

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA “INDOAMERICA”

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

TEMA:

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA
“MAGAJEP”.

PARA EL DISEÑO DE NUEVOS MODELOS DE PRENDAS DE VESTIR EN
EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.

Trabajo de investigación para la obtención del Título de Ingeniero en
Administración De Empresas y Negocios

AUTOR:

Cuamacás Mena Ricardo Javier

DIRECTOR

Econ. Lenin Antonio Ballesteros Trujillo, MBA

QUITO - ECUADOR

2016

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director del Trabajo de Investigación “PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA “MAGAJEP”. PARA EL DISEÑO DE NUEVOS MODELOS DE PRENDAS DE VESTIR EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.” presentado por Cuamacás Mena Ricardo Javier, para optar por el título de Ingeniero en Administración de Empresas y Negocios, CERTIFICO, que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Quito, 26 de Septiembre del 2016

Econ. Lenin Antonio Ballesteros Trujillo, MBA

DIRECTOR

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD
AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA,
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN
ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Ricardo Javier Cuamacás Mena, declaro ser autor del Plan de Negocios, como requisito para optar al grado de Ingeniero en Administración de Empresas y Negocios, autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI).

Los usuarios del RDI-UTI podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior, con las cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad Tecnológica Indoamérica no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

Del mismo modo, acepto que los Derechos de Autor, Morales y Patrimoniales, sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Tecnológica Indoamérica, y que no tramitaré la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial de generación de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales, donde se acuerden los términos de adjudicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Quito, a los 26 del mes de Septiembre de 2016, firmo conforme:

Autor: Ricardo Javier Cuamacás Mena

Firma

Número de Cédula: 1714426762

Dirección: Guamaní Barrio El Roció Calle S57E 4 PB y OE6

Correo Electrónico: ricki_jcm@hotmail.com

Teléfono: 09999699434

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Quien suscribe, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniero en Administración de Empresas y Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Ricardo Javier Cuamacás Mena

CI: 1714426762

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

Proyecto de aprobación de acuerdo con el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Tecnológica Indoamérica.

Quito.....

Para constancia firman:

TRIBUNAL DE GRADO

PRESIDENTE

VOCAL

VOCAL

AGRADECIMIENTO

Primero que nada quiero agradecer a Dios por todas las bendiciones por darme la fuerza, sabiduría y paciencia para conseguir este nuevo logro en mi vida a la Universidad Tecnológica Indoamérica, y a todos los docentes que laboran en ella.

Al Econ. Lenin Ballesteros Director de mi proyecto, por saberme guiar y por ser una persona recta y muy crítica en las investigaciones realizadas para el desarrollo de este trabajo.

Muchas son las personas a las cuales quiero agradecer, personas que han formado parte de mi vida profesional y personal, a todas esas personas que con sus consejos y sus palabras de aliento me han sabido impulsar para seguir adelante un Dios les pague inmenso, siempre les llevare en mi corazón y en mis oraciones.

Gracias

DEDICATORIA

Quiero dedicar este trabajo a una persona muy especial, una persona que me impulsa a seguir adelante, una persona de la cual aprendo todos los días de mi vida y a la que le debo muchos de mis aciertos. Para mi compañera de viaje, mi compañera de lucha, para esa persona inigualable que Dios puso en mi camino va este trabajo, fruto del esfuerzo y la dedicación de muchos años de estudio y trabajo. Te dedico este logro por todo lo que significas en mi vida y por todas las horas que en mi ausencia tuviste que pasar mientras conseguía este objetivo.

Para ti mi amada esposa Nancy Maribel Altamirano Moya con mucho amor te dedico este trabajo como muestra de ese amor inmenso que te profeso todos los días.

ÍNDICE DE CONTENIDO

PORTADA.....	i
CERTIFICACIÓN	ii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	iii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL.....	v
AGRADECIMIENTO	vi
DEDICATORIA	vii
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	viii
INDICE DE TABLAS	xii
INDICE DE GRÁFICOS	xv
RESUMEN EJECUTIVO	xvi
ABSTRACT.....	xvii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I - IDEA DE NEGOCIO	3
2.1 DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD.....	3
1.1.1 Pasos dados hasta el momento para poner en marcha el proyecto.....	4
1.1.2 Problemas encontrados hasta el momento.	7
1.1.3 Problemas que se prevén.....	8
1.1.4 Soluciones.	8
1.1.5 Contactos realizados para la puesta en marcha.	11
1.1.6 Papel que juega cada socio en la puesta en marcha.	13
CAPÍTULO II – ÁREA DE MARKETING	16
2.1 DEFINICIÓN DEL MERCADO	16
2.1.1 Qué mercado se va a tocar en general.....	16
2.1.2Cuál es el mercado objetivo, ¿Por qué? definición y perfil.	17
2.1.3 Necesidades que cubre.	50
2.2 DEFINICIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO	50
2.2.1 Especificación del Servicio o Producto.....	50
2.2.2 Aspectos innovadores (diferenciadores) que proporciona.	57
2.2.3 Presentación del Servicio o Producto.....	57

2.2.4 Precio del Producto o Servicio.....	58
2.2.5 Promoción y publicidad que se realizará. (Canales de Comunicación) 64	
2.2.6 Sistema de distribución a utilizar. (Canales de Distribución).....	69
2.2.7 Seguimiento de Clientes.....	69
2.2.8 Especificar mercados alternativos.....	70
2.3 DEFINICIÓN DE LA COMPETENCIA.....	70
2.3.1 Descripción de la competencia.....	70
2.3.2 Definir puntos fuertes y débiles de la competencia, comparándolos con los del proyecto propio.....	73
2.4 COSTOS DEL PRODUCTO / SERVICIO, POR PERÍODOS	75
2.4.1 Determinación de Costos variables.....	75
2.4.2 Determinación de Costos Fijos.	75
2.4.3 Determinación de costo total del producto o servicio.....	76
2.4.4 Comparación con los precios de la competencia y explicar en que se basan las diferencias, argumentar precio fijado.	76
CAPÍTULO III - AREA DE PRODUCCIÓN (OPERACIONES)	77
3.1 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO.....	77
3.1.1 Descripción de proceso de transformación.	77
3.1.2 Descripción de instalaciones, equipos y personas.....	87
3.1.3 Tecnología a aplicar.	95
3.2 FACTORES QUE AFECTAN EL PLAN DE OPERACIONES	97
3.2.1 Ritmo de producción.....	97
3.2.2 Nivel de inventario promedio.....	97
3.2.3 Número de trabajadores.	98
3.3 CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN	99
3.3.1 Capacidad de Producción Futura.	99
3.4 DEFINICIÓN DE MATERIAS PRIMAS	100
3.4.1 Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar	100
3.5 CALIDAD.....	101
3.5.1 Método de Control de Calidad.....	101
3.6 NORMATIVAS Y PERMISOS QUE AFECTAN SU INSTALACIÓN. 105	
3.6.1 Seguridad e higiene ocupacional.....	105
CAPÍTULO IV - AREA DE ORGANIZACIÓN y GESTIÓN	106

4.1 ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS.....	106
4.1.1 Visión de la Empresa.	106
4.1.2 Misión de la Empresa.....	106
4.1.3 Análisis FODA.....	106
4.2 ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA.....	107
4.2.1 Realizar organigrama de su empresa para definir la organización interna.....	108
4.2.2 Describa brevemente los cargos del organigrama.....	108
4.3 CONTROL DE GESTIÓN	119
4.3.1 Haga un listado de los indicadores de gestión necesarios.....	119
4.4 NECESIDADES DE PERSONAL	121
4.4.1 Especificar cuánto personal necesitará hasta un horizonte de tres años.	122
CAPÍTULO V - AREA JURIDICO LEGAL.....	123
5.1.1 Determinación de la forma jurídica.....	123
5.1.2 Patentes y Marcas.....	124
5.1.3 Licencias necesarias, documentos legales (Patentes, Inicio de Actividades, etc.).....	125
CAPÍTULO VI - AREA FINANCIERA	128
6.1. Plan de Inversiones	128
6.2. Plan de Financiamiento	129
6.3. Cálculo de Costos y Gastos.....	132
6.4. Cálculo de Ingresos	140
6.5. Flujo de Caja	143
6.6. Punto de Equilibrio	146
6.7. Estado de Resultados Proyectado	153
6.8. Evaluación Financiera.....	154
CONCLUSIONES	162
RECOMENDACIONES	163
BIBLIOGRAFÍA	164
ANEXOS	167
Anexo 1 Encuesta.....	167
Anexo 2 Orden de Diseño	168
Anexo 3 Orden de Compra	169

Anexo 4 Orden de Corte	170
Anexo 5 Tiempos de Proceso.....	171
Anexo 6 Licitación Maquiladores	172
Anexo 7 Orden de Confección	173
Anexo 8 Salida de Mercadería de Bodega	174
Anexo 9 Orden de Pedido Clientes	175
Anexo 10 Base de Inventarios.....	176
Anexo 11 Compromiso de Producción Maquiladores	177
Anexo 11 Convenio de Comercialización	178
Anexo 12 Tabla de Amortización	179

INDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Plan de Capacitación MAGAJEP	7
Tabla N° 2 Aporte Socios MAGAJEP	9
Tabla N° 3 Proveedores MAGAJEP	11
Tabla N° 4 Lista de Almacenes “Clientes MAGAJEP”	12
Tabla N° 5 Dimensión Geográfica	16
Tabla N° 6 Segmentación de Mercado	17
Tabla N° 7 Dimensión Demográfica	17
Tabla N° 8 Resultado Encuesta Piloto	18
Tabla N° 9 Pregunta N° 1	21
Tabla N° 10 Combinación Pregunta 1 y 3	22
Tabla N° 11 Pregunta N° 2	23
Tabla N° 12 Combinación Preguntas 2 y 8	24
Tabla N° 13 Pregunta N° 3	25
Tabla N° 14 Combinación Preguntas 3 y 9	26
Tabla N° 15 Pregunta N° 4	27
Tabla N° 16 Combinación Preguntas 4 y 12	28
Tabla N° 17 Pregunta N° 5	29
Tabla N° 18 Combinación de Preguntas 5 y 6	30
Tabla N° 19 Pregunta N° 6	31
Tabla N° 20 Pregunta N° 7	32
Tabla N° 21 Pregunta N° 8	33
Tabla N° 22 Combinación de Preguntas 8 y 2	34
Tabla N° 23 Pregunta N° 9	35
Tabla N° 24 Pregunta N° 10	37
Tabla N° 25 Combinación Preguntas 9 y 10	38
Tabla N° 26 Pregunta N° 11	39
Tabla N° 27 Pregunta N° 12	41
Tabla N° 28 Demanda	42
Tabla N° 29 Proyección de la Demanda Unidades	44
Tabla N° 30 Proyección de la Demanda en USD	44
Tabla N° 31 Proyección de la Oferta	47
Tabla N° 32 Tasa de Variación del PIB	47
Tabla N° 33 Proyección de la Oferta	48
Tabla N° 34 Demanda Insatisfecha	49
Tabla N° 35 Cantidad de la Demanda a Cubrir	49
Tabla N° 36 Especificaciones Prendas Deportivas	52
Tabla N° 37 Especificaciones Prendas Formales	54
Tabla N° 38 Especificaciones Prendas Casuales	56
Tabla N° 39 Pedido del Cliente x Tallas	59
Tabla N° 40 Materia Prima Telas Para Producción	60
Tabla N° 41 Detalle de Insumos	61
Tabla N° 42 Cálculo de Precio de Venta	62

Tabla N° 43 Comparativo Empresas Quito.....	71
Tabla N° 44 Costos Variables	75
Tabla N° 45 Costos Fijos	75
Tabla N° 46 Costos Totales	76
Tabla N° 47 Proceso de Transformación	77
Tabla N° 48 Hoja de Procesos Diseño	79
Tabla N° 49 Hoja de Procesos Compras	80
Tabla N° 50 Hoja de Procesos Corte	81
Tabla N° 51 Hoja de Procesos Confección.....	82
Tabla N° 52 Hoja de Procesos Acabados.....	83
Tabla N° 53 Hoja de Procesos Ventas	84
Tabla N° 54 Análisis de Sitios Adecuados Para Funcionamiento de la Empresa	90
Tabla N° 55 Equipos de Computación MAGAJEP	93
Tabla N° 56 Maquinaria de Trabajo MAGAJEP	94
Tabla N° 57 Personal de Producción MAGAJEP	95
Tabla N° 58 Equipos de Tecnología	96
Tabla N° 59 Capacidad Máxima Instalada MAGAJEP	97
Tabla N° 60 Personal Operativo	98
Tabla N° 61 Personal Administrativo	99
Tabla N° 62 Capacidad de Producción de MAGAJEP.....	100
Tabla N° 63 Materias Primas MAGAJEP.....	101
Tabla N° 64 Indicadores de Calidad en Producción	102
Tabla N° 65 Matriz FODA MAGAJEP	107
Tabla N° 66 Descriptivo del Cargo Gerente	109
Tabla N° 67 Descriptivo del Cargo Contador.....	110
Tabla N° 68 Descriptivo de Cargo Supervisor de Producción.....	111
Tabla N° 69 Descriptivo de Cargo Diseñador	112
Tabla N° 70 Descriptivo de Cargo Vendedor	113
Tabla N° 71 Descriptivo de Cargo Bodeguero	114
Tabla N° 72 Descriptivo de Cargo Cortador.....	115
Tabla N° 73 Descriptivo de Cargo Operador de Máquinas	116
Tabla N° 74 Descriptivo de Cargo Comprador.....	117
Tabla N° 75 Descriptivo de Cargo Operador de Acabados	118
Tabla N° 76 Indicadores de Gestión MAGAJEP.....	120
Tabla N° 77 Personal Administrativo MAGAJEP.....	121
Tabla N° 78 Mano de Obra Indirecta MAGAJEP	122
Tabla N° 79 Mano de Obra Directa MAGAJEP.....	122
Tabla N° 80 Proyección Requerimiento de Personal.....	122
Tabla N° 81 Plan de Inversiones MAGAJEP	128
Tabla N° 82 Capital de Trabajo MAGAJEP	130
Tabla N° 83 Fuentes de los Recursos y Usos.....	131
Tabla N° 84 Costos MAGAJEP.....	133
Tabla N° 85 Proyección de Costos MAGAJEP	134
Tabla N° 86 Gastos MAGAJEP.....	134
Tabla N° 87 Proyección de Gastos MAGAJEP	135

Tabla N° 88 Nómina MAGAJEP	136
Tabla N° 89 Depreciación Activos MAGAJEP	137
Tabla N° 90 Proyección Depreciación MAGAJEP	139
Tabla N° 91 Cálculo de Ingresos Mensuales MAGAJEP	140
Tabla N° 92 Proyección de Ingresos MAGAJEP	141
Tabla N° 93 Capacidad Instalada MAGAJEP	143
Tabla N° 94 Flujo de Caja MAGAJEP	144
Tabla N° 95 Costos Fijos y Variables Proyecto MAGAJEP	146
Tabla N° 96 Análisis Punto de Equilibrio MAGAJEP	151
Tabla N° 97 Estado de Resultados MAGAJEP	153
Tabla N° 98 Tasa de Descuento	155
Tabla N° 99 Valor Actual Neto (VAN) MAGAJEP	156
Tabla N° 100 Tasa Interna de Retorno (TIR) MAGAJEP	157
Tabla N° 101 Cálculo Beneficio Costo Proyecto MAGAJEP	158
Tabla N° 102 Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI) MAGAJEP	159

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Pregunta N° 1	21
Gráfico 2 Pregunta N° 2	23
Gráfico 3 Pregunta N° 3	25
Gráfico 4 Pregunta N° 4	27
Gráfico 5 Pregunta N° 5	29
Gráfico 6 Pregunta N° 6	31
Gráfico 7 Pregunta N° 7	32
Gráfico 8 Pregunta N° 8	33
Gráfico 9 Pregunta N° 9	35
Gráfico 10 Pregunta N° 10	37
Gráfico 11 Pregunta N° 11	39
Gráfico 12 Pregunta N° 12	41
Gráfico 13 Producción Fabricación de Productos Textiles.....	46
Gráfico 14 Tarjeta de Presentación MAGAJEP.....	64
Gráfico 15 Trípticos MAGAJEP.....	65
Gráfico 16 Catálogo MAGAJEP 2016.....	66
Gráfico 17 Pagina Empresarial de MAGAJEP en Facebook.....	68
Gráfico 18 Canal de Distribución MAGAJEP	69
Gráfico 19 Ventas Empresas Textiles	70
Gráfico 20 Cadena de Valor MAGAJEP	85
Gráfico 21 Proceso de Producción MAGAJEP	86
Gráfico 22 Ubicación Geográfica MAGAJEP	87
Gráfico 23 Plano de Instalaciones MAGAJEP	92
Gráfico 24 Computador MAC Para Diseño	93
Gráfico 25 Beneficios de la Calidad	102
Gráfico 26 Organigrama Estructural MAGAJEP CIA. LTDA.....	108
Gráfico 27 Punto de Equilibrio MAGAJEP.....	148
Gráfico 28 PE MAGAJEP Cantidad de Prendas Producidas.....	150

RESUMEN EJECUTIVO

TEMA: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA “MAGAJEP”.

PARA EL DISEÑO DE NUEVOS MODELOS DE PRENDAS DE VESTIR EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.

AUTOR: RICARDO JAVIER CUAMACÁS MENA

TUTOR: ECON. LENIN ANTONIO BALLESTEROS TRUJILLO

El presente Plan de Negocios analiza la viabilidad para la creación de la empresa MAGAJEP que se dedicará al diseño, fabricación y venta de prendas de vestir femeninas con diseños de calidad nuevos e innovadores que le permitan competir con marcas reconocidas en el mercado de la ciudad de Quito. Este proyecto está creado con el objetivo de impulsar el trabajo en nuestra ciudad teniendo en cuenta la problemática que existe hoy en día para conseguir empleo y generar fuentes de trabajo. La vestimenta es una necesidad diaria por tanto es un proyecto que pretende abarcar un porcentaje mínimo de la gran demanda insatisfecha que tiene nuestra ciudad. La empresa estará ubicada en el sector sur de la ciudad sin embargo cubrirá la demanda de clientes de toda la ciudad de Quito, La creación de esta empresa está enfocada en satisfacer las necesidades de vestimenta de mujeres comprendidas entre los 12 y 50 años de edad con productos de calidad que compitan con las mejores marcas nacionales a un costo súper atractivo.

DESCRIPTORES:

Diseños de calidad nuevos e innovadores, Generar fuentes de empleo, Impulsar el trabajo, Necesidad diaria.

ABSTRACT

TEMA: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA “MAGAJEP”.

PARA EL DISEÑO DE NUEVOS MODELOS DE PRENDAS DE VESTIR EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.

AUTOR: RICARDO JAVIER CUAMACÁS MENA

TUTOR: ECON. LENIN ANTONIO BALLESTEROS TRUJILLO

This Business Plan analyzes the viability of MAGAJEP Company startup. This company will be dedicated for design, manufacturing and sales of women clothes with innovate and high quality design that allow to be competitive in the Quito market when compare with top brands that are present in the market. The objective of the project is to generate new jobs opportunities for local people considering the actual facts that make this a hard challenge in the same way for employers and employees. Considering that the use of clothes is a daily necessity this project looks to cover a minimum percentage of the actual unsatisfied demand in the city. The company will be located in the South of the city; however, will have the capacity to cover the demand of all the city. The objective of this company is to provide clothes for women between 12 to 50 years old with quality products at an attractive price.

DESCRIPTORES: New, Innovate and Quality Designs. New jobs creation. Empower the industry. Daily Necessity

INTRODUCCIÓN

En la actualidad conseguir empleo es muy complicado debido al crecimiento de la población, cada día salen miles de nuevos bachilleres, ingenieros e inclusive personas con títulos de tercer nivel profesionales que van en busca de una alternativa de empleo en un mercado donde la competencia es muy amplia, el objetivo es que mediante este tipo de proyectos los nuevos profesionales salgan a crear empresas y no salgan a buscar empleo, de esta forma podremos generar mayores ingresos y nuevas fuentes de trabajo aportando a la economía del país.

Este proyecto pretende poner en practica todas las habilidades, destrezas y conocimiento adquirido durante la carrera con la creación de una empresa de diseño, confección y venta de prendas de vestir de alta calidad para personal femenino en la ciudad de Quito, cubriendo así una necesidad básica del ser humano como lo es la vestimenta, logrando contrarrestar los problemas de empleo y ayudando a la economía de nuestro país.

En el primer capítulo, se muestra cual es el objetivo principal para poner en marcha este proyecto, los pasos necesarios para su instalación, los diferentes problemas y soluciones encontradas al momento del análisis de este proyecto.

En el segundo capítulo, Área de Marketing, identifica el mercado al cual la empresa pretende llegar con su producto, el tamaño de la población, el mercado objetivo al cual está enfocada la empresa y lo principal las necesidades básicas que el producto ofrece.

El tercer capítulo, Área de Producción, permite determinar el tamaño de la instalación requerida, maquinaria, materiales, materia prima, el personal requerido y los demás recursos para llevar a cabo este proyecto.

El cuarto capítulo Área de Organización y Gestión, aquí encontramos la razón de ser de la empresa Visión y Misión, los organigramas de la empresa y la matriz de análisis de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas a las cuales estaría expuesto el proyecto planteado.

En el quinto capítulo Área Jurídico Legal, se detalla los requerimientos legales requeridos para la creación y puesta en marcha del presente proyecto

En el capítulo sexto, Área Financiera, se podrá ver la viabilidad del proyecto expresada en cifras, aquí podremos encontrar cual es el monto requerido para la implementación, la distribución de dichos valores y la factibilidad o no de la inversión.

CAPÍTULO I - IDEA DE NEGOCIO

2.1 DESCRIPCION DE LA ACTIVIDAD

Desde la aparición del homo sapiens, comienza la necesidad de buscar vestimenta, esta necesidad ha ido cambiando constantemente a través de la historia y en la actualidad la moda en la vestimenta es muy diversa y está marcada por las diferentes temporadas del año. Entendiendo que esta es una necesidad básica en las personas y tiene una demanda constante por todas las edades y géneros. Se presenta esta idea de negocio que está enfocada en la creación y comercialización de diseños nuevos y novedosos para mujeres.

Hablar de cómo ha evolucionado la vestimenta y los prejuicios acerca del modo de vestir de la mujer a lo largo de la historia conllevaría a contar una muy, muy, muy larga historia. Se debe tomar en cuenta que no todo el mundo evolucionó de la misma manera y que no todo el planeta tiene la misma cultura. Por lo que resulta difícil hacer una síntesis sobre dicha evolución sin descuidar a ciertos lugares y olvidar otros, sin que esta sea la intención. Sin embargo, es menester saber que la ropa se inventó desde hace millones de años A.C. con la finalidad de cumplir necesidades como las de cubrirse y protegerse de los factores climáticos. La ropa ha sufrido cambios sumamente drásticos a lo largo de toda la historia. Pasando desde las túnicas de los egipcios y griegos, los vestidos pomposos y ornamentados de la edad media, las faldas hasta los tobillos y los corsés, hasta el uso del pantalón y la minifalda, es decir, hasta el siglo XX. (Uzcategui, 2016)

La moda femenina evoluciona constantemente y esto convierte a este mercado en un mercado potencial y atractivo, para lo cual la empresa “MAGAJEP” se concentrará en modelos de calidad que compitan con marcas reconocidas en el mercado. La venta y comercialización se centrará en almacenes y comercializadoras de ropa de calidad.

El proyecto MAGAJEP, presenta una idea de diseño y comercialización de productos, para lo cual se basará en la creación de sus propios diseños, diferenciándolos de la competencia con valor agregado que permita posicionar a la marca MAGAJEP en corto tiempo en el mercado de la ciudad de Quito.

1.1.1 Pasos dados hasta el momento para poner en marcha el proyecto.

Para la puesta en marcha del negocio se ha realizado un levantamiento de las necesidades y los departamentos que deben conformar la empresa en su etapa inicial.

Se ha realizado un levantamiento inicial de procesos que deben considerarse para la puesta en marcha del negocio.

- Se tiene contratado el sitio donde funcionará la empresa

Para poder determinar el sitio donde funcionará la empresa es necesario realizar un estudio de diferentes sitios donde sería factible instalar la empresa, esto tomando en cuenta que la empresa pretende cubrir el mercado de Quito en el Norte, Centro y Sur de la ciudad. Este análisis será desarrollado de manera detallada en el capítulo 3.1.2 cuando se describan las instalaciones de MAGAJEP.

- Las áreas de trabajo han sido diseñadas

El lugar contratado debe contar con el espacio suficiente para poder realizar una distribución de las diferentes áreas necesarias para desarrollar todos los procesos de producción, las áreas diseñadas serán desarrolladas en el capítulo 3.1.2, donde se explicará al detalle las áreas que conformarán la empresa tomando en cuenta dimensiones de acuerdo al tipo de proceso, la empresa contará con espacios para el área de diseño, producción, corte, acabados y bodega, dentro de las estaciones administrativas y comunales tendrá un área compartida para gerencia y contabilidad, zona de vestidores, sala de espera y baños, esto se lo puede observar en el plano de instalaciones de MAGAJEP, en el capítulo 3.1.2.

El diseño de las instalaciones está realizado por procesos, considerando factores de seguridad del personal para evitar que se presente algún accidente, funcionalidad para hacer que todo lo necesario este a la mano a la hora de producir, manteniendo un flujo de procesos continuo, debido al tipo de proceso productivo se han considerado diversas comodidades para el personal ya que la mayor parte del tiempo estarán sentadas, los espacios están diseñados con buena iluminación ya que el proceso exige detalles sobre todo en la confección, las

estaciones están ordenadas de tal manera que permitan tener una flexibilidad a la empresa en caso de un aumento de volumen considerable, todo está diseñado bajo una distribución de procesos.

Distribución Por Proceso: Las máquinas y servicios son agrupados de acuerdo las características de cada uno, es decir que si organiza su producción por proceso debe diferenciar claramente los pasos a los que somete su materia prima para dejar el producto terminado.

Primero cuando la selecciona, segundo cuando la corta, tercero donde la pule etc. Dese cuenta que ahí se puede diferenciar muy claramente cuantos pasos y/o procesos tiene su operación. Así mismo deberá haber estaciones de trabajo para cada uno. (Guerrero, 2001)

- Se tiene listo el área de taller donde se confeccionara las prendas piloto

Para confeccionar las prendas piloto, o muestras como se las denominará en la empresa, es necesario disponer de un área de confección adecuada de acuerdo a la cantidad de máquinas que serán necesarias. La zona de producción de MAGAJEP cuenta con un área de corte súper amplia, la cual está diseñada para la capacidad de volumen que la empresa pretende producir, esta área es de 6.8m por 3.9m total 26.52 metros cuadrados. La siguiente área es la zona de producción en esta zona se tomó en cuenta la cantidad de máquinas con las cuales la empresa iniciaría su proceso de producción, adicional se tomó en cuenta para la distribución de maquinaria, las necesidades que la empresa pretende cubrir en un corto plazo, la zona de producción tiene un área hábil de 5.7m por 4m total 22.8 metros cuadrados.

- Se tiene definido el personal que trabajará en cada una de las áreas de la empresa.

Una de las partes fundamentales para la empresa es el departamento de diseño, por lo que dentro de la nómina de MAGAJEP, se contará con una persona encargada de este departamento específicamente, como la producción masiva es trabajada en maquila es necesario que otra persona se dedique al proceso de corte de telas de los diferentes diseños ya que dentro del proceso para evitar errores en maquila se deberá enviar la totalidad de la producción cortada, la persona encargada de corte tendrá como funciones adicionales el control de la bodega de

MAGAJEP y los terminados de las prendas. Para la parte productiva la empresa contará con una persona que confeccionará las muestras de las diferentes prendas, esta persona deberá garantizar que el diseño final enviado al proveedor de maquila no tenga ningún error ya que de esto dependerá la producción masiva.

- Todas las personas que conforman la empresa han sido capacitadas en cada una de las funciones que desempeñaran en la empresa.

Debido a la necesidad de capacitación que tiene la empresa se desarrolló el siguiente cuadro de capacitación de acuerdo a las diferentes áreas y al plan de rotación que pretende integrar la empresa con el personal.

El término capacitación se utiliza con mucha frecuencia; son conocimientos teóricos y prácticos que incrementan el desempeño de las actividades de un colaborador dentro de una organización. En la actualidad la capacitación en las organizaciones es de vital importancia porque contribuye al desarrollo de los colaboradores tanto personal como profesional. Por ello las empresas deben encontrar mecanismos que den a sus colaboradores los conocimientos, habilidades y actitudes que se requiere para lograr un desempeño óptimo. (Barrios, 2013)

Tabla N° 1 Plan de Capacitación MAGAJEP



					2017			
					HORA		FECHA	
CATEGORIA	TEMA	INSTRUCTOR	Aplica a:	LUGAR	De	Hasta	De	Hasta
CALIDAD	Control de Calidad	Ricardo Cuamacás	Todo el Personal	MAGAJEP	16:00	17:30	09/01/2017	09/01/2017
	Control de Calidad del Producto	Janeth Puruncaja	Producción	MAGAJEP	16:00	17:30	16/01/2017	20/01/2017
RESPUESTA	Organización de Bodegas	Ricardo Cuamacás	Producción	MAGAJEP	8:00	9:30	02/02/2017	02/02/2017
	Control de Tiempos de Procesos	Ricardo Cuamacás	Todo el Personal	MAGAJEP	8:00	9:30	15/01/2017	15/01/2017
PROCESOS	Proceso de Corte en Volumen	Janeth Puruncaja	Producción	MAGAJEP	8:00	9:30	23/01/2017	27/01/2017
	Proceso de Empacado y Refinado	Janeth Puruncaja	Producción	MAGAJEP	8:00	9:30	23/01/2017	23/01/2017
	Manejo de Maquinas Industriales	Janeth Puruncaja	Producción	MAGAJEP	8:00	9:30	16/01/2017	20/01/2017
CLIENTES	Plan de Mercadeo	Janeth Puruncaja	Administración	MAGAJEP	16:00	17:30	06/03/2017	06/03/2017
SEGURIDAD	Factores de Riesgo en el Trabajo	Ricardo Cuamacás	Todo el Personal	MAGAJEP	16:00	17:30	13/03/2017	13/03/2017
	Aplicación de 6's en el Lugar de Trabajo	Ricardo Cuamacás	Todo el Personal	MAGAJEP	16:00	17:30	20/03/2017	20/03/2017

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Ricardo Cuamacás

1.1.2 Problemas encontrados hasta el momento.

De acuerdo al análisis realizado se estima un monto de inversión inicial de \$99000 este capital es uno de los principales problemas para poder arrancar con el negocio, debido a la situación que está atravesando el país en este momento. Las entidades bancarias no están dando apertura a créditos, esto podría complicar el arranque de operaciones.

El arranque del negocio con personal que no tiene experiencia es otro problema que ocasiona retrasos en el arranque de las operaciones, ya que todos los procesos

de la empresa son manuales y requieren de personal que este entrenado para poder responder a la demanda.

El levantamiento de información y generación de bases de control, bases para inventarios, bases para cálculos de producción referente a materia prima y los insumos necesarios, esto retrasa mucho el proceso de producción y los cálculos de costos para obtener un cálculo de una ganancia óptima para la empresa.

La marca del producto es uno de los inconvenientes más grandes puesto que no se puede comercializar las prendas sin marca, y el proceso para poder obtener la marca conlleva un tiempo considerable y tiene un costo elevado.

1.1.3 Problemas que se prevén.

Debido a la situación cambiante del país, uno de los problemas que se prevé son los cambios de precios de materias primas e insumos, ya que parte de la materia prima y los insumos son importados.

La demanda es uno de los problemas que se podría presentar, ya que encontrar nichos de mercado a nivel de almacenes o a nivel empresarial es más complicado que los mercados al menudeo.

La respuesta de la empresa a demandas superiores a las establecidas es otra de las complicaciones que se pueden presentar.

1.1.4 Soluciones.

Para solucionar la problemática del capital inicial y poder iniciar las operaciones la empresa tomara la siguiente estrategia de negocio, todos los socios aportarán parte de capital para iniciar las operaciones y compra de los recursos necesarios, de acuerdo al capital aportado por cada uno de los socios se definirá la participación que tienen sobre la empresa.

Este proyecto requiere como capital inicial por parte de los socios de la empresa la cantidad de \$49592 dinero que será aportado por los socios de acuerdo a su capacidad en los siguientes montos:

Tabla N° 2 Aporte Socios MAGAJEP

Socio	Aporte
Janeth Puruncaja	\$ 12.000,00
Morelia Puruncaja	\$ 6.000,00
Narcisa Puruncaja	\$ 6.000,00
Beatriz Puruncaja	\$ 6.000,00
Ricardo Cuamacás	\$ 19.500,00
Total	\$ 49.500,00

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Ricardo Cuamacás

Para solucionar la problemática del entrenamiento se plantea la siguiente opción, algunas socios formarán parte del proceso operativo de la empresa, su entrenamiento será programado por la gerente de la empresa durante el periodo de 3 meses, este tiempo será exclusivamente para el entrenamiento teórico – práctico de las personas, tiempo que no será remunerado a las trabajadoras, sin embargo el valor de la remuneración correspondiente a este periodo será parte del aporte en capital de cada persona para la empresa.

Se realizará la creación de bases estandarizadas, creando una base maestra donde se concentrará toda la información necesaria para el funcionamiento de la empresa, esta información será colocada en un sitio compartido mediante el cual se podrá obtener información en cualquier punto y en todas las bases que se requieran, estas bases deben ser elaboradas de forma que permitan ingresar datos en los diferentes departamentos de la empresa, cada área ingresara la información necesaria dentro de sus procesos la base maestra integrara esta información para alimentar las diferentes bases que componen el proceso de producción de MAGAJEP, de esta forma la persona de producción que requiere telas ingresara que tipo de telas necesita, esta información se cruzara con las existencias de bodega y se determinará mediante una la Orden de Compra cuanto es necesario

abastecer en función de las existencias. Esta será la forma en la que la base integral funcionará en todos los procesos de la empresa.

Se realizará las consultas para registrar la marca de la empresa, esto nos permitirá crear la marca y poder comercializar el producto, bajo las normas nacionales, la consulta se la debe realizar al (IEPI) Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual, esto se lo desarrollará ampliamente dentro del capítulo 5.1.2 de Patentes y Marcas, donde se muestra los requisitos necesarios para poder realizar los trámites de reserva de marca.

La materia prima es la base fundamental del negocio de MAGAJEP, para solventar la posible problemática que podría existir por temas de desabastecimiento se está realizando contactos con varias empresas de materia prima nacional y realizando las evaluaciones para encontrar materias primas e insumos de fabricación nacional que garanticen la calidad de las prendas confeccionadas, se realizará un estudio del tipo de telas que existen en nuestro país y el porcentaje de sustitución que éstas tendrán en el proceso de MAGAJEP, tomando en cuenta que las telas que se usan para la confección son importadas, el cuadro de comparación de telas se lo desarrollará en el capítulo 3.4.1 Materias Primas MAGAJEP

Buscar socios capitalistas que estén dispuestos a invertir en la empresa en caso de un crecimiento intempestivo, de esta forma la empresa podrá garantizar la entrega de productos a sus clientes sin generar una demanda insatisfecha. Para este punto la empresa desarrollará una presentación en función de los indicadores financieros mostrando la viabilidad del proyecto, esto permitirá a la empresa llegar a personas con mayor claridad respecto a las inversiones que se puedan presentar.

Ante la problemática del mercado se buscará contratos con municipios almacenes grandes y cadenas de prendas de vestir estos nichos de mercado se los buscará en diferentes puntos de la ciudad para poder expandir el negocio. Se ha realizado el acercamiento con las muestras iniciales del producto a cadenas de tiendas, donde

el producto podría ser comercializado, una de las cadenas interesadas en distribuir nuestros productos es la cadena de tiendas de “Mercantil Tosi S.A.”, reconocida en el mercado por distribuir prendas de vestir de alta calidad, ver (ANEXO 11)

1.1.5 Contactos realizados para la puesta en marcha.

Se ha realizado contacto con diferentes proveedores de materiales e insumos para buscar las alternativas de calidad y costo que satisfagan las necesidades de clientes y de la empresa.

Tabla N° 3 Proveedores MAGAJEP

Nombre	Detalle	Telefono	Celular
CESAR MADRID	Insumos de Oficina	2892-324	991938597
INSUMODA	Insumos para la confección	2923 446	991850450
DISTRIBUIDORA NORTE	Insumos para la confección	2460-388	
JOSE PUEBLA	Distribuidor de Telas e Insumos	2955333	
TEXTILES PACA	Etiquetas	2410-567	
MARIA ALVAREZ	Detalles Para Vestidos	2272- 522	
CINTAS TEXTILES	Insumos para la confección	2272522	
YUKITEX	Maquinas	2546-916	
ALIPIO PARDO	Insumos Para Maquinas	225-2244	98738942
COATS CADENA ANDRES	Insumos para la confección	2802-020	
BYRON GONZALES	Hilos Para Confeccion		98738942
MARITZA TOCTE	Alarmas Para locales	2945-447	
PIKA	Fundas Plasticas	2462-308	
CAMI GRAFIC	Imprenta de Facturas		
LCC	Cierres	2273-349	
3M ECUADOR	Cinta Reflectiva	2977-600 EXT 244	987212130

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Ricardo Cuamacás

La lista muestra los diferentes proveedores de insumos de confección, de oficina y otros varios que son necesarios para las diferentes áreas de la empresa y para la producción de las prendas de vestir, la base es una base seleccionada donde se validó que el producto que ofrecen se ajusta a las necesidades de la empresa, algunos de los contactos mostrados ya son parte de los procesos de MAGAJEP, uno de los ejemplos de proveedores ya habilitados es “Cami Grafic” proveedor con el cual se trabajó la documentación necesaria para el funcionamiento de la

empresa, ver “ANEXO 8 y 9”, donde se muestran documentos ya elaborados por la imprenta.

Se ha realizado el contacto con almacenes llevando las muestras iniciales de los productos para dar a conocer las diferentes líneas de prendas de vestir y el segmento al cual la empresa MAGAJEP estará enfocada.

Tabla N° 4 Lista de Almacenes “Clientes MAGAJEP”

Tipo	Contacto	RUC	Telefono	Mail
Almacen	Martha Minchala	3017236591001	539 9 87936584	marthyminbu@hotmail.com
Almacen	Lucia Becerra	0405686480001	593 9 87844998	becerraarellano@hotmail.com
Almacen	Marlene Belgica Barona	1802114403001	593 9 82829598	marlenebarona@hotmail.com
Almacen	Elizabel Loza	1001245297001	593 9 62921369	elizabetloza@hotmail.es
Almacen	Patricio Velasco	1002153359001	593 9 62921716	lacasadejeaan@gmail.com
Almacen	Angelica Zaens	0702932849001	593 9 72966110	anggylen@hotmail.com
Almacen	German Remache	1002798559001	593 9 62920814	activeshopping@hotmail.com
Almacen	Esthela Anrango Maldonado	2000037008001	593 9 98080425	esthelaanrango_1973@hotmail.com
Almacen	Paula Ruiz	0401276977001	593 9 62984879	pao1408@hotmail.com
Almacen	Andrea Vargas Lopez	1804815908001	593 9 96386889	tribeca1989@yahoo.com
Almacen	Rueda Osorio Miguel	0500173068001	593 9 98115241	newfashionstore@hotmail.com
Almacen	Lucero Vasquez Patricio	1711893550001	593 9 72827940	patriciojuceo@hotmail.com

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Ricardo Cuamacás

Esta base de clientes visitados son los que inicialmente tienen pedidos de producción para la empresa y están en capacidad de adquirir las prendas que MAGAJEP ofertará en el mercado.

Se ha realizado contactos con entidades financieras para ver las tasas de interés por capital de trabajo, teniendo como datos al momento las siguientes:

Micro Crédito PYMES Cooperativa de Ahorro y Crédito CACPECO

Crédito destinado a las pequeñas empresas

Características

- Monto \$ 49592.
- Plazo: 60 Meses.

- Garantía: Hipotecaria
- Seguro de desgravamen a elección del socio.
- Amortización mensual, bimensual, trimestral o semestral.
- No tiene períodos de gracia.
- Cobertura del inmueble: hasta el 70% del valor de realización del bien a preñar.
- Ahorro obligatorio: Hasta \$5.000 sin encaje, superiores a \$5.001(40 a 1).
- Renovación: al menos el 50% del crédito original.

Se ha realizado la gestión con la cooperativa de ahorro y crédito “CACPECO”, es una cooperativa que brinda créditos a pequeñas empresas, la empresa abrió la cuenta de ahorros para poder acceder al crédito hipotecario por el monto que se requiere para iniciar las operaciones.

1.1.6 Papel que juega cada socio en la puesta en marcha.

Janeth Puruncaja, gerente general de la empresa, sus funciones son las de liderar la gestión estratégica, dirigiendo y coordinando el negocio para asegurar la rentabilidad, competitividad, continuidad y sustentabilidad de la empresa, cumpliendo con los lineamientos estratégicos de los socios y las normativas vigentes.

PRINCIPALES FUNCIONES

- Liderar la gestión estratégica
- Liderar la formulación y aplicación del plan de negocios
- Definir políticas generales de administración
- Dirigir y controlar el desempeño de la empresa
- Presentar a los socios estados de situación e información de la situación de la empresa
- Ser el representante de la empresa
- Velar por el respecto de las normativas y reglamentos vigentes

Morelia Puruncaja, adicional a su capital para la puesta en marcha de la empresa tendrá como responsabilidad la búsqueda de nuevos e innovadores diseños, creará y modificará los diseños de acuerdo a los requerimientos del cliente, los diseños son la razón de ser de la empresa por lo que este departamento es vital dentro de la organización.

PRINCIPALES FUNCIONES

- Buscar alternativas de diseños nuevos y novedosos de acuerdo a la temporada y a la tendencia de la moda.
- Crear nuevos diseños
- Preparar los prototipos que deberán ser aprobados por el cliente
- Hacer aprobar los diseños con los clientes
- Entregar a producción el diseño final cuando ya haya sido aprobado por el cliente.
- Realizar la validación con el departamento de producción para que las prendas sean fabricadas de acuerdo a los planos de corte.

Beatriz Puruncaja, adicional a su capital para la puesta en marcha de la empresa tendrá como responsabilidad controlar la producción dentro de la empresa. Sus responsabilidades implican la supervisión del personal y las materias primas que serán utilizadas para el proceso productivo.

PRINCIPALES FUNCIONES

- Supervisar la producción de las prendas desde el inicio hasta el final de la producción
- Realizar el seguimiento al plan de producción que tiene establecido la empresa
- Realizar el seguimiento del desempeño del personal de producción
- Realizar el seguimiento de las máquinas y equipos que se requieren para el proceso productivo
- Buscar soluciones creativas a los problemas de producción y analizar todos los reclamos de garantía

- Planificar la capacitación del personal de producción

Narcisa Puruncaja, adicional a su capital para la puesta en marcha de la empresa tendrá como responsabilidad la búsqueda de nuevos clientes, es decir estará encargada de las ventas de los productos de MAGAJEP, y su posterior facturación.

PRINCIPALES FUNCIONES

- Buscar nuevos clientes
- Visitar a los clientes de MAGAJEP para ofertar los diseños nuevos
- Buscar alternativas de negociación para satisfacer a los clientes de MAGAJEP.
- Vender los productos de MAGAJEP logrando obtener la mayor utilidad posible para la empresa
- Realizar los cobros a clientes de las ventas realizadas.

CAPÍTULO II – ÁREA DE MARKETING

2.1 DEFINICIÓN DEL MERCADO

Para realizar una definición adecuada del mercado al cual pretende llegar la empresa hay que entender que tipos de mercado existen y a cual se enfocara. Para esto es importante realizar un estudio de mercado, este será nuestro punto de partida en la determinación del mercado objetivo al cual la empresa va a llegar.

Se denomina estudio de mercado al a la primera parte de la investigación formal del estudio. Consta de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización. (Baca Urbina, 2010, pág. 7)

2.1.1 Qué mercado se va a tocar en general.

El mercado general para la venta de diseños innovadores se encuentra situado en Ecuador, en la región sierra, en la provincia de Pichincha, cantón Quito, debido a que el producto que ofrece la empresa MAGAJEP es un producto de consumo masivo, se enfocara en el sector norte, centro y sur de la ciudad.

Tabla N° 5 Dimensión Geográfica

DIMENSIÓN GEOGRÁFICA	
PAÍS	Ecuador
REGIÓN	Sierra
CIUDAD URBANA Y RURAL	Quito
SECTOR	Norte, Centro, Sur
TAMAÑO	2.239.191

Fuente INEC

Elaborado por: Ricardo Cuamacás

Las necesidades que cubre el producto de MAGAJEP son de tipo social y básica ya que la vestimenta constituye algo necesario para todas las personas, es de tipo comparativa, la actitud frente al producto de los clientes es positiva ya que todas las personas requerimos de prendas de vestir, su tasa de utilización es diaria ya que una persona no puede prescindir de una prenda de vestir, inclusive si está en su casa es necesario su uso.

Tabla N° 6 Segmentación de Mercado

SEGMENTACION DE MERCADO.	
DIMENSION CONDUCTUAL	
TIPO DE NECESIDAD:	Social - Basica
TIPO DE COMPRA:	Comparativa
RELACION CON LA MARCA:	SI
ACTITUD FRENTE AL PRODUCTO:	Positiva
TASA DE UTILIZACION:	Diaria

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Ricardo Cuamacás

2.1.2Cuál es el mercado objetivo, ¿Por qué? definición y perfil.

La línea de negocio en la cual se enfocara la empresa MAGAJEP, es mujeres de la ciudad de Quito, desde los 12 años hasta 50 años, este segmento es uno de los más comerciales, ya que la tendencia en la moda femenina es un campo muy amplio y cambiante, este segmento de mercado al que está enfocado MAGAJEP, comprende mujeres que buscan vestir a la moda y con elegancia, por tratarse de mujeres es un segmento muy atractivo, ya que desde adolescentes las mujeres siempre buscan lo último en moda.

Tabla N° 7 Dimensión Demográfica

DIMENSIÓN DEMOGRÁFICA		
VARIABLE	DESCRIPCION	POBLACION
POBLACIÓN	Total Quito	2.239.191
SEXO	Mujeres	1.150.380
EDAD	12-50 Años	708.476

Fuente: INEC
Elaborado por: Ricardo Cuamacás

Encuesta Piloto

Para ver la aceptación en las personas para consumir prendas de calidad elaboradas en nuestro país y específicamente en la ciudad de Quito, se realizó una encuesta piloto, mediante esta encuesta se evaluó la probabilidad que tiene la empresa y la aceptación de los diferentes productos que elaborará.

Tabla N° 8 Resultado Encuesta Piloto

Respuesta	¿Estaria dispuesta a adquirir ropa de calidad producida por una nueva empresa en la ciudad de Quito?	
	Cantidad	Porcentaje
SI	17	85%
NO	3	15%
Total	20	100%

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Ricardo Cuamacás

Los resultados obtenidos por la encuesta piloto determinan que el 85% de las personas encuestadas si están dispuestas a adquirir productos de calidad elaborados en la ciudad de Quito y apenas un 15% de las personas encuestadas respondieron negativamente, esto indica que el proyecto si es viable y que tendrá una buena aceptación en el mercado.

Para el cálculo de la muestra se toma la población actual del segmento en el cual se enfocara la empresa MAGAJEP, esto en base al último CENSO realizado en el país nos da que actualmente existen 708476 mujeres comprendidas entre las edades de 12 a 50años.

Se debe resaltar que este segmento de mercado tiene un cierto poder adquisitivo y lo más importante que muestra interés por la moda y los diseños nuevos.

N= población, para el ejercicio es de 708476

Z= nivel de confianza, para determinar la muestra es el 95%

e= error máximo permitido, para este caso trabajaremos con un nivel de error de 5%

p= probabilidad de ocurrencia que será de 0.5

q= probabilidad de NO ocurrencia que será de 0.5

La fórmula utilizada para determinar la muestra es la siguiente:

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

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

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 708476}{(0.05^2 * (708476 - 1)) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{3.8416 * 0.5 * 0.5 * 708476}{(0.0025 * 708475) + 3.8416 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{680420.3504}{(1771.1875) + 0.9604}$$

$$n = \frac{680420.3504}{1772.1479}$$

$$n = 383.95$$

Realizada la operación, esta determina que la muestra para nuestro caso es de 383.95, redondeando 384, esta es la cantidad de encuestas que se debe realizar para determinar el comportamiento de nuestras posibles clientas ante nuestro producto.

Para determinar las preguntas del cuestionario que se aplicará se consideran los factores más importantes que permitan conocer las necesidades de nuestros clientes y permitan a la empresa tomar decisiones en función de esas necesidades, el modelo de encuesta que se aplicará consta de 12 preguntas alineadas a lo que la empresa necesita conocer para introducir su producto de una manera óptima.

Análisis e interpretación de los resultados

La encuesta está desarrollada en función de 12 preguntas que permitirán conocer varios factores que servirán para determinar la factibilidad del proyecto, mediante la interpretación de los resultados obtenidos en las encuestas se podrá tomar varias de las decisiones del presente proyecto.

Para poder ampliar el análisis se realiza un enlace lógico con diferentes preguntas de la encuesta para poder determinar con mayor exactitud variables que permitan obtener un resultado mucho más real, cuando se analiza las diferentes preguntas de la encuesta y se realiza un cruce con preguntas que tienen relación se puede ampliar la información y obtener datos adicionales que ayuden al desarrollo del proyecto.

Pregunta número 1

¿Cuál es su ocupación?

Tabla N° 9 Pregunta N° 1

	¿Cuál es su ocupación?	%	Valor
1	Estudiante	16%	60
	Empleado Publico	7%	28
	Empleado Privado	77%	296
		100%	384

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ricardo Cuamacás

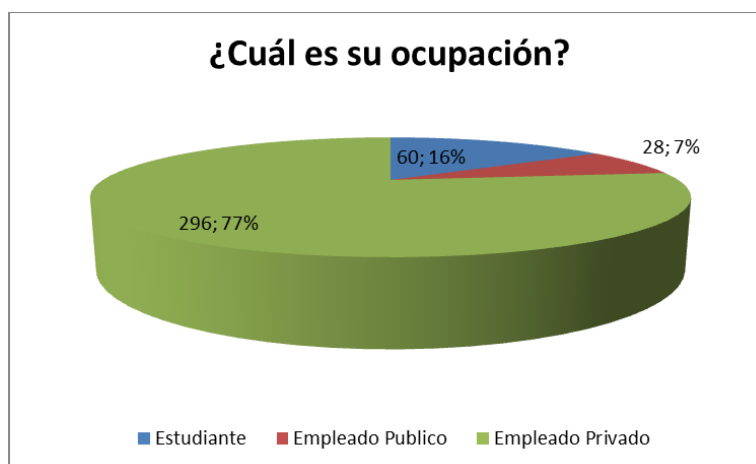


Gráfico 1 Pregunta N° 1

Fuente: Tabla N° 9

Elaborado por: Ricardo Cuamacás

Mediante esta pregunta la empresa determina en qué sector económico y en qué porcentaje están distribuidos los potenciales clientes de MAGAJEP, esto también sirve para ver en qué sector de la población las prendas son aceptadas.

Los resultados muestran claramente que 296 personas que representan el 77% de las población encuestada son empleados que trabajan en el sector privado, 60 personas que representan el 16% son estudiantes y 28 personas que representan el 7% de la población encuestada son personas que trabajan en el sector público, estos datos son fundamentales para poder determinar de toda la población que tipo

de ingresos tiene, como se observa en la encuesta realizada el mayor porcentaje de personas encuestadas son personas económicamente activas, por tanto se puede determinar que las respuestas de estas personas servirán como base sólida para la investigación realizada.

En la tabla N° 8 se realiza una combinación de la pregunta 2 que es la ocupación de los encuestados comparándola con las personas que estarían dispuestas a comprar prendas de fabricación Ecuatoriana, con esto se obtiene una respuesta clara a nuestra expectativa de potenciales clientes de la empresa.

Tabla N° 10 Combinación Pregunta 1 y 3

Combinación Pregunta 1 y Pregunta 3			¿Estaría dispuesta a adquirir prendas de vestir de calidad de marca Ecuatoriana?	
			SI	NO
¿Cuál es su ocupación?	Estudiante	60	52	8
	Empleado Publico	28	28	0
	Empleado Privado	296	272	24

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ricardo Cuamacás

Este análisis de la combinación de estas preguntas nos indica que 272 personas que representan el 92% de las personas encuestadas que son empleados del sector privado estarían dispuestas a adquirir prendas de vestir de marca Ecuatoriana y apenas 24 personas que representan el 8% no están de acuerdo.

Pregunta número 2

¿Cuál es su Edad?

Tabla N° 11 Pregunta N° 2

	¿Cuál es su edad?	%	Valor
2	Entre 12 a 24	22%	84
	Entre 25 a 37	69%	265
	Entre 38 a 50	9%	35
		100%	384

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ricardo Cuamacás

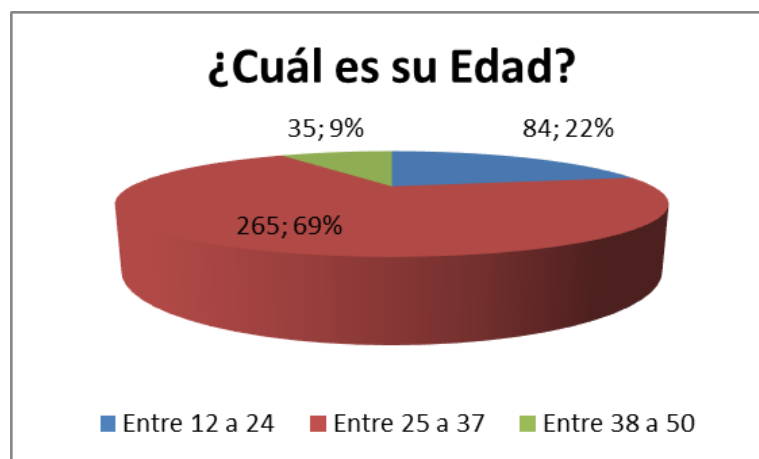


Gráfico 2 Pregunta N° 2

Fuente: Tabla N° 9

Elaborado por: Ricardo Cuamacás

Los resultados de esta pregunta nos muestran datos muy relevantes para la investigación, el 69% de las personas encuestadas están en un rango de edad de entre 25 a 37 años, lo cual nos indica que la mayor participación de las personas encuestadas está en personas que generan ingresos propios, el siguiente rango es el 22% este pertenece a las personas que están entre 12 a 24 años, dentro de este rango hay muchas personas que dependen económicamente de sus padres, pero en esta variable se puede destacar que generalmente los padres siempre buscan complacer los gustos de vestimenta de sus hijas, entre las edades de 38 a 50 años 35 personas fueron encuestadas esto representa el 9% de la población encuestada.

La tabla N° 10 se realiza la combinación de las preguntas 2 y 8 esto considerando que la edad es un factor importante para determinar los diversos modelos que se diseñarán y 3, es por esta razón que a continuación se muestra los resultados de esta combinación con la cual muestra según la edad la línea de prendas de vestir que más adquiere.

Tabla N° 12 Combinación Preguntas 2 y 8

Combinación Pregunta 2 y Pregunta 8			¿Que línea de prendas de vestir es la que mas adquiere?		
			Formal	Casual	Deportiva
¿Cuál es su edad?	Entre 12 a 24	84	4	33	47
	Entre 25 a 37	265	14	129	122
	Entre 38 a 50	35	8	16	11

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ricardo Cuamacás

Los resultados muestran que dentro de la población que genera ingresos que está comprendida dentro de las edades de 25 a 37 años con un total de 265 personas encuestadas, las prendas de mayor aceptación son las prendas casuales con 129 personas que prefieren este tipo de prendas y las prendas deportivas donde 122 personas comprendidas en la misma edad tienen preferencia. Este dato se lo debe considerar cuando la empresa determina los volúmenes de producción en las diferentes líneas que tendrá establecidas dentro de sus procesos.

Pregunta número 3

¿Estaría dispuesta a adquirir prendas de vestir de calidad de marca Ecuatoriana?

Tabla N° 13 Pregunta N° 3

3	¿Estaría dispuesta a adquirir prendas de vestir de calidad de marca Ecuatoriana?	%	Valor
	SI	92%	352
NO	8%	32	
	100%	384	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ricardo Cuamacás

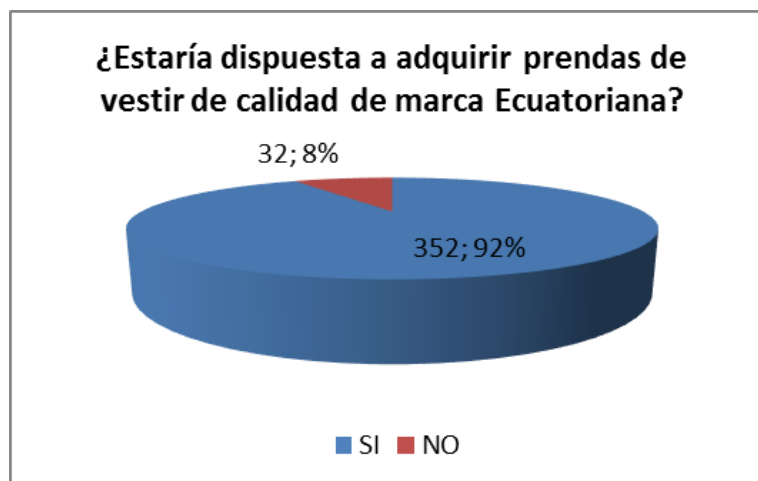


Gráfico 3 Pregunta N° 3

Fuente: Tabla N° 11

Elaborado por: Ricardo Cuamacás

Esta pregunta es la base de nuestra encuesta ya que nos muestra un horizonte claro de cuantas personas del total de la población analizada están dispuestas a adquirir prendas de alta calidad de marca ecuatoriana. Los resultados de esta pregunta nos indican que 352 personas el 92% de la población encuestada si está dispuesta a comprar prendas de vestir de calidad que sean de fabricación nacional, este resultado combinado con los resultados de las demás preguntas nos darán los indicadores necesarios para poder determinar las variables de producción de la empresa.

La tabla N° 12 muestra la combinación de las personas dispuestas a adquirir prendas de vestir de calidad, de marca Ecuatoriana. Con la combinación de cuantas prendas de vestir adquieren al mes, se podrá calcular el promedio de consumo de una persona en prendas de vestir al mes.

Tabla N° 14 Combinación Preguntas 3 y 9

Combinación Pregunta 3 y Pregunta 9			¿Cuántas prendas de vestir adquiere en el mes?					
			Una	Dos	Tres	Cuatro	Cinco	Seis o Mas
¿Estaría dispuesta a adquirir prendas de vestir de calidad de marca Ecuatoriana?	SI	352	48	105	146	31	13	9
	NO	32	4	7	9	6	3	3

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Ricardo Cuamacás

Los resultados indican que la mayoría de las mujeres encuestadas 146 que representan el 41% adquieren por lo menos tres prendas al mes, con este dato podemos calcular la demanda de las prendas de vestir de MAGAJEP para el mercado consumidor, este resultado es similar en las personas que respondieron que no estarían dispuestas a adquirir prendas de calidad de marca Ecuatoriana, pero sin embargo existe la misma tendencia en cuanto a la cantidad de prendas de vestir que adquieren al mes, por tanto se puede tomar este valor como referencial para determinar el promedio de prendas que el mercado objetivo consume al mes.

Pregunta número 4

¿Las prendas que usted compra que origen tienen?

Tabla N° 15 Pregunta N° 4

4	Las prendas que usted compra que origen tienen?	%	Valor
	Nacional	85%	327
Importadas	15%	57	
	100%	384	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ricardo Cuamacás

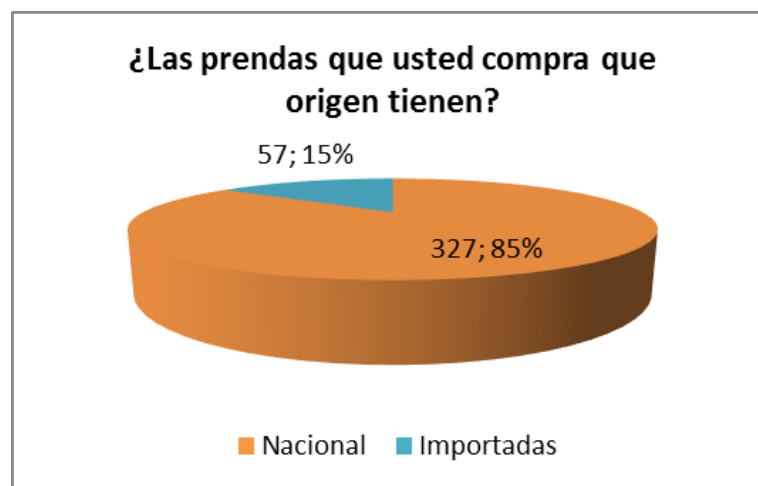


Gráfico 4 Pregunta N° 4

Fuente: Tabla N° 13

Elaborado por: Ricardo Cuamacás

Mediante esta pregunta se puede observar que existe una gran aceptación en general por el producto nacional, los resultados son claros y muy importantes para la empresa, los resultados muestran que el 85% de las personas encuestadas 327 en total compran prendas de vestir de marca ecuatoriana, esto se debe a que el producto Ecuatoriano cada día va mejorando la calidad tanto en sus procesos como en los productos que se elaboran en nuestro país. Esto también es consecuencia de las tasas de impuestos que tenemos actualmente, las cuales impiden realizar compras en otros países con facilidad.

En la tabla N° 14 se realiza la combinación de las preguntas del origen de las compras, con esto obtenemos un dato concreto de ventas efectivas de origen Ecuatoriano, con este dato podemos realizar la comparación para saber cómo le gustaría al cliente que le dieran a conocer los productos que oferta MAGAJEP, basados en las experiencias que estas personas han tenido en las compras que han realizado en nuestro país.

Tabla N° 16 Combinación Preguntas 4 y 12

Combinación Pregunta 4 y Pregunta 12			¿Como le gustaría que se le diera a conocer las prendas de vestir?			
			Volantes	Revistas	Catalogo Electrónico	Catalogo Impreso
¿Las prendas que usted compra que origen tienen?	Nacional	327	38	49	176	64
	Importadas	57	0	13	35	9

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ricardo Cuamacás

Los resultados de la combinación de estas preguntas nos indican que la tecnología es el medio de mayor aceptación para dar a conocer los productos de MAGAJEP, 176 personas que representan el 54% de las personas que compran prendas de producción nacional están de acuerdo en que les gustaría conocer los productos mediante un catálogo electrónico. 35 personas que representan el 61% de las personas que compran prendas importadas también respondieron que les gustaría que les dieran a conocer el producto mediante un catálogo electrónico. Los datos de esta pregunta servirán a la empresa para enfocar los esfuerzos, los cuales se deben centralizar en medios tecnológicos para realizar la estrategia de marketing de la empresa.

Pregunta número 5

¿En qué lugares compra su vestimenta?

Tabla N° 17 Pregunta N° 5

	¿En que lugares compra su vestimenta?	%	Valor
5	Almacén	33%	125
	Centro Comercial	63%	241
	Boutique	5%	18
		100%	384

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ricardo Cuamacás

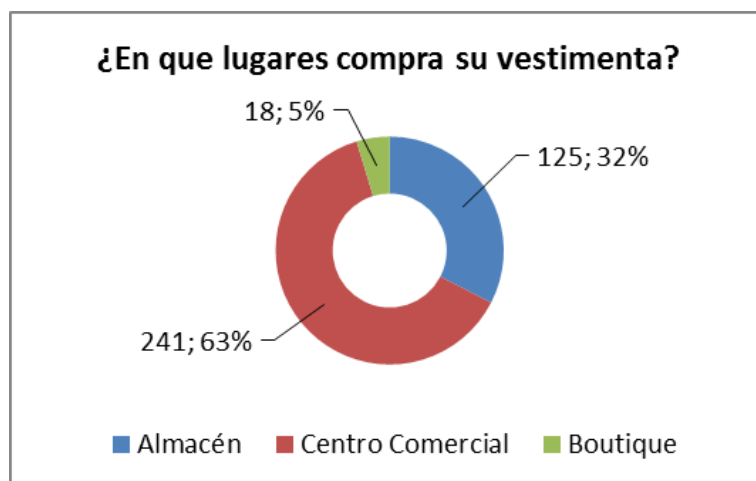


Gráfico 5 Pregunta N° 5

Fuente: Tabla N° 15

Elaborado por: Ricardo Cuamacás

Los resultados nos muestran dos datos relevantes para el proyecto, la mayor parte de las personas encuestadas 241 que representan el 63% compran sus prendas en Centros Comerciales, este dato se lo debe considerar al momento de comercializar los productos, sin embargo la cantidad de centros comerciales no es muy amplia como la de almacenes, por lo que si el producto se lo introduce adecuadamente en almacenes se puede lograr superar las expectativas inclusive de los centros comerciales.

En la tabla N° 16 con la combinación de las preguntas de los lugares de preferencia para adquirir las prendas de vestir y los medios por los cuales les

gustaría adquirir las prendas podemos determinar estrategias para la comercialización de una forma más directa.

Tabla N° 18 Combinación de Preguntas 5 y 6

Combinación Pregunta 5 y Pregunta 6			¿Por que medios le gustaría adquirir sus prendas de vestir?		
			Internet	Teléfono	Catalogo
¿En que lugares compra su vestimenta?	Almacén	125	56	2	67
	Centro Comercial	241	86	3	152
	Boutique	18	2	5	11

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ricardo Cuamacás

Los resultados de la combinación de las preguntas 5 y 6 muestran que el 60%, es decir 230 personas que adquieren prendas de vestir en los diferentes lugares les gustaría adquirir prendas de vestir mediante un catálogo, esto se debe básicamente a la facilidad que brinda un catálogo para escoger varios diseños, colores e inclusive accesorios, el catálogo es más ilustrativo ya que muestra la prenda en su totalidad y la muestra como luce cuando la persona la usa, sin embargo MAGAJEP, deberá utilizar una estrategia de catálogo electrónico para llegar a más personas en un menor costo para la empresa, con un sistema de pedidos en línea o utilizando herramientas de internet para lograr que la persona realice su compra inclusive desde la comodidad de su hogar.

Pregunta número 6

¿Por qué medios le gustaría adquirir sus prendas de vestir?

Tabla N° 19 Pregunta N° 6

6	¿Por que medios le gustaría adquirir sus prendas de vestir?	%	Valor
	Internet	38%	144
	Teléfono	3%	10
	Catalogo	60%	230
		100%	384

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ricardo Cuamacás

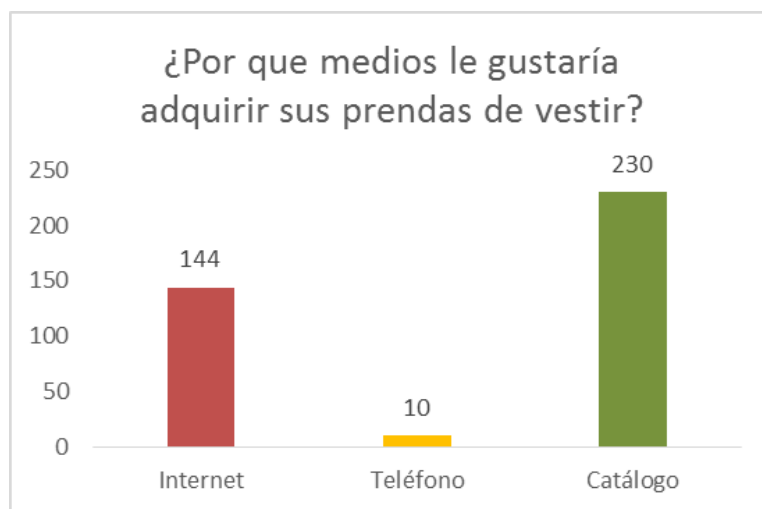


Gráfico 6 Pregunta N° 6

Fuente: Tabla N° 17

Elaborado por: Ricardo Cuamacás

Los resultados permiten determinar los medios por los cuales la empresa MAGAJEP debe comercializar sus productos. Mediante un catálogo se puede dar a conocer de una forma mucho más visual las prendas de vestir a los clientes, genera más probabilidades de compra, ya que las personas tienden a escoger más de una prenda de un catálogo, dados los resultados de esta pregunta que indican que 230 personas les gustaría comprar por catálogo, MAGAJEP centrará sus esfuerzos en generar catálogos electrónicos de las colecciones que se elaboren.

Pregunta número 7

¿Cuál es el sector de su preferencia para comprar prendas de vestir de calidad?

Tabla N° 20 Pregunta N° 7

	¿Cual es el sector de su preferencia para comprar prendas de vestir de calidad?	%	Valor
7	Norte	39%	148
	Sur	13%	49
	Centro	18%	69
	Valles	31%	118
		100%	384

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ricardo Cuamacás

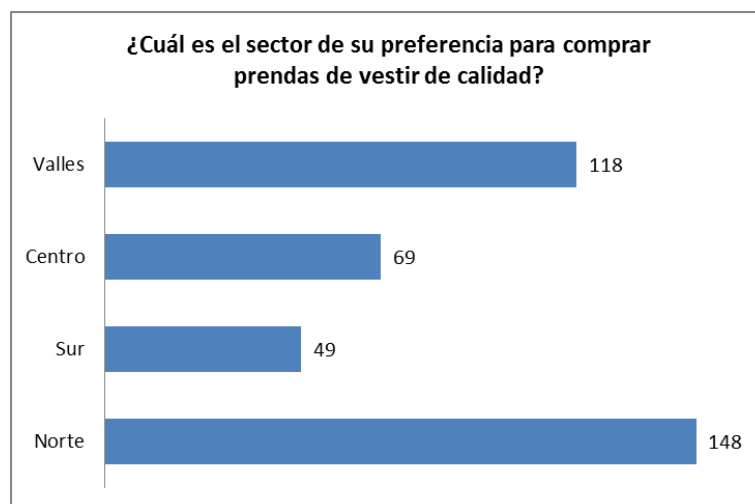


Gráfico 7 Pregunta N° 7

Fuente: Tabla N° 18

Elaborado por: Ricardo Cuamacás

Una prenda de vestir de calidad es diferenciada y se la debe introducir en lugares donde su comercialización sea aceptada, en el sector norte y valles de la ciudad de Quito, es donde principalmente se adquieren prendas de calidad, ya que existe variedad de almacenes y centros comerciales. MAGAJEP deberá buscar en estos sectores almacenes estratégicos donde las prendas puedan ser comercializadas.

Pregunta número 8

¿Qué línea de prendas de vestir es la que más adquiere?

Tabla N° 21 Pregunta N° 8

	¿Que línea de prendas de vestir es la que mas adquiere?	%	Valor
8	Formal	7%	26
	Casual	46%	178
	Deportiva	47%	180
		100%	384

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ricardo Cuamacás

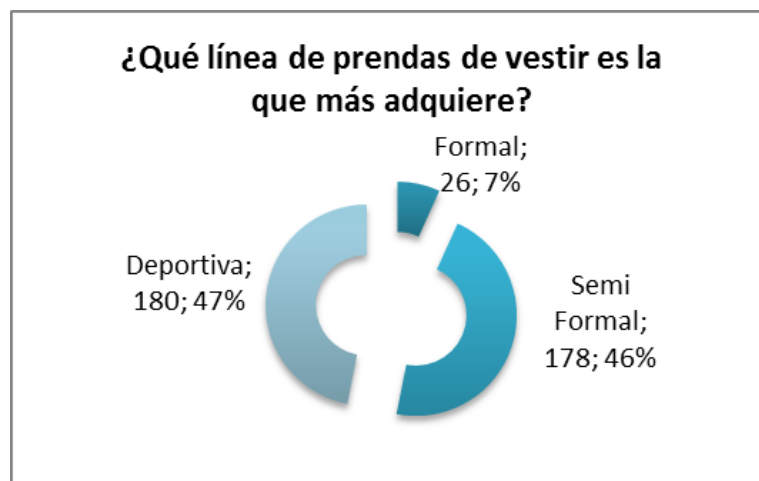


Gráfico 8 Pregunta N° 8

Fuente: Tabla N° 19

Elaborado por: Ricardo Cuamacás

Los resultados determinan las principales líneas de prendas de vestir en las que debe centrar sus esfuerzos la empresa, mediante el análisis de esta pregunta podemos observar que existe una tendencia súper alta por las prendas de vestir deportivas, seguida muy de cerca por las prendas casuales. Estos deben ser los parámetros de arranque para MAGAJEP, respecto a las líneas de confección en las cuales debe trabajar la empresa, los cuales deben trabajarse combinados a la capacidad de producción por cada una de las líneas mencionadas.

La tabla N° 20 muestra la combinación de las preguntas de las líneas de prendas de vestir que más adquieren las mujeres y los rangos de edades, en función de

estos resultados se podrán determinar estrategias para la confección de líneas de prendas de acuerdo a los rangos de edad.

Tabla N° 22 Combinación de Preguntas 8 y 2

Combinación Pregunta 8 y Pregunta 2			¿Cuál es su edad?		
			Entre 12 a 24	Entre 25 a 37	Entre 38 a 50
¿Qué línea de prendas de vestir es la que más adquiere?	Formal	26	3	18	5
	Casual	178	52	115	11
	Deportiva	180	29	132	19

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ricardo Cuamacás

La tendencia es bastante diferenciada por la ropa deportiva y la casual en las edades comprendidas entre 25 a 37 años, con esta información MAGAJEP tiene dos variables que le permitirán tener un enfoque de producción diferenciado en función de las edades analizadas.

Pregunta número 9

¿Qué línea de prendas de vestir es la que más adquiere?

Tabla N° 23 Pregunta N° 9

	¿Cuántas prendas de vestir adquiere en el mes?	%	Valor
9	Una	14%	53
	Dos	29%	112
	Tres	40%	153
	Cuatro	10%	37
	Cinco	5%	18
	Seis o Mas	3%	11
		100%	384

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ricardo Cuamacás

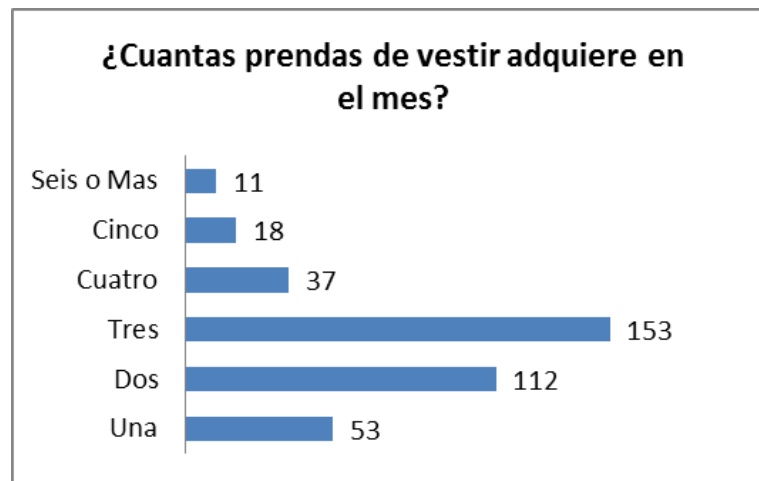


Gráfico 9 Pregunta N° 9

Fuente: Tabla N° 21

Elaborado por: Ricardo Cuamacás

Para poder calcular la demanda insatisfecha en unidades es necesario determinar cuál es la cantidad de consumo en prendas de vestir que tienen las mujeres en la ciudad de Quito. 153 Personas que corresponde al 40% indican que su consumo al mes de prendas de vestir es de 3 prendas, esto corresponde a la mayoría de mujeres encuestadas.

112 mujeres encuestadas que representan el 29% indicaron que compran como mínimo 2 prendas al mes, si tomamos como factor de consumo 3 prendas, podremos determinar la demanda de estos productos en función de la población a la cual la empresa pretende llegar y la demanda insatisfecha de acuerdo a esta población. Sin embargo para poder calcular la demanda total insatisfecha se considerara todas las cantidades que se adquieren en función de un mes.

Pregunta número 10

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una prenda de vestir de calidad?

Tabla N° 24 Pregunta N° 10

	¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una prenda de vestir de calidad?	%	Valor
10	\$ 20	22%	83
	\$ 30	71%	273
	\$ 40	7%	28
		100%	384

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ricardo Cuamacás

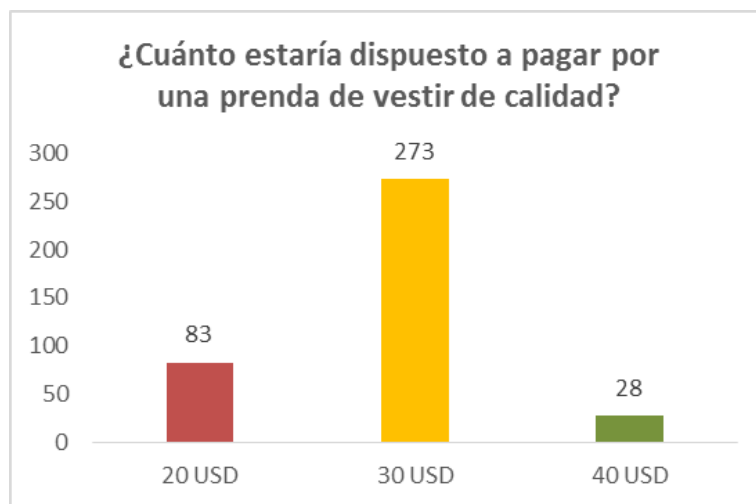


Gráfico 10 Pregunta N° 10

Fuente: Tabla N° 22

Elaborado por: Ricardo Cuamacás

Esta pregunta ayudará a MAGAJEP a determinar los valores promedios en los cuales debe trabajar para las diferentes prendas de vestir, considerando el resultado de las respuestas de esta pregunta la estrategia de precios de MAGAJEP, no deberá exceder el precio que las clientes están dispuestas a pagar por una prenda de vestir.

Existen muchas variables a determinar para poder conseguir un valor estándar en una prenda de vestir, tanto en los costos de la materia prima, la complejidad de la

prenda que se transforma en tiempo de producción, esta pregunta está planteada para poder determinar hasta cuanto estarían dispuestas las clientes a pagar por una prenda de vestir de calidad. Este valor será un valor referencial para determinar los costos y poder tener un mayor poder ante la competencia.

La tabla N° 23 muestra la combinación de las preguntas de la cantidad de prendas que adquieren en el mes y el valor que estarían dispuestas a pagar por las prendas de vestir podemos observar la cantidad total de potenciales clientes que estarían dispuestas a adquirir una prenda al costo de \$30, también podemos observar en qué porcentaje las personas que respondieron que su consumo es de 3 prendas al mes, estarían dispuestas a pagar el valor promedio de \$30.

Tabla N° 25 Combinación Preguntas 9 y 10

Combinación Pregunta 9 y Pregunta 10			¿Cuanto estaría dispuesto a pagar por una prenda de vestir de calidad?		
			\$ 20	\$ 30	\$ 40
¿Cuántas prendas de vestir adquiere en el mes?	Una	53	14	26	13
	Dos	112	32	58	22
	Tres	153	41	96	16
	Cuatro	37	8	16	13
	Cinco	18	10	5	3
	Seis o Mas	11	3	0	8

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Ricardo Cuamacás

Esta combinación nos muestra que 200 potenciales clientes que representan el 52% de la población encuestada estarían dispuestas a adquirir una prenda de calidad a un valor promedio de \$30, nos muestra también que de las 153 personas que respondieron que su consumo es de 3 prendas al mes 96 personas que representan el 63% de este grupo si estarían dispuestas a consumir un producto de calidad a un valor promedio de \$30.

Pregunta número 11

¿Cuál es el factor que incide mayormente cuando usted compra una prenda de vestir?

Tabla N° 26 Pregunta N° 11

	¿Cual es el factor que incide mayormente cuando usted compra	%	Valor
11	Calidad	28%	108
	Precio	43%	164
	Moda	29%	112
		100%	384

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ricardo Cuamacás

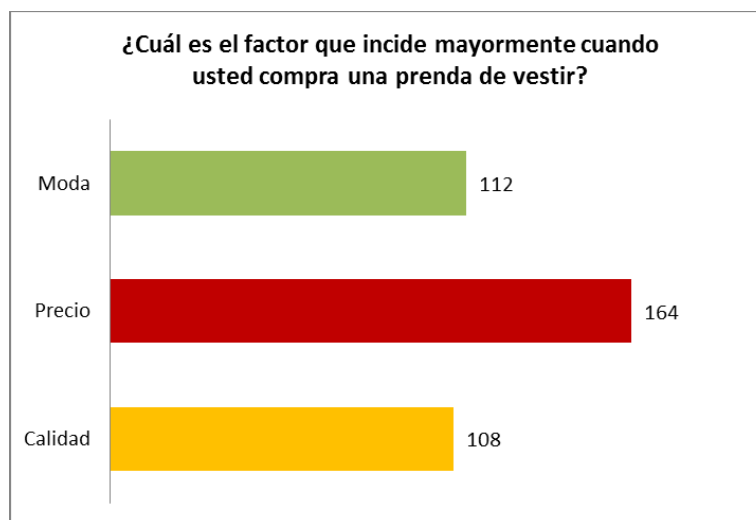


Gráfico 11 Pregunta N° 11

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Ricardo Cuamacás

Esta pregunta ayudará a MAGAJEP a determinar la inclinación de los clientes por tres variables que son imprescindibles cuando se trata de introducir productos como la vestimenta al mercado.

Las variables de esta pregunta son bastante similares, nos muestran datos bastante alineados, lo que nos indica que a pesar de tener una tendencia un poco elevada

por el precio, es decir que 164 encuestadas indicaron que lo que incide al momento de comprar una prenda es el precio.

Las variables de calidad y moda no están muy lejos de la variable del precio. Esto nos indica que MAGAJEP, debe trabajar y centrar sus esfuerzos en todas las variables analizadas.

La Moda.- es un factor decisivo, sobre todo en las mujeres, ellas siempre buscan vestir lo último en el mercado y cuando alguna prenda ya está descontinuada o ya es adquirida por varias personas salen en busca de las últimas prendas en el mercado.

La Calidad.- La mujer de hoy gusta de vestir prendas de calidad, fabricadas con telas e insumos que cubran sus expectativas y que sean diferenciadas de las prendas tradicionales.

El Precio.- Este factor siempre será una variable súper crítica y decisiva, esto se debe a la gran competencia que existe en este ámbito de negocio y a la situación económica actual que vive nuestro país.

Pregunta número 12

¿Cómo le gustaría que se le diera a conocer las prendas de vestir?

Tabla N° 27 Pregunta N° 12

	¿Cómo le gustaría que se le diera a conocer las prendas de vestir?	%	Valor
12	Volantes	13%	48
	Revistas	24%	92
	Catalogo Electrónico	31%	119
	Catalogo Impreso	33%	125
		100%	384

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ricardo Cuamacás

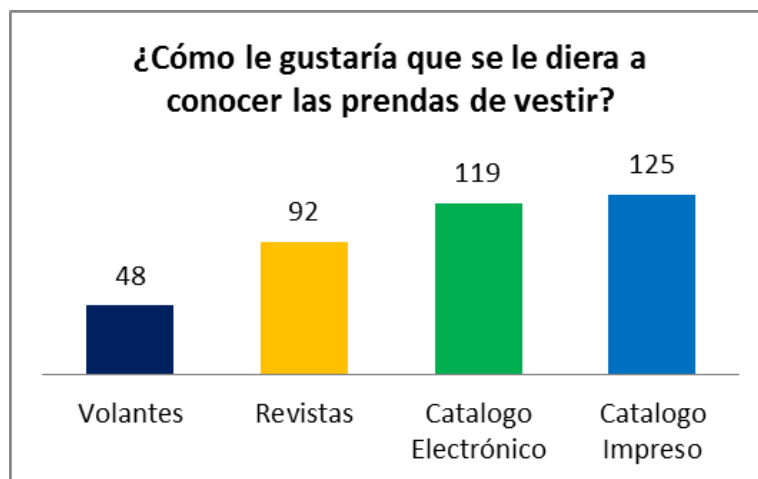


Gráfico 12 Pregunta N° 12

Fuente: Tabla N° 25

Elaborado por: Ricardo Cuamacás

A pesar de que la tecnología nos brinda muchas facilidades mediante el análisis de esta pregunta y de sus variables, podemos observar que la mayoría 125 personas encuestadas que representan el 33%, prefieren conocer el producto por un catálogo impreso, sin embargo la tendencia por el catálogo electrónico también presenta una gran aceptación por lo que sería la estrategia que MAGAJEP, debería analizar para dar a conocer el producto, generando un bajo costo.

Cálculo de la Demanda

Para poder determinar la demanda de las prendas de vestir de MAGAJEP, en la ciudad de Quito, es necesario trabajar con los datos que arrojaron las encuestas, de esta forma podremos saber cuál es la proyección que debe tener la empresa.

La demanda está en función de una serie de factores, como son la necesidad real que se tiene del bien o servicio, su precio, el nivel de ingreso de la población, y otros, por lo que en el estudio habrá que tomar en cuenta información proveniente de fuentes primarias y secundarias, de indicadores econométricos. Para determinar la demanda se emplean herramientas de investigación de mercado, a la que se hace referencia en otras partes (básicamente investigación estadística e investigación de campo). (Baca Urbina, 2010, pág. 15)

Tabla N° 28 Demanda

Tiempo	Respuestas (%)	Cantidad	Periodicidad	Cantidad Anual
Una	14%	89.636	12	1.075.629
Dos	29%	189.419	12	2.273.027
Tres	40%	258.760	12	3.105.117
Cuatro	10%	62.576	12	750.911
Cinco	5%	30.442	12	365.308
Seis o Mas	3%	18.604	12	223.244
TOTAL	100%	649.436		7.793.236

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ricardo Cuamacás

Para establecer la demanda actual del producto se tomó en cuenta la cantidad de prendas que los clientes consumen en un mes en base a la investigación de campo realizada, en la columna 2 de la tabla se muestra el porcentaje que corresponde a la cantidad de personas encuestadas que respondieron que compran prendas mensuales en los valores indicados en la columna 1, la cantidad mensual está calculada con el tamaño de la población demográfica a la cual la empresa pretende llegar, es decir a las 708.476 mujeres comprendidas entre las edades de 12 a 50 años, este valor se lo multiplico por el porcentaje de mujeres que respondieron afirmativamente a la pregunta de si estaría dispuesta a adquirir prendas de calidad de marca Ecuatoriana, con estos datos y el porcentaje de respuestas en cada uno

de los casos se estableció la cantidad de demanda al año, dándonos un resultado de 7'793.236 prendas que se consumen en la ciudad de Quito. Con este dato realizaremos la proyección de la demanda.

Cálculo

La cantidad de personas que respondieron que compran una prenda al mes es de 53 el total de personas es de 384, calculamos el porcentaje que representan estas 53 personas y da como resultado el 14%

La población objetivo a donde está enfocada la empresa son 708.476 mujeres comprendidas en las edades de 12 a 50 años.

La cantidad de mujeres que contestaron afirmativamente a la pregunta 3 ¿Estaría dispuesta a adquirir prendas de vestir de calidad de marca Ecuatoriana? Son 352 mujeres de un total de 384, esto representa el 92% de aceptación.

Finalmente se realiza el cálculo para poder determinar la demanda potencial en función del porcentaje de mujeres que compran las diferentes cantidades establecidas en la pregunta número 3.

$$Q = 708476 * 92\% * 14\% = 89636$$

Para el cálculo de la demanda anual se multiplica cada uno de los valores por los 12 meses del año y se obtiene la demanda total, que corresponde a 7'793.236 prendas de vestir.

Proyección de la Demanda

Para la proyección de la demanda se toma como punto de partida la demanda calculada y se la proyecta en función de la tasa de crecimiento poblacional, dato obtenido de la fuente del (INEC, 2016), la que actualmente tiene como referencia una tasa de crecimiento del 2,18% para el cantón Quito.

Tabla N° 29 Proyección de la Demanda Unidades

Año	Periodo	Demanda	Tasa de Crecimiento	Demanda Total
2016	0	7.793.236	2,18%	7.793.236
2017	1	7.793.236	2,18%	7.963.129
2018	2	7.793.236	2,18%	8.136.725
2019	3	7.793.236	2,18%	8.314.105
2020	4	7.793.236	2,18%	8.495.353
2021	5	7.793.236	2,18%	8.680.552

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Ricardo Cuamacás

Como muestra el cálculo realizado, la proyección de la demanda para el quinto año es de 8'680.552 prendas de vestir. Este cálculo está realizado basándonos en la tasa de crecimiento poblacional de la ciudad de Quito.

Tabla N° 30 Proyección de la Demanda en USD

Año	Periodo	Demanda	Valor UNI en USD	Demanda USD
2016	0	7.793.236	\$ 30	\$ 233.797.080
2017	1	7.963.129	\$ 30	\$ 238.893.856
2018	2	8.136.725	\$ 30	\$ 244.101.742
2019	3	8.314.105	\$ 30	\$ 249.423.160
2020	4	8.495.353	\$ 30	\$ 254.860.585
2021	5	8.680.552	\$ 30	\$ 260.416.546

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Ricardo Cuamacás

Para realizar el cálculo de la demanda en dólares nos basaremos en los datos obtenidos en la encuesta, tomando como referencia la pregunta número 10 en la cual se identificó que el precio que la mayoría de personas estarían dispuestas a pagar es de \$30 por una prenda de vestir de calidad, este dato se ve respaldado con los datos establecidos por el INEC, donde se indica que:

De acuerdo a la Encuesta de Condiciones de Vida Quinta Ronda (ECV); a nivel nacional el gasto mensual en prendas de vestir y calzado en las zonas urbanas representa el 4,83% del gasto total de consumo y más del 50% de los hogares a nivel nacional si realizan este tipo de gasto, destinando en promedio 75 dólares por concepto de prendas de vestir (excluyendo uniformes escolares). (Carrillo, 2010)

Cálculo de la Oferta

El propósito que se persigue mediante el análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o un servicio. (Baca Urbina, 2010, pág. 41)

Para calcular la oferta y debido a que no existen datos específicos de la ciudad de Quito y las empresas que ofertan este tipo de productos, se procede a realizar el cálculo tomando como punto de partida el porcentaje de participación que tiene la fabricación de prendas de vestir dentro de la industria textil en el Ecuador.

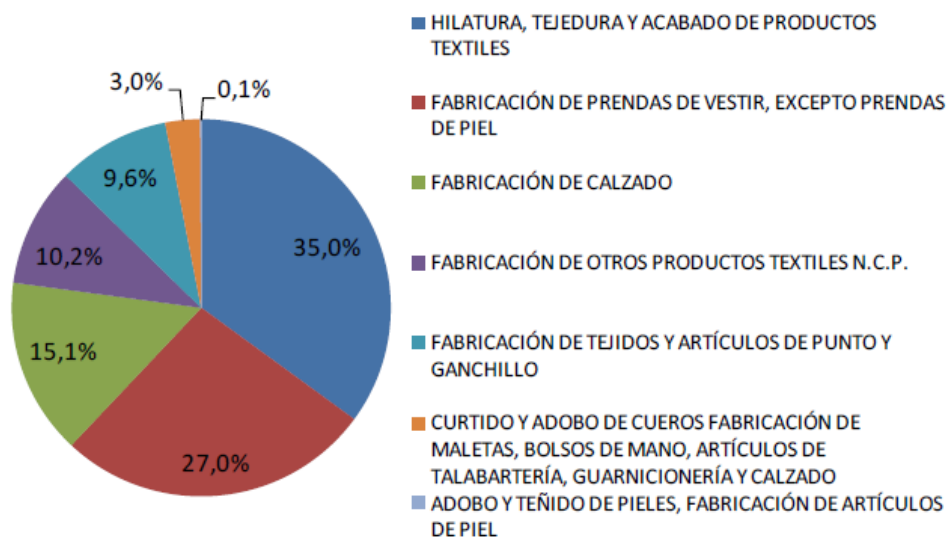


Gráfico 13 Producción Fabricación de Productos Textiles

Fuente: (INEC, 2016)

Elaborado por: Ricardo Cuamacás

Según el Gráfico de fabricación de productos textiles se procederá a realizar el cálculo de la oferta utilizando el valor del porcentaje de participación del 27%, esto se calculara en función de la demanda establecida para este trabajo investigativo.

Tabla N° 31 Proyección de la Oferta

Demanda Total		% Oferta	Oferta Anual Unidades	Oferta Anual USD
Demanda Anual	7.793.236	27%	2.104.174	\$ 63.125.212

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Ricardo Cuamacás

Proyección de la Oferta

Para realizar una proyección adecuada de la oferta nos basaremos en la tasa de variación del PIB en la industria manufacturera, para lo cual procedemos a determinar una tasa promedio de los valores hallados en la investigación en el Banco Central del Ecuador.

Tabla N° 32 Tasa de Variación del PIB

TASAS DE VARIACIÓN ANUAL	
Año	Industria Manufacturera
2004	2,6
2005	6,4
2006	4,9
2007	4,1
2008	9,2
2009	-1,5
2010	5,1
2011	5,8
2012	3,4
2013 (SD)	5,6
2014 (P)	3,0
2015 (PRE)	1,6
Tasa Promedio	4,2

(SD) Semi-definitivo

(P) Provisional

(PRE) Preliminar, sumatoria de Cuentas Nacionales Trimestrales

Fuente: (Banco Central del Ecuador, BCE, 2016)
Elaborado por: Ricardo Cuamacás

Para realizar este cálculo tomaremos el valor de la tasa promedio que es de 4,17% y aplicaremos siguiente fórmula para poder calcular la proyección de la oferta para los siguientes periodos.

$$Pf = Po(1 + i)^2$$

Tabla N° 33 Proyección de la Oferta

Año	Periodo	Oferta Inicial	Tasa de Crecimiento	Oferta Total
2016	0	2.104.174	4,17%	2.104.174
2017	1	2.104.174	4,17%	2.191.918
2018	2	2.104.174	4,17%	2.283.321
2019	3	2.104.174	4,17%	2.378.535
2020	4	2.104.174	4,17%	2.477.720
2021	5	2.104.174	4,17%	2.581.041

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Ricardo Cuamacás

Demanda Insatisfecha

La demanda insatisfecha es la diferencia entre la demanda y la oferta, de acuerdo al cálculo se determinara si existe una demanda que pueda ser cubierta con el plan propuesto, para poder determinar la demanda insatisfecha es necesario calcularla en función de los datos obtenidos.

Con la información obtenida se procede a realizar el balance demanda-oferta, es decir, la determinación de la demanda insatisfecha, que consiste en la diferencia entre la demanda y la oferta potenciales, es decir:

$$\text{DEMANDA INSATISFECHA} = \text{DEMANDA POTENCIAL} - \text{OFERTA POTENCIAL}$$

Si esta diferencia resulta negativa, entonces se considera que el mercado tiende a ser desfavorable. Si resulta positiva, se considera que el mercado del producto o servicio puede ser favorable, y entonces se procede a determinar la demanda objetivo del proyecto. (Miguel, 2001, pág. 98)

Tabla N° 34 Demanda Insatisfecha

Años	Demanda Total	Oferta Total	Demanda Insatisfecha
2016	7.793.236	2.104.174	5.689.062
2017	7.963.129	2.191.918	5.771.211
2018	8.136.725	2.283.321	5.853.404
2019	8.314.105	2.378.535	5.935.570
2020	8.495.353	2.477.720	6.017.633
2021	8.680.552	2.581.041	6.099.510

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Ricardo Cuamacás

El cálculo de la demanda insatisfecha nos muestra que existe una gran cantidad de mercado el cual está listo para ser un consumidor de los productos de MAGAJEP. Por tanto es necesario determinar cuál será el porcentaje de esta demanda insatisfecha que cubrirá la empresa MAGAJEP en prendas de vestir.

Tabla N° 35 Cantidad de la Demanda a Cubrir

Demanda Insatisfecha	% Demanda a Cubrir	Cantidad a Cubrir
5.689.062	0,025%	1422
5.771.211	0,025%	1443
5.853.404	0,025%	1463
5.935.570	0,025%	1484
6.017.633	0,025%	1504
6.099.510	0,025%	1525

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Ricardo Cuamacás

La empresa MAGAJEP, pretende cubrir un 0,025% de la demanda insatisfecha, para lo cual se muestra la siguiente proyección durante los siguientes periodos. El porcentaje de la demanda que se pretende cubrir es debido a la capacidad instalada de la empresa, ya que en el arranque solo estará en la capacidad de responder a 98 prendas por día, usando la capacidad instalada al 90% si le multiplicamos por la cantidad de días laborables en el mes nos da que podríamos cubrir 1960 unidades, pero debido al arranque de la empresa no se podrá usar la capacidad total instalada por tanto la empresa estará en la capacidad de trabajar al 70% de su capacidad esto en prendas representa 1489 prendas de vestir al mes.

2.1.3 Necesidades que cubre.

MAGAJEP, cubre una de las necesidades básicas para el ser humano, la vestimenta, en este caso enfocados en la mujer, las mujeres desde muy pequeñas gustan de vestir a la moda. La tendencia cambiante que tiene la moda femenina es muy alta, las mujeres buscan vestir siempre diferente, con modelos actuales que satisfagan sus necesidades.

Existen gran variedad de ropa femenina, pero muy poca cubre las necesidades de las mujeres, MAGAJEP, pretende llegar a sus clientes con diseños novedosos, nuevos y originales, que satisfagan los gustos de la mujer de hoy pero que al mismo tiempo cubran una necesidad de calidad, la cual es una necesidad constante en nuestro medio y por la cual muchas mujeres prefieren comprar su ropa en mercados internacionales o a su vez comprar marcas internacionales que se comercializan en nuestro país.

2.2 DEFINICIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

2.2.1 Especificación del Servicio o Producto.

Los productos de MAGAJEP, serán diseñados y confeccionados bajo los más altos estándares de calidad y utilizando materias primas de calidad como las marcas reconocidas del mercado, para garantizar su durabilidad.

La moda femenina tiene una diversidad muy amplia, por lo que los productos de MAGAJEP serán diversos.

Entre los principales productos que ofrece MAGAJEP, están los siguientes:

Ropa deportiva

La cultura deportiva ha penetrado en la vida diaria, siendo un punto de referencia. Así, el tiempo social y la percepción del espacio están marcados por el deporte, las compras de ropa, automóviles, incluso estancias turísticas se realizan utilizando parámetros relacionados con el deporte. (Desbordes, 2001)

Las mujeres de hoy les gusta verse y sentirse bien y parte fundamental de eso es el deporte, la participación de las mujeres a aumentado en todos los campos del deporte, hoy en día no es nada novedoso ver a una mujer disputando un partido de vóley o a todo un equipo preparándose un domingo por la mañana para saltar a la cancha a un encuentro de fútbol. Por eso MAGAJEP dentro de sus productos ofrecerá una línea deportiva bastante colorida y novedosa a sus clientes.

Tabla N° 36 Especificaciones Prendas Deportivas

Ejemplo	Marca	Producto	Característica	Beneficios del Producto
Diseño Sport MAGAJEP			<p>Diseño diferenciado, la manga de la chompa tiene un diseño que permite introducir el dedo pulgar, lo que le da una sensación diferente y evita que la prenda se corra al momento de hacer ejercicio.</p>	<ul style="list-style-type: none"> * Producto novedoso y elegante * Bajo costo en relación a marcas reconocidas * Producto de alta calidad * Producto con logos reflectivos, tanto en la licra como en la chompa
Diseño Sport MARATHON			<p>Diseño de licra normal, bastante básico y sin logotipos, chompa de material impermeable, diseño bastante recto que no se acopla al cuerpo de la deportista</p>	<ul style="list-style-type: none"> * Materia prima de muy buena calidad
Diseño Sport KAO			<p>Chompa con modelo rompe viento, básica y de modelo común, licra de material resistente, sin logotipos</p>	<ul style="list-style-type: none"> * Material de la licra es resistente y se acopla muy bien al cuerpo de la persona.

Fuente: Investigación Propia
 Elaborado por: Ricardo Cuamacás

Ropa Formal

El código de vestimenta formal aplica para eventos más serios y elegantes como por ejemplo un matrimonio, el aniversario de una empresa o una pareja etc., o cualquier reunión en la que sus organizadores consideren que los invitados deben ir muy bien vestidos. (UNCOMO, 2016)

Eventos sociales, reuniones con amigos y amigas, reuniones de trabajo y muchos compromisos más hacen que la mujer de hoy requiera de vestimenta formal, es muy común ver conversar a las mujeres sobre que vestido usare cuando se presenta un compromiso social.

Las mujeres de hoy siempre buscan productos diferentes que las hagan sentirse y verse hermosas cuando hay un compromiso social, es por eso que siempre buscarán un diseño que cumpla con sus expectativas y las convierta en el centro de atención de toda reunión o evento social.

MAGAJEP, pensando en la mujer de hoy desarrollará una línea de ropa formal exclusiva para la mujer, dándole esa exclusividad y elegancia que la mujer busca al momento de adquirir una prenda de vestir para un compromiso social.

Tabla N° 37 Especificaciones Prendas Formales

Ejemplo	Marca	Producto	Característica	Beneficios del Producto
Diseño Formal MAGAJEP			Diseño elegante que se ajusta al cuerpo, diseño que cubre los brazos de la mujer, con un cuello en forma de V que cae hacia el frente mostrando mayor elegancia, como si estuviera usando una bufanda sobre el vestido	<ul style="list-style-type: none"> * Producto elaborado en tela fina que se ajusta a la forma del cuerpo * Bajo costo en relación a marcas reconocidas * Producto de alta calidad
Diseño Formal De Prati			Diseño recto con cuello redondo de manga corta, tiene la opción para usar cinturón	* Ideal para ambientes cálidos
Diseño Formal ETAFASHION	ETAFASHION.COM		Vestido plano con combinación de dos colores de cuello redondo y manga corta	Se lo puede usar en el día o en la noche

Fuente: Investigación Propia
 Elaborado por: Ricardo Cuamacás

Ropa Casual

La ropa casual es la ropa informal: es decir, aquella que se utiliza en contextos que no exigen el respeto de un código de vestimenta formal. A la hora de escoger ropa casual para vestirse, por lo tanto, una persona no se ata a criterios rígidos de elegancia ni se preocupa por lograr un aspecto de seriedad. (Definicion.de, 2014)

La ropa casual debe tener mayor variedad, deben ser cómodas, y deben ser atractivas ya que son prendas que las mujeres usan en diversas actividades en el día a día.

MAGAJEP, pensando en la mujer de hoy desarrollará una línea de prendas de vestir casual, esta línea debe tener una mayor innovación y debe ser muy cambiante, ya que debe estar alineado a lo que la mujer busca para su uso diario

Tabla N° 38 Especificaciones Prendas Casuales

Ejemplo	Marca	Producto	Característica	Beneficios del Producto
Diseño Casual MAGAJEP			Blusas modernas, con diseños y colores diferentes, las blusas de MAGAJEP, son productos que se diferencian por su elegancia, su diseño y sus atractivos colores, combinación de mangas estilo campana, con tela fina y estilizada	<ul style="list-style-type: none"> * Producto diferenciado en su diseño, mangas, cuellos y cintura * Bajo costo en relación a marcas reconocidas * Producto de alta calidad
Diseño Casual De Prati		 Blusa Expressions polka dots azul marino \$34.60	Blusa negra de manga larga, cuello en V	Producto elaborado con tela de buena calidad
Diseño Casual ETAFASHION	ETAFASHION.COM	 Blusa casual manga larga 35.000 \$	Blusa elaborada con tela licra y randa, de manga larga y cuello redondo.	Ideal para el día o para una mañana de calor

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Ricardo Cuamacás

2.2.2 Aspectos innovadores (diferenciadores) que proporciona.

La principal característica diferenciadora de los productos de MAGAJEP, está centrada en el precio de sus productos, ya que se compara en calidad con las marcas más reconocidas del mercado, pero su precio es más competitivo.

Características que hacen la diferencia frente a la competencia

Variedad en diseños innovadores y cambiantes de acuerdo a la tendencia de la moda

Precio competitivo menos del 22% en relación a su competidor más cercano.

Flexibilidad de entrega de los productos, ya que se cuenta con talleres de maquila capacitados bajo los estándares de calidad de MAGAJEP.

Diversificación de modelos adaptados a los requerimientos del cliente y basados en el seguimiento realizado a nuestros clientes consumidores finales y almacenes.

2.2.3 Presentación del Servicio o Producto.

Los productos de MAGAJEP, serán cuidadosamente empacados y etiquetados previo a ser entregados al cliente, algunos aspectos a considerar antes de realizar la entrega al cliente:

- Serán identificados con la marca MAGAJEP en su empaque.
- Contarán con etiqueta cosida en la prenda
- Su empaque será individual o masivo dependiendo el requerimiento del cliente
- La entrega será negociada en el contrato, sin embargo MAGAJEP dispondrá en primera instancia de servicio de entrega en el punto donde el cliente requiera las prendas, por medio de envíos a los distintos puntos de la ciudad.
- La garantía que MAGAJEP ofrecerá a sus prendas es una garantía extendida, la cual el cliente podrá hacer uso posterior a la entrega de las prendas, las mismas que serán reemplazadas sin costo alguno siempre y cuando se evidencie la responsabilidad de MAGAJEP.

- MAGAJEP, realizará encuestas de satisfacción a nuestros clientes en almacenes e inclusive a los consumidores finales para obtener una retroalimentación de sus productos y poder aplicar el principio de mejora continua.
- Todas las prendas de MAGAJEP, Contarán con el logotipo de la marca colocado dependiendo el tipo de prenda en diferentes materiales, para las prendas deportivas se hará énfasis en la colocación de los logotipos en material foto luminiscente, que permita una distinción especial en horas de la noche.

2.2.4 Precio del Producto o Servicio

Para manejar una estrategia de precios diferenciadora de la competencia MAGAJEP, trabajará mediante una estrategia que sea de interés para sus clientes. Los precios para los diferentes productos de MAGAJEP se los calculará de acuerdo al tipo de producto, para obtener una aceptación del producto la empresa se enfocará en sus costos los cuales deben ser competitivos con marcas reconocidas del mercado, pero deben ofrecer un producto de calidad, para esto se realizó un análisis detallado del costo del producto, considerando como base un modelo en la línea deportiva.

Para determinar el costo del producto tomamos como punto de partida la cantidad que la empresa va a producir de cada tipo de prenda.

MAGAJEP tiene una base integral en esta base se ingresa toda la información para los diferentes modelos que se va a producir, en la tabla que se muestra a continuación están las cantidades de un modelo deportivo clasificadas por tallas, esto sirve como punto de partida para calcular la diferente materia prima y los insumos necesarios para la producción.

Tabla N° 39 Pedido del Cliente x Tallas

Pedido Cliente		Pedidos Extras		Combinados		
Tallas	Cantidad	Extras	Totales	NEGRO/TURQUESA	GRIS/NEGRO	NEGRO/GRIS
EP			0	0	0	0
P	25		25	8	11	6
M	25		25	8	11	6
G	25		25	8	11	6
EG	25		25	8	11	6
EEG			0	0	0	0
0			0	0	0	0
0			0	0	0	0
0			0	0	0	0
			0	0	0	0
TOTAL	100	0	100	32,0	44,0	24,0

Fuente: Investigación Propia
 Elaborado por: Ricardo Cuamacás

La tabla muestra que la producción total de este conjunto es de 100 los cuales estarán divididos en tallas y posteriormente en colores, hay 4 tallas que se confeccionarán de este modelo: P (Pequeña) – M (Mediana) – G (Grande) – EG (Extra Grande), cada una se producirá en una cantidad de 25 unidades, el cuadro de colores nos indica cuantos conjuntos se elaborarán por cada color o combinado de color, en función de las tallas solicitadas por el cliente.

En la base integral se ingresa los tipos de tela necesarios para la confección y sus respectivos costos con esto y la cantidad de producción de la prenda se calcula cuánto dinero es necesario para poder comprar las telas.

Tabla N° 40 Materia Prima Telas Para Producción

Materia Prima									
Telas Principales	Nombre de Material	Color	Cantidad	% de Riesgo	% Riesgo + Cantidad	Producción	Total Material a Utilizar	Costo Metro	Total Fondos
T.P-1	STEPWAY	NEGRO	1,35	0,07	1,42	32	45,36	\$ 9,38	\$ 425,48
T.P-2	STEPWAY	GRIS JASPEADO	1,35	0,07	1,42	44	62,37	\$ 9,38	\$ 585,03
T.P-3	STEPWAY	NEGRO	1,35	0,07	1,42	24	34,02	\$ 9,38	\$ 319,11
COMB-1	STEPWAY	TURQUESA-JASPE	0,23	0,01	0,24	32	7,73	\$ 9,38	\$ 72,49
COMB-2	STEPWAY	NEGRO	0,23	0,01	0,24	44	10,63	\$ 9,38	\$ 99,67
COMB-3	STEPWAY	GRIS JASPEADO	0,23	0,01	0,24	24	5,80	\$ 9,38	\$ 54,37
FORRO-1	hatlos	negro	0,30	0,02	0,32	32	10,08	\$ 4,70	\$ 47,38
Total Materia Prima									\$ 1.603,52

Fuente: Investigación Propia
 Elaborado por: Ricardo Cuamacás

Para la producción del conjunto MABEL en una cantidad de 100 unidades se requiere de \$ 1603.52 para la compra de telas.

De la misma forma se ingresan los insumos que serán necesarios en la confección de la prenda.

Tabla N° 41 Detalle de Insumos

INSUMOS											
Insumos	Nombre del Insumo	Descripción	Color	Medida y Numé	Cantidad x Prer	% de Riesgo	% Riesgo + Cantid	Producción	Total Material a Utiliz	Costo Metro Unida	Total Fondos
Cierre Abierto Del 1	CIERRE NYLON	SEMI INVISIBLE	NEGRO	60CM N-5	1		1	32	32	\$ 0,50	\$ 16,00
Cierre Abierto Del 2	CIERRE NYLON	SEMI INVISIBLE	NEGRO	60CM N-5	1		1	44	44	\$ 0,50	\$ 22,00
Cierre Abierto Del 3	CIERRE NYLON	SEMI INVISIBLE	NEGRO	60CM N-5	1		1	24	24	\$ 0,50	\$ 12,00
Hilo P 1	POLIESTER	C9700	NEGRO	T27	100		100	32	3200	\$ 0,00	\$ 9,60
Hilo P 2	POLIESTER	C9136	PLATA	T27	100		100	44	4400	\$ 0,00	\$ 13,20
Hilo P 3	POLIESTER	6024	TURQUEZA	T27	100		100	24	2400	\$ 0,00	\$ 7,20
Elastico 1	ELASTICO	REFORSADO	BLANCO/NEGRO	5CM	0,75		0,75	32	24	\$ 0,20	\$ 4,80
Elastico 2	ELASTICO	REFORSADO	BLANCO/NEGRO	5CM	0,75		0,75	44	33	\$ 0,20	\$ 6,60
Elastico 3	ELASTICO	REFORSADO	BLANCO/NEGRO	5CM	0,75		0,75	24	18	\$ 0,20	\$ 3,60
Botones P 1	BOTON BEBE	METALICO	PLATA	5	12		12	32	384	\$ 0,15	\$ 57,60
Botones P 2	BOTON BEBE	METALICO	PLATA	5	12		12	44	528	\$ 0,15	\$ 79,20
Botones P 3	BOTON BEBE	METALICO	PLATA	5	12		12	24	288	\$ 0,15	\$ 43,20
Cordón G 1	PIOLA	POLIESTER	CRUDO	FINO	1,3		1,3	32	41,6	\$ 0,10	\$ 4,16
Cordón G 2	PIOLA	POLIESTER	CRUDO	FINO	1,3		1,3	44	57,2	\$ 0,10	\$ 5,72
Cordón G 3	PIOLA	POLIESTER	CRUDO	FINO	1,3		1,3	24	31,2	\$ 0,10	\$ 3,12
Sesgo A 1	SESGO VIVO	REFLECTIVO	PLATA	2,5CM	1,25		1,25	32	40	\$ 0,83	\$ 33,20
Sesgo A 2	SESGO VIVO	REFLECTIVO	PLATA	2,5CM	1,25		1,25	44	55	\$ 0,83	\$ 45,65
Sesgo A 3	SESGO VIVO	REFLECTIVO	PLATA	2,5CM	1,25		1,25	24	30	\$ 0,83	\$ 24,90
Etiqueta Cuello	Magajep	0	0	0	1		1	100	100	\$ 0,05	\$ 5,00
Instrucción D Lavado	100%POLIESTER	0	0	0	1		1	100	100	\$ 0,00	\$ 0,30
Bandera	Magajep	0	0	0	1		1	100	100	\$ 0,05	\$ 5,00
Talla	Tejida	0	0	0	1		1	100	100	\$ 0,02	\$ 2,00
Fundas	Celofán	0	0	0	1		1	100	100	\$ 0,05	\$ 5,00
Etiqueta Cartón	Cartón	0	0	0	1		1	100	100	\$ 0,12	\$ 12,00
Colgadera De Cartone	Cordón Fino	0	0	0	1		1	100	100	\$ 0,03	\$ 3,00
Cinta Adhesiva	Scotch	0	0	0	0,1		0,1	100	10	\$ 0,01	\$ 0,06
Talla Adhesiva	Transparente	0	0	0	1		1	100	100	\$ 0,01	\$ 1,00
Total Insumos											\$ 425,11
Total Materia Prima + Insumos											\$ 2.028,63

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Ricardo Cuamacás

Una vez determinado los costos de producción en lo referente a insumos y telas es necesario costear la mano de obra de maquila, para esto se ingresa todos los pasos necesarios para armar un conjunto se le asignan los tiempos de proceso y se costean de acuerdo al costo de mano de obra de los maquiladores (VER ANEXO 5) Tiempos de Proceso. Cuando se han determinado los costos de maquila se realiza una licitación a los diferentes maquiladores que tiene la empresa enviando el formato de licitación de maquiladores (VER ANEXO 6) Licitación de Maquiladores, en este formato se envía una muestra del modelo que se va a producir, se envía el detalle de las cantidades necesarias por talla y el precio que MAGAJEP cancelaría en función del valor hora hombre del maquilador.

Para determinar los costos de cada una de las prendas se debe trabajar en función de cada orden de producción con los datos que se obtiene de la materia prima y de la mano de obra de los maquiladores, es necesario sumar los costos restantes de la empresa para calcular el precio unitario de cada prenda, es decir se debe calcular cuánto les costará a la empresa producir un determinado producto, posterior a esto se debe calcular la ganancia de la empresa para determinar un precio de venta al público.

Tabla N° 42 Cálculo de Precio de Venta

Costos x Orden de Producción	
Unidades Produccion	\$ 100,00
Costo Empresa	\$ 5.173,84
Costo Empresa x Unidad Producida	\$ 3,48
Costo Empresa Orden de Producción	\$ 347,56
Materia Prima y Maquila OP	\$ 2.311,55
Costo Total	\$ 2.659,11
Costo Unidad	\$ 26,59
Utilidad	\$ 9,57
Total	\$ 36,16

Fuente: Investigación Propia
 Elaborado por: Ricardo Cuamacás

Para poder determinar el precio de venta se parte con la cantidad de unidades que se deben producir de cada modelo a esto MAGAJEP lo determinara como Orden de Producción, en el caso del conjunto MABEL son 100 unidades, para obtener el costo de la empresa se toma el valor anual del costo calculado en el punto de equilibrio de la empresa y se lo divide para los 12 meses del año, este valor a su vez se lo divide para la cantidad de unidades de producción que la empresa debe hacer en el año y nos da como resultado el costo de la empresa por cada unidad producida que es de \$ 3.48 este valor se lo multiplica por la cantidad de producción de cada Orden de Producción y se obtiene el costo de la empresa por cada Orden de Producción. A esto se le suma el valor de materia prima más el valor de maquila se obtiene el costo total de la orden de producción, para poder obtener el valor de cuánto le cuesta a la empresa producir cada prenda se divide el Costo Total para la cantidad de prendas producidas, para el caso del conjunto MABEL, el costo para la empresa de producir 1 conjunto es de \$ 26.59, a esto MAGAJEP debe sumar la utilidad de la empresa que es del 36% para finalmente determinar el Precio de Venta al Público que para el caso del conjunto MABEL es de \$ 36.16

Los cobros para contratos al por mayor serán 50% cuando las muestras del producto hayan sido aprobadas por el cliente y se emita la orden de producción.

Los plazos de entrega serán los definidos en la orden de producción y serán determinados al momento de la negociación del producto.

Los productos serán entregados en los puntos de venta solicitados por el cliente en los plazos determinados en la orden de producción siempre y cuando el cliente así lo desee y manifieste al momento de firmar la orden de trabajo.

Los descuentos serán definidos y negociados de acuerdo al volumen de producción, la responsabilidad de la negociación es del departamento de ventas y su personal. Sin embargo la empresa manejará un sistema de pagos, al contado, 30, 60 y 90 días de plazo, con tasas de descuento que van desde el 25% en compras al contado, 20% compras a 30 días, 10% compras a 60 días y sin descuento para compras a 90 días.

2.2.5 Promoción y publicidad que se realizará. (Canales de Comunicación)

Para poder llegar al cliente es muy importante que la empresa se presente de una forma elegante con calidad, solo de esta forma se logrará transmitir a los clientes la esencia de la calidad que los productos MAGAJEP llevan en todo su proceso productivo.

El departamento de ventas de MAGAJEP mediante sus vendedores tiene como principal estrategia de publicidad la comunicación directa de sus vendedores con los clientes, esto lo realizará cuando visita a sus clientes, se encargara de distribuir información mediante publicidad volante, tarjetas de presentación y recomendará los nuevos diseños y promoverá la compra de los productos mediante catálogos y combinaciones de diseños novedosos y combinación de colores actuales.

La presentación del vendedor hacía el cliente, es la carta de presentación del producto, por tanto los vendedores usaran para las entrevistas con clientes prendas de MAGAJEP, esto para dar sentido al slogan de la empresa **“Calidad que se siente Calidad que se luce”**, tendrán sus respectivas tarjetas de presentación las cuales fueron diseñadas tomando como referencia los colores que representan a nuestra bandera Ecuatoriana, de esta forma se logrará posicionar en la mente del consumidor la esencia de calidad asociada a un producto elaborado en el Ecuador.



Gráfico 14 Tarjeta de Presentación MAGAJEP

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Ricardo Cuamacás

La presentación del producto se la realizará mediante varias metodologías, una de las más conocidas son los trípticos, esta estrategia de marketing sirve para dar a conocer brevemente a que está dedicada la empresa, presenta un resumen básico de las líneas de productos y brinda información importante al cliente sobre la empresa.



Gráfico 15 Trípticos MAGAJEP

Fuente: Investigación Propia
 Elaborado por: Ricardo Cuamacás

La empresa contará con un catálogo electrónico, los vendedores podrán realizar estrategia de marketing y ventas mediante esta herramienta, esto ayudará de forma considerable a reducir la contaminación en el planeta ya que mediante una Tablet, PC o un Pendrive se podrá mostrar al cliente el catálogo electrónico con los productos de MAGAJEP, este catálogo deberá ser actualizado para las visitas a los clientes en la empresa.



Gráfico 16 Catálogo MAGAJEP 2016

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Ricardo Cuamacás

Gracias a la gran acogida que tienen las redes sociales hoy en día, la empresa creará una página empresarial en la red de mayor aceptación a nivel del mundo FACEBOOK, esta página permite crear y personalizar a la empresa para que llegue con mayor frecuencia a público femenino comprendido entre las edades a las cuales MAGAJEP pretende llegar, en esta página de la empresa se desarrollará un catálogo virtual de acuerdo a cada una de las líneas de prendas de vestir que elabore MAGAJEP.



Gráfico 17 Pagina Empresarial de MAGAJEP en Facebook

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Ricardo Cuamacás

2.2.6 Sistema de distribución a utilizar. (Canales de Distribución)

Un canal de distribución es la ruta que toma un producto para pasar del productor a los consumidores finales, aunque se detiene en varios puntos de esa trayectoria. En cada intermediario o punto en el que se detenga esa trayectoria existe un pago o transacción, además de un intercambio de información. El productor siempre tratará de elegir el canal más ventajoso desde todos los puntos de vista. (Baca Urbina, 2010, pág. 49)

Los canales de distribución utilizados por MAGAJEP son indirectos, la mercadería una vez finalizada la producción será empacada y entregada directamente a nuestros clientes en este caso los almacenes, MAGAJEP no comercializará productos para venta en unidades.

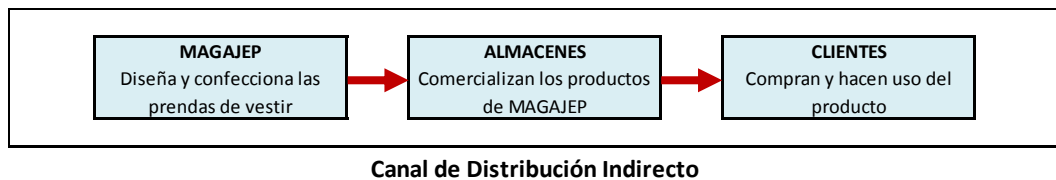


Gráfico 18 Canal de Distribución MAGAJEP

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Ricardo Cuamacás

2.2.7 Seguimiento de Clientes

Para los clientes directos (almacenes) la estrategia de seguimiento será realizada por los vendedores directamente, mediante una encuesta de satisfacción enfocada a los plazos de entrega, la calidad de las prendas, los tiempos de producción, y la satisfacción hacia la marca MAGAJEP

Para los clientes consumidores finales MAGAJEP, realizará un seguimiento más profundo, enfocado en medir la satisfacción del cliente con la prenda que está usando, para esto será necesario medir otros factores, los cuales se los medirá mediante una encuesta que permita tener una retroalimentación detallada de las prendas de la marca MAGAJEP.

2.2.8 Especificar mercados alternativos.

MAGAJEP, tiene definido sus mercados en almacenes de centros comerciales y almacenes que comercializan prendas de vestir en la ciudad de Quito, sin embargo se trabajará en una base de datos con almacenes medianos y almacenes de otras ciudades para que los productos puedan ser comercializados en otras ciudades, en este punto hay que establecer bien los parámetros de los almacenes que se deben seleccionar, ya que por tratarse de ropa de alta calidad, las prendas no pueden ser distribuidas a cualquier almacén.

2.3 DEFINICIÓN DE LA COMPETENCIA

2.3.1 Descripción de la competencia.

En el Ecuador y específicamente en Quito la oportunidad de mercado que tiene la empresa es grande debido a que no existen muchas empresas dedicadas a producir ropa de calidad, mediante el siguiente cuadro podemos observar la cantidad de empresas que existen en Quito dedicadas a la fabricación de productos textiles y la cantidad de empresas que están alineadas de acuerdo al monto de ventas en el proyecto MAGAJEP.



Gráfico 19 Ventas Empresas Textiles

Fuente: (INEC, 2016)

Elaborado por: Ricardo Cuamacás

Como se puede observar en la gráfica el INEC clasifica a las empresas de diversas formas pero una de las formas más estratégicas de comparar a la competencia es por el volumen de ventas, en Quito existen 1385 Microempresas que se encuentran en el Estrato I, es decir que su volumen de ventas al año es menor a \$ 100.000, mientras que en Quito existen 136 empresas que se encuentran en el Estrato II, en este estrato se ubicaría el proyecto de negocio de MAGAJEP, ya que el volumen anual de ventas de estas 136 empresas esta entre \$ 100.000 y \$ 1'000.000, es en este estrato en el cual MAGAJEP comparará su competencia. A pesar de tener 136 empresas con un volumen de ventas similar al que pretende lograr el proyecto de MAGAJEP, es muy complicado analizar con todas las empresas porque no todas tienen el mismo lineamiento que tiene MAGAJEP, es por esta razón que se realizará una comparación con empresas similares al giro de negocio de MAGAJEP. Para esto hemos seleccionado las siguientes empresas:

Tabla N° 43 Comparativo Empresas Quito

Empresa	Ventas Anuales	Producto	Personal Productivo	Personal Administrativo
Creaciones Milton's	> \$ 100.000	Ropa Femenina	40	8
Salinas Flores	>\$ 100.000	Todo Tipo	22	6
Toga Fashion	>\$ 100.000	Ropa Formal	8	4

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Ricardo Cuamacás

Creaciones Milton's es una empresa dedicada a la producción de ropa femenina, similar al proyecto que pretende establecer MAGAJEP.

La venta de sus productos está destinada al mercado de Quito, específicamente para mayoristas y parte de sus productos son comercializados mediante minoristas.

El producto que ofrece esta empresa es ropa solo para personal femenino

Sus ventas superar los \$ 100.000 anuales el precio de sus prendas promedio es de \$ 15, tiene descuentos para el personal de su empresa y descuentos marcados para sus clientes de acuerdo al método de pago.

La comunicación con los clientes la realiza mediante catálogos de los productos, también da a conocer sus productos mediante muestras de las diferentes prendas que comercializa, lo último solo para clientes mayoristas.

La entrega de los productos se la realiza directamente tanto a minoristas como mayoristas y lo realizan en la fábrica.

La empresa Salinas Flores es una empresa dedicada a la producción de todo tipo de ropa, no es similar al proyecto que pretende establecer MAGAJEP, sin embargo la estrategia de ventas que tiene esta empresa es muy similar a la que pretende establecer MAGAJEP, ya que la empresa Salinas Flores, comercializa sus productos en almacenes, empresas y realiza convenios inclusive con instituciones públicas.

La venta de sus productos está destinada al mercado de Quito en todos sus sectores.

Los productos de la empresa Salinas Flores están destinados para todo tipo de personas

Sus ventas superar los \$ 100.000 anuales el precio de sus prendas promedio es de \$ 18, no tiene establecido un plan de descuentos pero si tiene convenios de pago sobre todo para las ventas realizadas en empresas.

La comunicación con los clientes la realiza mediante afiches, presentación en ferias de los productos, y visitas a los diferentes puntos de la ciudad donde se comercializa prendas de vestir.

La entrega de los productos es personalizada y las prendas son entregadas donde el cliente lo requiera.

La empresa Toga Fashion es una empresa dedicada a la producción de línea formal exclusiva para caballeros, no es similar al proyecto que pretende establecer MAGAJEP, más bien es la parte opuesta del proyecto, la empresa Toga Fashion, comercializa sus productos directamente en su propio almacén ubicado en el sector norte de la capital.

La venta de sus productos está destinada al mercado masculino de Quito en el sector medio alto.

Los productos de la empresa Toga Fashion están destinados para personal masculino.

Sus ventas superar los \$ 100.000 anuales, no se puede determinar un precio promedio sin embargo los ternos que comercializa pueden llegar a costar fácilmente \$ 200, no tiene establecido un plan de descuentos, sus ventas se realizan al contado, y realiza descuentos solo en ventas al por mayor.

La comunicación con los clientes la realiza directamente desde su punto de venta y por recomendaciones de sus clientes.

La entrega de los productos es personalizada se la realiza directamente en el almacén.

2.3.2 Definir puntos fuertes y débiles de la competencia, comparándolos con los del proyecto propio.

Puntos Fuertes frente al proyecto MAGAJEP

Creaciones Milton's es una empresa dedicada a confeccionar ropa femenina

- Empresa con varios años en el mercado, esto es una ventaja competitiva en relación al proyecto de MAGAJEP, que es una empresa que tendrá que posicionar sus productos en el mercado para lograr posicionarse.
- Empresa con variedad de equipos y tecnología que le permite responder a la demanda y abaratar costos, esta empresa debido a su posicionamiento tiene dentro de sus activos una gran variedad de maquinarias que le permite reaccionar frente a demandas superiores, logrando abaratar costos debido a la reducción de tiempos de procesos en varias de sus actividades.

Empresa Salinas Flores es una empresa dedicada a confeccionar todo tipo de ropa

- Empresa con una amplia cartera de clientes, al ser una empresa ya posicionada en el mercado tiene una cartera de clientes fija que va desde clientes mayoristas, empresas, almacenes, sector público y clientes minoristas.

Toga Fashion es una empresa dedicada a confeccionar prendas de vestir de gama alta para personal masculino.

- Empresa con personal de planta con varios años de experiencia, al tener esta ventaja competitiva la empresa se mantiene un ciclo de producción estable y sus procesos son bastante sólidos.

Puntos Débiles frente al proyecto MAGAJEP

- Empresa Milton's trabaja con diseños comunes, esta es una debilidad en relación al proyecto que MAGAJEP pretende establecer, ya que los modelos de MAGAJEP, son novedosos de una gama más alta y elaborados con materias primas de calidad superior.
- Empresa Salinas Flores confecciona productos de distribución en varios puntos de la ciudad en cadenas de venta de productos masivos, lo cual convierte sus productos en comunes, y la competencia que se marca en el sector de la vestimenta es bastante amplia en este tipo de estrato, esta es una debilidad ante los productos que MAGAJEP ofrece ya que el posicionamiento de la marca es más complicado y requiere de mayores esfuerzos.
- Empresa Toga Fashion trabaja con materias primas de muy buena calidad, es el lado contrario del proyecto que MAGAJEP pretende establecer ya que esta empresa se dedica en su totalidad a prendas de vestir para personal masculino debido a su línea de productos no es posible determinar un precio promedio de venta, pero su gama alta en ternos puede llegar a costar hasta \$ 200, esto es una debilidad frente al proyecto analizado ya que la empresa Toga Fashion solo está dirigida a un pequeño segmento de población y su crecimiento no puede ser marcado aceleradamente por estos factores, esto se ve reflejado en los años que la empresa lleva en el mercado que son prácticamente 10 años.

2.4 COSTOS DEL PRODUCTO / SERVICIO, POR PERÍODOS

2.4.1 Determinación de Costos variables.

Los costes variables son aquellos cuyo importe total varía en proporción a los cambios en el nivel de una actividad medida a través de los factores de coste. En general se supondrá que estos costes permanecen constantes para cada unidad de actividad. (Alcarria J. , 2012, pág. 274)

Para la empresa MAGAJEP, se debe determinar todos los costos que tendrán un cambio de acuerdo al volumen de producción

Tabla N° 44 Costos Variables

Costos Variables	Valor
Materia Prima	13.397,63
Maquila	4.465,88
Suministros de oficina	21,97
Publicidad	195,76

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Ricardo Cuamacás

2.4.2 Determinación de Costos Fijos.

Los costes fijos son aquellos cuyo importe total no varía aunque cambie el nivel de actividad o de factores de coste. Dado que el importe total es constante, cuanto mayor sea el nivel de actividad menor será el coste por unidad de actividad. (Alcarria J. , 2012, pág. 273)

Los costos fijos en los que incurrirá MAGAJEP, se detallan en el cuadro adjunto

Tabla N° 45 Costos Fijos

Costos Fijos	Valor
Arriendo	200,00
Sueldos y salarios	4.020,09
Seguros	76,75
Mantenimiento	50,59
Depreciación	280,13
Servicios básicos	116,28
Intereses	430,01

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Ricardo Cuamacás

2.4.3 Determinación de costo total del producto o servicio.

Los costos totales de producción de la empresa MAGAJEP se determinan sumando los costos fijos y los costos variables calculados anteriormente.

Tabla N° 46 Costos Totales

Detalle	Costos Fijos	Costos Variables
Arriendo	200,00	
Sueldos y salarios	4.020,09	
Seguros	76,75	
Mantenimiento	50,59	
Depreciación	280,13	
Servicios básicos	116,28	
Intereses	430,01	
Materia Prima		13.397,63
Maquila		4.465,88
Suministros de oficina		21,97
Publicidad		195,76
	5.173,84	18.081,24
COSTO TOTAL		23.255,08

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Ricardo Cuamacás

2.4.4 Comparación con los precios de la competencia y explicar en que se basan las diferencias, argumentar precio fijado.

El precio promedio según la investigación realizada es de \$30 para los productos MAGAJEP, sin embargo para lograr una introducción efectiva al mercado, MAGAJEP iniciara con un precio promedio de sus productos de \$20, esto le permitirá que el producto se fidelice y que las clientes MAGAJEP puedan apreciar la calidad del producto.

Los precios de la competencia en función de cada línea varían desde el 23% hasta el 50% más, sobre los precios que oferta MAGAJEP.

Principalmente los precios de MAGAJEP, son competitivos para el mercado por la eficiencia que se tendrá en los procesos, muchas empresas de confección que se dedican a este tipo de negocio no tienen establecido las actividades por procesos lo que les genera demasiados tiempos muertos y desperdicios adicionales.

Otro de los factores fundamentales es el canal de distribución el cual pasa de las manos de la empresa directamente a los almacenes para la venta al cliente, es decir no existen muchos intermediarios para lograr que el producto llegue al cliente final.

CAPÍTULO III - AREA DE PRODUCCIÓN (OPERACIONES)

3.1 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

Una organización manejada y estructurada por procesos es más productiva y logra eliminar desperdicios, los procesos de MAGAJEP están diseñados contemplando todos los departamentos involucrados, las responsabilidades de cada uno se detallan tanto en la Hoja de Instrucciones del Proceso, como en los flujogramas.

El proceso de producción es el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes y servicios a partir de insumos, y se identifica como la transformación de una serie de materias primas para convertirla en artículos mediante una determinada función de manufactura. (Baca Urbina, 2010, pág. 89)

3.1.1 Descripción de proceso de transformación.

Para obtener un producto final es necesario que exista un proceso de transformación, se requiere de materia prima y de un proceso que convierta la materia prima en un producto, mediante la siguiente gráfica se muestra los pasos simplificados que intervienen en el proceso de transformación.

Tabla N° 47 Proceso de Transformación

Insumos		Proceso Transformador		Producto Final
Son los elementos en los cuales se efectuará el proceso de transformación para la obtención de un producto final	+	Es un serie de operaciones que realizan el personal apoyado con maquinaria para elaborar el producto	=	Son los bienes finales, son el resultado del proceso de transformación

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Ricardo Cuamacás





El proceso de producción de MAGAJEP, inicia en el departamento de diseño donde se realizan prototipos de varios diseños, el departamento de producción confecciona las prendas prototipos en base al plano de corte, mediante las Hojas de Instrucciones de Procesos, cada departamento y cada persona va desarrollando su trabajo, las Hojas de Instrucciones de Procesos están elaboradas contemplando todos los pasos que cada trabajador debe seguir, también se encuentran codificadas en función del área a la que pertenecen para un mejor entendimiento.

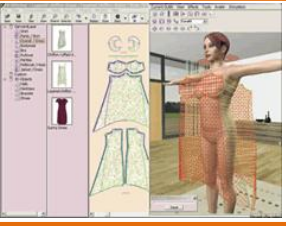

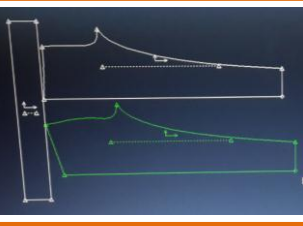



Gerencia revisa y aprueba la elaboración de la producción

El departamento de Producción entrega la muestra a proveedor para elaboración masiva, posteriormente valida la producción con la muestra entregada, si la producción está de acuerdo a la muestra recibe la producción y entrega a ventas
El departamento de ventas entrega la producción al cliente y realiza la facturación.

Algo fundamental en el desarrollo de las prendas de MAGAJEP, son los procesos críticos y de calidad, para lo cual se ha incluido en las Hojas de Instrucciones de Procesos simbología que ayude a alertar al operador donde existen este tipo de procesos, de esta forma el operador pondrá una mayor atención en los pasos donde se encuentre la simbología.

Tabla N° 48 Hoja de Procesos Diseño


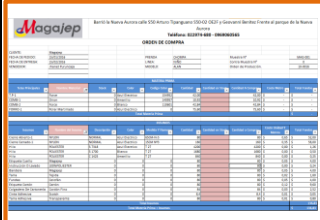

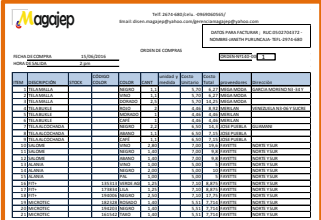
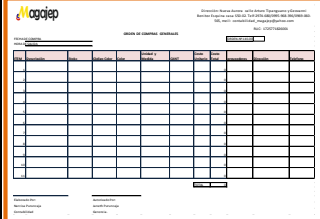

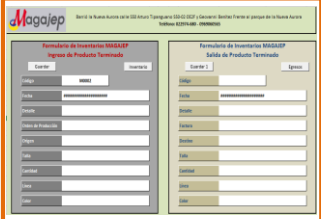
DIS-001		HOJA DE INSTRUCCIONES DEL PROCESO			
Tarea: 1		Diseño de Prendas de Vestir			
Nombre del Equipo		DISEÑO		Símbolo	
				 Crítico  Calidad	
Sim.	No	Descripción de Pasos		Detalle del Paso (Que, Como, Puntos Importantes)	
	1	Realizar Diseños de Prendas de Vestir		El diseño y patronaje se lo realiza en el programa Gerber, para cada diseño se deberá elaborar una carpeta en donde se guardaran los diseños.	
	2	Enviar los Diseños Para Aprobación		Los diseños son enviados a Gerencia para la revisión y aprobación, cada diseño debe ser enviado en archivo PDF, adjuntando las respectivas especificaciones técnicas.	
	3	Aprobar los diseños		Gerencia revisa los diseños, colores y especificaciones técnicas de cada modelo, verifica su correcta elaboración y aprueba mediante correo.	
	4	Enviar los Diseños a Imprimir		Los archivos deben ser enviados tanto en archivo editable, como en PDF, para que sean ploteados	
	5	Retirar y Entregar los Diseños		Retirar los diseños impresos, revisarlos y separarlos de acuerdo a cada diseño, verificar que cada diseño este completo y entregarlo al departamento de corte	
	6	Entregar Especificaciones Técnicas		Entregar la ficha técnica de cada prenda al departamento de producción.	

Esquema Grafico de los Pasos del Proceso					
					
					
Firma	Responsable	Firma			

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Ricardo Cuamacás


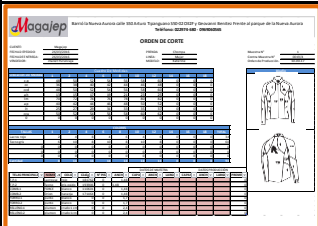



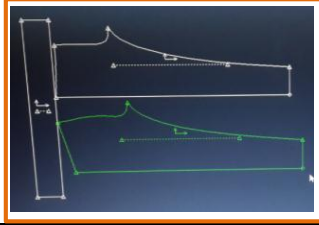
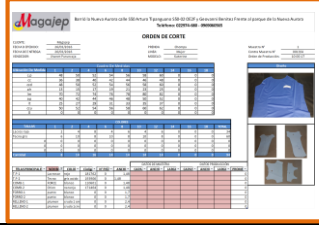
Tabla N° 49 Hoja de Procesos Compras

PRO-001		HOJA DE INSTRUCCIONES DEL PROCESO			
Tarea: 1		Diseño y Producción Prendas de Vestir			
Nombre del Equipo			Símbolo	▽ Crítico	◇ Calidad
COMPRAS					
Sim.	No	Descripción de Pasos	Detalle del Paso (Que, Como, Puntos Importantes)		
▽	1	Realizar Análisis de Materia Prima e Insumos	En función de la ficha técnica se debe realizar un análisis de los materiales a utilizar en la producción, este análisis debe comparar las existencias en la bodega y determinar lo que requiere compra		
	2	Solicitar Cotizaciones	Una vez determinado los requerimientos que deben ser adquiridos, se realiza la cotización de los materiales, clasificándolos según el tipo.		
	3	Preparar la Orden de Compra	Una vez descontadas las existencias y en función de las cotizaciones, se debe elaborar una Orden de Compra, en la cual se detallara todo lo necesario en función de toda la producción		
	4	Aprobar Orden de Compra	Gerencia revisa los materiales a comprar y aprueba la orden de compra		
	5	Realizar Pedido de Materiales	Enviar la orden de compra al proveedor mediante correo para que prepare los materiales. Concretar fecha y horario de retiro de los materiales.		
◇	6	Ingresar a Bodega y Despachar a Producción	Ingresar todos los materiales adquiridos al inventario de la bodega, verificando que esten de acuerdo a la orden de compra y preparar la orden de despacho para producción, en función de la ficha técnica.		
Esquema Grafico de los Pasos del Proceso					
					
					
Responsable		Firma			
Firma					

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Ricardo Cuamacás


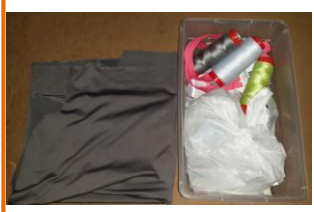

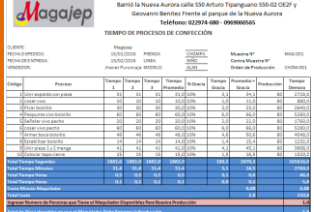
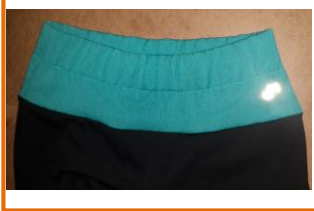
Tabla N° 50 Hoja de Procesos Corte

PRO-002		HOJA DE INSTRUCCIONES DEL PROCESO			
Tarea: 1		Diseño y Producción Prendas de Vestir			
Nombre del Equipo		Símbolo			
CORTE					
		Crítico		Calidad	
Sim.	No	Descripción de Pasos		Detalle del Paso (Que, Como, Puntos Importantes)	
◇	1	Revisar las Fichas Técnicas y los Materiales.		En función de la ficha técnica toma la impresión del modelo a cortar, lo valida con los materiales e insumos y separa tanto material como insumos por cada modelo	
	2	Cortar los Moldes		Se tiende en la mesa de corte la impresión del modelo y se realiza el corte de las partes que componen la prenda	
	3	Preparar la Tela		Se tiende la tela sobre la mesa y se coloca los moldes sobre la tela, se debe garantizar que la tela sea aprovechada al máximo, por tanto es indispensable que se acomode bien los moldes	
▽	4	Cortar la Tela		Se señala los moldes con tiza y se procede a cortar * Cuando el corte es de pocas piezas se lo realiza con tijera, cuando se va a cortar la producción completa se utiliza la cortadora, asegurando la tela	
◇	5	Verificar los Trazos		Se utiliza los moldes para hacer la verificación de los cortes realizados, para garantizar que tienen la medida necesaria.	
	6	Preparar los Trazos y los Insumos		Se coloca en la bandeja todos los insumos y los trazos cortados, adjuntando la ficha técnica y se envía al departamento de producción	
Esquema Grafico de los Pasos del Proceso					
					
					
Firma		Responsable		Firma	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Ricardo Cuamacás












Tabla N° 51 Hoja de Procesos Confección

PRO-003		HOJA DE INSTRUCCIONES DEL PROCESO			
Tarea: 1		Diseño y Producción Prendas de Vestir			
Nombre del Equipo			Símbolo		
PRODUCCIÓN			▽		◇
			Crítico		Calidad
Sim.	No	Descripción de Pasos	Detalle del Paso (Que, Como, Puntos Importantes)		
◇	1	Preparar los Materiales	Organizar las bandejas de los modelos de acuerdo al orden de llegada, asignar el el orden de confección de acuerdo al tipo de prenda y a la maquina a utilizar		
	2	Armar la Prenda	Se realiza la unión de las piezas cosiendo con la maquina según el tipo de costura que requiera, en ocasiones es necesario hilvanar las partes para facilitar la costura.		
▽	3	Llenar la hoja de Tiempos de Proceso	Por cada una de las partes armadas se debe llenar la hoja de tiempos de confección		
◇	4	Verificar la Prenda	Realizar la revisión de toda la prenda para validar que no tenga errores, colocar la prenda en el molde o modelo y verificar.		
	5	Entregar las Prendas Para Acabados	Se entrega la prenda al departamento de acabados con la respectiva ficha técnica, los insumos deben entregarse en la misma bandeja que se recibieron y la hoja de tiempos al departamento de ventas		
	6				
Esquema Grafico de los Pasos del Proceso					
					
					
Responsable		Firma			
Firma					

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Ricardo Cuamacás





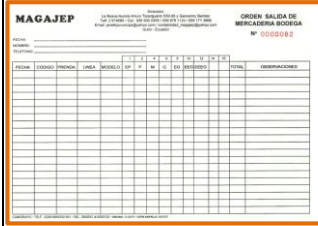
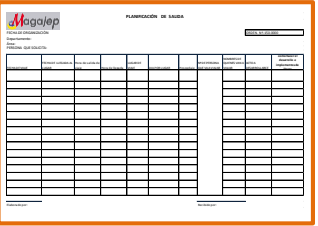

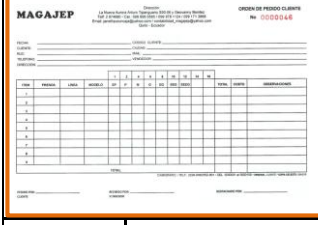
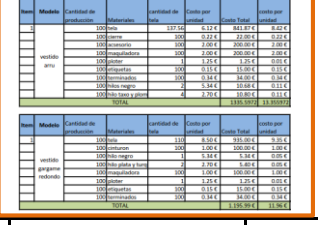
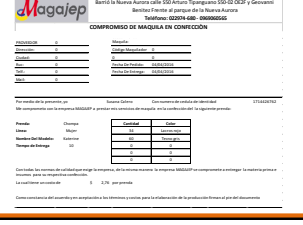
Tabla N° 52 Hoja de Procesos Acabados

PRO-004		HOJA DE INSTRUCCIONES DEL PROCESO			
Tarea: 1		Diseño y Producción Prendas de Vestir			
Nombre del Equipo		Símbolo		 Crítico  Calidad	
ACABADOS					
Sim.	No	Descripción de Pasos	Detalle del Paso (Que, Como, Puntos Importantes)		
	1	Preparar los Insumos	Revisar según la ficha tecnica la ubicación y cantida de insumos a colocar		
	2	Armar Insumos	Colocar los botones, ojales, cierres y etiquetas finales a la prenda		
	3	Revisar Requerimientos de Logos o Estampados	Revisar la ficha tecnica para ver que tipo de logos deben ser colocados en la prenda, asegurar bien la cantidad y la ubicación		
	4	Colocar Logotipos	Dependiendo el logotipo. Si es un estampado se coloca manualmente con la plancha de estampado Si es un bordado se genera una orden de bordado		
	5	Pulir y Empacar y Entregar a Bodega	Se retira todos los hilos sobrantes de la prenda, se procede al planchado y empaque de la prenda, una vez empacado se entrega a bodega.		
	6				
Esquema Grafico de los Pasos del Proceso					
					
					
Firma		Responsable	Firma		

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Ricardo Cuamacás

Tabla N° 53 Hoja de Procesos Ventas

VEN-001		HOJA DE INSTRUCCIONES DEL PROCESO			
Tarea: 1		Diseño y Producción Prendas de Vestir			
Nombre del Equipo		Símbolo		 Crítico  Calidad	
VENTAS					
Sim.	No	Descripción de Pasos	Detalle del Paso (Que, Como, Puntos Importantes)		
	1	Solicitar Muestras	Realiza la solicitud de muestras a la bodega, mediante el formato de salida de mercadería		
	2	Planificar los Clientes a Visitar	En funcion de las prendas y el listado de clientes se debe hacer la planificacion de las visitas a los clientes, mediante llamadas se debe concretar citas a los clientes		
	3	Visitar a los Clientes	Asistir de forma puntual en el horario establecido, saludar cordialmente y preguntar los requerimientos del cliente. Presentar las muestras en funcion de su requerimiento		
	4	Concretar la Venta	Vendedor realiza la negociacion y forma de pago de acuerdo a los requerimientos, llena el pedido del cliente en funcion de la cantidad de diseños y tallas que requiera, se debe asegurar la cantidad solicitada		
	5	Solicitar Produccion Masiva	Entrega los pedidos del cliente al departamento de produccion y un resumen del total de prendas que requieren por cada cliente y los tiempos de entrega estipulados		
	6	Produccion Masiva	Produccion envia licitaciones de los modelos a confeccionar con sus respectivas fichas tecnicas a los maquiladores de la empresa y concreta las cantidades y modelos por cada maquilador		
Esquema Grafico de los Pasos del Proceso					
					
					
Firma		Responsable	Firma		

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Ricardo Cuamacás

2. El proceso generador de valor de MAGAJEP está centrado en tres departamentos, los cuales están directamente relacionados con el proceso de transformación de la materia prima en producto final.

Diseño, producción y ventas son los procesos centrales que aportan directamente a la satisfacción de los clientes de MAGAJEP

La planificación estratégica, presupuestaria, la investigación y desarrollo están centradas en la cabeza de la organización, directamente en la gerencia de MAGAJEP.

Los procesos de apoyo de MAGAJEP los conforman contabilidad en la parte financiera, cobranzas en la parte de ventas, el apoyo administrativo de la organización y la asistencia tecnológica en hardware y software y servicio técnico para las máquinas y equipos de la empresa.

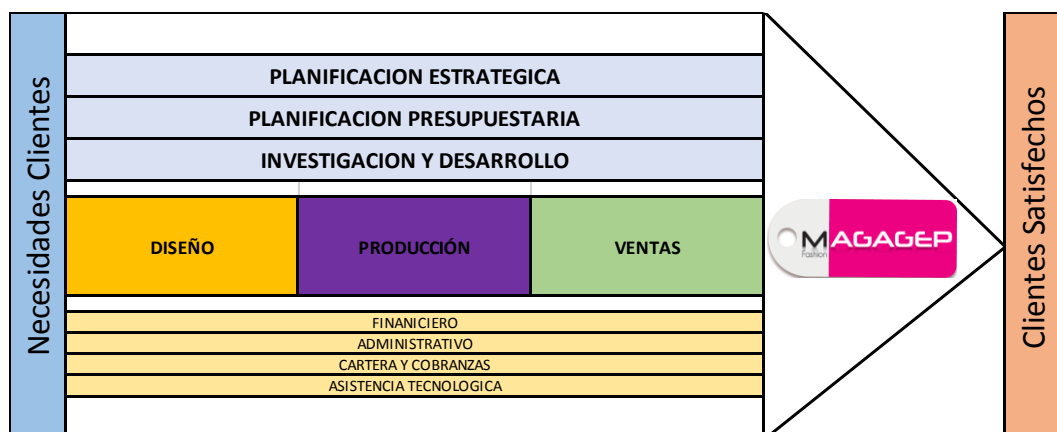


Gráfico 20 Cadena de Valor MAGAJEP

Fuente: Investigación Propia
 Elaborado por: Ricardo Cuamacás

3. La representación en al menos dos diagramas, se recomienda flujograma y de procesos.

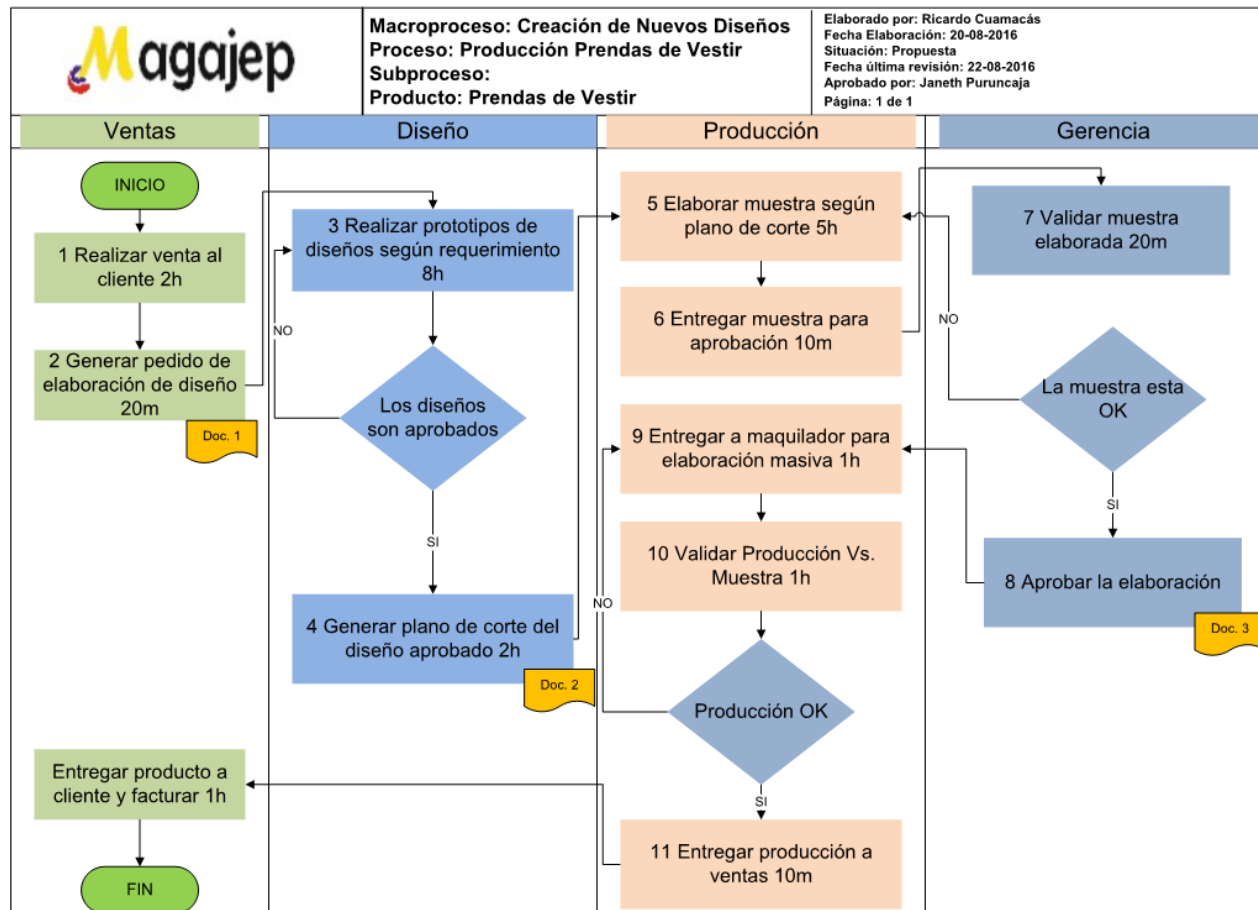


Gráfico 21 Proceso de Producción MAGAJEP

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Ricardo Cuamacás

3.1.2 Descripción de instalaciones, equipos y personas.

Instalaciones empresa MAGAJEP

Para la selección del lugar donde funcionará la empresa se procedió a realizar un análisis de factibilidad en función de variables ponderadas, estas variables determinaron la viabilidad del sector debido a los resultados obtenidos en el análisis, por lo que las instalaciones de MAGAJEP, estarán ubicadas en el Barrio Nueva Aurora, en las Calles Arturo Tipanguano y Giovanni Benítez, esquina, la empresa funcionará en la primera planta de una casa rentada, dentro de la cual se realizará modificaciones de acuerdo a las áreas que se requiere para el funcionamiento de la empresa.



Gráfico 22 Ubicación Geográfica MAGAJEP

Fuente: Google Maps

Elaborado por: Ricardo Cuamacás

Variables consideradas para la selección del lugar donde funcionará MAGAJEP

Estas variables tendrán un porcentaje de peso de acuerdo a la importancia que representan para la empresa, la evaluación de cada variable está realizada de forma individual y tiene tres criterios de evaluación:

- Alta, es decir que satisface las necesidades de MAGAJEP
- Media, es decir que se podría considerar si no existieran otras opciones
- Baja, que no satisface las necesidades de MAGAJEP

Proveedores de Maquila

Este factor es fundamental para la empresa, MAGAJEP, requiere tener a sus proveedores de maquila lo más cerca posible a la empresa, de esta forma podrá realizar la supervisión de las producciones sin incurrir en gastos excesivos de transporte y reduciendo tiempos de la persona que realiza la revisión de la confección con los maquiladores. Por esta razón este es un factor indispensable y tendrá una ponderación de 40% sobre 100%.

Costos de Alquiler, instalaciones y mantenimiento

Los costos siempre serán un factor que la empresa debe cuidar y manejar de una forma muy táctica. Las características del local que MAGAJEP, requiere para su funcionamiento hacen que sea difícil de ubicar en la ciudad de Quito, ya que se requiere de un local amplio que no tenga muchas divisiones en su distribución interna para poder adaptar a las necesidades de la empresa.

Los costos de arriendo de locales en la actualidad tienen una demanda súper alta y esto varía según el sector de la ciudad, se debe considerar que este gasto es a largo plazo, y es necesario asegurarse de que el lugar estará disponible por algunos años hasta que la empresa tenga la capacidad de instalarse en un local propio. También es importante que se consideren los costos de instalaciones y mantenimiento ya que se requiere realizar modificaciones al local y los costos de mantenimiento tanto de instalaciones como equipos también representan un rubro considerable para la empresa. Por esta razón este también es un factor indispensable y tendrá una ponderación de 30% sobre 100%.

Seguridad

La maquinaria, equipos, materia prima e insumos son de gran importancia para la empresa, si bien es cierto la inseguridad está presente en toda la ciudad, existen sectores que son considerados altamente inseguros, es importante que la ubicación de la empresa este cerca de zonas pobladas donde exista movimiento de personas constantemente lo que ahuyenta a la delincuencia, otro factor muy importante es que la ubicación del local este cerca de estaciones de policía, la inversión realizada por la empresa es muy considerable y se la debe cuidar. Por esta razón este factor tendrá una ponderación de 20% sobre 100%

Proveedores de Materia Prima e Insumos

Es un factor importante pero no fundamental, los proveedores de materia prima que son principalmente telas, debido a la cantidad de material a adquirir por las colecciones generalmente entregan el material en donde el cliente lo requiera, sin embargo los insumos debido a su gran variedad se requiere que los proveedores estén cerca a la empresa. Por esta razón este factor tendrá una ponderación de 10% sobre 100%.

Para la realización del análisis se tomó en cuenta tres locales que cumplen con características similares a lo que requiere MAGAJEP, de esta forma se realizó el análisis en el cual se obtuvo como resultado con 2.9 puntos de valoración al local ubicado en el sector sur de la ciudad en el Barrio Nueva Aurora, en las Calles Arturo Tipanguano y Giovanni Benítez, esquina.

Tabla N° 54 Análisis de Sitios Adecuados Para Funcionamiento de la Empresa

Análisis de Locales Para el Funcionamiento de la Empresa MAGAJEP			Opciones de Locales					
			1		2		3	
			Isla Santa Fe y Tomas de Berlanga		Nueva Aurora, Calles Arturo Tipanguano y Giovanni Benítez		Julio Moreno y Mideros	
N°	Variables Analizadas	Ponderación	Puntaje	Valoracion	Puntaje	Valoracion	Puntaje	Valoracion
1	Proveedores de Maquila	40%	1	0,4	3	1,2	3	1,2
2	Costos de Alquiler, instalaciones y	30%	1	0,3	3	0,9	1	0,3
3	Seguridad	20%	3	0,6	3	0,6	2	0,4
4	Proveedores de Materia Prima e Insumos	10%	3	0,3	2	0,2	2	0,2
TOTAL		100%	8	1,6	11	2,9	8	2,1

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Ricardo Cuamacás

Factores importantes de resaltar en la selección del local para el funcionamiento de la empresa MAGAJEP.

- El local permite realizar modificaciones ya que su estructura interna es bastante amplia y no hay interferencias para realizar las modificaciones
- El local está ubicado frente a un parque donde existe bastante afluencia de personas, frente al local cruzando el parque existe un PAI (Puesto de Auxilio Inmediato).
- La dueña del local está dispuesta a realizar un contrato con MAGAJEP, con un costo fijo de arriendo por dos años.
- El local es seguro y tiene dos puertas de acceso por lo que se podría determinar inclusive rutas de salida de seguridad.

La distribución de la empresa MAGAJEP estará dividida en función de las áreas que son necesarias para su funcionamiento según el siguiente plano de distribución de áreas, el cual está elaborado en función del local ubicado en el Barrio Nueva Aurora, en las Calles Arturo Tipanguano y Giovanni Benítez, esquina, que resulto como mejor opción en el análisis para el funcionamiento de la empresa, este local tiene un área disponible de 123m². Para utilización de las distintas áreas que requiere la empresa

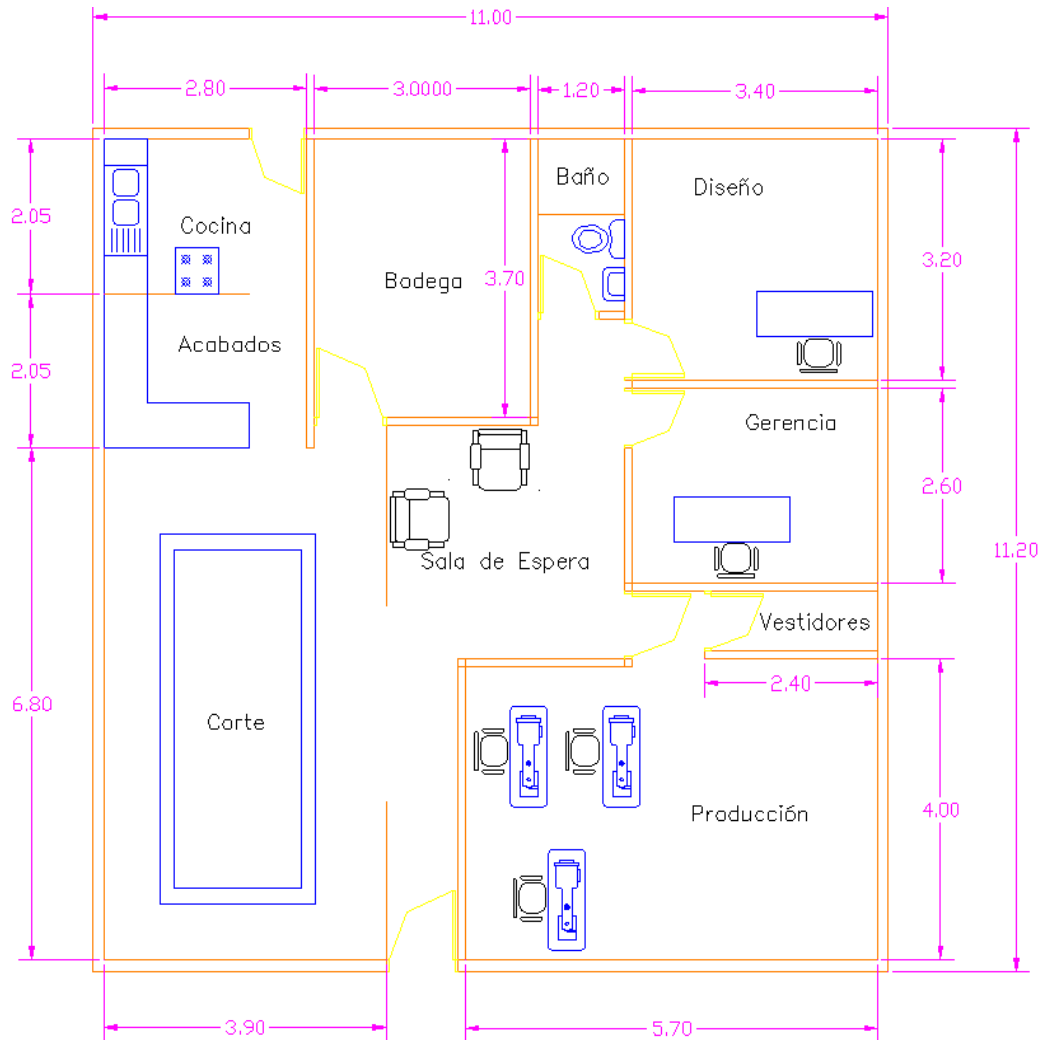


Gráfico 23 Plano de Instalaciones MAGAJEP

Fuente: Investigación Propia
 Elaborado por: Ricardo Cuamacás

Equipos Empresa MAGAJEP

Los equipos de computación utilizados son básicos para todas las áreas a excepción del departamento de diseño, donde sí se requiere de un computador especial que soporte los programas especiales que son necesarios para el diseño y patronaje de los productos de MAGAJEP.

Tabla N° 55 Equipos de Computación MAGAJEP

Equipos de Computación				
Detalle	Unidad de Medida	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Computadora	Unidad	3	833,00	2.499,00
Impresora	Unidad	1	360,00	360,00
SUBTOTAL				2.859,00
IMPREVISTOS				57,18
TOTAL				2.916,18

Fuente: Investigación Propia
 Elaborado por: Ricardo Cuamacás

La marca MAC (Macintosh) lidera el mercado de las computadoras utilizadas para diseño, es por esa razón que el departamento de diseño de MAGAJEP, deberá contar con un computador de estas características para que la diseñadora pueda ejecutar su trabajo sin interrupciones y mejorando los tiempos de entrega de los diseños para el departamento de producción.

Imac 21.5








Gráfico 24 Computador MAC Para Diseño

Fuente: Investigación Propia
 Elaborado por: Ricardo Cuamacás

La maquinaria utilizada en el proceso de producción de la empresa es un factor importante para el desempeño, en la industria Ecuatoriana encontramos una amplia gama de marcas de equipos que sirven para la elaboración de prendas de vestir, pero para garantizar la durabilidad, y asegurar la capacidad de respuesta es importante seleccionar maquinaria de calidad.

Dentro de las marcas más conocidas de máquinas de coser que cuentan con garantía y de mayor fiabilidad están las máquinas YUKI y SIRUBA, máquinas que además de la garantía cuentan con stock de repuestos y servicio de mantenimiento.

Tabla N° 56 Maquinaria de Trabajo MAGAJEP

Actividad	Equipo	Velocidad Nominal	Costo
Costura Recta de Prendas de Vestir	<p>Máquina Recta Electrónica Juki DDL-8700 Máquina de costura pespunte, es usada en todo tipo de tela, al ser una máquina universal.</p> 	Velocidad de costura: máx: 5.500 sti/min	\$ 600,00
Remate de Costura de Prendas de Vestir	<p>Maquina Industrial Overlock Para Materiales livianos, intermedios y pesados, lubricacion automatica, puntada de seguridad.</p> 	Velocidad de costura: máx:7000rpm	\$ 1.200,00
Hacer Puntos, Pueden Hacer Costuras Pespuntes y Centradas	<p>Maquina Recubridora Alta velocidad, cama-cilindrica, coverstitch superior e inferior con la parte superior neumática y dispositivo de corte hilo inferior.</p> 	Velocidad de costura: máx: 5.500 rpm	\$ 1.500,00
Instalacion de Broches Plasticos y Metalicos	<p>Brochadora estándar, para broches de plástico y metálicos</p> 	Manual 10 Botones / min	\$ 200,00
Corte de Tela Para los Diseños	<p>Máquina Cortadora de Tela Industrial de 8" Realiza la operación de corte de la tela, para cortes rectos o con curvas graduales</p> 	Velocidad: 3000 R / min	\$ 500,00

Fuente: Investigación Propia
 Elaborado por: Ricardo Cuamacás

Número de trabajadores.

MAGAJEP, dentro de su nómina de trabajadores, tendrá 3 personas de mano de obra directa, debido a la naturaleza de la empresa, estas personas tendrán funciones diversas es decir serán multifuncionales, los tiempos en cada función están tomados en base a la producción que la empresa tendrá como objetivo.

Tabla N° 57 Personal de Producción MAGAJEP

Actividad	Tiempo	N° Personas	Horas Hombre	N° Personas
Operador de Maquinas	8	0,6	4,8	3
Compras	8	0,3	2,4	
Bodega	8	0,1	0,8	
Cortador	8	0,7	5,6	
Acabados	8	0,3	2,4	
Diseño	8	0,5	4	
Control Maquiladores	8	0,5	4	




Fuente: Investigación Propia
 Elaborado por: Ricardo Cuamacás

3.1.3 Tecnología a aplicar.

La tecnología avanza cada día y es importante mantener una empresa tecnificada, ya que esto la hace competitiva, la tecnología es muy importante pero también tiene un costo elevado, es por eso que se debe realizar un análisis a detalle de la inversión que se debe realizar para que esta tecnología sea un beneficio que agregue valor a la empresa y que no sea subutilizada.

La maquinaria utilizada en MAGAJEP es de calidad y son las más importantes para la elaboración de los diseños, ciertas máquinas no son necesarias por tratarse de máquinas de baja frecuencia de uso y debido al giro del negocio que se basa en realizar la producción masiva con maquila, no son necesarias, sin embargo hay algunas oportunidades que ayudarán a mejorar la productividad de la empresa.

Tabla N° 58 Equipos de Tecnología

Tipo	Equipo	Beneficio	Costo
Bordadora Semi Industrial	<p>Bordadora Brother PR-600II Borda 1000 puntadas x minuto. Facil y practica. Cambia de hilos automatica, corta hilos de Bordado, de 6 agujas . Pantalla digital.</p> 	<p>Elimina el gasto en bordados de logos en las prendas</p> <p>Reduce el tiempo de respuesta hacia el cliente</p>	\$ 7.000,00
Plancha Industrial	<p>Plancha De Vapor De Prensa Controles de temperatura digitales para diversos tipos de tejidos; prensa de vapor de sobremesa para vapor y planchado en seco de vapor Fast.</p> 	<p>Reduce el tiempo de respuesta hacia el cliente</p>	\$ 500,00
Computador iMac de Aple	<p>iMac 21,5 pulgadas Procesador Core i3 de Intel a 3,06 GHz con 4 MB de caché de nivel 3 compartida; admite la tecnología Hyper-Threading</p> 	<p>Reducir el tiempo de respuesta en la elaboracion de diseños</p>	\$ 950,00

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Ricardo Cuamacás

3.2 FACTORES QUE AFECTAN EL PLAN DE OPERACIONES

3.2.1 Ritmo de producción.

El ritmo de producción es calculado de acuerdo a la cantidad de demanda que la empresa pretende cubrir en el mercado, la capacidad instalada de la empresa podrá ser superior en este caso pero nunca inferior a la cantidad de demanda que se pretende cubrir.

Tabla N° 59 Capacidad Máxima Instalada MAGAJEP

CAPACIDAD MÁXIMA INSTALADA			
Numero máximo de prendas al día	Días laborables	Numero máximo de prendas a la semana	Total prendas al año
98,2	5	491	25.519

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Ricardo Cuamacás

Esta tabla nos muestra el valor máximo de prendas que MAGAJEP podrá producir en función de su capacidad instalada, el valor calculado de producción de MAGAJEP es de 17864 prendas en el año, con este valor MAGAJEP cubre el porcentaje de demanda del 0,025 que corresponde a 1178 prendas mensuales multiplicado por los 12 meses de un año MAGAJEP debería producir 14136 prendas en un año, como se puede observar este valor está por debajo de la capacidad instalada de MAGAJEP, lo que es bueno tomando en cuenta que de requerir un aumento de volumen considerable se lo podrá hacer sin tener mayores contratiempos. En este caso la capacidad calculada no afecta las operaciones de MAGAJEP por el volumen de 14136 unidades, ya que la confección en masa de los productos se la realiza con maquila.

3.2.2 Nivel de inventario promedio.

Como la empresa trabaja en función de pedidos de los clientes, no es necesario mantener un inventario de productos, los productos son elaborados y entregados directamente al cliente cuando ya están confeccionados.

Sin embargo debemos considerar todos los contratiempos que se puedan presentar con la mercadería, por esta razón MAGAJEP, manejará un inventario de producto terminado del 10% de todas las ordenes de producción, de esta forma de presentarse algún contratiempo en el camino lo podrá resolver con este inventario. Este inventario servirá también en caso de garantías de los productos de MAGAJEP, de esta forma la reposición por garantía a los clientes se la podrá realizar de inmediato, sin que el cliente tenga que esperar por su reposición.

Una vez finalizada la entrega y cubierto el periodo de garantía estas prendas serán vendidas por la empresa bajo la modalidad de OUTLET, o venta de fábrica, lo cual permitirá dar a conocer el producto a los clientes finales mediante estas promociones.

3.2.3 Número de trabajadores.

MAGAJEP, dentro del talento humano de su empresa contará con personal altamente capacitado y multidisciplinario en las funciones de la empresa, esto se logrará en base a un plan de rotación del personal, que permita ir desarrollando el talento humano en las diversas áreas de la empresa, de esta forma se logrará mayor flexibilidad y se reducirá el riesgo de detener la producción cuando una persona tenga que ausentarse de la empresa.

Como personal fijo inicialmente MAGAJEP contará con las siguientes personas distribuidas en los diferentes puestos de la empresa.

En la parte operativa MAGAJEP contará con las siguientes personas:

Tabla N° 60 Personal Operativo

Diseñadora	1
Corte, Bodega y Terminados	1
Confección	1

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Ricardo Cuamacás

En la parte administrativa MAGAJEP contará con las siguientes personas:

Tabla N° 61 Personal Administrativo

Gerente General	1
Contador General	1
Vendedor	2

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Ricardo Cuamacás

Todo este personal es de planta y labora dentro de las instalaciones de MAGAJEP.

La proyección de personal es básicamente en el departamento de ventas donde de acuerdo al nivel de aumento de ventas se podrá contratar una persona adicional para abarcar más sectores de mercado, otro departamento que podría ver un aumento de personal sería el departamento de confección ya que de existir un aumento de demanda considerable, se requerirá de mayor confección de diseños por lo que dependiendo el aumento se podría contratar una persona adicional para este departamento.

3.3 CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

3.3.1 Capacidad de Producción Futura.

MAGAJEP, producirá en un inicio 17864 prendas con la implementación de este proyecto, sin embargo eso representa el 70% de su capacidad instalada, si el mercado demanda más productos la empresa está en la capacidad de producir 25519 prendas lo que significa el 100% de su capacidad, se entiende que una capacidad instalada al 100% es una empresa donde no existen errores ni contratiempos en los procesos, dado a que la empresa y el producto dependen de las personas no podemos asegurar una producción a la capacidad máxima de la empresa, por lo que la proyección que se realiza para los próximos años contempla llegar a una capacidad instalada del 90% en el quinto año de producción.

Tabla N° 62 Capacidad de Producción de MAGAJEP

Capacidad de Producción					
Periodos	Años	Capacidad Instalada (%)	Capacidad Máxima	Capacidad Utilizada	Capacidad Ociosa
0	2016	0	25.519	0	25.519
1	2017	70	25.519	17.864	7.656
2	2018	75	25.519	19.139	6.380
3	2019	80	25.519	20.415	5.104
4	2020	85	25.519	21.691	3.828
5	2021	90	25.519	22.967	2.552

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Ricardo Cuamacás

Para lograr el 90% de capacidad la empresa deberá trabajar en un plan exigente de especialización y rotación en todas las áreas de la empresa incluido los proveedores de maquila.

De esta forma se aprovechara al máximo los recursos de la empresa y la mano de obra haciendo que la capacidad ociosa de la empresa sea bastante baja, esto a su vez se convierte en beneficio para la empresa ya que la hace más eficiente y eficaz.

3.4 DEFINICIÓN DE MATERIAS PRIMAS

3.4.1 Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar

Las materias primas para la empresa MAGAJEP, constituyen un factor importantísimo a la hora de producir, estas materias primas y los insumos utilizados deben ser de la más alta calidad y el grado de sustitución debe ser bien evaluado antes de reemplazar una materia prima por otra.

Principalmente las materias primas de MAGAJEP, son las telas, las cuales deben ser telas de calidad, con colores diversos y de moda, en el campo de las telas es donde se debe poner bastante énfasis ya que no todas las telas se pueden reemplazar.

Con los insumos no existe la misma complicación ya que los podemos encontrar en gran variedad y se los puede sustituir fácilmente, ya que existen gran variedad y de excelente calidad.

Hoy en el Ecuador podemos encontrar gran variedad de telas, lo cual es importante ya que es la materia prima principal de la empresa, a continuación presentamos un cuadro con las marcas principales usadas en la empresa y la sustitución que cada una de estas telas puede tener en caso de tener alguna dificultad con el stock.

Tabla N° 63 Materias Primas MAGAJEP

Línea	Materia Prima MAGAJEP		
	Principal	Alterna	Grado de Sustitución
Línea Deportiva	Lafayette Sports	Texpac	60%
		Pacprimo	50%
		Industrias Padilla	30%
Línea Casual	Pacprimo	Indutexma	80%
		Dismotextil	60%
		Cortidis	50%
Línea Formal	Lafayette Fashion	Diva Fashion	20%
		Pacprimo	70%
		Prunex	40%

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Ricardo Cuamacás

3.5 CALIDAD

3.5.1 Método de Control de Calidad.

La calidad consiste en cuan bien cumple un producto o servicio el objetivo que se supone debe cumplir, que tan estrecha y confiablemente satisface las especificaciones para las que se elaboró. Los gerentes de las organizaciones que producen buenos resultados, son conscientes de la importancia de la calidad y comprenden el vínculo que existe entre bienes y servicios de alta calidad y ventaja competitiva. (Hellriegel, 2002, pág. 62)

Es muy importante elaborar productos de calidad, porque esto ayudará a mantener a la empresa en el tiempo, son muchos los beneficios que trae consigo la calidad, pero en la siguiente gráfica destacamos los más relevantes.



Gráfico 25 Beneficios de la Calidad

Fuente: (Hellriegel, 2002, pág. 65)
 Elaborado por: Ricardo Cuamacás

La calidad es un indicador clave para MAGAJEP, todos los procesos incluyen verificaciones de calidad, la empresa dedicará sus esfuerzos en desarrollar los más altos estándares de calidad y capacitará a sus empleados para incluir dentro de cada uno de los procesos la Administración por Calidad Total.

Para esto MAGAJEP dentro de sus indicadores de negocio medirá los siguientes parámetros para asegurar la calidad en el departamento de producción de sus productos:

Tabla N° 64 Indicadores de Calidad en Producción

<u>CALIDAD DEL PRODUCTO</u>			
Cantidad de Diseños Aprobados	Diseño	Unidad / Mes	15
Auditorias a Maquiladores	Producción	%	90%
Diseños OK a la Primera Vez	Producción	%	90%
Exactitud en Compras	Compras	%	99%

Fuente: Investigación Propia
 Elaborado por: Ricardo Cuamacás

Adicional a esto MAGAJEP incorporará dentro de su proceso de transformación del producto inspecciones ligadas a los estándares del diseño original, estas inspecciones o auditorias serán llevadas a cabo por la persona encargada de los maquiladores.

Las inspecciones de control de calidad se efectúan durante las etapas de transformación y entre estas. La inspección del trabajo en proceso puede ocasionar la repetición de una tarea o el rechazo de un artículo antes que este pasea la siguiente operación. (Hellriegel, 2002, pág. 63)

Estos son algunos de los indicadores que MAGAJEP utilizara para medir la calidad de sus productos, tanto en los procesos internos como en los clientes finales.

Auditoria con Criterio de Cliente.

Esta auditoria se la realizará a todos los productos que ya se encuentren empacados listos para ser despachados a los clientes, se la llevará a cabo mediante un muestreo de la producción por cliente y se calculará mediante la siguiente formula.

$$\%ACC = \frac{\text{Productos OK}}{\text{Total de Productos Inspeccionados}} \times 100\%$$

$$\%ACC = \frac{18}{20} \times 100\%$$

$$\%ACC = 0,9 \times 100\% = 90\%$$

En este indicador se espera obtener siempre el más alto resultado, ya que son productos que han pasado por los diferentes controles de calidad y no deben presentar defectos ya que son productos listos para el cliente.

El indicador de este objetivo es en porcentaje y mientras más alto sea el porcentaje obtenido el indicador será más efectivo para la empresa.

El objetivo dispuesto por la empresa MAGAJEP para este indicador es del 95% lo que significa que máximo se podrá encontrar un defecto en las auditorías realizadas.

Auditoria Producción Diaria.

Esta auditoria se la realizará a todos los productos elaborados en el día, se la llevará a cabo mediante el levantamiento de todos los defectos detectados en todos los procesos / Total de prendas confeccionadas en el día, por cada 50 prendas fabricadas y se calculará mediante la siguiente formula.

$$\%APD = \frac{\text{Defectos en el Sistema de Producción}}{\text{Total de Productos Confeccionados al Día}} \times 50$$

$$\%ACC = \frac{8}{98} \times 50$$

$$\%ACC = 0,0816 \times 50 = 4,08$$

Para este indicador la empresa MAGAJEP, determinara un índice, el cual el departamento de producción deberá tener como objetivo en su plan.

Para iniciar el objetivo será un índice de 4,08, lo que equivale a máximo 8 defectos en un día de producción.

Este indicador será medido a todos los maquiladores, los datos los recopilará la persona encargada de maquila mediante un formato que evaluara las diferentes características de calidad que debe cumplir un producto, recopilará los datos y cada día enviara un informe de los resultados a los maquiladores y a gerencia para su evaluación.

3.6 NORMATIVAS Y PERMISOS QUE AFECTAN SU INSTALACIÓN.

3.6.1 Seguridad e higiene ocupacional

MAGAJEP, desarrollará una matriz de riesgo en función de los factores de riesgo analizados para este tipo de negocio.

MAGAJEP, implementará controles adecuados en cada puesto de trabajo en función de los resultados obtenidos en la matriz de riesgos de la empresa.

MAGAJEP, creará y socializará su plan de emergencias con todo el personal para que puedan actuar en caso de presentarse cualquier novedad que pudiera poner en riesgo a las personas o a los bienes de la empresa.

MAGAJEP, proporcionará a sus empleados un ambiente de trabajo agradable, seguro y que cumpla con todo el marco legal ecuatoriano en seguridad, ergonomía e higiene industrial.

MAGAJEP dotará a sus empleados de los implementos de seguridad necesarios para la realización de su trabajo

MAGAJEP tomando en cuenta su giro del negocio implementará con sus trabajadores pausas activas para evitar lesiones ergonómicas por malas posturas

MAGAJEP tramitará todos los permisos respectivos para el correcto funcionamiento de la empresa apegados a las exigencias legales y de seguridad, entendiendo que son beneficio para sus trabajadores y para la productividad de la empresa.

MAGAJEP debido a la cantidad de personal no puede crear un reglamento de seguridad, sin embargo creará y presentará para su respectiva aprobación su plan mínimo de riesgos el cual será socializado con todos sus colaboradores.

CAPÍTULO IV - AREA DE ORGANIZACIÓN y GESTIÓN

4.1 ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS

4.1.1 Visión de la Empresa.

MAGAJEP, será para el 2020 una empresa que lidere el mercado nacional de la moda femenina, con diseños novedosos e innovadores, brindando a nuestros clientes excelentes precios, calidad y sobretodo confiabilidad, mediante la aplicación de la mejora continua de sus procesos que nos permita satisfacer las exigencias de nuestros clientes y competir directamente con marcas reconocidas del mercado.

4.1.2 Misión de la Empresa.

Diseñar, confeccionar y vender para las clientes MAGAJEP diseños nuevos de marca ecuatoriana, de la más alta calidad e innovadores, que cumplan con las exigencias de la mujer actual que gustan de vestir ropa elegante y moderna.

Además de la misión y la visión de la empresa, MAGAJEP desarrollo un slogan mediante el cual pretende que sus clientes se identifiquen con la marca, el slogan es:


“Calidad que se Siente... Calidad que se Luce...”

4.1.3 Análisis FODA

La matriz FODA o también conocida como DAFO es: un acróstico de Fortalezas (factores críticos positivos con los que se cuenta), Oportunidades, (aspectos positivos que podemos aprovechar utilizando nuestras fortalezas), Debilidades, (factores críticos negativos que se deben eliminar o reducir) y Amenazas, (aspectos negativos externos que podrían obstaculizar el logro de nuestros objetivos). (FODA, 2016, pág. 1)

Mediante el análisis de la matriz FODA, buscaremos las estrategias necesarias en función de los factores internos y externos de la empresa, aprovecharemos las Fortalezas y las Oportunidades para hacer frente a las Debilidades y Amenazas que se presenten.

Tabla N° 65 Matriz FODA MAGAJEP

MATRIZ FODA MAGAJEP		
	FORTALEZAS * Conocimiento del negocio	DEBILIDADES * La marca es nueva y no es conocida en el mercado
OPORTUNIDADES * Mercado en crecimiento	Estrategias F-O * Enfocar los esfuerzos en las necesidades de los clientes * Capacidad de respuesta para aumentar la producción y satisfacer la demanda	Estrategias D - O * Hacer un plan de marketing agresivo, para posicionar la marca en la mente de las consumidoras
AMENAZAS * Competencia * Incertidumbre en el país	Estrategias F- A * Crear modelos de gestión competitivos * Lograr una ventaja competitividad en los procesos de la organización, para garantizar la supervivencia de la empresa en situaciones difíciles	Estrategias D - A * Garantizar la calidad de las prendas * Crear prendas atractivas y novedosas con las cuales nuestras clientes se fidelicen a la primera vez.

Fuente: Investigación Propia
 Elaborado por: Ricardo Cuamacás

4.2 ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA

Debido al tamaño de la empresa se utilizara un organigrama funcional, mediante este organigrama MAGAJEP, podrá aprovechar eficientemente los recursos que dispone y permite a la empresa hacer un seguimiento y especialización en cada una de las posiciones.

4.2.1 Realizar organigrama de su empresa para definir la organización interna.

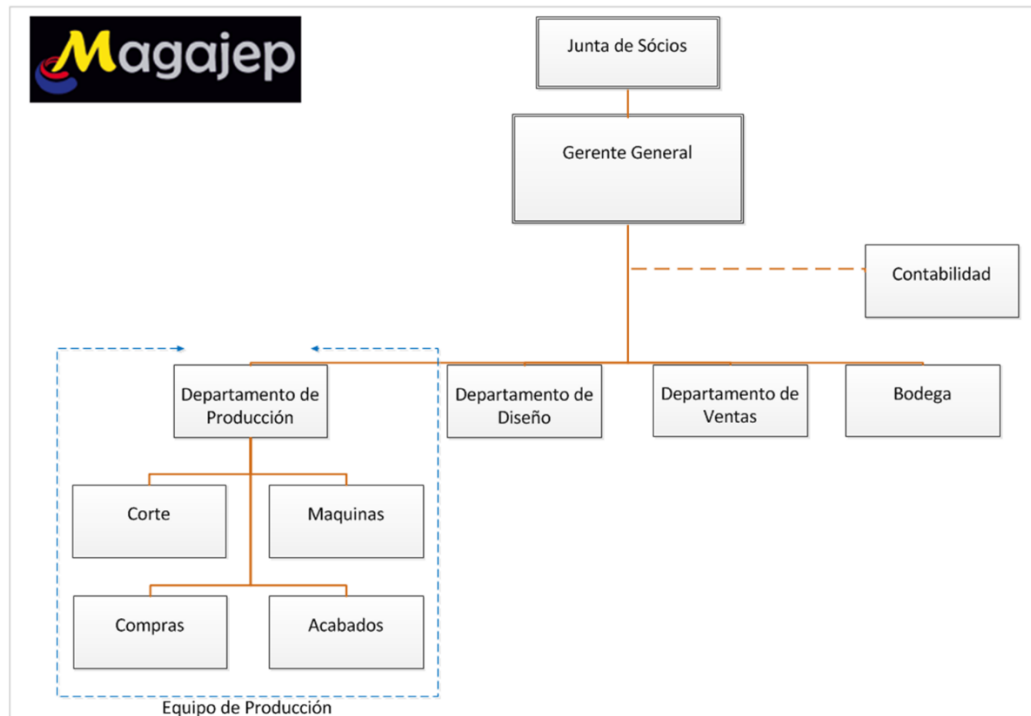


Gráfico 26 Organigrama Estructural MAGAJEP CIA. LTDA.

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Ricardo Cuamacás

4.2.2 Describa brevemente los cargos del organigrama.

Para una empresa es importante tener definido adecuadamente las funciones y las responsabilidades de cada integrante, para lograr de esta forma procesos solidos que ayuden a la eliminación de desperdicios y a mejorar la eficiencia.

Junta de Socios.- En primera instancia se conformará legalmente la junta de socios, es la encargada de designar o nombrar al Gerente General de la empresa, organizar reuniones bajo una cierta periodicidad para discutir asuntos de la empresa y ver avances de la misma, gestionar los acuerdos que se den en las reuniones de la junta, sean estos en reuniones ordinarias como extraordinarias, realizar la supervisión de la gestión del Gerente.

Tabla N° 66 Descriptivo del Cargo Gerente

I. INFORMACIÓN BÁSICA:	
PUESTO	Gerente General
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Junta de Socios
SUPERVISA A	Contabilidad, Producción, Diseño, Ventas, Bodega
II NATURALEZA DEL PUESTO:	
Responsable por el Manejo y la guía de la empresa, responsable por la obtención de los resultados planificados y el cumplimiento de la legislación legal vigente	
III FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> * Su función principal es la de representar legalmente a la empresa. * Liderar la gestión estratégica, designando y supervisando las posiciones que estarán bajo su mando. * Evaluar el cumplimiento de los diferentes departamentos que componen la organización. * Implementar objetivos tanto a corto como a largo plazo, estos objetivos deberán ser aprobados por la junta de socios. * Establecer el volumen de producción en conjunto con el departamento de producción. * Revisar los modelos a producir y las cantidades por talla de acuerdo a los pedidos de ventas. * Planificar el entrenamiento de las diferentes posiciones de la empresa. * Preparar los informes para la junta de socios. * Realizar un seguimiento y evaluación de los resultados de la empresa comparándolos con los planes y objetivos trazados. 	
IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:	
TITULO PROFESIONAL	Título de Tercer Nivel en Administración de Empresa o Afines
EXPERIENCIA	Mínimo 2 años en posiciones similares
HABILIDADES	Valentía Gerencial, Manejo de Situaciones Ambiguas, Toma de decisiones oportuna, Dirección de Personal, Agilidad Organizativa, Autosuficiencia, Manejo de Visión y Propósito
FORMACIÓN	Ingeniero en la rama requerida

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Ricardo Cuamacás

Tabla N° 67 Descriptivo del Cargo Contador

I. INFORMACIÓN BÁSICA:	
PUESTO	Contador
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Gerente General
SUPERVISA A	Ninguno
II NATURALEZA DEL PUESTO:	
Mantener la información financiera de la empresa organizada y cumpliendo con los requisitos tributarios del país.	
III FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> * Manejar la contabilidad de la empresa y las responsabilidades tributarias. * Elaborar el presupuesto de la empresa para la producción y los diferentes gastos administrativos. * Mantener actualizada la información financiera de la empresa y presentarla a la gerencia cuando así se lo requiera. * Analizar el flujo de efectivo de la empresa en función de las ventas a clientes y de los plazos determinados para pago. * Organizar los gastos de la empresa en función de cuentas individuales que le permitan crear un balance adecuado para presentar una información clara y confiable a la gerencia. 	
IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:	
TITULO PROFESIONAL	Título de Segundo Nivel en Contabilidad
EXPERIENCIA	Mínimo 2 años en posiciones similares
HABILIDADES	Toma de decisiones oportuna, Agilidad Organizativa, Autosuficiencia, Habilidad de Informar
FORMACIÓN	Contabilidad y Tributación

Fuente: Investigación Propia
 Elaborado por: Ricardo Cuamacás

Tabla N° 68 Descriptivo de Cargo Supervisor de Producción

I. INFORMACIÓN BÁSICA:	
PUESTO	Supervisor de Producción
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Gerente General
SUPERVISA A	Corte - Compras - Máquinas y Acabados
II NATURALEZA DEL PUESTO:	
Garantizar el cumplimiento de la producción y la calidad de los productos elaborados en la empresa	
III FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> * Cumplir y controlar la producción de la empresa haciéndolos más efectivos y eficaces. * Garantizar la seguridad del personal, la capacidad de respuesta y la calidad del producto final. * Organizar la producción en función de la demanda de los clientes. * Solicitar los insumos y materias primas de acuerdo a los diseños a elaborar. * Coordinar el mantenimiento preventivo y correctivo de las máquinas de la empresa. * Verificar que cada una de las áreas cumpla con el programa de producción en base a los manuales de procesos. * Soportar las operaciones y verificar la calidad del producto, corregir las fallas que se puedan presentar en el proceso productivo, brindando soluciones que sean efectivas. * Realizar la planificación diaria de producción en base al requerimiento del departamento de ventas de la empresa. * Realizar una evaluación de la carga de trabajo de cada proceso. * Motivar a sus trabajadores generando un ambiente de trabajo de unión, colaboración y respeto. 	
IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:	
TITULO PROFESIONAL	Título de Segundo Nivel en Administración de Empresas
EXPERIENCIA	Mínimo 2 años en posiciones similares
HABILIDADES	Toma de decisiones oportuna, Agilidad Organizativa, Habilidad de Informar, Dirección de Personal, Equidad con colaboradores directos
FORMACIÓN	Ingeniero en rama requerida

Fuente: Investigación Propia
 Elaborado por: Ricardo Cuamacás

Tabla N° 69 Descriptivo de Cargo Diseñador

I. INFORMACIÓN BÁSICA:	
PUESTO	Diseñador / a
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Gerente General
SUPERVISA A	Algunas Actividades de Corte
II NATURALEZA DEL PUESTO:	
Crear diseños para las colecciones que serán confeccionadas en la empresa	
III FUNCIONES	
<p>* Buscar y crear nuevos e innovadores diseños, crear modelos utilizando telas, combinados y colores de moda que sean atractivos a los clientes.</p> <p>* Solicitar las materias primas e insumos en función de los diseños creados y de acuerdo a las tallas que se elaborarán.</p> <p>* Garantizar la exclusividad en los modelos, creando combinados y modelos diferentes y únicos.</p> <p>* Informar al departamento de corte los trazos y las precauciones al momento de preparar los moldes</p> <p>* Proveer al siguiente proceso la ficha técnica de elaboración de los modelos</p> <p>* Soportar al personal que confecciona en las puntadas y técnicas a utilizar para la elaboración de las prendas.</p> <p>* Verificar la calidad de los diseños y realizar ajustes en caso de ser necesario.</p>	
IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:	
TITULO PROFESIONAL	Título de Segundo Nivel en Diseño
EXPERIENCIA	Mínimo 2 años en posiciones similares
HABILIDADES	Creatividad, Perseverancia, Autosuficiencia, Capacidad para Escuchar
FORMACIÓN	Bachiller o Tecnólogo

Fuente: Investigación Propia
 Elaborado por: Ricardo Cuamacás

Tabla N° 70 Descriptivo de Cargo Vendedor

I. INFORMACIÓN BÁSICA:	
PUESTO	Vendedor / a
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Gerente General
SUPERVISA A	Ninguno
II NATURALEZA DEL PUESTO:	
Venta del producto terminado y atención a clientes y búsqueda de nuevos clientes	
III FUNCIONES	
<p>* Manejar la cartera de clientes para lo cual tendrá que programar visitas a los clientes.</p> <p>* Elaborar los pedidos de los clientes y entregarlos al departamento de producción.</p> <p>* Buscar nuevos clientes que permitan aumentar el volumen de ventas de la empresa, estos clientes deben ser seleccionados en función de la calidad de las prendas que ofrece la empresa.</p> <p>* Monitorear su cartera de clientes para ver sus necesidades y requerimientos.</p> <p>* Fidelizar a los clientes mediante una estrategia de premios y recompensas.</p> <p>* Generar el plan de marketing y ventas de la empresa dentro del cual se determinara la publicidad y la promoción de los productos de la empresa.</p>	
IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:	
TITULO PROFESIONAL	Título de Segundo Nivel en Ventas
EXPERIENCIA	Mínimo 2 años en posiciones similares
HABILIDADES	Manejo de Situaciones Ambiguas, Toma de decisiones oportuna, Habilidad de Informar, Capacidad para Escuchar, Habilidad de Motivar a personas, Empuje por obtener resultados
FORMACIÓN	Bachiller o Tecnólogo

Fuente: Investigación Propia
 Elaborado por: Ricardo Cuamacás

Tabla N° 71 Descriptivo de Cargo Bodeguero

I. INFORMACIÓN BÁSICA:	
PUESTO	Bodeguero / a
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Gerente General
SUPERVISA A	Ninguno
II NATURALEZA DEL PUESTO:	
Garantizar la administración y el buen manejo de todas las existencias de la empresa	
III FUNCIONES	
<p>* Asegurar las existencias de la empresa, ya sea en producto terminado, como en materias primas e insumos necesarios para la producción.</p> <p>* Ingresar todos los materiales en las bases de control de inventarios, analizar y preparar los reportes de existencias.</p> <p>* Organizar las materias primas, insumos y producto terminado de una forma lógica entendible que permita obtener las existencias cuando se requieran de una forma ágil y rápida.</p> <p>* Asegurar que los stocks de la bodega estén actualizados para que los informes de compras sean reales de acuerdo a las existencias.</p> <p>* Recibir, almacenar y registrar todo material que ingresa a la bodega.</p> <p>* Preparar la entrega de los materiales para producción de acuerdo a la solicitud presentada.</p> <p>* Despachar los materiales solo con documentación que permita realizar la descarga del inventario de la bodega.</p>	
IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:	
TITULO PROFESIONAL	Título de Segundo Nivel en Ciencias
EXPERIENCIA	Mínimo 2 años en posiciones similares
HABILIDADES	Toma de decisiones oportuna, Habilidad de Informar, Autosuficiencia, Agilidad Organizativa, Toma de decisiones oportuna
FORMACIÓN	Bachiller o Tecnólogo

Fuente: Investigación Propia
 Elaborado por: Ricardo Cuamacás

Tabla N° 72 Descriptivo de Cargo Cortador

I. INFORMACIÓN BÁSICA:	
PUESTO	Cortador / a
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Supervisor de Producción
SUPERVISA A	Ninguno
II NATURALEZA DEL PUESTO:	
Garantizar el corte de los trazos de acuerdo a los diferentes modelos que confecciona la empresa	
III FUNCIONES	
<p>* Solicitar a bodega los materiales necesarios de acuerdo al modelo que va a cortar, validando la ficha técnica, las especificaciones y cantidades que se requieran.</p> <p>* Preparar las materias primas e insumos según el modelo y colocarlos en bandejas separadas.</p> <p>* Realizar el corte de los moldes, realizar el tendido de las telas en la mesa de corte para organizar los moldes, asegurar el aprovechamiento de las telas garantizando una distribución que optimice lo máximo posible la materia prima utilizada.</p> <p>* Colocar todos los trazos cortados en la bandeja del modelo y enviar al siguiente departamento para la confección.</p>	
IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:	
TITULO PROFESIONAL	Título de Segundo Nivel en Moda y Diseño
EXPERIENCIA	Mínimo 2 años en posiciones similares
HABILIDADES	Habilidad de Informar, Autosuficiencia, Agilidad Organizativa
FORMACIÓN	Bachiller, Tecnólogo o Entrenamiento en Centro Especializado

Fuente: Investigación Propia
 Elaborado por: Ricardo Cuamacás

Tabla N° 73 Descriptivo de Cargo Operador de Máquinas

I. INFORMACIÓN BÁSICA:	
PUESTO	Operador / a de Máquinas
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Supervisor de Producción
SUPERVISA A	Ninguno
II NATURALEZA DEL PUESTO:	
Realizar el armado de las prendas piloto y coordinar la elaboración masiva de las prendas con los maquiladores	
III FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> * Validar que sean entregados todos los trazos según la ficha técnica. * Recibir los trazos de las prendas y los insumos en la bandeja. * Asegurar que cada bandeja tenga la ficha técnica correspondiente al modelo a confeccionar, seguir los pasos de la ficha de cada modelo y realizar el proceso de costura de acuerdo a la máquina que indica la ficha del diseño. * Garantizar la revisión de las máquinas coordinando los mantenimientos preventivos y correctivos. * Coordinar la elaboración masiva de las prendas con los proveedores de maquila. 	
IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:	
TITULO PROFESIONAL	Título de Segundo Nivel en Moda y Diseño
EXPERIENCIA	Mínimo 2 años en posiciones similares
HABILIDADES	Habilidad de Informar, Autosuficiencia, Agilidad Organizativa
FORMACIÓN	Bachiller, Tecnólogo o Entrenamiento en Centro Especializado

Fuente: Investigación Propia
 Elaborado por: Ricardo Cuamacás

Tabla N° 74 Descriptivo de Cargo Comprador

I. INFORMACIÓN BÁSICA:	
PUESTO	Comprador / a
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Supervisor de Producción
SUPERVISA A	Ninguno
II NATURALEZA DEL PUESTO:	
Mantener disponible los requerimientos de materia prima, insumos, y demás necesidades que tenga la empresa.	
III FUNCIONES	
<p>* Realizar el análisis de los materiales que se requieren para la confección de una prenda.</p> <p>* Solicitar cotizaciones de material.</p> <p>* Elaborar la orden de compra y hacer aprobar.</p> <p>* Realizar el retiro de la mercadería comprada de los almacenes o coordinar la recepción.</p> <p>* Entregar todas las adquisiciones al departamento de bodega para que se registren todos los bienes que ingresan a la empresa</p>	
IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:	
TITULO PROFESIONAL	Título de Segundo Nivel en Bachillerato General
EXPERIENCIA	Mínimo 2 años en posiciones similares
HABILIDADES	Habilidad de Informar, Autosuficiencia, Agilidad Organizativa
FORMACIÓN	Bachiller, Tecnólogo

Fuente: Investigación Propia
 Elaborado por: Ricardo Cuamacás

Tabla N° 75 Descriptivo de Cargo Operador de Acabados

I. INFORMACIÓN BÁSICA:	
PUESTO	Operador / a de Acabados
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Supervisor de Producción
SUPERVISA A	Ninguno
II NATURALEZA DEL PUESTO:	
Garantizar la revisión final de la prenda y el empaque de la misma según los requerimientos del cliente	
III FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> * Asegurar la terminación de la prenda colocando los detalles finales como botones, ojales, cierres y etiquetas. * Recibir las prendas de las maquiladoras. * Colocar los estampados o hacer la orden de bordado de acuerdo a lo que solicita la ficha técnica. * Revisar la prenda y comunicar cualquier defecto de calidad al departamento de producción para su corrección. * Pulir la prenda retirando hilos que estén sobresalidos. * Realizar el planchado y empaque de la prenda. * Entregar las prendas empacadas a la bodega 	
IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:	
TITULO PROFESIONAL	Título de Segundo Nivel en Moda y Diseño
EXPERIENCIA	Mínimo 2 años en posiciones similares
HABILIDADES	Habilidad de Informar, Autosuficiencia, Agilidad Organizativa
FORMACIÓN	Bachiller, Tecnólogo o Entrenamiento en Centro Especializado

Fuente: Investigación Propia
 Elaborado por: Ricardo Cuamacás

4.3 CONTROL DE GESTIÓN

Existen diversas formas de realizar el control de la gestión de una empresa, pero es importante definir un método para poder controlar de manera efectiva y eficaz los indicadores. MAGAJEP entiende la importancia de controlar los indicadores de gestión de sus áreas y lo realizará mediante un Scorecard que le permita tener una visibilidad de los objetivos trazados y que permita controlarlos de manera continua para ver el avance, cumplimiento y realizar ajustes de ser el caso.

El control es aquella función que pretende asegurar la consecución de los objetivos y planes prefijados en la fase de planificación. Como última etapa formal del proceso de gestión, el control se centra en actuar para que los resultados generados en las fases que le preceden sean los deseados. Como el control es un elemento consustancial de la gestión, tiene que practicarse de una forma u otra, en todos los niveles de la organización. (Carballo Veiga, 2013, pág. 22)

4.3.1 Haga un listado de los indicadores de gestión necesarios.

Los indicadores de gestión son necesarios y nos sirven para lograr un desempeño óptimo de la empresa, también deben estar enfocados en satisfacer las necesidades de nuestros clientes, uno de los requisitos primordiales es que se los pueda cuantificar, nos sirven para medir y controlar cualquier área de la empresa, solo es necesario que sean analizados de una manera objetiva.

Tabla N° 76 Indicadores de Gestión MAGAJEP

		SCORECARD MAGAJEP 2016		
N°	INDICADOR DE GESTIÓN	RESPONSABLE	UNIDAD	META 2016
SEGURIDAD DEL PERSONAL				
1	Casos de Accidentes Laborales	Gerencia	# Casos	0,00
2	Cumplimiento de Normativa Legal Ecuatoriana	Gerencia	%	50%
3	Mejoras de Seguridad en la Empresa	Todos	Mejora / Empleado	1,00
BIENESTAR DEL PERSONAL				
4	Implementar el uso de uniformes en la empresa	Gerencia	%	100%
5	Plan de rotacion del personal en varias areas	Gerencia	%	50%
6	Horas de Entrenamiento x Persona	Gerencia	# Horas / Empleado	5
CALIDAD DEL PRODUCTO				
7	Cantidad de Diseños Aprobados	Diseño	Unidad / Mes	15
8	Auditorias a Maquiladores	Producción	%	90%
9	Diseños OK a la Primera Vez	Producción	%	90%
10	Exactitud en Compras	Compras	%	99%
CAPACIDAD DE RESPUESTA				
11	Cantidad de Diseños Aprobados	Diseño	Unidad / Mes	15
12	Tiempo de Para x Area	Gerente	Min / mes	150
13	Cumplimiento de Volumen de Producción	Producción	Unidad / Mes	100%
14	Cumplimiento Maquiladores	Producción	Unidad / Mes	100%
15	Cumplimiento de Entregas a Ventas	Producción	Unidad / Mes	100%
16	Aumento en Volumen de Ventas	Ventas	% / Mes	1,5%
17	Cantidad de Modelos Cortados	Cortador	Unidad / Mes	100%
AHORRO DE COSTOS				
18	Reduccion de Costos de Materia Prima e Insumos	Comprador	\$/AÑO	107,8
19	Aprovechamiento de la tela por modelo	Cortador	% / Metro	90%
20	Productividad Directa	Gerente	# Personas / UNI	6,79
21	Reducir Daños de Prendas	Producción	S\$ / Unid Prod	3,04
22	Novedades en Inventarios de Material Prima e Insumos	Bodega	<2%	2%
23	Costo x Unidad Producida	Gerente	%	19%
ENVIROMENT				
24	Ahorro de Energia	Gerente	\$/ MES	1,00

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Ricardo Cuamacás

4.4 NECESIDADES DE PERSONAL

El valor más grande que tiene una empresa es su personal. (Rivadeneira, 2014) Dice: “La mano de obra constituye el factor humano que interviene en la actividad fabril y sin cuya participación no sería factible la producción” (p.46).

Es por esa razón que debe ser seleccionado de una forma adecuada y con una visión de futuro. MAGAJEP, requiere dentro de su nómina personal administrativo, productivo y ciertas contrataciones que deben ser realizadas con proveedores como es el caso de maquila y contabilidad. Estas contrataciones son muy importantes para la empresa y se las debe contratar mediante una selección adecuada.

Debido al tamaño de la empresa se requiere también que el personal sea multidisciplinario, ya que tendrá que desempeñarse en muchos de los casos en más de un departamento de la empresa de acuerdo a las necesidades que se presenten, es por esta razón que la mano de obra de MAGAJEP debe ser calificada y seleccionada cuidadosamente.

Personal Administrativo

Tabla N° 77 Personal Administrativo MAGAJEP

PERSONAL ADMINISTRATIVO MAGAJEP	
PERSONAL	CANTIDAD
Gerente General	1
Contador	1

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Ricardo Cuamacás

La figura de contador se refleja en la tabla del personal administrativo, sin embargo debido al tamaño de la empresa y a la cantidad de documentación que se genera en la misma, la contabilidad será contratada como un servicio y no formara parte de la nómina de MAGAJEP.

Mano de Obra Indirecta

Tabla N° 78 Mano de Obra Indirecta MAGAJEP

MANO DE OBRA INDIRECTA MAGAJEP	
PERSONAL	CANTIDAD
Diseñadora	1
Compras - Acabados - Bodega	1
Vendedor	1

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Ricardo Cuamacás

Mano de Obra Directa

Tabla N° 79 Mano de Obra Directa MAGAJEP

MANO DE OBRA DIRECTA MAGAJEP	
PERSONAL	CANTIDAD
Operador de Maquinas	1
Maquiladores	5
Cortador	1

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Ricardo Cuamacás

4.4.1 Especificar cuánto personal necesitará hasta un horizonte de tres años.

Debido a que la mayor parte de mano de obra MAGAJEP la utilizara con maquila, dentro de la empresa no se tiene previsto incrementar mayormente el personal, sin embargo de haber un aumento considerable en volumen se presenta el siguiente cuadro donde se proyecta el personal que se requerirá con una proyección de 3 años.

Tabla N° 80 Proyección Requerimiento de Personal

Departamentos	Requerimiento de Personal	
	Inicio de Actividades	3 Años
Operativo	1 Diseñadora	1 Diseñadora
	1 Corte, Bodega y Terminados	1 Corte, Bodega y Terminados
	1 Confección	2 Confección
Administración	1 Gerente General	1 Gerente General
	1 Contador General	1 Contador General
	1 Vendedor	2 Vendedor
TOTAL	6	8

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Ricardo Cuamacás

CAPÍTULO V - AREA JURIDICO LEGAL

5.1.1 Determinación de la forma jurídica

MAGAJEP es una empresa que para su constitución necesita de socios, la cantidad de socios de la empresa no supera las 10 personas, por esta razón es importante realizar la legalización de la empresa para que el aporte del capital de cada socio y las obligaciones que contraen estén respaldadas bajo el marco de la legislación ecuatoriana vigente, debido a la cantidad de socios que tiene la empresa se la constituirá como empresa de responsabilidad limitada, es decir Compañía LTDA.

La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirán, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura. (Art. 92 Ley de Compañías, 1999)

Art. 95.- La compañía de responsabilidad limitada no podrá funcionar como tal si sus socios exceden del número de quince, si excediere de este máximo, deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse. (Art. 95 Ley de Compañías, 1999)

La razón social o nombre de la empresa será para los efectos MAGAJEP, nombre seleccionado en reunión con todos los socios que conforman la empresa. Por ser una empresa de responsabilidad limitada las aportaciones de los socios son consideradas como participaciones dentro de la empresa, esto deberá constar dentro de la escritura de constitución, donde de acuerdo al capital aportado por cada socio se deberá registrar el número de participaciones a las cuales tiene derecho dentro de la empresa.

5.1.2 Patentes y Marcas

En el Ecuador como en los demás países de mundo la protección de la marca es una necesidad de la cual la empresa no debe prescindir, la marca es lo que diferencia al producto de la competencia y es por la marca por la cual los clientes conocen al producto, es por esta razón que debe ser inscrita, en el Ecuador la inscripción de la marca se la puede realizar utilizando los servicios WEB que ofrece el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual (IEPI)

Pasos Para Realizar el Trámite en la WEB.

1. Ingresar a la página WEB: www.propiedadintelectual.gob.ec
2. Seleccionar la pestaña Programas/Servicios, del menú principal
3. Ingresar a la opción solicitudes en línea
4. Responder a la pregunta de si posee Casillero Virtual del IEPI, en caso de no tener se debe ingresar al siguiente link para la creación del casillero: www.propiedadintelectual.gob.ec/casilleros/
5. Llenar la solicitud del casillero virtual
6. El sistema enviara a su correo electrónico el usuario y contraseña para acceder al sistema.
7. Ingresar nuevamente a la página WEB: www.propiedadintelectual.gob.ec
8. Seleccionar la pestaña Programas/Servicios, del menú principal
9. Ingresar a la opción Mi Casillero del menú ubicado en la parte lateral izquierda
10. Introducir el usuario y contraseña
11. Cambiar la contraseña
12. Ingresar nuevamente a la opción solicitudes en línea
13. Ingresar el usuario y contraseña registrados
14. Seleccionar el tipo de solicitud que se requiere
15. Ingresar toda la información que el sistema le solicita
16. Generar la vista previa de la solicitud
17. Si no existen cambios dar clic en el botón Editar y luego en Comprobante de Pago

18. Imprimir el comprobante de pago y cancelarlo en cualquier agencia del Banco del Pacifico
19. Ingresar a solicitudes en línea
20. Seleccionar el botón iniciar proceso
21. Ingresar el número de depósito que se encuentra en el comprobante de pago.
22. Adjuntar el comprobante de pago en formato PDF
23. Seleccionar Aceptar
24. Validar el número de registro y la fecha que el sistema le emitirá.

5.1.3 Licencias necesarias, documentos legales (Patentes, Inicio de Actividades, etc.).

Por el tipo de empresa MAGAJEP debe realizar los trámites para los siguientes permisos, los cuales son necesarios para el funcionamiento de una empresa en la ciudad de Quito.

La Licencia Metropolitana Única para el ejercicio de Actividades Económicas (LUAE), esta licencia es única y necesaria para el funcionamiento, el Distrito Metropolitano de Quito la exige para toda actividad económica que se realice dentro de la ciudad, este requerimiento se basa en la Ordenanza Metropolitana No. 308 aprobada el 31 de marzo de 2010, el tipo de permiso y requisitos es de acuerdo a la categoría en la que se clasifique la empresa, existen tres tipos de categoría y la obtención del permiso dependerá de la categoría en la que sea clasificada la empresa, esta categorización se la realiza en función del riesgo que presenta la empresa.

- Categoría 1, procedimiento Simplificado: 1 día (bajo riesgo)
- Categoría 2, procedimiento Ordinario: 16 días (mediano riesgo)
- Categoría 3, procedimiento Especial: hasta 180 días (alto riesgo)

Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos, este es un requisito indispensable y obligatorio para el funcionamiento de una empresa, al igual que la LUAE, este requisito es en función de categorías de acuerdo al tipo de negocio, para el caso de MAGAJEP, este permiso es de Tipo A, en el cual están inmersas las Empresas, Industrias y Fabricas.

Estos permisos son los básicos y necesarios para el funcionamiento de la empresa, sin embargo es también importante la afiliación de la empresa a la Cámara de la Pequeña y Mediana Empresa de Pichincha (CAPEIPI), la afiliación constituye una gran ayuda para las pequeñas empresas sobre todo para las que están iniciando, dentro de los beneficios se puede obtener, la capacitación principalmente, ya que la CAPEIPI, constantemente ofrece a sus socios beneficios de capacitaciones o la opción de realizar publicidad de los productos.

¿Qué se puede registrar?

Constituye marca cualquier signo que pueda por si sólo distinguir los productos o servicios que expende en el mercado, respecto de otros ya existentes, para lo cual deberá ser susceptible de representación gráfica.

¿Qué beneficios y derechos que confiere el registro de una Marca?

- Derecho al uso exclusivo, solo el titular puede hacer uso del signo.
- Protección en toda la República Ecuatoriana y derecho de prioridad en los países de la Comunidad Andina de Naciones (Colombia, Perú y Bolivia), dentro de los primeros seis meses de presentada la solicitud en nuestro país.
- Derecho de presentar acciones legales civiles, penales y administrativas en contra de infractores.
- Desalienta el uso de su marca por los piratas.
- Protege su prioridad del registro de estas marcas en otras naciones.
- Permite restringir la importación de bienes que utilizan marcas que infringen derechos.

- Derecho de otorgar Licencias a terceros y de cobrar regalías.
- Derecho de franquiciar su producto o servicio.
- Ceder los derechos sobre su marca a terceros.
- Posibilidad de garantizar un crédito con su marca.
- Al registrar su marca la convierte en un activo intangible, el cual en muchas ocasiones llega a convertirse en el activo más valioso de su empresa.

Consejos para registrar una marca

Previa la presentación de una solicitud, es pertinente realizar una búsqueda de antecedentes, es decir, verificar que no exista en el mercado signos parecidos o similares que impidan su registro.

Presentada la solicitud, pasa a un examen de forma, revisando que cumpla con todos los requisitos, de ser así se publica en la Gaceta de Propiedad Industrial, con la finalidad de que terceros tengan conocimiento de las peticiones efectuadas. Si no existe oposición, se efectúa el examen de registrabilidad para la posterior emisión de la resolución que acepta o rechaza el registro y en caso de concesión, el trámite concluye con la emisión del título de registro.

CAPÍTULO VI - AREA FINANCIERA

6.1. Plan de Inversiones

El inicio de operaciones de la empresa MAGAJEP en lo referente al arranque de producción se lo representa en la siguiente tabla

Tabla N° 81 Plan de Inversiones MAGAJEP

Detalle	Cantidad	Valor UNI	Valor Total	TOTAL
Maquina de Coser Recta	1	600,00	600,00	
Maquina Industrial Overlock	1	1.200,00	1.200,00	
Maquina Recubridora	1	1.500,00	1.500,00	
Brochadora	1	200,00	200,00	
Cortadora de Tela Industrial de 8"	1	500,00	500,00	
Mesa Industrial de Corte	1	450,00	450,00	
Plancha De Vapor De Prensa	1	1.500,00	1.500,00	
Maquina Doble Aguja	1	1.500,00	1.500,00	
Maquina Atracadora	1	7.000,00	7.000,00	
Maquina Ojaladora	1	4.500,00	4.500,00	
Maquina Botonera	1	2.500,00	2.500,00	
Total Maquinaria y Equipo				\$ 21.450
Computadora	3	833,00	2.499,00	
Impresora	1	360,00	360,00	
Total Equipos de Computación				\$ 2.859
Escritorio	3	165,04	495,12	
Estantería	4	100,00	400,00	
Juego de sala	1	200,00	200,00	
Silla giratoria	3	89,00	267,00	
Archivador	1	149,00	149,00	
Mostrador	1	400,00	400,00	
Total Muebles y Enseres				\$ 1.911
Teléfono fijo	1	35,00	35,00	
Dispensador de agua	1	29,99	29,99	
Total Equipos de Oficina				\$ 65
TOTAL				\$ 26.285

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Ricardo Cuamacás

El plan de inversiones inicial que la empresa requiere para iniciar las operaciones contempla todo lo necesario en equipos y máquinas, equipos de computación, equipos de oficina y muebles y enseres, estas inversiones son las que se han visto como primordiales para el arranque de la empresa y es en función de estas inversiones que se proyecta el retorno de capital en función de la producción.

6.2. Plan de Financiamiento

El objetivo de la planificación financiera es la liquidez, esto es, que en cada momento se disponga de los recursos necesarios para hacer frente a aquellas necesidades de inversión que se hayan evaluado positivamente y que se haya decidido llevar a cabo. En definitiva, el objetivo de la planificación financiera pasa por disponer en todo momento de la financiación, de los fondos necesarios para hacer frente a los compromisos de pago. (Aragó & Cabedo, 2011, pág. 152)

Para que la empresa pueda subsistir en el tiempo se requiere de una planificación adecuada de la inversión que se requerirá para un determinado periodo, durante este tiempo se espera que la empresa ya empiece a generar recursos y pueda auto sostenerse, según el análisis realizado para este proyecto se determina que el plan de financiamiento debe ser enfocado en 3 meses, después de este periodo ya no se requerirá más inversión ya que la empresa iniciara a generar dinero para cubrir las producciones siguientes.

Las necesidades de inversión propuestas en el numeral anterior deben ser financieramente satisfechas, para lo que se presenta un resumen del capital que se requiere así como las fuentes posibles de utilización:

a) Capital de Trabajo

Tabla N° 82 Capital de Trabajo MAGAJEP

Concepto	Valor Trimestre	Valor Anual
Costo de Producción		
Costos Directos	\$ 53.590,53	\$ 214.362,10
Mano de Obra Directa	\$ 4.372,43	\$ 17.489,74
Costos Indirectos	\$ 1.174,77	\$ 4.699,09
Costos Administrativos		
Salarios	\$ 7.687,83	\$ 30.751,31
Suministros de oficina	\$ 65,92	\$ 263,69
Arriendo	\$ 600,00	\$ 2.400,00
Seguros	\$ 62,88	\$ 251,52
Mantenimiento	\$ 40,19	\$ 160,78
Depreciación	\$ 293,41	\$ 1.173,62
Costo de Ventas		
Publicidad	\$ 587,27	\$ 2.349,06
TOTAL	\$ 68.475,23	\$ 273.900,91

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Ricardo Cuamacás

Para iniciar las operaciones es necesario que la empresa cuente con capital de trabajo ya que al arrancar la producción de los diferentes productos será necesario comprar insumos, pagar mano de obra, comprar materia prima en fin todos los gastos que se generan para producir, en el caso de MAGAJEP, se está considerando la siguiente proyección como capital de trabajo para tres meses ya que durante este periodo la empresa ya podrá generar su propio capital.

b) Forma de financiamiento

En muchas ocasiones el financiar una empresa en sus inicios representa una complicación por la cantidad de dinero que se requiere y por las dificultades que existen para obtener créditos, es por esta razón que se debe lograr un balance adecuado entre el monto de financiamiento y el capital que el o los socios coloquen para arrancar la empresa.

MAGAJEP, muestra mediante el siguiente cuadro como estarán distribuidos los montos que la empresa destinara para su funcionamiento, estos montos fueron calculados tomando en cuenta la capacidad de financiamiento por parte de los socios de MAGAJEP y la capacidad de endeudamiento de la empresa al momento de arrancar operaciones.

Tabla N° 83 Fuentes de los Recursos y Usos

Inversiones	Valor	Recursos Accionistas		Crédito	
		Valor	%	Valor	%
Maquinaria y Equipos	21.879,00	10.939,50	50%	10.939,50	50%
Muebles y Enseres	1.949,34	974,67	50%	974,67	50%
Equipos de Oficina	66,29	33,14	50%	33,14	50%
Equipos de Computación	2.916,18	1.458,09	50%	1.458,09	50%
Otros Activos	3.898,56	1.949,28	50%	1.949,28	50%
Capital de Trabajo	68.475,23	34.237,61	50%	34.237,61	50%
Total Inversiones	99.184,60	49.592,30	50,00%	49.592,30	50,00%

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Ricardo Cuamacás

Considerando el tiempo durante el cual se requiere el capital de trabajo y las necesidades para poner en marcha la empresa se determina que el monto necesario para iniciar es de \$99.184,60, de acuerdo a la capacidad de los socios de MAGAJEP, se determina que el plan de financiamiento con una entidad bancaria será del 50% del monto total requerido para iniciar operaciones, el monto que MAGAJEP deberá obtener en una institución financiera y que corresponde a este 50% es de \$49.592,30, valor que la empresa debe programar para pagos en cuotas mensuales a la institución financiera donde se obtenga el crédito.

El préstamo que se ajusta a la necesidad de MAGAJEP, se lo realizará en la cooperativa de ahorro y crédito CACPECO LTDA. Esta cooperativa brinda créditos de diferentes categorías y este tipo de crédito es destinado para PYMES, con una tasa nominal de interés del 11.2% anual, el crédito se lo calculara con una cuota fija destinada a cubrir la totalidad del crédito por un periodo de 5 años es decir 60 cuotas.

Estos son los montos que MAGAJEP debe cubrir en cada año para la liquidación del crédito, para calcular la cuota mensual fija se utilizó la siguiente fórmula:

Capital = C

Interés = i

Tiempo = t

$$Cuota\ Mensual = \frac{C}{\frac{(1 - (1 + i)^{-t})}{i}}$$

$$Cuota\ Mensual = \frac{49.592,30}{\frac{(1 - (1 + 0.0093)^{-60})}{0.0093}}$$

$$Cuota\ Mensual = 1083,21$$

6.3. Cálculo de Costos y Gastos

Todo proceso de producción genera en su ejecución costos y gastos, el análisis de estos parámetros es necesario para poder tomar decisiones en la empresa, los costos y los gastos van a estar relacionados directamente con la producción del producto.

a) Detalle de Costos

El concepto de coste hace referencia al valor «sacrificado» para conseguir un objetivo concreto. En el ámbito de la empresa puede considerarse como el importe a satisfacer para la adquisición de bienes o servicios. Cuando una empresa industrial compra materias primas para incorporar a la producción se produce un coste y también cuando se adquiere un edificio, o cuando se paga a los trabajadores, o el agua y la electricidad, etc. (Alcarria J. , 2012, pág. 267)

La creación de una empresa siempre traerá costos asociados a lo que se pretenda producir o al servicio que se brindará, es importante que estos costos sean analizados detenidamente por la empresa y que se los incluya dentro del proyecto para poder determinar los beneficios reales. MAGAJEP debido al giro de su negocio que es la transformación de la materia prima deberá analizar los siguientes costos:

- Costos de materia prima
- Costos mano de obra
- Costos indirectos de fabricación

El análisis de estos costos permitirán que MAGAJEP pueda tomar decisiones acertadas que permitan realizar un control adecuado de los costos mencionados, esto influirá de manera objetiva en los resultados que la empresa espera alcanzar.

Tabla N° 84 Costos MAGAJEP

Detalle	Costo Unitario	Costo Mensual	Costo Anual
Materia Prima	9,00	13.397,63	160.771,58
Maquila	3,00	4.465,88	53.590,53
Sueldos	0,98	1.457,48	17.489,74
Seguros	0,04	55,79	669,50
Mantenimiento	0,02	37,19	446,33
Depreciación	0,12	182,33	2.187,90
Servicios básicos	0,08	116,28	1.395,36
TOTALES	13,24	19.712,58	236.550,93

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Ricardo Cuamacás

Los valores obtenidos en el análisis de costos enfocaran a MAGAJEP a determinar los costos de las prendas tomando como valor referencial el costo unitario de producción, el costo mensual permitirá realizar una adecuada provisión para las colecciones y mediante el costo anual determinaremos la proyección de costos de la empresa durante el tiempo establecido como vida útil de este proyecto.

b) Proyección de Costos

La proyección de los costos en MAGAJEP es necesaria para determinar la factibilidad del proyecto, por tanto esta proyección está calculada en función del tiempo que tiene como vida útil el proyecto de MAGAJEP.

Tabla N° 85 Proyección de Costos MAGAJEP

Costos del Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos Directos CD	214.362,10	218.177,75	222.061,31	226.014,00	230.037,05
Mano de Obra Directa MOD	17.489,74	17.801,05	18.117,91	18.440,41	18.768,65
Costos Indirectos de Fabricación CIF	4.699,09	4.782,73	4.867,87	4.954,51	5.042,70
Total Costo de Producción	\$ 236.551	\$ 240.762	\$ 245.047	\$ 249.409	\$ 253.848

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Ricardo Cuamacás

c) Detalle de Gastos

Tabla N° 86 Gastos MAGAJEP

Detalle	Gasto Unitario	Gasto Mensual	Gasto Anual
Salarios	1,72	2.562,61	30.751,31
Suministros de oficina	0,01	21,97	263,69
Arriendo	0,13	200,00	2.400,00
Seguros	0,01	20,96	251,52
Mantenimiento	0,01	13,40	160,78
Depreciación	0,07	97,80	1.173,62
Publicidad	0,13	195,76	2.349,06
Intereses préstamo	0,29	430,01	5.160,06
TOTALES	2,38	2.805,54	42.510,04

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Ricardo Cuamacás

Los gastos son disminuciones del patrimonio neto, distintas de las distribuciones de fondos de la entidad a los propietarios, como consecuencia de la actividad económica de adquisición de bienes y servicios, o como consecuencia de las variaciones en el valor de activos y pasivos que deben reconocerse contablemente.

Los gastos se clasifican en dos grupos:

- Aquellos que se imputan al resultado del periodo. Son aquellos gastos que se tienen en cuenta para determinar el resultado (beneficio o pérdida) contable de un periodo.
- Aquellos no considerados resultados del periodo y que se imputan directamente como una disminución del patrimonio neto. (Alcarria J. , 2008, pág. 29)

Los gastos para una empresa de producción son muy importantes, sobretodo tomando en cuenta que no están ligados directamente con la producción, en MAGAJEP es necesario determinar el gasto de la empresa para evaluar frente a la planificación de producción si es rentable o no el proyecto, si bien es cierto los gastos no están relacionados directamente con la fabricación de un producto son realmente necesarios para que la empresa pueda subsistir y para que el producto llegue al cliente final, algunos de estos gastos también son necesarios para la producción, este es el caso de los intereses bancarios, los cuales se los debe considerar dentro del gasto de la empresa.

d) Proyección Gastos

Tabla N° 87 Proyección de Gastos MAGAJEP

Gastos Proyecto MAGAJEP	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos Administrativos	35.000,92	44.423,93	45.193,78	45.977,34	46.774,85
Salarios	30.751,31	40.119,56	40.833,69	41.560,53	42.300,31
Suministros de oficina	263,69	268,38	273,16	278,02	282,97
Arriendo	2.400,00	2.442,72	2.486,20	2.530,45	2.575,50
Seguros	251,52	256,00	260,56	265,19	269,91
Mantenimiento	160,78	163,64	166,55	169,51	172,53
Depreciación	1.173,62	1.173,62	1.173,62	1.173,62	1.173,62
Gastos de Ventas	2.349,06	2.390,87	2.433,43	2.476,75	2.520,83
Publicidad	2.349,06	2.390,87	2.433,43	2.476,75	2.520,83
Gastos Financieros	5.160,06	4.235,66	3.202,23	2.046,94	755,40
Intereses préstamo	5.160,06	4.235,66	3.202,23	2.046,94	755,40
Total Gastos	42.510,04	51.050,46	50.829,45	50.501,03	50.051,08

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Ricardo Cuamacás

Para poder determinar la viabilidad del proyecto es necesario establecer para MAGAJEP una proyección de gastos durante el mismo periodo que fue calculado este proyecto, esta información es vital para poder establecer más adelante el punto de equilibrio del proyecto y su rentabilidad.

Mano de Obra

Tabla N° 88 Nómina MAGAJEP

Cargo	#	Sueldo base	Sueldo Unificado	10mo 3ro	10mo 4to	Vacaciones	Aporte IESS		Fondos de Reserva	Mensual	Año 1
							Patronal	Personal			
Área Operativa											
Diseñadora	1	450,00	450,00	37,50	30,50	18,75	50,18	42,53	-	544,40	6.532,80
Corte, Bodega y Terminados	1	366,00	366,00	30,50	30,50	15,25	40,81	40,81	-	442,25	5.307,00
Confección	1	366,00	366,00	30,50	30,50	15,25	40,81	40,81	-	442,25	5.307,00
SUBTOTAL:			1.182,00	98,50	91,50	49,25	131,79	124,14	-	1.428,90	17.146,80
IMPREVISTOS 2%										28,58	342,94
Total Producción										1.457,48	17.489,74
Área Administrativa											
Gerente General	1	600,00	600,00	50,00	30,50	25,00	66,90	56,70	-	715,70	8.588,40
Contador General	1	450,00	450,00	37,50	30,50	18,75	50,18	42,53	-	544,40	6.532,80
Vendedor	2	500,00	1.000,00	83,33	61,00	41,67	111,50	94,50	-	1.203,00	14.436,00
SUBTOTAL:			2.050,00	170,83	122,00	85,42	228,58	193,73	-	2.463,10	29.557,20
IMPREVISTOS 2%										49,26	591,14
Total Área Administrativa										2.512,36	30.148,34
Total Nómina MAGAJEP										3.969,84	47.638,08

Fuente: Investigación Propia
 Elaborado por: Ricardo Cuamacás

La mano de obra es el valor más importante de una organización es por esto que en MAGAJEP todo su personal percibirá una remuneración acorde a los valores del mercado Ecuatoriano, con sus respectivos beneficios sociales. Parte de los beneficios impartidos a los colaboradores es importante que dentro de la proyección que tiene la empresa, destine tiempo a ofrecer beneficios que retengan al personal dentro de la empresa, que sientan y vean que trabajar en MAGAJEP, es una de las mejores alternativas dentro del mundo de la manufactura de prendas de vestir.

“Nuestra gente es nuestro activo más importante”. Muchas organizaciones usan esta frase, o algo parecido, para reconocer la importancia del rol que juegan los empleados en el éxito organizacional. Estas organizaciones también reconocen que todos los gerentes deben participar en algunas actividades de la gerencia de recursos humanos (GRH) (incluso en las grandes organizaciones que tienen un departamento separado. Estos gerentes entrevistan a los candidatos a un empleo, orientan a los nuevos trabajadores y evalúan el desempeño laboral de sus empleados. (Robbins, 2005, pág. 282)

Depreciación

Tabla N° 89 Depreciación Activos MAGAJEP

Activos Fijos MAGAJEP	Valor Total	Vida Útil	% Depreciación Anual	Valor Depreciado Anual
Maquinaria y Equipos	21.879,00	10	10%	2.187,90
Muebles y Enseres	1.949,34	10	10%	194,93
Equipos de Oficina	66,29	10	10%	6,63
Equipos de Computación	2.916,18	3	33,33%	972,06
Total	26.810,81			3.361,52

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Ricardo Cuamacás

Dentro de los costes de producción las empresas incluyen la depreciación que sufren los activos fijos, lo que les permite recuperar bienes que forman parte del ciclo de capital. Los elementos de este ciclo no se consumen de una sola vez, de forma que la empresa realiza una dotación gradual para cada ejercicio económico de unos recursos que posibilita incluir dentro de los costes de producción la utilización y desgaste de estos.

La depreciación es la disminución del valor de propiedad de un activo fijo, producido por el paso del tiempo, desgaste por uso, el desuso, insuficiencia técnica, obsolescencia u otros factores de carácter operativo, tecnológico, tributario, etc. Considerando que los activos incluidos en nuestro plan de inversiones estarán sujetos a este fenómeno, debemos realizar el cálculo que determine el cargo por depreciación que deberá ser incluido en nuestro detalle de gastos. Utilice el siguiente cuadro para realizar este cálculo. (Aragó & Cabedo, 2011, pág. 136)

La depreciación en MAGAJEP es muy importante ya que permitirá a la empresa en un periodo determinado de tiempo la recuperación del valor de los activos, los cuales van perdiendo su valor a medida que son usados en el proceso de producción. Esto permitirá también de acuerdo a los periodos de depreciación renovar los equipos y mantenerse al día en la parte tecnológica.

Proyección de la depreciación

Tabla N° 90 Proyección Depreciación MAGAJEP

Proyección Depreciación Activos MAGAJEP											
Activos Fijos MAGAJEP	Valor Total	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Maquinaria y Equipos	21.879,00	2.187,90	2.187,90	2.187,90	2.187,90	2.187,90	2.187,90	2.187,90	2.187,90	2.187,90	2.187,90
Muebles y Enseres	1.949,34	194,93	194,93	194,93	194,93	194,93	194,93	194,93	194,93	194,93	194,93
Equipos de Oficina	66,29	6,63	6,63	6,63	6,63	6,63	6,63	6,63	6,63	6,63	6,63
Equipos de Computación	2.916,18	972,06	972,06	972,06	-	-	-	-	-	-	-
Total	26.810,81	3.361,52	3.361,52	3.361,52	2.389,46	2.389,46	2.389,46	2.389,46	2.389,46	2.389,46	2.389,46

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Ricardo Cuamacás

Los valores proyectados para los activos de MAGAJEP están calculados para diez años para todos los activos a excepción de los equipos de computación donde el valor de depreciación fue calculado para tres años.

6.4. Cálculo de Ingresos

Tabla N° 91 Cálculo de Ingresos Mensuales MAGAJEP

Capacidad Utilizada	Deportivo	Formal	Casual	Total Ventas
	23%	10%	67%	
	\$ 21,00	\$ 25,00	\$ 14,00	
1.489	7.190,06	3.721,56	13.963,31	24.874,94

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Ricardo Cuamacás

Los ingresos están determinados por las ventas realizadas, es muy importante que tengamos presente para este proyecto, cual es el volumen de ventas que la empresa MAGAJEP deberá mantener para poder hacer este proyecto viable. De acuerdo al análisis realizado el ejercicio muestra que para obtener un ingreso que permita subsistir a la empresa, esta deberá tener la capacidad de producir 1489 unidades distribuidas en los porcentajes que se muestran en la tabla que se presenta a continuación para lograr el ingreso de \$ 24874,94, este volumen de ventas y estos ingresos darán como resultado el beneficio o rentabilidad que se pretende lograr para este proyecto.

Los ingresos son incrementos del patrimonio neto, distintos de las aportaciones de fondos a la entidad por parte de los propietarios, como consecuencia de las actividades económicas de venta de bienes o prestación de servicios o como consecuencia de las variaciones en el valor de activos y pasivos. (Alcarria J. , 2012, pág. 52)

Proyección de Ingresos

Tabla N° 92 Proyección de Ingresos MAGAJEP

Proyección de Ventas Totales MAGAJEP					
Año	Capacidad Utilizada	Deportivo	Formal	Casual	Total Ventas
		23%	10%	67%	
1	17.864	Precio / Ingreso por Linea de Producción			\$ 298.499,23
		\$ 21,00	\$ 25,00	\$ 14,00	
		86.280,75	44.658,77	167.559,71	
2	19.139	Precio / Ingreso por Linea de Producción			\$ 325.513,41
		\$ 21,37	\$ 25,45	\$ 14,25	
		94.089,15	48.700,39	182.723,86	
3	20.415	Precio / Ingreso por Linea de Producción			\$ 353.394,72
		\$ 21,75	\$ 25,90	\$ 14,50	
		102.148,20	52.871,74	198.374,77	
4	21.691	Precio / Ingreso por Linea de Producción			\$ 382.165,46
		\$ 22,14	\$ 26,36	\$ 14,76	
		110.464,34	57.176,16	214.524,96	
5	22.967	Precio / Ingreso por Linea de Producción			\$ 411.848,48
		\$ 22,54	\$ 26,83	\$ 15,02	
		119.044,17	61.617,07	231.187,24	

Fuente: Investigación Propia
 Elaborado por: Ricardo Cuamacás

Los ingresos de MAGAJEP son proyectados en función de las diferentes líneas de producción que tiene la empresa, y en función de los volúmenes que la empresa pretende producir en cada una de estas líneas de vestimenta.

Para determinar los porcentajes de prendas que la empresa producirá se tomó en cuenta los datos de la pregunta número 8 de la encuesta y la capacidad instalada que tiene la empresa para producir cada una de estas líneas.

Los datos indican que la preferencia en las líneas que la empresa pretende introducir son 7% en vestimenta formal, 46% en casual y 47% en deportiva. Estos valores fueron ajustados de acuerdo a la capacidad instalada de la empresa considerando los siguientes factores:

Para la línea formal la empresa está colocando un porcentaje de ventas de 10%, es decir un 3% adicional al resultado de la encuesta esto debido a que la empresa dentro de sus procesos debe balancear la producción para no generar desperdicios en los procesos, al momento la empresa solo tiene un maquilador el cual está capacitado para poder responder a este volumen.

En la línea casual la empresa determina una elevación de volumen de un 21% debido principalmente a la capacidad de respuesta para elaborar estas prendas, actualmente la empresa cuenta con varios maquiladores que pueden cubrir este volumen ya que estas prendas no son complejas como la línea formal, otro de los factores importantes para la nivelación de esta línea es la capacidad de respuesta que se presenta en el diseño de la prenda y la factibilidad de comercializar en los diferentes almacenes donde se tiene realizado contactos para ventas

En la línea deportiva las encuestas muestran que un 47% de las personas prefieren las prendas deportivas, sin embargo para balancear el proceso de producción MAGAJEP, en esta línea producirá un 23% del total del volumen mensual, esto debido al margen de ganancia, la complejidad que presenta el diseño de estas prendas y considerando que este tipo de prendas requieren un entrenamiento mayor en la elaboración masiva cuando se envía a los maquiladores.

Tabla N° 93 Capacidad Instalada MAGAJEP

Capacidad de Producción					
Periodos	Años	Capacidad Instalada (%)	Capacidad Máxima	Capacidad Utilizada	Capacidad Ociosa
0	2016	0	25.519	0	25.519
1	2017	70	25.519	17.864	7.656
2	2018	75	25.519	19.139	6.380
3	2019	80	25.519	20.415	5.104
4	2020	85	25.519	21.691	3.828
5	2021	90	25.519	22.967	2.552

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Ricardo Cuamacás

El aumento del precio en las diferentes líneas de producción de MAGAJEP, está considerado por la inflación con un valor de 1,78%, según (Banco Central del Ecuador, 2016), para el aumento de volumen se presenta la siguiente tabla donde la empresa está considerando un aumento en su capacidad instalada de 5 puntos en cada año, esto está basado en la proyección de mano de obra que está considerando en este proyecto y considerando que para cada año la marca se hará cada día más conocida y la demanda del producto crecerá para MAGAJEP.

6.5. Flujo de Caja

El flujo de caja de MAGAJEP nos muestra los flujos de ingreso y salida de efectivo, mediante este flujo de caja determinado para este proyecto podemos observar que la inversión es la adecuada y que será cubierta en los periodos proyectados. Mediante este análisis la empresa podrá tomar decisiones en el tiempo basadas en el nivel de efectivo que se disponga se podría evaluar la necesidad de ampliar las líneas de producción o de aumentar el stock de materia prima o insumos.

Tabla N° 94 Flujo de Caja MAGAJEP

CUENTAS	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
= UTILIDAD NETA		12.887,56	22.344,04	38.134,55	54.535,40	71.570,18
(+) APORTE DE CAPITAL	49.592,30					
(+) DEPRECIACIONES		3.361,52	3.361,52	3.361,52	2.389,46	2.389,46
(+) VALOR RESIDUAL						
(+) CAPITAL DE TRABAJO						
(-) INVERSIONES	99.184,60				2.916,18	
(+) PRÉSTAMO	49.592,30					
(-) AMORTIZACIÓN DEUDA		7.838,46	8.762,86	9.796,28	10.951,58	12.243,12
= FLUJO NETO DE CAJA	-	8.410,63	16.942,70	31.699,79	43.057,11	61.716,53

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Ricardo Cuamacás

El flujo de caja toma como datos de ingreso las utilidades de cada ejercicio económico, debido a que el valor de depreciación no se traslada a una inversión se suma a los valores de ingreso y se resta los valores de pago del capital del préstamo que se adquiere para el arranque de la empresa, dándonos como resultado el flujo de efectivo de cada periodo.

Los incrementos en el flujo de caja de cada periodo se explican ya que no hay una inversión que se considere en los siguientes periodos.

Las variaciones en cada ingreso se dan por el aumento de volumen que plantea el proyecto en cada año, este aumento no requiere mayor inversión de la planteada ya que considera un aumento en la capacidad instalada de la empresa, MAGAJEP iniciará sus operaciones con una cantidad de producción de 17864 unidades que le representan un ingreso de \$ 298.499, para el quinto año con una capacidad instalada del 90% debido a la aplicación de estructura por procesos en todas sus áreas MAGAJEP, estará en la capacidad de producir 22967 unidades, lo que le representará ingresos de \$ 411.848, los ingresos aumentan en valores considerables ya que para la empresa el aumento de volumen está ligado directamente a un valor en la prenda que se paga como maquila, esto hace que los costos de MAGAJEP, no se vea afectados, ya que maquila se cancela por cada unidad confeccionada.

6.6. Punto de Equilibrio

Tabla N° 95 Costos Fijos y Variables Proyecto MAGAJEP

Detalle	Costos Fijos	Costos Variables	Costo Total
Costos del Producto			
Costos Directos			
Materia Prima		160.771,58	160.771,58
Maquila		53.590,53	53.590,53
Mano de Obra Directa			
Diseñadora	6.663,46		6.663,46
Corte, Bodega y Terminados	5.413,14		5.413,14
Confección	5.413,14		5.413,14
Costos Indirectos			
Seguros	669,50		669,50
Mantenimiento	446,33		446,33
Depreciación	2.187,90		2.187,90
Servicios básicos	1.395,36		1.395,36
Área Administrativa y Ventas			
Gastos Administrativos			
Salarios	30.751,31		30.751,31
Suministros de oficina		263,69	263,69
Arriendo	2.400,00		2.400,00
Seguros	251,52		251,52
Mantenimiento	160,78		160,78
Depreciación	1.173,62		1.173,62
Gastos de Ventas			
Publicidad		2.349,06	2.349,06
Gastos Financieros			
Intereses préstamo	5.160,06		5.160,06
TOTAL	62.086,12	216.974,85	279.060,97

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Ricardo Cuamacás

El punto de equilibrio es un factor importante dentro de la empresa, este análisis permitirá conocer el momento en el que la empresa ha igualado sus ingresos con sus gastos, en este punto la empresa no obtendrá ninguna ganancia pero a partir de la siguiente unidad que venda la empresa ya iniciara una ganancia. Este dato es importantísimo porque nos ayuda a determinar cuántas unidades debe producir la empresa para lograr este punto de equilibrio.

El análisis del punto de equilibrio es una técnica útil para estudiar las relaciones entre los costos fijos, los costos variables y los ingresos. Si los costos de una empresa sólo fueran variables, no existiría problema para calcular el punto de equilibrio.

El punto de equilibrio es el nivel de producción en el que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables. (Baca Urbina, 2010, pág. 148)

Punto de Equilibrio en Valor Monetario

Es el punto donde los costos de la empresa se igualan a los ingresos que la empresa obtiene por la venta de sus productos el cálculo de este valor se lo realiza para este proyecto en dólares la moneda oficial de Ecuador.

$$PE (\$) = \frac{\text{Costo Fijo}}{1 - \frac{\text{Costo Variable}}{\text{Ingresos}}}$$

$$PE (\$) = \frac{62086,12}{1 - \frac{216974,85}{298499,23}}$$

$$PE (\$) = \frac{62086,12}{1 - 0,7268857946}$$

$$PE (\$) = \frac{62086,12}{0,2731142054}$$

$$PE (\$) = 227326,6$$

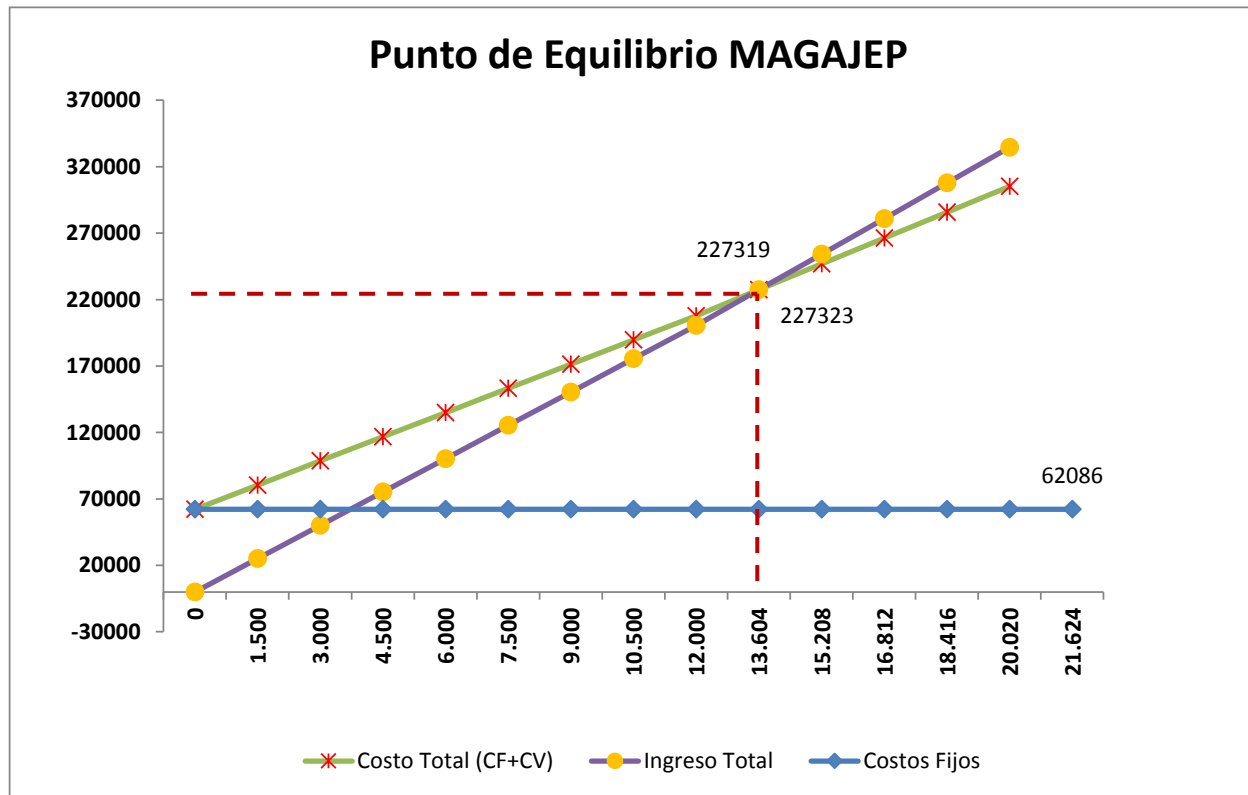


Gráfico 27 Punto de Equilibrio MAGAJEP

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Ricardo Cuamacás

Punto de Equilibrio en Unidades Vendidas

El punto de equilibrio en unidades nos ayuda a visualizar la cantidad de prendas de vestir que son necesarias para llegar al equilibrio de la empresa.

$$PE (Q) = \frac{\text{Costo Fijo} * \text{Cantidad}}{\text{Ingresos} - \text{Costo Variable}}$$

$$PE (Q) = \frac{62086,12 * 17864}{298499,23 - 216974,85}$$

$$PE (Q) = \frac{1109106448}{81524,38}$$

$$PE (Q) = 13604,6$$

En este proyecto una vez concluido el análisis del punto de equilibrio de unidades podemos determinar que MAGAJEP, requiere producir 13605 prendas distribuidas en los porcentajes de cada una de las líneas de producción determinadas por la empresa para poder obtener un equilibrio en unidades de producción.

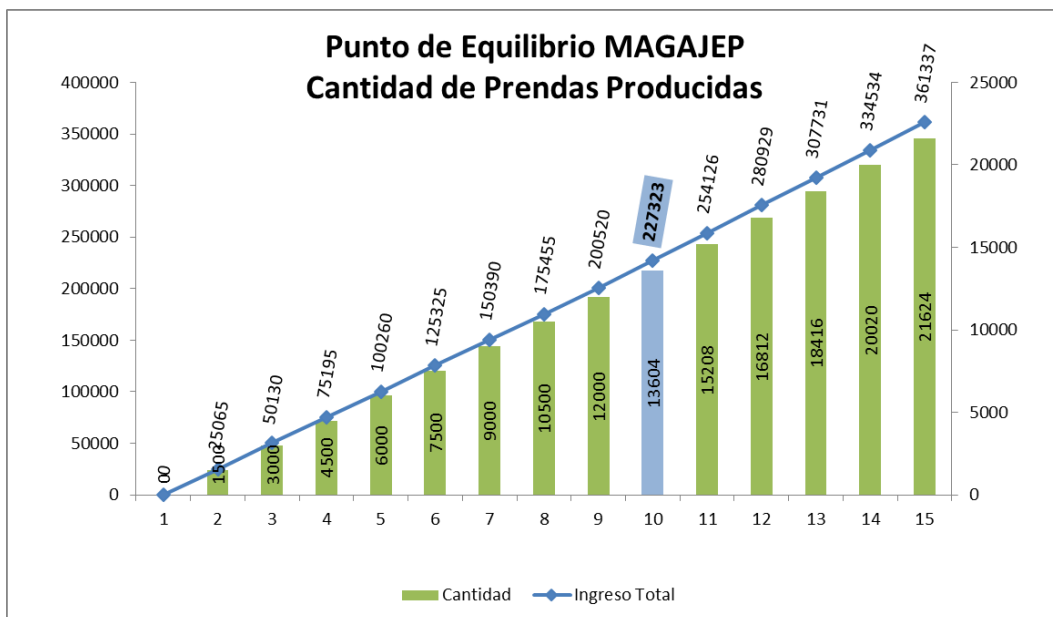


Gráfico 28 PE MAGAJEP Cantidad de Prendas Producidas

Fuente: Investigación Propia
 Elaborado por: Ricardo Cuamacás

Mediante la siguiente tabla se establece un análisis del punto de equilibrio de la empresa MAGAJEP, mediante este análisis podemos observar la variación de costos fijos, variables y los ingresos para la empresa en función del volumen de ventas, esto mientras la empresa mantenga un precio promedio de venta de \$ 16, 71, se puede ver claramente como los costos por unidad se elevan cuando la empresa no supera el volumen de equilibrio, así mismo se puede observar las decisiones que podría tomar la empresa en función del precio si el volumen de producción aumenta.

Tabla N° 96 Análisis Punto de Equilibrio MAGAJEP

Precio de Venta	Cantidad	Costos Fijos Total	Costos Fijos	Costo Variable	Costo Variable Total	Costo Total (CF+CV)	Costo Total por Unidad	Ingreso Total
16,71	0	62086		12,15	0	62086		0
16,71	1500	62086	41,39	12,15	18219	80305	53,54	25065
16,71	3000	62086	20,70	12,15	36438	98524	32,84	50130
16,71	4500	62086	13,80	12,15	54657	116743	25,94	75195
16,71	6000	62086	10,35	12,15	72876	134962	22,49	100260
16,71	7500	62086	8,28	12,15	91094	153181	20,42	125325
16,71	9000	62086	6,90	12,15	109313	171399	19,04	150390
16,71	10500	62086	5,91	12,15	127532	189618	18,06	175455
16,71	12000	62086	5,17	12,15	145751	207837	17,32	200520
16,71	13604	62086	4,56	12,15	165233	227319	16,71	227323
16,71	15208	62086	4,08	12,15	184715	246801	16,23	254126
16,71	16812	62086	3,69	12,15	204197	266283	15,84	280929
16,71	18416	62086	3,37	12,15	223679	285766	15,52	307731
16,71	20020	62086	3,10	12,15	243161	305248	15,25	334534
16,71	21624	62086	2,87	12,15	262644	324730	15,02	361337

Fuente: Investigación Propia
 Elaborado por: Ricardo Cuamacás

Punto de Equilibrio en Porcentaje de Producción

El análisis de esta variable nos ayuda a determinar cuál es el porcentaje del total de producción que MAGAJEP deberá producir para lograr llegar al punto de equilibrio tanto en dólares como en unidades producidas.

$$PE (\%) = \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Ingresos} - \text{Costo Variable}} * 100$$

$$PE (\%) = \frac{62086,12}{298499,23 - 216974,85} * 100$$

$$PE (\%) = \frac{62086,12}{81524,38} * 100$$

$$PE (\%) = 0,761565068 * 100$$

$$PE (\%) = 76,16\%$$

Esta variable indica que el porcentaje de producción que se debe cumplir para lograr un punto de equilibrio corresponde al 76,16% del total de la producción programada.

6.7. Estado de Resultados proyectado

Tabla N° 97 Estado de Resultados MAGAJEP

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(+) Ingresos	298.499,23	325.513,41	353.394,72	382.165,46	411.848,48
(-) Costos de Producción	236.550,93	240.761,53	245.047,09	249.408,93	253.848,41
= UTILIDAD BRUTA	61.948,30	84.751,87	108.347,63	132.756,54	158.000,07
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS	35.000,92	44.423,93	45.193,78	45.977,34	46.774,85
(-) Gastos de Ventas	2.349,06	2.390,87	2.433,43	2.476,75	2.520,83
= UTILIDAD OPERACIONAL	24.598,32	37.937,07	60.720,41	84.302,45	108.704,39
(-) GASTOS FINANCIEROS	5.160,06	4.235,66	3.202,23	2.046,94	755,40
= Utilidad Antes de Impuestos y Participaciones	19.438,26	33.701,42	57.518,18	82.255,51	107.949,00
(-) 15% Participación de Trabajadores	2.915,74	5.055,21	8.627,73	12.338,33	16.192,35
= UTILIDAD ANTES IMPUESTOS	16.522,52	28.646,20	48.890,45	69.917,18	91.756,65
(-) 22% IMPUESTO A LA RENTA	3.634,95	6.302,16	10.755,90	15.381,78	20.186,46
= UTILIDAD NETA	12.887,56	22.344,04	38.134,55	54.535,40	71.570,18
% UTILIDAD NETA	4,3%	6,9%	10,8%	14,3%	17,4%
EGRESOS TOTALES	279.060,97	291.811,99	295.876,54	299.909,95	303.899,48
COSTOS VARIABLES	216.974,85	220.837,01	224.767,90	228.768,77	232.840,86
COSTOS FIJOS	62.086,12	70.974,99	71.108,63	71.141,18	71.058,63
MARGEN BRUTO	20,8%	26,0%	30,7%	34,7%	38,4%

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Ricardo Cuamacás

La finalidad del análisis del estado de resultados o de pérdidas y ganancias es calcular la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto, que son, en forma general, el beneficio real de la operación de la planta, y que se obtienen restando a los ingresos todos los costos en que incurra la planta y los impuestos que deba pagar. Esta definición no es muy completa, pues habrá que aclarar que los ingresos pueden provenir de fuentes externas e internas y no sólo de la venta de los productos. (Baca Urbina, 2010, pág. 150)

El análisis del estado de resultados permitirá a MAGAJEP evaluar al final de un periodo los beneficio o perdidas reales del proyecto, este análisis se lo debe ejecutar para todos los periodos una vez que estos hayan concluidos, en este análisis se puede determinar los diferentes montos de utilidad neta para cada ejercicio, pero también se puede usar para realizar un seguimiento más detallado de los egresos, comparándolos con los ingresos de cada ejercicio, esto puede ser un indicador para la empresa para poder tomar decisiones sobretodo con gastos que se hagan dentro de cada periodo.

6.8. Evaluación Financiera

La planeación financiera es una de las claves para el éxito de una empresa, y un buen análisis financiero detecta la fuerza y los puntos débiles de un negocio. Es claro que hay que esforzarse por mantener los puntos fuertes y corregir los puntos débiles antes de que causen problemas.

El análisis de las tasas o razones financieras es el método que no toma en cuenta el valor del dinero a través del tiempo. Esto es válido, ya que los datos que toma para su análisis provienen de la hoja de balance general. Esta hoja contiene información de la empresa en un punto en el tiempo, usualmente el fin de año o fin de un periodo contable, a diferencia de los métodos VPN y TIR, cuyos datos base están tomados del estado de resultados proyectado, es decir, los métodos que no toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo son métodos contables que consideran cifras que ya sucedieron en la empresa, en tanto que VPN y TIR son métodos que consideran cifras que se espera que sucedan en la empresa, por eso se utilizan para evaluar proyectos. (Baca Urbina, 2010, pág. 189)

a) Indicadores

a.1) Valor Actual Neto

El Valor Actual Neto (VAN) consiste en actualizar los cobros y pagos de un proyecto o inversión y calcular su diferencia. Para ello trae todos los flujos de caja al momento presente descontándolos a un tipo de interés determinado. El VAN va a expresar una medida de rentabilidad del proyecto en términos absolutos netos, es decir, en nº de unidades monetarias.

Es un método que se utiliza para la valoración de distintas opciones de inversión.

Este método también se conoce como Valor neto actual (VNA), valor actualizado neto o valor presente neto (VPN)

- VAN > 0: El valor actualizado de los cobros y pagos futuros de la inversión, a la tasa de descuento elegida generará beneficios.
- VAN = 0: El proyecto de inversión no generará ni beneficios ni pérdidas, siendo su realización, en principio, indiferente.
- VAN < 0: El proyecto de inversión generará pérdidas, por lo que deberá ser rechazado. (Economipedia, 2015)

La fórmula utilizada para calcular el VAN es la siguiente:

$$VAN = -INV + \left(\text{Flujo} * \frac{1}{(1+i)} \right) + \left(\text{Flujo} * \frac{1}{(1+i)^1} \right) + \left(\text{Flujo} * \frac{1}{(1+i)^2} \right) + \dots + \left(\text{Flujo} * \frac{1}{(1+i)^n} \right)$$

Tabla N° 98 Tasa de Descuento

$$i = (T.P * \% R.P) + T.A * (1-t) * \% P + \text{Riesgo} + \text{Inflación}$$

Tasa pasiva	T.P =	5,47%
Recursos propios	R.P =	50,00%
Tasa activa	T.A =	8,89%
Tasa marginal de impuestos	t =	33,70%
Préstamo	P =	50,00%
	Riesgo =	3,00%
	Inflación =	1,78%

$$i = (0,0547 * 0,5) + 0,0889 * (1 - 0,3370) * 0,5 + 0,03 + 0,0178$$

$$i = 10,46\%$$

Fuente: Investigación Propia
 Elaborado por: Ricardo Cuamacás

La tasa de descuento representa la oportunidad que tiene el inversionista dentro del proyecto MAGAJEP, esto permitirá visualizar y comparar la inversión vs. Otras que los inversionistas pudieran realizar inclusive en instituciones financieras, el proyecto MAGAJEP, debe mostrar al inversionista que es más atractivo que lo que su dinero podría ganar en un banco o en cualquier otra institución financiera.

La fórmula muestra la tasa pasiva y activa del (Banco Central del Ecuador, 2016), la cual al momento de la investigación se encontraba en 5,47% y 8,89% respectivamente, los recursos propios para el proyecto MAGAJEP son del 50%, la tasa marginal de impuestos es el resultado obtenido de la participación de utilidades de los trabajadores que corresponde al 15% más el 22% de impuesto a la renta, estos valores divididos para la utilidad antes de impuestos y participación.

El préstamo considerado para este proyecto corresponde al 50% del monto total necesario para realizar este proyecto

El nivel de riesgo o premio al riesgo se asigna a proyectos los cuales presentan un riesgo importante para esto existen niveles de riesgo y cada uno presenta un porcentaje distinto, para el proyecto MAGAJEP, se considera un valor de 3% con un premio al riesgo moderado ya que el tipo de proyecto que se pretende emprender no presenta un riesgo alto debido al tipo de negocio

El último dato para poder calcular la tasa de descuento es la inflación del país la cual al momento de realizar esta investigación se encontraba en 1,78%.

Tabla N° 99 Valor Actual Neto (VAN) MAGAJEP

Valor Actual Neto Proyecto MAGAJEP				
Periodo	FNC	SFNC	(1+i) ⁿ	FNC/(1+i) ⁿ
0	-49.592,30			-49.592,30
1	8.410,63	8.410,63	1,10	7.614,05
2	16.942,70	25.353,33	1,22	13.885,34
3	31.699,79	57.053,12	1,35	23.518,92
4	43.057,11	100.110,23	1,49	28.919,63
5	61.716,53	161.826,76	1,64	37.526,35
Total	161.826,76			61.871,98

$$VAN = -I + S (FNC/(1+i)^n)$$

VAN = 61.871,98 Proyecto Viable

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Ricardo Cuamacás

a.2) Tasa Interna de Retorno

Tabla N° 100 Tasa Interna de Retorno (TIR) MAGAJEP

Tasa Interna de Retorno (TIR) MAGAJEP	
Años	FNC
0	-49.592,30
1	8.410,63
2	16.942,70
3	31.699,79
4	43.057,11
5	61.716,53
Total	161.826,76
TIR =	39,39%

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Ricardo Cuamacás

Se le llama tasa interna de rendimiento porque supone que el dinero que se gana año con año se reinvierte en su totalidad. Es decir, se trata de la tasa de rendimiento generada en su totalidad en el interior de la empresa por medio de la reinversión. (Baca Urbina, 2010, pág. 184)

Fórmula:

$$VAN=0= -INV + \left(\text{Flujo} * \frac{1}{(1+i)} \right) + \left(\text{Flujo} * \frac{1}{(1+i)^1} \right) + \left(\text{Flujo} * \frac{1}{(1+i)^2} \right) + \dots + \left(\text{Flujo} * \frac{1}{(1+i)^n} \right)$$

- TIR < Tasa de Descuento, la rentabilidad del proyecto es menor que el costo de oportunidad de la inversión; por lo tanto se rechaza el proyecto.
- TIR > Tasa de Descuento, la rentabilidad del proyecto es mayor al costo de oportunidad; por lo tanto se aprueba el proyecto.
- TIR = Tasa de Descuento, la rentabilidad es igual a cero; por lo tanto la decisión es indiferente puede o no aprobar el proyecto.

El valor calculado para el proyecto MAGAJEP en el TIR corresponde al 39.39% tomando como referencia el valor de la tasa de descuento que es del 10.46% se puede resumir que el proyecto en términos de inversión es viable, ya que la tasa interna de retorno es superior a la tasa de descuento calculada para este proyecto.

a.3) Beneficio Costo

Tabla N° 101 Cálculo Beneficio Costo Proyecto MAGAJEP

Periodo	Ingresos	Egresos	Coficiente (1+i) ⁿ	Valor Actualizado Beneficios	Valor Actualizado Costos
			i = 10,46%		
0			100,00%	-	-
1	298.499,23	279.060,97	110,46%	270.227,89	252.630,66
2	325.513,41	291.811,99	122,02%	266.773,57	239.153,67
3	353.394,72	295.876,54	134,78%	262.192,90	219.518,64
4	382.165,46	299.909,95	148,89%	256.684,28	201.436,76
5	411.848,48	303.899,48	164,46%	250.421,88	184.784,17
				1.306.300,53	1.097.523,90
Beneficio / Costo MAGAJEP=				1,19	

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Ricardo Cuamacás

El análisis coste/beneficio mide la relación entre el coste por unidad producida de un bien o servicio y el beneficio obtenido por su venta. Este concepto se desarrolla con el mundo empresarial y de los negocios, pero también con otro tipo de actividades como son las operaciones en Bolsa.

El ratio de coste/beneficio será más alto, cuánto mayor sea el beneficio o margen obtenido por el inversor y menor sea su coste y supone un análisis fundamental en el devenir de la actividad de una inversión.

El inversor tiene que haber estudiado de antemano este ratio para evaluar si su inversión será rentable en el futuro. (Economipedia, 2015)

Para ver si un proyecto es rentable y para tomar la decisión de inversión el valor de beneficio costo de un proyecto debe ser mayor a 1

El análisis de beneficio costo del proyecto MAGAJEP determina que el valor para este proyecto es de 1,19, esto determina que por cada dólar que se invierta en el proyecto se tendrá una ganancia de 19 centavos de dólar.

a.4) Período de Recuperación

Tabla N° 102 Período de Recuperación de la Inversión (PRI) MAGAJEP

Año	FNC	FNCA	FNCAA
0	(49.592,30)	(49.592,30)	(49.592,30)
1	8.410,63	7.614,05	(41.978,25)
2	16.942,70	13.885,34	(28.092,91)
3	31.699,79	23.518,92	(4.574,00)
4	43.057,11	28.919,63	24.345,63
5	61.716,53	37.526,35	61.871,98

FNC = Flujo Neto de Caja

FNCA = Flujo Neto de Caja Actualizado

FNCAA = Flujo Neto de Caja Actualizado Acumulado

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Ricardo Cuamacás

Cuando un inversionista quiere invertir en un proyecto siempre buscará el más rentable donde su inversión sea recuperada lo más pronto posible, para poder generar ganancias, el análisis del periodo de recuperación contempla el resultado de cuánto tiempo requiere MAGAJEP para la recuperación de la inversión del proyecto en función de las utilidades que genere la producción de la empresa.

Para entender de una forma más clara el periodo de recuperación, realizamos la siguiente aplicación de la formula, esto nos determina exactamente en qué tiempo se logrará recuperar la inversión realizada en el proyecto MAGAJEP.

$$\text{Periodo de Recuperación} = \frac{\text{Flujo Neto} - \text{Inversión}}{\text{Flujo Neto Ultimo Año}}$$

$$\text{Periodo de Recuperación} = \frac{161826.76 - 49592.3}{61716.53}$$

$$\text{Periodo de Recuperación} = \frac{112234.46}{61716.53}$$

$$\text{Periodo de Recuperación} = 1.82 \text{ Años}$$

$$\text{Meses} = 0.82 * 12 = 9.84 \text{ Meses}$$

$$\text{Días} = 0.84 * 30 = 25.2 \text{ Días}$$

Con esto se determina que la inversión del proyecto MAGAJEP, es recuperada en 1 año, 9 meses y 25 días.

b) Razones

b.1) Liquidez

Son básicamente la tasa circulante y la tasa rápida o prueba del ácido. Para la primera un valor aceptado está entre 2 y 2.5; para la segunda un valor aceptado es de 1. Si la tasa rápida adquiere un valor de 1, significará que puede enfrentar sus deudas a corto plazo con el 100% de probabilidad de cubrirlas casi de inmediato. (Baca Urbina, 2010, pág. 175)

La tasa de liquidez para el proyecto MAGAJEP se la analiza con la siguiente fórmula para poder determinar qué tan preparada esta la empresa para afrontar sus responsabilidades económicas.

$$\text{Índice de Liquidez} = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

$$\text{Índice de Liquidez} = \frac{68475,23}{49592,30}$$

$$\text{Índice de Liquidez} = 1,38$$

b.2) Rentabilidad

La rentabilidad hace referencia a los beneficios que se han obtenido o se pueden obtener de una inversión que hemos realizado previamente. Tanto en el ámbito de las inversiones como en el ámbito empresarial es un concepto muy importante porque es un buen indicador del desarrollo de una inversión y de la capacidad de la empresa para remunerar los recursos financieros utilizados. (Economipedia, 2015)

$$\text{Rentabilidad Financiera} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo}} * \frac{\text{UAI}}{\text{Ventas}} * \frac{\text{Activo}}{\text{Patrimonio}} * \frac{\text{UAI}}{\text{UAI}} * \frac{\text{UN}}{\text{UAI}}$$

$$\text{Rentabilidad Financiera} = \frac{298499,23}{99184,60} * \frac{24598,32}{298499,23} * \frac{99184,60}{49592,30} * \frac{16522,52}{24598,32} * \frac{12887,56}{16522,52}$$

$$\text{RF} = 3,009532024 * 0,08240664473 * 2 * 0,6716930262 * 0,7799996611$$

$$\text{Rentabilidad Financiera} = 0,26$$

CONCLUSIONES

La demanda de un producto como es la vestimenta no acabará nunca en el Ecuador ni en el mundo, esto representa una ventaja para el proyecto que se pretende establecer, sobretodo en líneas de alta calidad, el cliente cada vez exige mayor calidad de los productos y estará dispuesto a pagar siempre y cuando el producto cumpla con los parámetros que el cliente necesita para verse y sentirse bien.

El crear una empresa basándose en procesos claros y sin desperdicios ayudará a reducir costos, esto permitirá a la empresa ser más competitiva cada día y arrancar las operaciones de una manera firme, esto contribuye de una forma significativa a la calidad del producto lo cual es un factor importantísimo para el éxito del proyecto MAGAJEP.

La estructura de la empresa, tanto en la parte administrativa como operativa son un factor fundamental para el éxito, ya que la empresa contará con el personal estrictamente necesario para cubrir las diferentes áreas, pero mantendrá una relación directa de entrenamiento y supervisión a todo los maquiladores contratados, logrando de esta forma asegurar la calidad del producto.

Una vez finalizada la evaluación financiera podemos determinar que el proyecto MAGAJEP es viable y se lo puede poner en marcha ya que los resultados demuestran que existirá una rentabilidad adecuada siempre y cuando se realice un seguimiento adecuado de lo planteado en este proyecto.

Ecuador es un país que brinda grandes oportunidades, es muy importante saberlas aprovechar, realizando un análisis de la viabilidad del proyecto, ya que esa es una de las principales causas del fracaso de muchas pequeñas empresas.

RECOMENDACIONES

Cumplir con los indicadores de gestión y realizar un seguimiento mes a mes del avance para determinar la efectividad de lo planteado como puntos estratégicos para el éxito del proyecto MAGAJEP.

Establecer medidas de contención efectivas ante las desviaciones que se puedan presentar en los indicadores de gestión y en las diferentes auditorías realizadas a los procesos, establecer como parte de estas medidas un adecuado proceso de escalonamiento de información para lograr eliminar los problemas en la fuente, asegurando que no se vuelvan a presentar.

Mantener una innovación constante de los productos que ofrece MAGAJEP para estar presente siempre en el mercado, esta innovación debe estar marcada en función de las temporadas y la tendencia de la moda.

La fortaleza de una empresa siempre será su personal, es por esta razón que se debe mantener un enfoque especial en la retención del personal, esto se lo debe lograr mediante un proceso de capacitación y reconocimientos constantes que permitan al personal sentirse parte de la empresa.

La venta de los productos de MAGAJEP debe ser direccionada siempre hacia la parte electrónica, con catálogos digitales y mediante las redes sociales, para esto se debe mantener una actualización constante de estas herramientas en función de la producción que se realiza en la empresa, mostrando siempre la mayor información posible para que el cliente pueda observar el producto pero también pueda tomar sus decisiones en función de las características del producto.

Cumplir siempre con todo el marco legal Ecuatoriano para evitar complicaciones con las leyes Ecuatorianas.

BIBLIOGRAFÍA

- Alcarria, J. (2008). *Contabilidad Financiera I*. Universidad Jaume.
- Alcarria, J. (2012). *Introducción a la Contabilidad*. Universidad Jaume.
- Aragó & Cabedo. (2011). *Dirección Financiera de la Empresa*. Universidad Jaume.
- Art. 92 Ley de Compañías. (1999). *Ley de Compañías*. Ecuador.
- Art. 95 Ley de Compañías. (1999). *Ley de Compañías*. Ecuador.
- Baca Urbina, G. (2010). *Evaluación de Proyectos* (Sexta Edición ed.). Mexico: McGraw-Hill.
- Banco Central del Ecuador. (24 de Octubre de 2016). Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/docs.php?path=/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/Indice.htm>
- Banco Central del Ecuador. (30 de Abril de 2016). Obtenido de https://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion
- Banco Central del Ecuador. (Julio de 2016). *BCE*. Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/home1/estadisticas/bolmensual/IEMensual.jsp>
- Barrios, Y. (2013). *La Importancia de la Capacitación*. Obtenido de Pymempresario: <http://www.pymempresario.com/2012/07/la-importancia-de-la-capacitacion/>
- Carballo Veiga, J. P. (2013). *Control de la Gestión Empresarial* (Octava ed.). Madrid, España: Gráficas Dehon.

Carrillo, D. (Junio de 2010). *Diagnóstico del Sector Textil y de la Confección*.

Obtenido de <http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/381/File/TEXTIL.pdf>

Definicion.de. (2014). Obtenido de <http://definicion.de/ropa-casual/>

Desbordes, M. (2001). *Estrategias del Marketing Deportivo*. Barcelona: Paidotribo.

Economipedia. (2015). Obtenido de <http://economipedia.com/definiciones/valor-actual-neto.html>

FODA, M. (2016). *Matriz FODA*. Obtenido de <http://www.matrizfoda.com/home.html>

Guerrero, M. (11 de Octubre de 2001). *Gestiopolis*. Obtenido de Distribución en planta y área de trabajo: <http://www.gestiopolis.com/distribucion-planta-area-trabajo/>

Hellriegel. (2002). *Administración un Enfoque Basado en Competencias* (Vol. Edición N° 9). Distrito Federal, Mexico : Thomson Learning.

INEC. (18 de 08 de 2016). *Instituto Nacional de Estadística y Censo*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/directoriodeempresas/>

Miguel, A. E. (2001). *Proyectos de Inversión*. Oaxaca: Instituto Tecnológico de Oaxaca.

Rivadeneira, M. (2014). *La Elaboración de Presupuestos en Empresas Manufactureras*. Eumet.

Robbins, S. (2005). *Administración* (Octava Edición ed.). México: Pearson Educación.

UNCOMO. (2016). Obtenido de <http://belleza.uncomo.com/articulo/que-es-un-codigo-de-vestimental-formal-7368.html>

Uzcategui, M. S. (2016). *Universidad Central de Venezuela*. Obtenido de http://www.academia.edu/9253378/Evolucion_de_la_ropa_de_la_mujer_a_lo_largo_del_siglo

ANEXOS

Anexo 1 Encuesta



ENCUESTA

La empresa MAGAJEP, se encuentra realizando una encuesta para determinar la factibilidad de ingresar al mercado prendas de vestir para mujer de alta calidad

Por favor le pedimos que realice la encuesta basado en datos lo mas reales posibles

Señale con una "X" una sola respuesta

- 1 ¿Cuál es su ocupación?
Estudiante Empleado Publico Empleado Privado
- 2 ¿Cuál es su edad?
Entre 12 a 24 Entre 25 a 37 Entre 38 a 50
- 3 ¿Estaría dispuesta a adquirir prendas de vestir de calidad de marca Ecuatoriana?
SI NO
- 4 Las prendas que usted compra que origen tienen?
Nacional Importadas
- 5 ¿En que lugares compra su vestimenta?
Almacén Centro Comercial Boutique
- 6 ¿Por que medios le gustaría adquirir sus prendas de vestir?
Internet Teléfono Catalogo
- 7 ¿Cual es el sector de su preferncia para comprar prendas de vestir de calidad?
Norte Sur Centro
- 8 ¿Que línea de prendas de vestir es la que mas adquiere?
Formal Semi Formal Deportiva
- 9 ¿Cuantas prendas de vestir adquiere en el mes?
Una Dos Tres
Cuatro Cinco Seis o Mas
- 10 ¿Cuanto estaría dispuesto a pagar por una prenda de vestir de calidad?
\$ 20 \$ 30 \$ 40
- 11 ¿Cual es el factor que incide mayormente cuando usted compra una prenda de vestir?
Calidad Precio Moda
- 12 ¿Como le gustaría que se le diera a conocer las prendas de vestir?
Volantes Catalogo Electrónico
Revistas Catalogo Impreso

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Ricardo Cuamacás

Anexo 2 Orden de Diseño



Barrió la Nueva Aurora calle S50 Arturo Tipanguano S50-02 OE2F y
 Giovanni Benitez Frente al parque de la Nueva Aurora
 Teléfono: 022974-680 - 0969060565

ORDEN DE DISEÑO

Fecha:	<u>26/06/2016</u>	Muestra N°	<u>0</u>
Cliente:	<u>Magajep</u>	Contra Muestra N°	<u>0019/4</u>
Proveedor:	<u>Dora Cevallos</u>	Orden de Producción.	<u>10-00-17</u>
Fecha de Entrega:	<u>25/11/2015</u>	Prenda:	<u>Chompa</u>
		Línea:	<u>Niña</u>
		Nombre Del Modelo:	<u>Amely</u>
		Código Diseño	<u>0</u>

Telas Principal	Detalle de Material	Color	Ancho Tela cm.	Características De Tela
T.P-1	Lacrosse	rojo	1,48	Plana
T.P-2	Tecno	gris oxido	1,48	Plana
COMB-1	FORCE	blanco	1,48	Plana
COMB-2	Orion	naranja	1,48	Plana
FORRO-1	punto	blanco	1,7	Elastano
FORRO-2	punto	blanco	1,7	Elastano
RELLENO-1	plumon	crudo 1 cm	2,4	

Tallas									
1	2	4	6	8	10	12	14	16	18
8	14	16	14	14	14	14	0	0	0
Total Produccion								94	

DISEÑO	OPCIONES DE DISEÑO

OBSERVACIONES:

ELABORADO POR:
 VERONICA VENEGAS
 DISEÑO

Fuente: Investigación Propia
 Elaborado por: Ricardo Cuamacás

Anexo 3 Orden de Compra



Barrió la Nueva Aurora calle S50 Arturo Tipanguano S50-02 OE2F y Giovanni Benitez Frente al parque de la Nueva Aurora
 Teléfono: 022974-680 - 0969060565

ORDEN DE COMPRA

CUENTE:	Magajep	PRENDA:	Chompa	Muestra N°	0
FECHA DE PEDIDO:	11/06/2016	LÍNEA:	Niña	Contra Muestra N°	0019/4
FECHA DE ENTREGA:	26/06/2016	MODELO:	Amely	Orden de Producción.	10-00-17
VENDEDOR:	Jhanet Puruncaja				


Lacros rojo	Tecno gris	0	0	0	Total
34	60	0	0	0	94

MATERIA PRIMA									
Telas Principales	Nombre Material	Stock	Color	Codigo Color	Cantidad	Cantidad en St	Cantidad A Comp	Costo Metro	Total Fondos
T.P-1	Lacrosse	24599	rojo	181762	17,85		17,85	\$ 3,50	\$ 62,48
T.P-2	Tecno	28795	gris oxido	193906	31,50		31,50	\$ 3,70	\$ 116,55
COMB-1	FORCE	20702	blanco	110601	4,64		4,64	\$ 2,80	\$ 12,99
COMB-2	Orion	28795	naranja	171464	25,20		25,20	\$ 2,60	\$ 65,52
FORRO-1	punto	0	blanco	0	22,49		22,49	\$ 1,20	\$ 26,99
FORRO-2	punto	0	blanco	0	39,69		39,69	\$ 1,20	\$ 47,63
RELLENO-1	plumon	0	crudo 1 cm	0	22,49		22,49	\$ 0,60	\$ 13,49
RELLENO-2	plumon	0	crudo 1cm	0	39,69		39,69	\$ 0,60	\$ 23,81
Total Materia Prima									\$ 369,47

INSUMOS									
Insumos	Nombre del Insumo	Descripción	Color	Medida Y Num	Cantidad	Cantidad en St	Cantidad a Comp	Costo Unidad Y Metros	Total Fondos
Cierre Abierto Del 1	NYLON	NORMAL	Rojo	65CM-N-5	34		34	\$ 0,65	\$ 22,10
Cierre Abierto Del 2	NYLON	NORMAL	GRIS	65CM-N-5	60		60	\$ 0,65	\$ 39,00
Hilo P 1	POLIESTER	C3879	ROJO	T27	1700		1700	\$ 0,00	\$ 0,51
Hilo P 2	POLIESTER	C9686	GRIS	T27	3000		3000	\$ 0,00	\$ 0,90
Hilo S 1	POLIESTER	C1700	BLANCO	T27	340		340	\$ 0,00	\$ 0,10
Hilo S 2	POLIESTER	C2433	Naranja	T27	600		600	\$ 0,00	\$ 0,18
Elastico 1	SIMPLE 2CM	0	BLANCO/NEGRO	0	6,8		6,8	\$ 0,30	\$ 2,04
Elastico 2	SIMPLE 2CM	0	BLANCO7NEGRO	0	12		12	\$ 0,30	\$ 3,60
Etiqueta Cuello	Magajep	0	0	0	0		0	\$ 0,05	\$ -
Instrucción D Lavado	100%POLIESTER	0	0	0	0		0	\$ 0,00	\$ -
Bandera	Magajep	0	0	0	0		0	\$ 0,05	\$ -
Talla	Tejida	0	0	0	0		0	\$ 0,02	\$ -
Fundas	Celofán	0	0	0	0		0	\$ 0,05	\$ -
Etiqueta Cartón	Cartón	0	0	0	0		0	\$ 0,12	\$ -
Colgadera De Cartería	Cordón Fino	0	0	0	0		0	\$ 0,03	\$ -
Cinta Adhesiva	Scotch	0	0	0	0		0	\$ 0,01	\$ -
Talla Adhesiva	Transparente	0	0	0	0		0	\$ 0,01	\$ -
Total Insumos									\$ 68,43
Total Materia Prima + Insumos									\$ 437,90

Fuente: Investigación Propia
 Elaborado por: Ricardo Cuamacás

Anexo 4 Orden de Corte



Barrió la Nueva Aurora calle S50 Arturo Tipanguano S50-02 OE2F y Giovanni Benitez Frente al parque de la Nueva Aurora
Teléfono: 022974-680 - 0969060565

ORDEN DE CORTE

CLIENTE: Magajep

FECHA D EPEDIDO: 26/03/2016

FECHA DE ENTREGA: 26/03/2016

VENDEDOR: Jhanet Puruncaja

PRENDA: Chompa

LÍNEA: Mujer

MODELO: Katerine

Muestra N° 1


Contra Muestra N° 0019/4


Orden de Producción. 10-00-17

Cuadro De Medidas												
Ubicación De Medida	1	2	4	6	8	10	12	14	16	18	18	18
c.p	48	50	52	54	56	58	60	60	0	0	0	0
cc	36	38	40	42	44	46	48	0	0	0	0	0
ccd	48	50	52	54	56	58	60	0	0	0	0	0
a h	13	15	17	19	21	23	25	0	0	0	0	0
l m	70	72	74	76	78	80	82	0	0	0	0	0
a p	40	42	44	46	48	50	52	0	0	0	0	0
l t	25	27	29	31	33	35	37	0	0	0	0	0
ccu	50	52	54	56	58	60	62	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

COLORES												
TALLAS	1	2	4	6	8	10	12	14	16	18	18	TOTAL
Lacros rojo	2	4	8	4	6	4	6	0	0	0	0	34
Tecno gris	6	10	8	10	8	10	8	0	0	0	0	60
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Cantidad	8	14	16	14	14	14	14	0	0	0	0	94

TELAS PRINCIPALE	NOMBI	COLOI	Còdig	N° PIEZ	ANCH	DATOS DE MUESTRA			DATOS PRODUCCIÓN			PROME
						CAPA	ANCH	LARG	CAPAS	ANCH	LARG	
T.P-1	Lacrosse	rojo	181762	0	1,48							0
T.P-2	Tecno	gris oxidado	193906	0	1,48							0
COMB-1	FORCE	blanco	110601	0	1,48							0
COMB-2	Orion	naranja	171464	0	1,48							0
FORRO-1	punto	blanco	0	0	1,7							0
FORRO-2	punto	blanco	0	0	1,7							0
RELLENO-1	plumon	crudo 1 cm	0	0	2,4							0
RELLENO-2	plumon	crudo 1cm	0	0	2,4							0





Diseño

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Ricardo Cuamacás

Anexo 5 Tiempos de Proceso



Barrió la Nueva Aurora calle S50 Arturo Tipanguano S50-02 OE2F y
Geovanni Benitez Frente al parque de la Nueva Aurora
Teléfono: 022974-680 - 0969060565

TIEMPO DE PROCESOS DE CONFECCIÓN

CLIENTE: Magajep
FECHA D EPEDIDO: 01/03/2016 PRENDA: Chompa Muestra N° MAG 018
FECHA DE ENTREGA: 26/03/2016 LINEA: Mujer Contra Muestra N°
VENDEDOR: Jhanet Puruncaja MODELO: Estefania Orden de Producción. CHO-025

Código	Proceso	Tiempo 1	Tiempo 2	Tiempo 3	Tiempo Promedio	% Gracia	Tiempo Gracia	Promedio + Gracia	Producción	Tiempo Demora
1	Unir espalda con pieza	31	31	31	31,0	10%	3,1	34,1	94	3205,4
2	coser vivo	10	10	10	10,0	10%	1,0	11,0	94	1034,0
3	Picar bolsillo	30	30	30	30,0	10%	3,0	33,0	94	3102,0
4	Pespunte vivo bolsillo	60	60	60	60,0	10%	6,0	66,0	94	6204,0
5	Señalar vivo pecho	20	20	20	20,0	10%	2,0	22,0	94	2068,0
6	coser vivo pecho	60	60	60	60,0	10%	6,0	66,0	94	6204,0
7	Armar boca bolsillo	46	46	46	46,0	10%	4,6	50,6	94	4756,4
8	Estabilizar bolsillo	14	14	14	14,0	10%	1,4	15,4	94	1447,6
9	Unir pieza 1 y 2 manga	41	41	41	41,0	10%	4,1	45,1	94	4239,4
10	Colocar tapa cierre	15	15	15	15,0	10%	1,5	16,5	94	1551,0
11	Picar bolsillo	30	30	30	30,0	10%	3,0	33,0	94	3102,0
12	Virar para colocar bolsillo	15	15	15	15,0	10%	1,5	16,5	94	1551,0
13	Pegar bolsillo pecho	68	68	68	68,0	10%	6,8	74,8	94	7031,2
14	Filetear tela para cierre	20	20	20	20,0	10%	2,0	22,0	94	2068,0
15	Pespunte mangas	50	50	50	50,0	10%	5,0	55,0	94	5170,0
16	Pespunte espalda	26	26	26	26,0	10%	2,6	28,6	94	2688,4
17	coser cuellos 1 y 2	21	21	21	21,0	10%	2,1	23,1	94	2171,4
18	Pespunte delantero bolsillos	30	30	30	30,0	10%	3,0	33,0	94	3102,0
19	Unir delanteros 1 y 2	90	90	90	90,0	10%	9,0	99,0	94	9306,0
20	Picar para pasar overlok	15	15	15	15,0	10%	1,5	16,5	94	1551,0
21	Unir delantero 1 y 2 en overlok	75	75	75	75,0	10%	7,5	82,5	94	7755,0
22	Pespunte de delanteros	100	100	100	100,0	10%	10,0	110,0	94	10340,0
23	Unir hombros	27	27	27	27,0	10%	2,7	29,7	94	2791,8
24	Pespunte de hombros	25	25	25	25,0	10%	2,5	27,5	94	2585,0
25	Unir mangas al cuerpo	85	85	85	85,0	10%	8,5	93,5	94	8789,0
26	Pespunte de mangas	70	70	70	70,0	10%	7,0	77,0	94	7238,0
27	Cerrar costados	68	68	68	68,0	10%	6,8	74,8	94	7031,2
28	Pegar cuello a cuerpo	60	60	60	60,0	10%	6,0	66,0	94	6204,0
29	Pegar cierre	180	180	180	180,0	10%	18,0	198,0	94	18612,0
30	Embolsar cierre	60	60	60	60,0	10%	6,0	66,0	94	6204,0
31	Pespunte de cierre	150	150	150	150,0	10%	15,0	165,0	94	15510,0
32	Pespunte escote	50	50	50	50,0	10%	5,0	55,0	94	5170,0
33	Bajo	120	120	120	120,0	10%	12,0	132,0	94	12408,0
34	Puños	120	120	120	120,0	10%	12,0	132,0	94	12408,0
35		0	0	0	0,0	10%	0,0	0,0	94	0,0
36		0	0	0	0,0	10%	0,0	0,0	94	0,0
37		0	0	0	0,0	10%	0,0	0,0	94	0,0
38		0	0	0	0,0	10%	0,0	0,0	94	0,0
39		0	0	0	0,0	10%	0,0	0,0	94	0,0
40		0	0	0	0,0	10%	0,0	0,0	94	0,0
Total Tiempo Segundos		1882,0	1882,0	1882,0	1882,0		188,2	2070,2		194598,8
Total Tiempo Minutos		31,4	31,4	31,4	31,4		3,1	34,5		3243,3
Total Tiempo Horas		0,5	0,5	0,5	0,5		0,1	0,6		54,1
Total Tiempo Horas		0,1	0,1	0,1	0,1		0,0	0,1		6,8
Costo Minuto Maquilador								0,08		0,08
Total Costo								2,8		259,5
Ingresar Numero de Personas que Tiene el Maquilador Disponibles Para Nuestra Producción										1,0
Total de Días Laborables en que el Maquilador Debe Entregar la Producción										6,8

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Ricardo Cuamacás

Anexo 6 Licitación Maquiladores



la Nueva Aurora calle S50 Arturo Tipanguano S50-02 OE2F y Geovanni Benitez Frente al
parque de la Nueva Aurora

Teléfono: 022974-680 - 0969060565

LICITACIÓN MAQUILADORES

Proveedor Maquila	<u>JENNY QUINATO A</u>	Prenda	Chompa
Fecha de Licitación	<u>01/03/2016</u>	Línea	Mujer
Fecha de Entrega Producción	<u>Confeccionada</u>	Modelo	Estefania
		<u>26 de Marzo 2016</u>	

Teléfono Oficina
2974-680
Celular
0984536570




Total Tiempo Minutos Confección	34,50
Costo x Unidad	2,76
Cantidad de Combinados	2
Volumen Requerido	94,0
Total Costo	259,47

Por favor responder a esta licitación a: Nancy Altamirano, al correo: procesos.produccionmagajep@yahoo.com, o a los teléfonos de contacto de este documento, en un tiempo máximo de 2 días, de no recibir respuesta la producción se asignara a otro proveedor

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Ricardo Cuamacás

Anexo 7 Orden de Confección



Barriola Nueva Aurora calle S50 Arturo Tipanguano S50-02 OE2Fy Giovanni Benitez Frente al parque de la Nueva Aurora
Teléfono: 022974-680 - 0969060565

ORDEN DE CONFECCIÓN

CLIENTE: Magajep

FECHA DE PEDIDO: 01/03/2016

FECHA DE ENTREGA: 26/03/2016

VENDEDOR: Jhanet Puruncaja

PRENDA: Chompa

LÍNEA: Mujer

MODELO: Katerine

Muestra N°: 0


Contra Muestra N°: 0019/4

Orden de Producción: 10-00-17

Cuadro De Medidas										
Ubicación De Medida	1	2	4	6	8	10	12	14	16	18
c.p	48	50	52	54	56	58	60	0	0	0
cc	36	38	40	42	44	46	48	0	0	0
ccd	48	50	52	54	56	58	60	0	0	0
ah	13	15	17	19	21	23	25	0	0	0
lm	70	72	74	76	78	80	82	0	0	0
ap	40	42	44	46	48	50	52	0	0	0
lt	25	27	29	31	33	35	37	0	0	0
ccu	50	52	54	56	58	60	62	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

COLORES											
TALLAS	1	2	4	6	8	10	12	14	16	18	TOTAL
Lacros rojo	2	4	8	4	6	4	6	0	0	0	34
Tecno gris	6	10	8	10	8	10	8	0	0	0	60
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Cantidad	8	14	16	14	14	14	14	0	0	0	94

Diseño



Cuadro De Medidas											Maquina	Aguja	Puntadas	Pies	Codigo Pie	Costuras
Ubicación De Medida	1	2	4	6	8	10	12	14	16	18	RECTA	N°75	10 XPULG	PESPUNTE	CR5/32E	PESPUNTES

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Ricardo Cuamacás

Anexo 8 Salida de Mercadería de Bodega

MAGAJEP

Dirección:
La Nueva Aurora Arturo Tipanguano S50-06 y Geovanny Benitez
Telf: 2 974680 • Cel.: 096 906 0565 / 099 978 1124 / 099 171 3868
Email: janethpuruncaja@yahoo.com / contabilidad_magajep@yahoo.com
Quito - Ecuador

ORDEN SALIDA DE MERCADERIA BODEGA

N° 000082

FECHA: _____
NOMBRE: _____
TELEFONO: _____

FECHA	CODIGO	PRENDA	LINEA	MODELO	1	2	4	6	8	10	12	14	16	TOTAL	OBSERVACIONES
					EP	P	M	G	EG	EEG	EEEG				

CAMIGRAFIC • TELF.: 2226-008/2552-801 • DEL 0000001 al 0000100 • ORIGINAL: CUENTE • COPIA AMARILLA: EMISOR

Fuente: MAGAJEP
Elaborado por: CAMIGRAFIC

Anexo 9 Orden de Pedido Clientes

MAGAJEP

Dirección:
 La Nueva Aurora Arturo Tipanguano S50-06 y Geovanny Benitez
 Telf: 2 974680 • Cel.: 096 906 0565 / 099 978 1124 / 099 171 3868
 Email: janethpuruncaja@yahoo.com / contabilidad_magajep@yahoo.com
 Quito - Ecuador

ORDEN DE PEDIDO CLIENTE

No **000046**

FECHA: _____ CODIGO CLIENTE: _____
 CLIENTE: _____ CIUDAD: _____
 RUC: _____ MAIL: _____
 TELEFONO: _____ VENDEDOR: _____
 DIRECCIÓN: _____

ITEM	PRENDA	LINEA	MODELO											TOTAL	COSTO	OBSERVACIONES
				1	2	4	6	8	10	12	14	16				
				EP	P	M	G	EG	EEG	EEEG						
1																
2																
3																
4																
5																
6																
7																
8																
9																
TOTAL																

CAMIGRAFIC • TEL.F.: 2228-008/2552-801 • DEL 0000001 al 0000100 • ORIGINAL: CLIENTE • COPIA CELESTE: EMISOR


PEDIDO POR: _____
 CLIENTE

RECIBIDO POR: _____
 VENDEDOR

DESPACHADO POR: _____

Fuente: MAGAJEP
 Elaborado por: CAMIGRAFIC

Anexo 10 Base de Inventarios



Barrió la Nueva Aurora calle S50 Arturo Tipanguano S50-02 OE2F y Geovanni Benítez Frente al parque de la Nueva Aurora
Teléfono: 022974-680 - 0969060565

Formulario de Inventarios MAGAJEP
Ingreso de Producto Terminado

Código

Fecha

Detalle

Orden de Producción

Origen

Talla

Cantidad

Línea

Color

Formulario de Inventarios MAGAJEP
Salida de Producto Terminado

Código

Fecha

Detalle

Factura

Destino

Talla

Cantidad

Línea

Color

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Ricardo Cuamacás

Anexo 11 Compromiso de Producción Maquiladores



Barrió la Nueva Aurora calle S50 Arturo Tipanguano S50-02 OE2F y Geovanni
Benitez Frente al parque de la Nueva Aurora
Teléfono: 022974-680 - 0969060565

COMPROMISO DE MAQUILA EN CONFECCIÓN

PROVEEDOR 0
Dirección: 0
Ciudad: 0
Ruc: 0
Telf.: 0
Mail: 0

Maquila:
Código Maquilador 0
0 0
Fecha De Pedido: 04/04/2016
Fecha De Entrega: 04/04/2016

Por medio de la presente, yo Susana Calero Con numero de cedula de identidad 1714426762

Me comprometo con la empresa MAGAJEP a prestar mis servicios de maquila en la confección del la siguiente prenda:

Prenda: Chompa
Línea: Mujer
Nombre Del Modelo: Katerine
Tiempo de Entrega 10

Cantidad	Color
34	Lacros rojo
60	Tecno gris
0	0
0	0
0	0

Con todas las normas de calidad que exige la empresa, de la misma manera la empresa MAGAJEP se compromete a entregar la materia prima e insumos para su respectiva confección.

La cual tiene un costo de \$ 2,76 por prenda

Como constancia del acuerdo y en aceptación a los términos y costos para la elaboración de la producción firman al pie del documento

ELABORADO POR :
PRODUCCIÓN.

AUTORIZADO POR:
GERENCIA

COMPROMISO POR:
MAQUILA.

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Ricardo Cuamacás

Anexo 11 Convenio de Comercialización

CONVENIO DE COMERCIALIZACIÓN

PRIMERA.- INTERVINIENTES

Intervienen en la celebración del presente convenio, por una parte **BLANCA JANETH PURUNCAJA CATOTA** quien en adelante y para efectos del presente documento se denominará **EL CONSIGNADOR**, y por otra parte comparece la compañía **MERCANTIL TOSI S.A.**, por intermedio de su Representante Legal; Econ. Lucila Palacios, parte a la que se denominará **EL CONSIGNATARIO**, calidades que justifican con la documentación debidamente legalizada que se adjunta.

SEGUNDA.-ANTECEDENTES

En la ciudad de Cuenca, al día 01 del Mayo del año dos mil diez y seis se procede a la celebración del presente **Convenio de Comercialización** que estará sometido por lo determinado en el Código Civil, y se regirá de conformidad con las cláusulas que se detallan a continuación:

- a) **BLANCA JANETH PURUNCAJA CATOTA** dedicado (a) a la **COMERCIALIZACION, PRODUCCION O IMPORTACION DE ARTICULOS DE VESTIR**, mercadería que requiere de mercado y de una empresa que se encargue de su venta y comercialización.
- b) **MERCANTIL TOSI S.A.**, es a su vez una compañía que se encarga de la comercialización de mercaderías, entre las que se encuentra incluida la línea que ofrece el consignador, esta compañía ha demostrado la capacidad que tiene para la comercialización y promoción de las mercaderías antes mencionadas.

TERCERA.- CONVENIO

Con los antecedentes expuestos en las cláusulas que anteceden **BLANCA JANETH PURUNCAJA CATOTA**, en la calidad que se encuentra compareciendo, conviene por el presente documento, otorgar a **MERCANTIL TOSI S.A.**, la comercialización de la mercadería entregada por el **CONSIGNADOR**, constituida por una línea que se sujetaría a la modalidad de **consignación**.

CUARTA.- DURACION

Por acuerdo entre las partes, se fija como tiempo de duración del presente convenio un año calendario, el que se contará a partir de la fecha de celebración del presente contrato, pudiendo el mismo renovarse de existir acuerdo entre las partes, sin embargo, cualquiera de las partes podrá darlo por terminado, debiendo para esto notificar a la otra por lo menos con 60 días de anticipación a la fecha de terminación.

Fuente: MAGAJEP

Elaborado por: Ricardo Cuamacás

Anexo 12 Tabla de Amortización



SIMULADOR DE CRÉDITO

Sub Calificación Contable:

Cuota:

Monto Solicitado:

Número de Cuotas:

Frecuencia Pago:

Calcular

TASA NOMINAL:	11.20				
TASA EFECTIVA ANUAL:	11.79				
TASA MAXIMA BCE:	12.00				
TABLA DE AMORTIZACION					
Cuota	Fecha de Pago	Capital	Interes	Total	Saldo Capital
1	29-09-2016	\$620.34	\$462.86	\$1083.2	\$48971.66
2	29-10-2016	\$626.13	\$457.07	\$1083.2	\$48345.53
3	28-11-2016	\$631.98	\$451.22	\$1083.2	\$47713.55
4	28-12-2016	\$637.87	\$445.33	\$1083.2	\$47075.68
5	27-01-2017	\$643.83	\$439.37	\$1083.2	\$46431.85
6	26-02-2017	\$649.84	\$433.36	\$1083.2	\$45782.01
7	28-03-2017	\$655.9	\$427.3	\$1083.2	\$45126.11
8	27-04-2017	\$662.02	\$421.18	\$1083.2	\$44464.09
9	27-05-2017	\$668.2	\$415	\$1083.2	\$43795.89
10	26-06-2017	\$674.44	\$408.76	\$1083.2	\$43121.45
11	26-07-2017	\$680.73	\$402.47	\$1083.2	\$42440.72
12	25-08-2017	\$687.09	\$396.11	\$1083.2	\$41753.63
13	24-09-2017	\$693.5	\$389.7	\$1083.2	\$41060.13
14	24-10-2017	\$699.97	\$383.23	\$1083.2	\$40360.16
15	23-11-2017	\$706.51	\$376.69	\$1083.2	\$39653.65
16	23-12-2017	\$713.1	\$370.1	\$1083.2	\$38940.55
17	22-01-2018	\$719.75	\$363.45	\$1083.2	\$38220.8
18	21-02-2018	\$726.47	\$356.73	\$1083.2	\$37494.33
19	23-03-2018	\$733.25	\$349.95	\$1083.2	\$36761.08
20	22-04-2018	\$740.1	\$343.1	\$1083.2	\$36020.98
21	22-05-2018	\$747	\$336.2	\$1083.2	\$35273.98
22	21-06-2018	\$753.98	\$329.22	\$1083.2	\$34520
23	21-07-2018	\$761.01	\$322.19	\$1083.2	\$33758.99

24	20-08-2018	\$768.12	\$315.08	\$1083.2	\$32990.87
25	19-09-2018	\$775.29	\$307.91	\$1083.2	\$32215.58
26	19-10-2018	\$782.52	\$300.68	\$1083.2	\$31433.06
27	18-11-2018	\$789.82	\$293.38	\$1083.2	\$30643.24
28	18-12-2018	\$797.2	\$286	\$1083.2	\$29846.04
29	17-01-2019	\$804.64	\$278.56	\$1083.2	\$29041.4
30	16-02-2019	\$812.15	\$271.05	\$1083.2	\$28229.25
31	18-03-2019	\$819.73	\$263.47	\$1083.2	\$27409.52
32	17-04-2019	\$827.38	\$255.82	\$1083.2	\$26582.14
33	17-05-2019	\$835.1	\$248.1	\$1083.2	\$25747.04
34	16-06-2019	\$842.89	\$240.31	\$1083.2	\$24904.15
35	16-07-2019	\$850.76	\$232.44	\$1083.2	\$24053.39
36	15-08-2019	\$858.7	\$224.5	\$1083.2	\$23194.69
37	14-09-2019	\$866.72	\$216.48	\$1083.2	\$22327.97
38	14-10-2019	\$874.81	\$208.39	\$1083.2	\$21453.16
39	13-11-2019	\$882.97	\$200.23	\$1083.2	\$20570.19
40	13-12-2019	\$891.21	\$191.99	\$1083.2	\$19678.98
41	12-01-2020	\$899.53	\$183.67	\$1083.2	\$18779.45
42	11-02-2020	\$907.93	\$175.27	\$1083.2	\$17871.52
43	12-03-2020	\$916.4	\$166.8	\$1083.2	\$16955.12
44	11-04-2020	\$924.95	\$158.25	\$1083.2	\$16030.17
45	11-05-2020	\$933.59	\$149.61	\$1083.2	\$15096.58
46	10-06-2020	\$942.3	\$140.9	\$1083.2	\$14154.28
47	10-07-2020	\$951.09	\$132.11	\$1083.2	\$13203.19
48	09-08-2020	\$959.97	\$123.23	\$1083.2	\$12243.22
49	08-09-2020	\$968.93	\$114.27	\$1083.2	\$11274.29
50	08-10-2020	\$977.97	\$105.23	\$1083.2	\$10296.32
51	07-11-2020	\$987.1	\$96.1	\$1083.2	\$9309.22
52	07-12-2020	\$996.31	\$86.89	\$1083.2	\$8312.91
53	06-01-2021	\$1005.61	\$77.59	\$1083.2	\$7307.3
54	05-02-2021	\$1015	\$68.2	\$1083.2	\$6292.3
55	07-03-2021	\$1024.47	\$58.73	\$1083.2	\$5267.83
56	06-04-2021	\$1034.03	\$49.17	\$1083.2	\$4233.8
57	06-05-2021	\$1043.68	\$39.52	\$1083.2	\$3190.12
58	05-06-2021	\$1053.43	\$29.77	\$1083.2	\$2136.69
59	05-07-2021	\$1063.26	\$19.94	\$1083.2	\$1073.43
60	04-08-2021	\$1073.43	\$10.02	\$1083.45	\$0
TOTAL:		\$49592	\$15400.25		

Fuente: CACPECO
Elaborado por: Ricardo Cuamacás