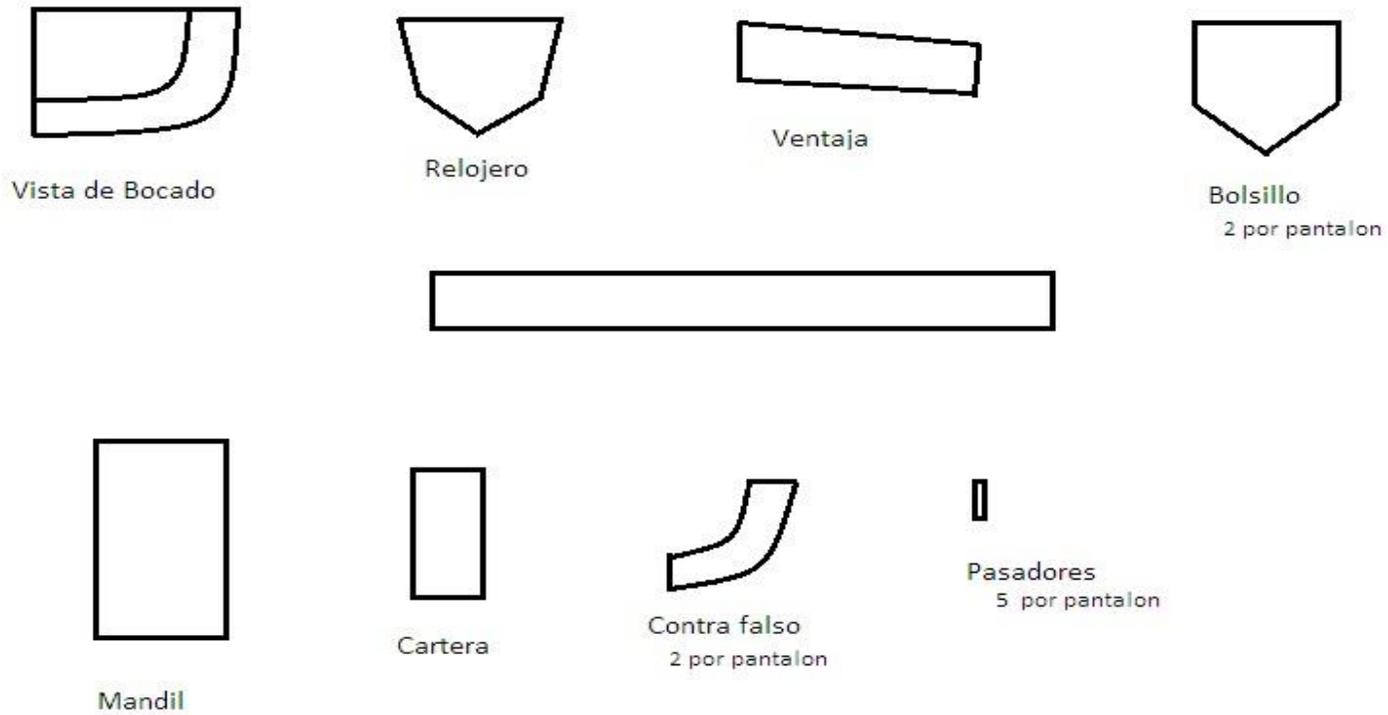
Grafico N.- 16 Moldes pantalon



Elaborado por: William Llerena

Fecha: Enero 2015

Grafico N.-17Moldes de piezas del pantalón



Elaborado por: William Llerena

Fecha: Enero 2015

El tamaño del molde dependerá de la talla del pantalón que se va a realizar.

6.5.3 Cortado.

Existen dos métodos de cortado:

- A) Cortado computarizado.- Se ubica la lámina de papel impresa en la parte superior de la tela y un láser computarizado ubicado en la parte superior de la mesa corta la tela según el molde ubicado.

- B) Corte manual. Se ubica los moldes de cartón uno por uno en la parte superior de la tela y con una cortadora operada por una persona se sigue la silueta de los moldes cortando cada una de la piezas.

Willer jeans utilizara el proceso manual para continuar con el mejoramiento de la calidad a pesar de ser un proceso más lento.

Proceso.- Se ubican los todos moldes de cartón en diferentes tamaños según las tallas que se deseen producir en una lámina de tela en la mesa, esto puede lento ya que se debe reubicar los moldes varias veces hasta encontrar el mínimo desperdicio de tela y encontrar la medida de tela que se va a utilizar, cencido el tamaño se procede a doblar el rollo de tela lamina sobre lamina en las dimensiones antes mencionadas, la cantidad de láminas dependerá de la cantidad de pantalones que se van a producir, esta tela doblada se la deja reposar por 8 horas para que su textura regrese a la normalidad después de estirla en el proceso de dobles, transcurrido ese tiempo se vuelve a ubicar los moldes en la última lamina de tela en la parte superior y con una cortadora el operario seguirá la silueta de los moldes cortando la tela y separando los retazos o piezas para separarlos, tallarlos y transportarlos al área de maquilado.

6.5.4Maquilado.

El maquilado consiste en la unión de las piezas o retazos conseguidos en el diseño y cortado, para llegar a la unión completa del pantalón se necesita de varias máquinas, de modo que se ha tomado como guía para mejorar el tiempo de producción el proceso denominado maquilado en cadena.

Proceso.- distribuidas y transportadas las piezas en el área de maquilado damos inicio con la maquina recta, tomamos la delantera izquierda y en la parte superior donde estaría ubicada la entrepierna unimos con una costura directa la cartera con el cierre,

luego ubicamos el contra falso en la partes posterior de bocado que está ubicado en la parte superior de la delantera derecha y se la une con una costura recta, esta costura dependerá del tipo de modelo que se vaya a realizar ya que en los modelos clásicos esta costura iría con una pieza de forro el cual se convertirá en el bolsillo delantero, posteriormente se ubica el relojero sobre el falso uniéndolos con una costura en los filos o formas del relojero.

Pasamos a la doble aguja en donde realizaremos una costura doble en el bocado con un pequeño dobles del mismo para dar forma y presencia lo que serán los bolsillos delanteros, de igual manera con costuras dobles en la cartera y la unión del mandil.

Siguiendo el proceso en cadena vamos a la Overloj en donde al mismo tiempo se da una pequeña costura y corte de excesos de las piezas y de manera precisa en los falsos para pasar a la encandiladora con el mandil y la cartera.

En la cerradora con la trasera se realiza una unión con dobleces para obtener una costura resistente dando un cerrado de ventaja, cerrado de fundillos y cerrado de bolsillos para luego planchar las piezas y realizar un parchado en las traseras con la maquina recta, hasta el momento se ha dado forma a la delantera y trasera

Regresamos a la maquina Overloj para dar inicio con las costura que darán forma al pantalón, se une la delantera con la trasera por los costados teniendo mucho cuidado de cortar solo los excesos de hilachas de la trasera y delantera, pasamos a la maquina recta para realizar despunto en los costados mas también conocido como sobre costura.

Continuamos con la unión de la trasera y delantera esta vez se lo hará con una costura por la entre pierna, esta costura debe realizarse con un dobles de la tela en la cerradora ya que se necesita una costura resistente ya que este sector específico del pantalón con su uso se encuentra en mayor fricción, rose y estiramiento sin olvidar de la comodidad del cliente, regresamos a la maquina recta para realizar una costura con un dobles en la parte inferior del pantalón y dar forma a las vastas, se realiza esta costura por el constante contacto que existe entre las vastas con los zapatos y el piso.

En la maquina recubridora se realizan pasadores los cuales darán fuerza y sostendrá la correa si fuera usada en el pantalón, se realizan 5 pasadores por cada pantalón, posteriormente estos pasadores en la maquina pretinadora se une cada pasador uniéndolo uno en el bocado de cada delantera, otro en la ventaja a 5 cm del costado tanto izquierdo como derecho y el ultimo pasador va en el centro del fundillo, posteriormente se iguala la pretina y se realizan puntos o pequeñas costuras al final de la cartera y del mandil, además en la maquina atracadora unimos las presillas en la

pretina, para culminar con el proceso los pantalones pasan a la maquina ojaladora donde se realizara un corte pequeño en la cintura delantera y realiza una costura en el borde o alrededor del corte el cual servirá para insertar el botón.

Se culmina el proceso de maquilado con la clasificación de los pantalones por tallas según el pedido y especificaciones que se desean para enviar al lavado y tinturado.

6.5.5 Lavado y Tinturado

La tela eco-d de Vicunha textil ya tienen colores específicos y además ya tiene un brillo característico por el uso de plásticos en el proceso de producción de la materia prima, esto permite evitar varios procesos como ston1 - 1,1/2 - 2 - 2,1/2 - 3 - 4, Súper Stones, desgome, tinturados, Froster, Samblas, Sucios, Mega Sucios, Esponjados, Petróleos, Retención, Especiales, ATP, etc. En donde se utilizan varios materiales y químicos como: detergentes, Soda Caustica, enzimas, gomas, colorantes, etc.

Willer jeans con los antecedentes presentados para mejorar la calidad e imagen del producto se va a realizar un pre-lavado el cual consiste golpear los pantalones con piedra pómez en bombos y lavarlos con suavizantes para mejorar la comodidad del cliente.

6.5.6 Terminado y Etiquetado

En esta área son varios procesos para pulir y mejorar la imagen y calidad del producto, estos procesos son:

- Pulir.- En este proceso se eliminan los excesos de hilos de las costuras tanto la parte externa como interna al mismo tiempo se cortan los excesos de las presillas en la teniendo cuidado de no cortar las costuras o la tela.
- Botones.- La cantidad de botones dependerá del tipo de modelo que se vaya a realizar, se unen las cinturas con la parte superior exponiendo los ojales para señalar, con presión tanto sea de manera manual o maquina se inserta el botón en un clavo especial permitiendo fijar el botón de manera permanente.
- Remaches.- Utilizando el mismo proceso que en los botones se colocan varios remaches en según el modelo del pantalón dando mayor presencia y evitando desgaste de las esquinas de sectores específicos como los bolsillos.

- Etiquetado.- Este proceso permite ubicar la marca de la empresa utilizando diferentes tipos de etiquetas que son: 1 Cuero ubicado con una costura en la parte trasera del pantalón, 2 Cartón se ubican dos en la parte del bolsillo indicando las características del producto, la marca, los cuidados e indicaciones y ubicación de la fábrica, 3 forro estas etiquetas indican el tamaño o talla del pantalón van ubicadas en la parte interna.
- Doblado y planchado.- Se elimina arrugas de los pantalones de mientras se va doblando se pueden utilizar planchas eléctricas, a vapor con base de calderos, este pantalón ya doblado, planchado y etiquetado se lo inserta en una funda de celofán a tamaño del doblez para resguardar el producto,
- Control de calidad.-Este proceso es muy riguroso se revisa detalladamente el pantalón por el derecho y el revés, si existe una falla este pantalón regresa al proceso donde se pueda encontrar solución, si existe daño en el producto es separado para remate o donación a la fábrica de guipes y ser reutilizados.
- Bodega.- en la bodega se distribuye por pedido, cliente, modelos, stock, además se separan diferentes modelos desde el mes de julio preparando producto para la fecha más importante del año, NAVIDAD.

CAPITULO VII ESTUDIO FINANCIERO

7.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO FINANCIERO

- Establecer la factibilidad económica para la realización del proyecto
- Definir el monto de los recursos económicos

7.2 INVERSIONES

Es el total de gastos realizados para la elaboración y ejecución realización del proyecto entre ellos adquisición, remodelación, gastos pre-operativo, capital de trabajo, etc.

Infraestructura.

Para la ejecución del proyecto se necesitara de una remodelación de las instalaciones existentes distribuido por áreas con las siguientes dimensiones: Área de diseño 30 m2, Área de cortado 40 m2, Área de maquilado 200 m2, Área de terminado 60 m2, bodega 100 m2, Área administrativa 100 m2, Recepción 20 m2.

Costos de remodelación de infraestructura

Tabla N 28 Infraestructura

Componente	cantidad	Unidad	Costo x Área
Área de diseño	30	m2	\$ 300
Área de cortado	40	m2	\$ 400
Área de maquilado	200	m2	\$ 2.000
Área de terminado	60	m2	\$ 600
Bodega	100	m2	\$ 1.000
Área administrativa	100	m2	\$ 1.000
Recepción	20	m2	\$ 200
TOTAL	550	m2	\$ 5.500

Fuente: Estudio del proyecto

Elaborado por: William Llerena

Fecha: Enero 2015

Maquinaria

Para la planta de producción se necesitara realizar arreglos, mantenimiento, y adquisición de la maquinaria que se mencionó en el cuadro 26, los arreglos y mantenimientos se realizaran en el taller BROTHER del Ing. Fabián Cueva experto en maquinaria textil ubicado en la ciudad de Pelileo, la maquinaria nueva se la comprar en distribuidora AGUAYO ubicada en la ciudad de Ambato.

Tabla N 29 Costo de maquinaria

EQUIPO	ESTADO	CANTIDAD	COSTO
PLOTTER	NUEVO	1	\$ 1,100
MESA DE CORTAR	MANTENIMIENTO	1	\$ 80
CORREDOR DE TELA	NUEVO	1	\$ 60
CORTADORA	MANTENIMIENTO	1	\$ 40
CERRADORA	MANTENIMIENTO	1	\$ 60
EMPRETINADORA	MANTENIMIENTO	1	\$ 50
RECTA	NUEVO	1	\$ 1,500
DOBLE AGUJA	NUEVO	1	\$ 2,200
PRESILLADORA	MANTENIMIENTO	1	\$ 80
BORDADORA	MANTENIMIENTO	1	\$ 150
PRESILLADORA	MANTENIMIENTO	1	\$ 80
OBERLOCK	MANTENIMIENTO	1	\$ 60
OJALADORA	MANTENIMIENTO	1	\$ 80
REMACHADORA	NUEVO	1	\$ 200

EQUIPO DE PLANCHA	NUEVO	1	\$ 450
ETIQUETADORA	NUEVO	2	\$ 50
RECUBRIDORA	MANTENIMIENTO	1	\$ 30
TOTAL		19	\$6.270

Fuente: Estudio del proyecto
 Elaborado por: William Llerena
 Fecha: Enero 2015

Equipo administrativo

Para la ejecución del proyecto el Área administrativa necesita de los siguientes equipos:

Tabla N 30 Equipo Administrativo

EQUIPO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
COMPUTADORA	4	\$ 500	\$ 2.000
IMPRESORA	3	\$120	\$ 360
TOTAL	10		\$ 2.360

Fuente: Estudio del proyecto
 Elaborado por: William Llerena
 Fecha: Enero 2015

Muebles y Enseres Administrativos

Para la ejecución del proyecto el Área administrativa necesita de los siguientes equipos:

Tabla N 31 Muebles y enseres

ARTICULO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
ESCRITORIO	4	\$ 100	\$ 400
SILLAS	8	\$ 25	\$ 200
ARCHIVADORES	1	\$ 120	\$ 120
FOLDERS	12	\$ 2.50	\$ 30
TOTAL			\$ 750

Fuente: Estudio del proyecto

Elaborado: Autor

Fecha: Mayo 2015

Tasas Impuestos y Servicios

Para el funcionamiento del proyecto se debe cancelar los valores anuales de impuestos, tasas y servicios con los siguientes valores:

Tabla N 32 Tasas Impuestos y Servicios

IMPUESTO, TASA O SERVICIO	FORMA DE PAGO	VALOR UNITARIO	TOTAL
PATENTE MUNICIPAL	ANUAL	\$ 200	\$ 200
RUC	ANUAL	\$ 0	\$ 0
CONTRIBUCIÓN BOMBEROS	MENSUAL	\$ 10	\$ 120
TASA BASURA	MENSUAL	\$ 5	\$ 60
REGITRO SANITARIO	ANUAL	\$ 300	\$ 300
NORMATIVA ISO	ANUAL	\$ 200	\$ 200
TOTAL			\$ 770

Fuente: Estudio del proyecto

Elaborado por: William Llerena

Fecha: Enero 2015

Gastos de constitución e instalación

Tabla N 33 Gastos de constitución

GASTOS DE INSTALACIÓN	\$ 160
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	\$ 500
TOTAL	\$ 660

Fuente:

Estudio del proyecto

Elaborado por: William Llerena

Fecha: Enero 2015

7.3 COSTOS

Materia prima

La materia prima para el presente proyectador es la tela eco-d de vicunha textil.

Tabla N 34 Materia Prima

MATERIA PRIMA					
DESCRIP_ CIÓN	UNIDAD	CANTIDAD M	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO UNITARIO	TOTAL
TELA ECO- D	Metro	18.000	USD	4,20	\$ 75.600

Fuente: Estudio del proyecto

Elaborado por: William Llerena

Fecha: Enero 2015

Vale recalcar que por cada pantalón se utilizara 0,85 cm de tela eco-d esperando que se fabrique con la cantidad de materia prima un total de 20700 pantalones.

Insumos para terminado

Los insumos que se utilizaran para el terminado del pantalón dependerán del modelo tipo tamaño entre ellos: botones, cierres, etiqueta de cartón, etiqueta de cuero, tallas, funda de empaque, remaches.

Tabla N 35 Insumos para Terminado

INSUMOS PARA TERMINADO					
DESCRIP_	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR	CATIDAD	TOTAL
CION	DE	POR	UNITARIO		
	MEDIDA	PANTALON			
BOTONES	USD	2	0,02	41,400	\$ 828
CIERRES	USD	1	0,10	20,700	\$ 2.070
ETIQUETA DE CARTON	USD	1	0,01	20,700	\$ 207
ETIQUETA DE CUERO	USD	1	0,10	20,700	\$ 2.070
TALLAS	USD	2	0,01	41,400	\$414
FUNDAS	USD	1	0,01	20,700	\$ 207
REMACHES	USD	4	0,005	82.800	\$ 414
TOTAL					\$ 6.210

Fuente: Estudio del proyecto

Elaborado por: William Llerena

Fecha: Enero 2015

Mano de obra directa

Para la realización del proyecto se requiere del siguiente personal:

Tabla N 36 Mano de Obra directa

Función	Cantidad	Salario unitario	Mensual	Anual
Diseño y cortado	1	\$ 450	\$ 450	\$ 5.400
Maquilado	4	\$ 354	\$ 1416	\$ 16.992
Terminado	2	\$ 354	\$ 708	\$ 8.496
Bodega	1	\$ 450	\$ 450	\$ 5.400
Total	8		\$ 3024	\$ 36.288

Fuente: Estudio del proyecto

Elaborado por: William Llerena

Fecha: Enero 2015

Mano de obra indirecta

Para la realización del proyecto se requiere del siguiente personal administrativo:

Tabla N 37 Mano de Obra indirecta

Función	Cantidad	Salario unitario	Mensual	Anual
Administrador	1	\$ 680	\$ 680	\$ 8.160
Contable	1	\$ 500	\$ 500	\$ 6.000
Asesoramiento En venta	1	\$ 500	\$ 500	\$ 6.000
Total	3		\$ 1.680	\$ 20.160

Fuente: Estudio del proyecto

Elaborado por: William Llerena

Fecha: Enero 2015

Depreciación

Es el valor disminuido del activo por desgaste.

Tabla N 38 Depreciación

Activo	Valor del Activo	Vida Útil (años)	Depreciación Anual					Valor Residual
			1	2	3	4	5	
Maquinaria	\$ 6.270	10	\$ 627	\$ 627	\$ 627	\$ 627	\$ 627	\$ 3.135
Equipos Administrativos	\$ 2.360	5	\$ 472	\$ 472	\$ 472	\$ 472	\$ 472	\$ 0
Muebles y Enseres administrativos	\$ 750	5	\$ 150	\$ 150	\$ 150	\$ 150	\$ 150	\$ 0
TOTAL			\$ 1.249	\$ 1.249	\$ 1.249	\$ 1.249	\$ 1.249	\$ 3.135

Fuente: Estudio del proyecto

Elaborado por: William Llerena

Fecha: Enero 2015

Amortización

Extinción de manera gradual de una deuda durante un periodo de tiempo

Tabla N 39 Amortización

Activo	Valor del Activo	Vida Útil (años)	Amortización Anual					Valor Residual
			1	2	3	4	5	
GASTOS DE INSTALACIÓN	\$ 160,00	5	\$ 32	\$ 32	\$ 32	\$ 32	\$ 32	\$ 0
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	\$ 500,00	5	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 0
TOTAL			\$ 132	\$ 132	\$ 132	\$ 132	\$ 132	\$ 0

Fuente: Estudio del proyecto

Elaborado por: William Llerena

Fecha: Enero 2015

Servicios Básicos

Tabla N 40 Servicios básicos

Producto	medida	Unitario	Anual
Agua	Consumo mes	\$ 15	\$ 180
Luz	Consumo mes	\$ 50	\$ 600
Teléfono	Consumo mes	\$ 30	\$ 360
Internet	Consumo mes	\$ 25	\$ 300
TOTAL			\$ 1.440

Fuente: Estudio del proyecto

Elaborado por: William Llerena

Fecha: Enero 2015

Carga fabril

Tabla N 41 Carga Fabril

Concepto	Valor
Infraestructura	\$ 5.500
Mano de obra indirecto	\$ 20.160
Insumos para terminado	\$ 6.210
Depreciación	\$ 1.249
Amortización	\$ 132
Servicio básico	\$ 1.440
TOTAL	\$ 34.691

Fuente: Estudio del proyecto

Elaborado por: William Llerena

Fecha: Enero 2015

Gasto de ventas

Tabla N 42 Gasto de ventas

PRODUCTO	MEDIDA	CANTIDAD	UNITARIO	TOTAL
RADIO	SHINGLE	1.000	\$ 2	\$ 2.000
GIGANTOGRAFIAS	UNIDAD	100	\$ 5	\$ 500
FLAYERS	UNIDAD	50.000	\$ 0	\$ 120
TOTAL				\$ 2.620

Fuente: Estudio del proyecto

Elaborado por: William Llerena

Fecha: Enero 2015

Costos fijos

Tabla N 43 Costos fijos

COSTOS FIJOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ADMINISTRADOR	\$ 8160	\$ 8160	\$ 8160	\$ 8160	\$ 8160
CONTABLE	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 6.000
ASESOR EN VENTA	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 6.000
DEPRECIACIÓN	\$ 1.249	\$ 1.249	\$ 1.249	\$ 1.249	\$ 1.249
AMORTIZACIÓN	\$ 132	\$ 132	\$ 132	\$ 132	\$ 132
PERMISOS	\$ 770	\$ 770	\$ 770	\$ 770	\$ 770
INTERÉS DE PRÉSTAMO	\$ 8.400	\$ 6.939,32	\$ 5.376,39	\$ 3.704,05	\$ 1.914,66
TOTAL COSTOS FIJOS	\$ 30.711	\$ 29.250,39	\$ 27.687,39	\$ 26.015,05	\$ 24.225,66

Fuente: Estudio del proyecto

Elaborado por: William Llerena

Fecha: Enero 2015

Costos variables

Tabla N 44 Costos variables

COSTOS VARIABLES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MATERIA PRIMA	\$ 75.600	\$ 79.380	\$ 83.349	\$ 87.516	\$ 91.892
INSUMOS	\$ 6.210	\$ 6.520	\$ 6.846	\$ 7.188	\$ 7.548
PERSONAL DE PRODUCCION	\$ 36.288	\$ 38.102	\$ 40.007	\$ 42.007,35	\$ 44.107,71
PUBLICIDAD	\$ 2.620	\$ 2.751	\$ 2.888	\$ 3.032	\$ 3.184
SERVICIOS BÁSICOS	\$ 1.440	\$ 1.512	\$ 1.587	\$ 1.666	\$ 1.750
TOTAL	\$ 122.158	\$ 128.340	\$ 134.677	\$ 141.409,35	\$ 148.481,71

Fuente: Estudio del proyecto

Elaborado por: William Llerena

Fecha: Enero 2015

Costos de producción

Tabla N 45 Costos de producción

COSTOS FIJOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ADMINISTRADOR	\$ 8.160	\$ 8.160	\$ 8.160	\$ 8.160	\$ 8.160
CONTABLE	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 6.000
ASESOR EN VENTA	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 6.000

DEPRECIACIÓN	\$ 1.249	\$ 1.249	\$ 1.249	\$ 1.249	\$ 1.249
AMORTIZACIÓN	\$ 132	\$ 132	\$ 132	\$ 132	\$ 132
PERMISOS	\$ 770	\$ 770	\$ 770	\$ 770	\$ 770
INTERÉS DE PRÉSTAMO	\$ 12.000	\$ 10.034,43	\$ 7.872,30	\$ 5.493,96	\$ 2.877,79
TOTAL COSTOS FIJOS	\$ 34.311	\$ 32.345,43	\$ 30.183,30	\$ 27.804,96	\$ 25.188,79
COSTOS VARIABLES					
MATERIA PRIMA	\$ 75.600	\$ 79.380	\$ 83.349	\$ 87.516	\$ 91.892
INSUMOS	\$ 6.210	\$ 6.520	\$ 6.846	\$ 7.188	\$ 7.548
PERSONAL DE PRODUCCION	\$ 36.288	\$ 38.102	\$ 4.0007	\$ 42.007,35	\$ 44.107,71
PUBLICIDAD	\$ 2.620	\$ 2.751	\$ 2.888	\$ 3.032	\$ 3.184
SERVICIOS BÁSICOS	\$ 1.440	\$ 1.512	\$ 1.587	\$ 1.666	\$ 1.750
TOTAL	\$ 122.158	\$ 128.340	\$ 134.677	\$ 141.409,35	\$ 148.481,71
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN	\$ 156.469	\$ 160.685,43	\$ 164.860,30	\$ 169.214,31	\$ 173.670,16

Fuente: Estudio del proyecto

Elaborado: Autor

Fecha: Mayo 2015

Determinación del precio

Tabla N 46 Determinación del precio

CONCEPTO	TOTAL
INFRAESTRUCTURA	\$ 5.500
EQUIPOSARA LA PRODUCCIÓN	\$ 6.270
EQUIPO ADMINISTRATIVO	\$ 2.360
MUEBLES Y ENSERES ADMINISTRATIVOS	\$ 750
ADMINISTRADOR	\$ 8.160
CONTABLE	\$ 6.000
ASESORAMIENTO EN VENTA	\$ 6.000
PERSONAL DE PRODUCCIÓN	\$ 36.288
SERVICIOS BÁSICOS	\$ 1.440
MATERIA PRIMA	\$ 75.600
INSUMOS DE TERMINADO	\$ 6.210
GASTOS DE INSTALACIÓN	\$ 160
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	\$ 500
TOTAL INVERSIÓN	\$ \$ 156.469

Fuente: Estudio del proyecto

Elaborado por: William Llerena

Fecha: Enero 2015

Tabla N 47 Precio

DETERMINACION DEL PRECIO			
TOTAL INVERSIÓN	PRODUCCIÓN	COSTO	PRECIO AL VENTA
\$ 156.469	20.160	\$ 7,76	\$ 13

Fuente: Estudio del proyecto

Elaborado por: William Llerena

Fecha: Enero 2015

7.4 FINANCIAMIENTO

A pesar de tener el apoyo de empresas familiares es necesario para la ejecución del proyecto un financiamiento para dar inicio a la producción.

Inversión y aporte de capital

El total de inversión que necesitara el proyecto es de dólares americanos.

Tabla N 48 Inversión y aporte Capital

Aportes	%	Total
Aporte personal	% 23,30	\$ 36.469
Aporte crédito	% 76,70	\$ 120.000
Total	% 100	\$ 156.469

Fuente: Estudio del proyecto

Elaborado por: William Llerena

Fecha: Enero 2015

Tabla de amortización del préstamo

Para la ejecución del proyecto se prevé realizar un préstamo de desarrollo PYMES por \$155.283 dólares americanos en la corporación financiera nacional a un interés del %10 anual a 5 años reflejado en la siguiente tabla de pagos.

Tabla N 49 Tabla de amortización de préstamo

Periodos	Inicial	Interés	Amortización	Cuota	Final
0					\$120.000,00
1	\$120.000,00	\$12.000,00	\$19.655,70	\$31.655,70	\$100.344,30
2	\$100.344,30	\$10.034,43	\$21.621,27	\$31.655,70	\$78.723,03
3	\$78.723,03	\$7.872,30	\$23.783,39	\$31.655,70	\$54.939,64
4	\$54.939,64	\$5.493,96	\$26.161,73	\$31.655,70	\$28.777,91
5	\$28.777,91	\$2.877,79	\$28.777,91	\$31.655,70	\$0,00

Fuente: Estudio del proyecto

Elaborado por: William Llerena

Fecha: Enero 2015

El aporte personal está compuesto por ahorros personales, inversiones y préstamos familiares

7.5 INGRESOS

Tabla N 50 Ingresos

COBERTURA DE MERCADO Y PRODUCCIÓN	PRECIO DE VENTA	INGRESOS ANUALES
20.700	\$ 13	\$ 269.100
22.356	\$ 13	\$ 290.628
24.144	\$ 13	\$ 313.872
26.076	\$ 13	\$ 338.988
28.162	\$ 13	\$ 366106

Fuente: Estudio del proyecto

Elaborado por: William Llerena

Fecha: Enero 2015

7.6 EGRESOS

Tabla N 51 Egresos

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ADMINISTRADO R	\$ 8.160	\$ 8.160	\$ 8.160	\$ 8.160	\$ 8.160
CONTABLE	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 6.000
ASESOR EN VENTA	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 6.000
DEPRECIACIÓN	\$ 1.249	\$ 1.249	\$ 1.249	\$ 1.249	\$ 1.249
AMORTIZACIÓN	\$ 132	\$ 132	\$ 132	\$ 132	\$ 132
PERMISOS	\$ 770	\$ 770	\$ 770	\$ 770	\$ 770
INTERÉS DE PRÉSTAMO	\$ 12.000	\$ 10.034,43	\$ 7.872,30	\$ 5.493,96	\$ 2.877,79
MATERIA PRIMA	\$ 75.600	\$ 79.380	\$ 83.349	\$ 87.516	\$ 91.892
INSUMOS	\$ 6.210	\$ 6.520	\$ 6.846	\$ 7.188	\$ 7.548
PERSONAL DE PRODUCCION	\$ 36.288	\$ 38.102	\$ 4.0007	\$ 42.007,35	\$ 44.107,71
PUBLICIDAD	\$ 2.620	\$ 2.751	\$ 2.888	\$ 3.032	\$ 3.184
SERVICIOS BÁSICOS	\$ 1.440	\$ 1.512	\$ 1.587	\$ 1.666	\$ 1.750
TOTAL EGRESOS	\$ 156.469	\$ 160.685,43	\$ 164.860,30	\$ 169.214,31	\$ 173.670,1

Fuente: Estudio del proyecto

Elaborado por: William Llerena

Fecha: Enero 2015

7.7 ESTADOS FINANCIEROS

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Tabla N 52 Estado de Pérdidas y Ganancias

Willer Jeans

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	\$ 269.100	\$ 290.628	\$ 313.872	\$ 338.988	\$ 366.106
(-) COSTO DE PRODU- CCIÓN	\$ 156.469	\$ 160.685,43	\$ 164.860,30	\$ 169.214,31	\$ 173.670,16
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 112.631	\$ 129.942,57	\$ 149.011,70	\$ 169.773,69	\$ 192.435,84
(-) GASTOS ADMINIS- TRATIVOS	\$ 23.731	\$ 24.917,55	\$ 26.163,42	\$ 27,471;59	\$ 28.845,17
(-) GASTOS DE VENTAS	\$ 2.620	\$ 2.751	\$ 2.888	\$ 3.032	\$ 3184
(-) GASTOS FINANCIE- ROS	\$ 12.000	\$ 10.034,43	\$ 7.872,30	\$ 5.493,96	\$ 2.877,79
(=) UTILIDAD ANTES DE LOS	\$ 74.280	\$ 92.239	\$ 112.088	\$ 133.776,14	\$ 157.529

IMPUESTOS					
(-) 15% PARTICIPACION TRABAJADORES	\$ 11,142	\$ 13.836	\$ 16.813	\$ 20.066	\$ 23.629
(-) 25% IMPUESTO A LA RENTA	\$ 18.570	\$ 23.060	\$ 28.022	\$ 33.444	\$ 39.382
UTILIDAD NETA	\$ 44.568	\$ 55.343	\$ 67.253	\$ 80.266	\$ 94.517

Fuente: Estudio del proyecto

Elaborado: Autor

Fecha: Mayo 2015

Interpretación

El cuadro nos demuestra que existe una utilidad desde el primer año con una cantidad de \$44.568 dólares americanos y en el transcurso de los primeros 5 años encontramos un incremento superior al 100% con una utilidad de \$ 94.517 dólares americanos

BALANCE GENERAL

Tabla N.- 53 Balance General

WillerJeans

ACTIVO			PASIVOS	
ACTIVO CORRIENTE			BANCOS POR PAGAR	\$ 120.000
CAJA	\$ 64.610		TOTAL PASIVOS	\$ 120.000
INVENTARIOS				
MATERIA PRIMA	\$ 75.600			

INSUMOS	\$ 6.210
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$146.420
ACTIVO NO CORRIENTE	
EQUIPOS PARA LA PRODUCCIÓN	\$ 6.270
EQUIPO ADMINISTRATIVO	\$ 2.360
MUEBLES Y ENSERES ADMINISTRATIVOS	\$ 750
DIFERIDO	
GASTOS DE INSTALACIÓN	\$ 160
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	\$ 500
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	\$10.040
TOTAL ACTIVO	\$ 156.469

PATRIMONIO	
CAPITAL	\$ 36.469
TOTAL PATRIMONIO	\$ 36.469
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 156.469

Fuente: Estudio del proyecto

Elaborado por: William Llerena

Fecha: Enero 2015

Interpretación

El cuadro nos demuestra que en la empresa los activos son superiores a los pasivos por lo que entendemos que se puede responder por las deudas

7.8 VALOR ACTUAL NETO

Tabla N 54 Valor actual neto

INVERSIÓN INICIAL	FLUJO DE EFECTIVO				
\$ 120000	\$ 44.568	\$ 55.343	\$ 67.253	\$ 80.266	\$ 94.517
TASA DE INTERES ACTUAL					
10%					
VALOR ACTUAL NETO 1					
\$ 130.292,93					

INVERSIÓN INICIAL	FLUJO DE EFECTIVO				
\$ 120.000	\$ 44.568	\$ 55.343	\$ 67.253	\$ 80.266	\$ 94.517
TASA DE INTERES PROYECTADA					
20%					
VALOR ACTUAL NETO 2					
\$ 71.184,99					

Fuente: Estudio del proyecto
 Elaborado por: William Llerena
 Fecha: Enero 2015

Con el cálculo del valor actual neto vemos que es positivo desde el primer año lo que hace viable al proyecto

7.9 TASA INTERNA DE RETORNO

Tabla N 55 Tasa interna de retorno

CÁLCULO DE LA TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)	
Formula $(i1 + (i2 - i1) * (VAN1 / (VAN1 - VAN2)))$	
TIR	41%

Fuente: Estudio del proyecto
Elaborado por: William Llerena
Fecha: Enero 2015

La tasa interna de retorno es del 41% lo que nos indica que es mejor invertir en el proyecto q ponerlo a producir en un banco ya que la tasa actual en el Ecuador es de 11.15%

7.10 RELACION BENEFICIO COSTO

Tabla N.- 56 Relación beneficio costo

SUMATORIA FLUJO DE EFECTIVO
\$ 341.947
INVERSIÓN INICIAL
\$ 156.469

RELACION BENEFICIO COSTO
\$ 2.18

Fuente: Estudio del proyecto

Elaborado por: William Llerena

Fecha: Enero 2015

La relación beneficio costo es de 2.18 esto quiere decir que por cada \$ 1 que se invierta se recibirá \$ 1.2 de excedente lo que indica el proyecto es económicamente factible

7.11 PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION

Tabla N.- 57 Periodo de recuperación de la inversión

AÑO	FLUJO DE EFECTIVO
1	\$ 269.100
2	\$ 290.628
3	\$ 313.872
4	\$ 338.988
5	\$ 366106

Fuente: Estudio del proyecto

Elaborado por: William Llerena

Fecha: Enero 2015

CALCULO DEL PRI

$$\text{PRI} = (\$ 156.469 / \$ 269.100) * 12$$

$$\text{PRI} = 0.69$$

El cuadro nos demuestra que la inversión que se realiza en el proyecto se recuperara en 6 meses con 28 días aproximadamente lo que hace al proyecto factible desde el punto de vista financiero

7.12 PUNTO DE EQUILIBRIO

$$\text{Ventas en punto de equilibrio} = \text{costos fijos} * 1 / (1 - (\text{costos variables} / \text{ventas}))$$

$$= 30.711 * 1 / (1 - (122.158 / 269.100))$$

$$= 56.242,12$$

El punto de equilibrio para no tener pérdida ni ganancia en ventas es 56.242,12

Este resultado nos permite saber el mínimo de venta que debe tener el proyecto.

CONCLUSIONES

- En la ciudad de Pelileo a pesar de que la mayoría de su población se dedica a la confección del jeans existe una demanda insatisfecha la cual se espera cubrir con los pantalones jeans ecológicos Willer
- Este proyecto permitirá en la ciudad incrementar la productividad tecnológica tanto como la calidad del producto que es consumido no solo en nuestro país.
- El precio a la venta está al alcance de los clientes y permitirá estar en competencia con las marcas reconocidas y que se encuentran hace mucho tiempo en el mercado
- En el estudio financiero se encontraron como resultados valores positivos los cuales demuestran que el proyecto es factible para su ejecución.
- El respaldo de las empresas familiares permitirán ingresar al mercado sin muchos inconvenientes

RECOMENDACIONES

- El precio del producto debe irse regulando según la demanda y oferta en el transcurso del tiempo
- Mejorar las capacidades del personal con capacitaciones constantes
- Realizar análisis financieros con un corte entre 6 a 12 meses
- Tecnificar las instalaciones para el mejoramiento de la producción y calidad en el transcurso de los primeros 3 a 5 años
- Acoger este proyecto de factibilidad y ponerlo en marcha

BIBLIOGRAFÍA

Urbano D. y Toledano N. (2008). Invitación al Emprendimiento, Barcelona, Editorial UOC

Anzola S.(1993). Administración de Pequeñas Empresas,McGraw-Hill

Malhotra N. (2004). Investigación de Mercados un Enfoque Aplicado, 4ta ed.México, Pearson Educación

Baca G. (2005). Evaluación de proyectos.4ta ed. México.McGraw-Hill

Barreno L. (2005) Manual de formulación de proyectos; 1ra ed. Quito. Disponible en.<http://www.contactopyme.gob.mx/guiaempresariales/guias.asp?ins=1064&s=14>

Acosta G. (2011). Daños causados por la contaminación textil, Trabajo de Investigación Espoch, Riobamba.

Municipio de Pelileo.(2009) Contaminación causada por lavanderías en el Viñedo, Pelileo-Ecuador.

Vicunha Textil, (2012) “Diagnostico de las lavanderías textiles en Pelileo”. Pelileo – Ecuador.

Torres Salinas A. (2010). Contabilidad de costos: análisis para la toma de decisiones. 3ra ed. México.Mc. Gran Hill

Sosa Clifor D. Como elaborar un proyecto de inversión. Lima. San Marcos

Gobierno Autónomo Descentralizado de Pelileo. (2014) La Ciudad, historia, Industria.
Disponible en www.pelileo.gob.ec

Asociación de Industriales Textiles del Ecuador. (2015). Industria Textil, Historia y
Actualidad. Disponible en www.aite.com.ec

Vicunha Textil. (2015). Productos, Eco-d. Disponible en www.vicunha.com.ec

Crece Negocios. (2015) Guías, Creación de Negocios, plan de negocios, factibilidad
Disponible en www.crecenegocios.com

ANEXO

1 PILOTO

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CARRERA DE INGENIERIA COMERCIAL

Encuesta

1. ¿Cuántas personas conforman su hogar?

1 -3 _____

4-5 _____

más – 5 _____

2. ¿Utiliza usted pantalones jeans?

Sí _____

No _____

3. ¿Con que frecuencia compra pantalones jeans?

Cada mes _____

cada semestre _____

Cada trimestre _____

cada año _____

7. ¿Dónde adquiere o compra sus pantalones jeans?

Almacén _____

Centro Comercial _____

Plaza _____

8. ¿Estaría dispuesto a adquirir pantalones jeans ecológicos elaborado con materiales amigables con el medio ambiente?

Sí _____

No _____

Gracias ...

ANEXO 2 DISEÑO DE ENCUESTA FINAL
ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA DE INGENIERIA COMERCIAL

ENCUESTA

Objetivos:

Determinar el consumo de pantalones jeans

Indicaciones:

Favor marcar con una X a la opción más idónea

1. ¿Cuántas personas conforman su hogar?

1 -3 _____ 4-5 _____ más – 5 _____

2. ¿Utiliza usted pantalones jeans?

Sí _____ No _____

3. ¿Con que frecuencia compra pantalones jeans?

Cada mes _____ cada semestre _____

Cada trimestre _____ cada año _____

4. ¿En el momento de la compra que factor para usted es el más importante?

Calidad _____ Precio _____ Impacto ambiental _____

Diseño _____ Exclusividad _____

5. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un pantalón jeans?

\$20 – \$29 _____ \$30 - \$39 _____ \$40 - \$50 _____

6. ¿Qué marca de Jeans usted utiliza?

LORMANI _____ METAL _____ AVITUS _____
RAM JEANS _____ PURPURA _____ OTROS _____

7. ¿Dónde adquiere o compra sus pantalones jeans?

Almacén _____ Centro Comercial _____ Plaza _____

8. ¿Estaría dispuesto a adquirir pantalones jeans ecológicos elaborado con materiales amigables con el medio ambiente?

Sí _____ No _____

9. ¿Cómo le gustaría adquirir pantalones jeans ecológicos?

Venta puerta a puerta _____ almacén _____ internet _____

GRACIAS !!!

ANEXO 3 MAQUINARIA

PLOTTER



CORTADORA



MESA Y CORREDOR DE TELA



RECTA



EMPRETINADORA



OJALADORA



ATRACADORA



DOBLE AGUJA



OBERLOJ



PRESILLADORA



RECUBRIDORA



REMACHADORA



ETIQUETADORA



PLANCHADORA



HILO



ANEXO 5

PRODUCCIÓN





ANEXO 6

OTROS

