

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL**

**FACULTAD DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS**



**“PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN DE UN TALLER TEXTIL PARA LA  
ELABORACIÓN DE MALETAS CON FINES PUBLICITARIOS EN LA  
COMPAÑÍA “DISEÑOS Y MÁS”**

**Tesis de Grado**

**Previo a la obtención de los Títulos de:**

**INGENIERA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES  
INGENIERÍA COMERCIAL Y EMPRESARIAL**

**Presentado por:**

**Cinthya Rocío Yange Ruiz  
Stephany Paola Loayza Valarezo  
Diana Estefanía De La Cruz Quinde**

**DIRECTOR**

**Ing. Marco Tulio Mejía**

**Guayaquil - Ecuador**

**2011**

## AGRADECIMIENTO

En el presente proyecto queremos expresar nuestros más sinceros agradecimientos:

A Dios por otorgarnos la oportunidad de culminar con éxito nuestro tan anhelado sueño, de convertirnos en profesionales, por habernos bendecido cada día y proporcionarnos la sabiduría suficiente para enfrentarnos a éste y los futuros retos que se presentarán a lo largo de nuestras vidas.

A nuestros padres, quienes por el apoyo, esfuerzo y confianza depositada en nosotras, nos permitieron cumplir un sueño que gracias a la voluntad divina se está haciendo realidad.

Los agradecimientos hacia ellos son infinitos, no alcanzarían las líneas para expresarles la satisfacción por el apoyo brindado cada día y nunca desmayar en el intento. Y que no alegra saber que a pesar que el tiempo pase y nuevos retos se avecinen ellos incondicionalmente siempre estarán aquí para guiarnos.

A nuestros hermanos y hermanas por habernos apoyado en el transcurso de nuestra carrera.

De igual manera agradecemos a cada uno de nuestros familiares y amigos que de una u otra forma estuvieron pendientes de nosotras en nuestra vida universitaria.

A nuestro Director por su paciencia y orientación profesional que nos proporcionó en la realización del presente proyecto.

A nuestra querida Universidad por acogernos durante estos años de estudio en sus aulas y formamos como profesionales de bien.

Con Cariño.

Cinthya, Diana y Paola

## DEDICATORIA

Primeramente a **Dios**, por ser mi guía espiritual y conducirme por el camino del bien y el éxito, por darme valor y fortaleza en cada instante de mi vida.

**A mi madre** Piedad Ruíz, por ser mi fuente de inspiración, por su amor infinito, dedicación, paciencia, entrega y apoyo incondicional, esfuerzo y sacrificio para poder ver realizado mi más grande sueño anhelado como es la culminación de mi carrera universitaria. Dios te bendiga y proteja siempre, te llene de vida y salud para poder retribuirte poco a poco todo lo que has hecho por mí, mamita este logro es para ti, a esta etapa de mi vida mi corazón quiere agradecerte y decirte que eres lo más importante para mi vida, mil gracias por depositar tu confianza en mí.

**A la memoria de mi padre** Alcívar Yange, por estar presente en mis pensamientos, porque sé que estarías contento y orgulloso al verme realizada como una profesional.

**A mis hermanos:** Marina, Dayse, Dustin y Karina por su apoyo constante, por sus palabras sabias en los momentos difíciles, por fomentar en mí el deseo de superación constante y anhelo de triunfo en la vida.

**A mis sobrinos y sobrinas**, por llenar mi vida de alegría y ser parte de este maravilloso sueño, mis niños adorados

sigan adelante mis éxitos de hoy serán los suyos mañana y siempre.

A mis amigos, por brindarme su mano amiga, por los momentos compartidos que jamás se olvidarán, siempre los llevaré en mi corazón.

Con cariño,

***Cinthy Rocío Yange Ruíz.***

**A Dios**, por las bendiciones derramadas sobre mí, desde el instante que salí en busca de mi sueño universitario. Y que continua bendiciendo cada uno de mis pasos a pesar de las dificultades que día a día se presentan en la vida.

**A mis padres**, Sr. Freddy Loayza y Sra. Gloria Valarezo, que gracias a sus esfuerzos y sacrificios lograron brindarme la oportunidad de formarme en una de las Universidades más prestigiosas de nuestro país y lograr cumplir el sueño tan anhelado de ser una profesional.

**A mis hermanas**, María Belén y Jotilyn por su comprensión y apoyo incondicional en el transcurso de mi formación.

**A David A. Matamoros**, por su ayuda y apoyo a este proyecto en momentos de vital importancia para su culminación, muchas gracias mi querido David. TKP

A mis Familiares, amigos y amigas que supieron brindar una mano amiga y palabras de aliento en los momentos indicados, para no desmayar los esfuerzos depositados en mí y que alientan a seguir adelante sin mirar atrás.

**Con Cariño,**

***Paolita Loayza Valarezo***

**A DIOS** por permitirme llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos, además d su infinita bondad y amor.

**A MIS PADRES** por haberme apoyado en todo momento por sus consejos y la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien y por el valor que me han mostrado para seguir adelante.

Por ellos estoy cumpliendo una de mis metas muy agradecida de haber tenido su presencia en mi vida los quiero mucho.

**A MI ABUELA** persona a la que más amo en mi vida que me ha apoyado mucho gracias a mi Dios todavía tengo la oportunidad de seguir aprendiendo de ella.

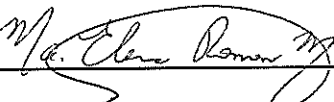
**A MI FAMILIA** agradecida inmensamente con mis hermanos, mis tías y mis primos que en todo momento que necesite de ellos han estado para mí ayudándome mostrando su apoyo incondicional.

**A MIS AMIGOS** que nos apoyamos mutuamente en nuestra formación profesional por los momentos vividos que siempre los llevare presente.

Con cariño,


*Diana Estefanía de la Cruz Quinde*

## TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN



---

Ec. María Elena Romero  
Presidente Tribunal



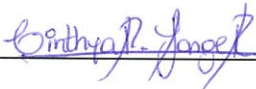
---

Ing. Marco Tulio Mejía  
Director del Proyecto



## DECLARACIÓN EXPRESA

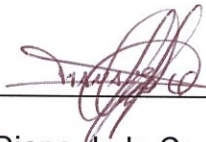
“La responsabilidad por los hechos, ideas y doctrinas expuestas en este proyecto me corresponden exclusivamente, y el patrimonio intelectual de la misma a la ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL”



Cinthya Yange Ruiz



Stephany Loayza Valarezo



Diana de la Cruz Quinde

## INDICE GENERAL

AGRADECIMIENTO .....	II
DEDICATORIA .....	IV
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN .....	VIII
DECLARACIÓN EXPRESA .....	IX
ÍNDICE GENERAL .....	X
ÍNDICE DE TABLAS .....	XIV
ÍNDICE DE CUADROS .....	XIV
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	XV

### Capítulo I

1.1 Introducción.....	16
1.2 Planteamiento del Problema.....	17
1.3 Principales Generalidades de la empresa “Diseños Y Más” .....	18
1.3.1 Presentación de la empresa “Diseños y Más” .....	18
1.3.2 Legales.....	20
1.4 Objetivo General.....	21
1.5 Objetivos Específicos.....	21
1.6 Justificaciones.....	22
1.7 Análisis del Entorno.....	23
1.7.1 Político.....	23
1.7.2 Tecnológico.....	23
1.7.3 Socio Cultural.....	24
1.7.4 Económico .....	25
1.8 Análisis Competitivo.....	25
1.8.1 Mercado Objetivo.....	25

1.8.2 Competidores.....	26
1.9 Fuerzas Competitivas del Mercado .....	27
1.10 Criterios de Competitividad de la Empresa.....	28
1.11 Clientes .....	29
1.12 Especificación de Productos en Maletas de “Diseños y Más”.....	30

## **CAPITULO II**

2.1 Marco Técnico de “Diseños y Más” .....	32
2.1.1 Misión .....	32
2.1.2 Visión .....	32
2.1.3 Organigrama del Taller .....	33
2.1.4 Recursos Humanos .....	34
2.2 Administración del Taller Textil de “Diseños y Más” .....	34
2.2.1 Gerente General.....	34
2.2.2 Jefe de Producción .....	35
2.2.3 Asistente de Producción .....	35
2.2.4 Obreros .....	36
2.3 Análisis FODA Taller Textil .....	38
2.4 Insumos Necesarios para la Elaboración de las Maletas .....	39
2.4.1 Materiales Principales .....	39
2.4.2 Materiales Secundarios .....	40
2.5 Determinación del Diseño Textil de las Maletas .....	41
2.6 Proceso Productivo .....	42
2.7 Determinación del Tamaño del Taller Textil de “Diseños y Más” .....	44
2.7.1 Cuadro de la Asignación Valorativa de la Localización .....	44
2.7.2 Localización .....	45
2.8 Análisis de los Atributos de la Localización .....	46
2.8.1 Costos de Funcionamiento .....	46

2.8.2	Ubicación de Proveedores .....	47
2.8.3	Área Comercial .....	48
2.9	Tipo de Maquinaria .....	49
2.9.1	Flujo de Proceso de Producción de Taller Textil .....	50
2.10	Demanda Anual de Maletas de “Diseños y Más” .....	52
2.10.1	Proyección de la Demanda de Maletas de “Diseños y Más” .....	54
2.11	Opciones de Maquinaria para el Taller Textil.....	56
2.11.1	Máquina de Coser .....	56
2.11.2	Máquina Bordadora Industrial.....	57
2.11.3	Máquina Cortadora Industrial.....	59
2.12	Objetivos de Producción .....	60
2.12.1	Calidad.....	61
2.12.2	Fiabilidad .....	61
2.12.3	Capacidad de Adaptación .....	61
2.13	Ciclo de Vida del Taller Textil de “Diseños y Más” .....	62

### **CAPITULO III**

3.1	Análisis Económico Financiero .....	64
3.1.1	Introducción .....	64
3.2	Inversión Inicial .....	65
3.3	Determinación del Ingreso.....	67
3.1.1	Proyección de Ingresos en Ventas .....	67
3.4	Proceso Productivo del Taller Textil de Maletas.....	68
3.4.1	Costos Operativos Estimados .....	68
3.4.2	Costos no Operacionales Estimados.....	70
3.5	Costos Presupuestados en Adquisición de Maquinaria .....	72
3.6	Depreciación.....	73

3.7 Capital de Trabajo.....	74
3.8 Estado de Resultados.....	77
3.9 Flujo de Caja .....	78
3.10 Indicadores Financieros .....	79
3.10.1 La TIR.....	79
3.10.2 El VAN.....	80
3.10.3 La TMAR.....	81
3.11 Periodo de Recuperación de la Inversión (PAYBACK) .....	82
3.12 Análisis de Sensibilidad .....	84
3.12.1 Escenario Pesimista .....	84
3.12.2 Escenario Probable .....	84
3.12.3 Escenario Optimista .....	84
 CONCLUSIONES.....	 87
RECOMENDACIONES.....	89
BIBLIOGRAFÍA .....	91
ANEXO 1 .....	94
ANEXO 2 .....	97
ANEXO 3 .....	98
ANEXO 4 .....	99
ANEXO 5 .....	104

## INDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Ingresos por Ventas Esperadas.....	67
Tabla N° 2 Proyección de Ingresos por Ventas .....	68
Tabla N° 3 Costos Operativos Estimados del Taller Textil de Maletas .....	69
Tabla N° 4 Costos No Operacionales Estimados del Taller Textil de Maletas .....	71
Tabla N° 5 Presupuesto Adquisición de Maquinaria .....	72
Tabla N° 6 Depreciación de Activos .....	73
Tabla N° 7 Capital de Trabajo .....	75
Tabla N° 8 Estado de Resultados .....	77
Tabla N° 9 Flujo de Caja.....	78
Tabla N° 10 La TIR .....	80
Tabla N° 11 El VAN .....	81
Tabla N° 12 La TEMAR.....	82
Tabla N° 13 Periodo de Recuperación{on.....	83
Tabla N° 14 Análisis de Sensibilidad .....	85

## INDICE DE CUADROS

CUADRO N° 1 Asignación Valorativa de Localización del Taller Textil. ....	45
CUADRO N° 2 Costos de Funcionamiento del Taller Textil.....	47
CUADRO N° 3 Demanda Anual de Unidades Producidas de Maletas de Maletas .....	52
CUADRO N°4 Proyección de Demanda de Maletas de “Diseños y Más”.....	54
CUADRO N°5 Especificaciones Máquina Bordadora Industrial .....	58
CUADRO N°6 Especificaciones Máquina Cortadora Industrial .....	59
CUADRO N°7 Inversión Inicial.....	65
CUADRO N°8 Inversión Inicial para Permisos de Funcionamiento. ....	66

## INDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N°1	Logotipo “Diseños y Más” .....	19
GRÁFICO N°2	Fuerzas Competitivas de Mercado.....	27
GRÁFICO N°3	Fuerzas Competitivas de “Diseños y Más” .....	28
GRÁFICO N°4	Productos Elaborados por “Diseños y Más” .....	31
GRÁFICO N°5	Organigrama del Taller Textil .....	33
GRÁFICO N°6	Análisis FODA del Taller Textil de “Diseños y Más” .....	38
GRÁFICO N°7	Proceso para determinar el diseño de Maletas.....	42
GRÁFICO N°8	Proceso Productivo de Materia Prima e Insumos.....	43
GRÁFICO N°9	Logotipo Asociación de Industriales del Ecuador. ....	48
GRÁFICO N°10	Flujo de Proceso de Producción del Taller Textil. ....	50
GRÁFICO N°11	VAB por Industrias. ....	55
GRÁFICO N°12	Especificaciones de la Máquina de Coser Industrial. ....	56
GRÁFICO N°13	Máquina de Coser Industrial. ....	57
GRÁFICO N°14	Bordadora Industrial. ....	58
GRÁFICO N°15	Cortadora Industrial.....	60
GRÁFICO N°16	Ciclo de Vida del Taller Textil de “Diseños y Más” .....	62
GRÁFICO N°17	Análisis del VAN con respecto a la TMAR.....	63

# **CAPÍTULO I**

## **1.1 INTRODUCCIÓN**

La relevancia que tiene hoy en día la publicidad, así como sus instrumentos en el desempeño de las empresas, principalmente cuando se trata de mostrar su presencia en el mercado es muy significativa. En la actualidad su uso es más que fundamental, no existe empresa que realice campañas que no incluyan instrumentos publicitarios, y más aun cuando se trata de exponer su marca o explotar la imagen de algún producto estrella.

El surgimiento de nuevos productos, el nacimiento de empresas y la necesidad de expansión o crecimiento de las mismas, hacen que la necesidad de contar con compañías que presten este servicio sea cada vez mayor, lo que ha abierto la posibilidad para que surjan empresas que presten no solo servicios de diseño de imagen, si no también, campañas publicitarias acompañadas de mayor dinamismo y creatividad, para que el impacto que requiere el mercado tenga el éxito deseado, y eso solo se logra a través de un asesoramiento permanente de imagen o manejo de producto.



El impacto que una buena estrategia de medios causa en la economía de una empresa es de gran importancia al punto que se ha llegado a conformar departamentos de marketing en cada una de ellas, hasta en las más pequeñas, donde su presencia de mercado no es significativa, pero su participación puede resultar una total sorpresa si los instrumentos usados para su expansión son los adecuados.

## **1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA:**

“Diseños y Más” empresa dedicada a la comercialización de productos publicitarios. Durante su permanencia de dos años de actividades en el mercado le han proporcionado la experiencia suficiente y el posicionamiento como principal proveedor, siendo su fuerte la línea de maletas convirtiéndose en una herramienta valiosa para sobresalir en el mercado actual, respaldados bajo la garantía de proporcionar a sus clientes productos de calidad perfilándose como empresa en constante crecimiento y competitividad en el país.

“Bolsotex”, es el líder del mercado en la producción de maletas, convirtiéndolo en único proveedor en la ciudad de Guayaquil, el cual abastece a “Diseños y Más” y al resto de la competencia. Otorgándole el control total en el manejo de precios, calidad, tiempo de entrega y Servicio.

“Diseños y Más”, ha determinado la necesidad de poseer su propio taller textil, debido que actualmente todas sus actividades básicas de producción son manejadas con “Bolsotex” proveedor textil externo, el cual al poseer el

monopolio sobre el producto, dificulta el control de negociación respecto al precio, la calidad del producto final y plazos de entrega, encareciendo el producto final por los intermediarios.

Razón por la cual se enfrenta a la disyuntiva de evaluar que tan factible resultaría invertir recursos en la implementación y desarrollo de este proyecto.

### **1.3 PRINCIPALES GENERALIDADES DE LA EMPRESA “DISEÑOS Y MÁS”**

#### **1.3.1 PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA “DISEÑOS Y MÁS”**

“Diseños y Más” es una empresa que inició sus actividades comerciales a partir del año 2009, surge a partir del emprendimiento de la Sra Dunia del Rocío Loayza Reyes que pudo hacer su sueño realidad, de poseer su propia empresa.

La denominación social de la empresa es “Diseños y Mas S.A.”, DISEMAS; la misma que pertenece al sector publicitario. A pesar de que su objeto social es muy amplio específicamente ofrece a sus clientes servicios múltiples de comunicación, marketing y publicidad, es decir, la producción de radio, televisión y actividades a fines y complementarias como: editar publicaciones científicas y artísticas o de publicidad.

También se dedica a la comercialización y el asesoramiento sobre productos para empresas en materia publicitaria que permitan obtener resultados efectivos y eficaces a todas las necesidades de difusión que demandan hoy en día las organizaciones líderes del país.

Se llama “Diseños y Más” porque concibe a la publicidad como la parte más importante en el desarrollo comercial de un negocio, a demás trata de fusionar el mensaje tangible e intangible que toda organización desea trasmitir a cada uno de sus clientes.

El logotipo de esta empresa de publicidad es el diseño que permite a sus clientes reconocerla a simple vista, el cual es el siguiente:



**GRÁFICO Nº 1:** Logotipo de “Diseños y Más”

**FUENTE:** Diseños y Más S.A.

Empresa domiciliada en la ciudad de Guayaquil, provincia del Guayas, describiendo más ampliamente su localización se encuentra en el sector Norte de la ciudad, en Sauces IX MZ R41 Solar 2.

### **1.3.2 LEGALES**

La empresa está sujeta a la Ley de Compañías y demás normas legales del país. Por decisión de los socios puede constituir sucursales, agencias, delegaciones o representaciones en cualquier lugar del país o en el extranjero.

Según los estatutos de la Cía. se determina como objeto social de la compañía los siguientes puntos importantes:

- 1) Conducir las relaciones públicas y la imagen de personas naturales y jurídicas, tanto del sector público como privado, en todos los ámbitos concernientes.
- 2) Asesorar y comercializar, productos publicitarios para empresas, la cual puede ser: radio, televisión, prensa escrita, internet, vallas y cualquier medio que sirva para realizar una publicidad efectiva.
- 3) Brindará servicio de selección y contratación de personal, para las áreas de marketing, ventas, atención al cliente, comercialización de productos y logística en general.
- 4) Se dedicará a la comercialización y distribución de artículos publicitarios, productos de prensa.
- 5) Podrá actuar como intermediario entre usuarios y productores.
- 6) Se dedicará a la producción, comercialización.

## **1.4 OBJETIVO GENERAL**

Presentar una propuesta de implementación de un Taller textil para la confección de maletas para la empresa de publicidad “Diseños y Más”, realizando un estudio de rentabilidad de este proyecto, mediante estudios e investigación de mercado y herramientas para analizar el ambiente tanto interno como externo de la empresa los cuales sean el respaldo adecuado al proyecto

La misma que servirá para convertir a la compañía en un sólido reflejo de progreso y competitividad, otorgándole una mayor participación en el mercado actual donde desarrolla su actividad comercial y fomentar el desarrollo paulatino de la rentabilidad que la empresa desea alcanzar.

## **1.5 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Establecer los principales requerimientos necesarios para la implementación del taller textil.
- Determinar la demanda potencial del producto.
- Determinar la localización del proyecto.
- Realizar el estudio financiero para medir factibilidad del proyecto.
- Realizar el estudio necesario para determinar el monto de dinero que se va a requerir para el desarrollo del taller.

## **1.6 JUSTIFICACIONES**

El constante desarrollo y crecimiento en el área textil de la empresa “Diseños y Más”, ha sido motivo para impulsar un análisis detenido en la implementación de su propio taller textil para la elaboración de maletas promocionales.

“Bolsotex”, al ser el único confeccionista de maletas en la ciudad de Guayaquil, ha generado una competencia muy agresiva en la industria publicitaria al poseer el control total en la industria textil de maletas; lo cual ocasiona que las empresas que brindan publicidad corporativa incurran en la colocación de precios elevados y una lucha constante en quien ofrece mejores alternativas en cuanto a calidad y servicio, reduciendo sus márgenes de utilidad; razón por la cual “Diseños y más”, pretende convertirse en su propio proveedor lo cual generaría mayores expectativas de ingreso y una regulación del precio por confección en el mercado textil.

Al convertirse en la única empresa que proporcione un servicio completo de publicidad en cuanto a la producción y comercialización de las maletas con sellos corporativos, permitirá tener una ventaja competitiva y además un exhaustivo control sobre los costos de producción y calidad ofrecida a los clientes, reduciendo notablemente costos innecesarios en los cuales antes, se incurrían al utilizar con un proveedor externo.

“Diseños y Más” al impulsar el desarrollo de tener su propio taller textil de confección de maletas promocionales desea lograr tres objetivos fundamentales: posicionarse como proveedor líder en maletas promocionales,

situar a la empresa como sinónimo de calidad y buen precio, y respaldar cada uno de los productos elaborados por Diseños y Más con seriedad y profesionalismo.

## **1.7 ANÁLISIS DEL ENTORNO**

### **1.7.1 POLÍTICO**

Existe un elevado nivel de riesgo político con políticas impositivas siempre presentes de parte del gobierno.

La industria publicitaria como otras en nuestro país se desarrolla en un ambiente político inestable debido a las constantes reformas y creaciones de nuevas leyes y regulaciones al mercado como la nueva ley de Finanzas, la ley antimonopolios, leyes de protección al medio ambiente, de promoción a la actividad empresarial y regulación al comercio exterior en términos de impuestos, aranceles, restricciones al mercado que afectan y afectarán de manera directa e indirecta a la industria publicitaria.

### **1.7.2 TECNOLÓGICO**

La tecnología a pesar de que avanza a pasos agigantados, en nuestro país aún existe una brecha muy grande en el ambiente tecnológico, lo cual puede ser visto como una desventaja para las pequeñas y medianas empresas que se dedican que se desarrollan en este sector.

La creación de nuevos procesos y técnicas de fabricación tanto como la diversificación de nuevos productos y la diferenciación de nuestros competidores es fundamental para tomar ventaja en el entorno tecnológico al implementar nuevos procedimientos para realizar las mismas actividades en una menor cantidad de tiempo significa disminuir los costos de producción teniendo como resultado un producto final de mayor calidad generando confianza y lealtad a la marca.

Actualmente las empresas están tomando la tendencia de utilizar medios de publicidad BTL no convencionales y publicidad online por lo que es importante estar a la vanguardia de la tecnología.

### **1.7.3 SOCIO-CULTURAL**

La industria se desenvuelve en un ambiente socio-cultural con niveles de educación medios en general, con costumbres muy arraigadas de nuestra gente. Con tendencias cada vez más y más fuertes hacia la responsabilidad social empresarial, reduciendo los niveles de contaminación, optimizando el uso de sus recursos y apostando por el desarrollo sustentable. Es decir volviéndose verdes.

La cultura organizacional de las empresas que desean triunfar debe de evolucionar hacia estos conceptos para solidificar su imagen ante la sociedad que demanda este tipo de estrategias, las cuales forman parte de la ética empresarial.



#### **1.7.4 ECONÓMICO**

Uno de los factores económicos más importantes que cabe denotar es que en el Ecuador tenemos una economía dolarizada que se ha mantenido por los últimos 10 años. Tenemos niveles elevados de inflación con un crecimiento porcentual del PIB bajo, el desempleo cada vez alcanza niveles más y más alarmados debido a carreras saturadas en las universidades y la falta de plazas de trabajo debido a las diversas restricciones a las inversiones privadas.

La distribución actual de los recursos es más equitativa pero no existe un impulso para el crecimiento y desarrollo de los mismos. La industria publicitaria está muy fragmentada en cuanto a poder de mercado por el gran número de empresas que se desenvuelven en este sector por ello el poder de negociación de los proveedores y consumidores es muy alto.

### **1.8. ANÁLISIS COMPETITIVO**

#### **1.8.1 MERCADO OBJETIVO**

Diseños y Más tiene como mercado objetivo empresas que necesitan diferente tipo de publicidad, nuestros productos y servicios a ofrecer varían acorde al deseo de nuestros clientes, en la actualidad la compañía se destaca por la elaboración de maletas publicitarias las cuales se las realiza para prestigiosas empresas del país.

## 1.8.2 COMPETIDORES

La Industria publicitaria en el Ecuador está muy fragmentada debido a que existen muchos competidores directos para nuestra empresa desde pequeñas y grandes agencias de publicidad.

Solo en Guayaquil existen 150 empresas de publicidad, que desarrollan sus actividades comerciales con el respaldo de muchos años de experiencia. Ventaja que otorga mayor confiabilidad y confianza al mercado.

El poder de mercado que maneja esta industria, está dado principalmente por dos factores, el más importante es la lealtad a la marca, que es respaldada por el tiempo que llevan las empresas en el mercado, la calidad y el servicio en el producto entregado. Sin Embargo, la satisfacción que trata de resolver estas empresas no siempre se ve reflejada en lo que se ofrece, porque lamentablemente los mismos clientes ignoran lo que realmente buscan al momento de la elección de un proveedor.

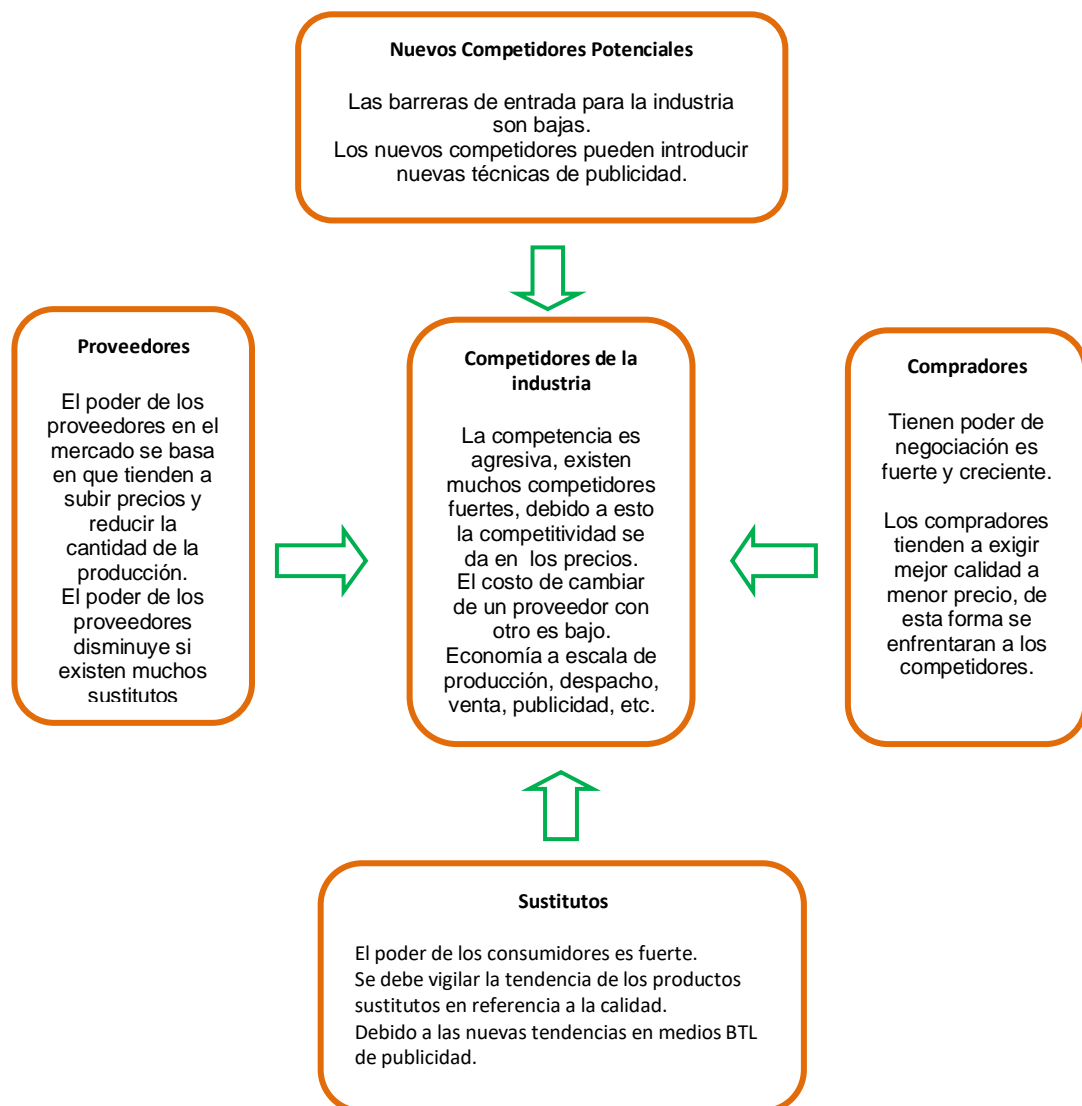
Desde el punto de vista de algunos de los directivos de esta empresa, consideran que la competencia actual, más allá de convertirse en un obstáculo para el desarrollo de “Diseños y Más”, puede ser un mecanismo que contribuya al mejoramiento paulatino de la empresa, que logre manejar y resolver las necesidades que el mercado demande, y que cumpla con el objetivo de servir eficientemente a los clientes.

## 1.9 FUERZAS COMPETITIVAS DE MERCADO

A continuación se presenta las fuerzas competitivas de mercado que se consideran de relevancia para la empresa:

### GRÁFICO Nº 2: Fuerzas Competitivas del Mercado

FUENTE: Diseños y Más S.A.



## 1.10 CRITERIOS DE COMPETITIVIDAD EN LA EMPRESA

Para analizar cuan intensa es la competencia y cuanta rivalidad existe dentro del medio de la publicidad en el desarrollo de maletas promocionales de enfrenta “Diseños y Más”, se empleó los siguientes criterios que fueron establecidos por los miembros de la empresa para conocer que tan competitivos están siendo en el mercado:



**GRÁFICO N° 3: Fuerzas Competitivas de “Diseños y Más”**

**FUENTE:** Elaborado por Grupo de Trabajo.

## **1.11 CLIENTES**

La compañía “Diseños y Más, ha demostrado que es una compañía sólida y de muy buenas oportunidades de crecimiento, en sus pocos años de entrar al mercado de la publicidad corporativa ha demostrado un desenvolvimiento muy optimista.

Ha logrado ubicarse como una de las compañías con mucha proyección, así mismo ha podido adquirir una cartera de clientes muy prestigiosos, que gracias al buen servicio y calidad en el trabajo que realiza, ha tenido la oportunidad de conseguir importantes cuentas con clientes de mucha importancia en la Ciudad de Guayaquil.

Entre las más Importantes tenemos: Hivimar S.A., Epson Perú, Colgate Palmolive, Unilever Ecuador S.A. entre otras.

En los anexos del presente proyecto podrá encontrar una lista completa de los clientes que actualmente perfilan en la compañía “Diseños y Más”.

## 1.12 ESPECIFICACIÓN DE PRODUCTOS EN MALETAS DE “DISEÑOS Y MÁS”

Se presenta gráficamente algunos productos en maletas que se demandan a la empresa, se elaboran maletas, mochilas, cartucheras, maletines ejecutivos, bolsos plásticos, bolsos en lona y Cambrela entre otros.





**GRÁFICO N° 4: Productos elaborados por “Diseños y Más”**

**FUENTE:** Elaborado por Grupo de Trabajo.

## **CAPÍTULO II**

### **2.1 MARCO TÉCNICO DE DISEÑOS Y MÁS**

#### **2.1.1 MISIÓN**

Brindar a empresas e instituciones públicas o privadas, soluciones de diseño publicitario, internet y multimedia, con el compromiso en la calidad de nuestros servicios y personal altamente calificado, siendo en todo momento una empresa testimonio de bien social y responsabilidad corporativa.

#### **2.1.2 VISIÓN**

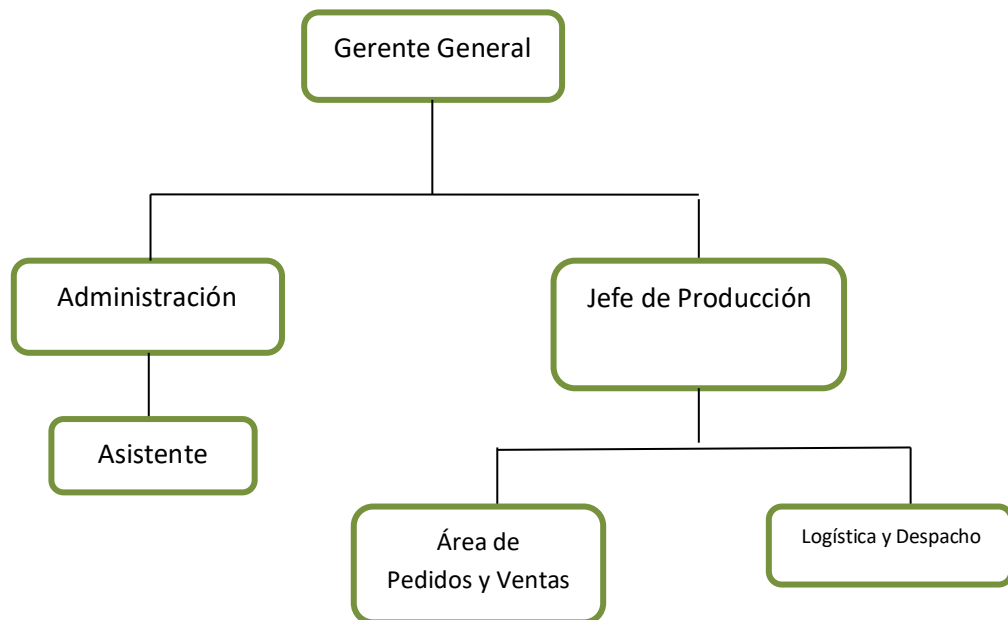
Ser la mejor empresa Ecuatoriana proveedora de servicios corporativos, en las áreas de diseño publicitario, consolidarnos como aliados estratégicos



de nuestros clientes creando alianzas que nos posicionen como los mejores en el país.

### 2.1.3 ORGANIGRAMA DEL TALLER

La siguiente figura nos muestra el organigrama del Taller de Producción que manejaría “Diseños y Más”.



**GRÁFICO Nº 5: Organigrama del Taller Textil.**

**FUENTE:** Elaborado por Grupo de Trabajo

#### **2.1.4 RECURSOS HUMANOS**

El Factor humano que se va a requerir para la implementación del Taller Textil de confección de Maletas está enfocado inicialmente al número de máquinas con las que vamos a requerir.

Por otro lado, la empresa no cuenta con reemplazos inmediatos capaces de asumir sus obligaciones y deberes, lo cual demuestra que se debería fomentar la construcción de planes de contingencias para resolver inconvenientes repentinos que pueda afectar a uno de sus miembros, causando una paralización al desarrollo normal de sus actividades normales de la producción.

### **2.2. ADMINISTRACIÓN DEL TALLER TEXTIL DE “DISEÑOS Y MÁS”**

#### **2.2.1 GERENTE GENERAL**

El área administrativa, que va a encargarse de la dirección del Taller de producción está dirigida directamente por el Gerente General de la compañía

El mismo que será el responsable de cumplir con las metas de producción que la compañía establezca en su momento.

## **2.2.2 JEFE DE PRODUCCIÓN**

La segunda persona que será responsable por el Taller Textil es el Jefe de Producción, persona encargada esencialmente de que todos los procesos que se llevan a cabo en el taller se los realice sin ningún problema. Cumple el nexo importante con el Departamento de Ventas de la empresa, el mismo que coordina y planifican los pedidos.

La administración del taller es quién se asegura conjuntamente con el departamento de ventas, que no exista ni surja ninguna equivocación durante el transcurso de la producción, tales como: Faltantes, modelos con fallas, errores de bordado y cambios y sugerencias del cliente.

El taller textil funciona independiente del resto de departamentos de la empresa, sin olvidar que forma parte de “Diseños y Más”, los resto de requerimientos que las otras áreas de la empresa soliciten, como Contabilidad, Ventas, Gerencia Recursos Humanos, son manejados directamente con el Jefe de Producción.

## **2.2.3 ASISTENTE DE PRODUCCIÓN**

El Asistente de Producción, es la persona encargada de cumplir con obligaciones netamente administrativas, es quien forja los nexos comunicativos necesarios con el departamento de ventas; es quien estará al

frente de cualquier problema que surja de manera imprevista en el taller cuando su jefe inmediato no se encuentre.

Así como también de manejar, documentación, archivos, órdenes de producción, comunicados etc., que demande la elaboración en el área administrativa del Taller Textil.

El Asistente de Producción es quien mantendrá diálogo abierto con los obreros, y quien atenderá sus necesidades inmediatas con todo lo concerniente a la producción. De igual manera será un nexo comunicativo importante entre los obreros y el Jefe de Producción. Función vital, pues dependerá de su perspicacia y don de mando para controlar situaciones cuando el momento lo amerite.

#### **2.2.4 OBREROS**

Los Obreros del Taller son el factor humano de mayor importancia con el que el Taller contará, pues son los principales gestores para que el Taller Textil se encuentre funcionando al 100%.

Las diversas funciones que cada uno de los obreros cumplirán dentro del Taller, estará enfocado de acuerdo a las habilidades y conocimientos que posea para el manejo correcto de la maquinaria que el Taller Textil posea.

Conocimientos que se evaluará internamente para que los diversos procesos de producción se desarrollen de manera óptima y sin contratiempos.

Se toma en consideración que la empresa “Diseños y Más”, aspira que sus obreros formen participación activa del objetivo principal de la empresa, que es el de maximizar al máximo tiempo y recursos. A través de sugerencias y excelente desenvolvimiento con el trabajo en equipo.

## 2.3 ANÁLISIS FODA DEL TALLER TEXTIL



**GRÁFICO N° 6: Análisis FODA del Taller Textil de "Diseños y Más"**

**FUENTE:** Elaborado por Grupo de Trabajo.

## **2.4 INSUMOS NECESARIOS PARA LA FABRICACIÓN DE LAS MALETAS.**

El proceso de elaboración de las maletas se las realiza con materiales de primera calidad, producidos en nuestro país, los mismos que aseguran una vida útil muy provechosa.

### **2.4.1 MATERIALES PRINCIPALES**

- ✓ Lona de todo tipo de textura y variedad de colores, estampada y llano.
- ✓ Todo tipo de tela textil para elaborar maletas, en variedad de colores y algodón.
- ✓ Cambrela, con variaciones en la cantidad de algodón, textura, diseño y colores.
- ✓ Imitación en cuero, variedad de calidad según proceso de secado.
- ✓ Cabuya, de acuerdo a la variedad de texturas.
- ✓ Gamuza, variedad de colores.
- ✓ Lana, dependiendo del proceso de secado y textura del color.
- ✓ Plástico para confección de textiles, material impermeable.

## 2.4.2 MATERIALES SECUNDARIOS

Los materiales secundarios que “Diseños y Más”, considera importantes para desarrollar sus actividades de producción, son los que a continuación se detalla:

- ✓ Cierres: Plásticos, metálicos, mixtos.
- ✓ Forros Internos: Tela especialmente para forros de maletas.
- ✓ Reatas: Variedad de texturas y colores.
- ✓ Botones: Plásticos, Gamuza, Tela.
- ✓ Soportes para la estabilidad de la base.
- ✓ Cordones: Variedad, color y texturas.
- ✓ Hebillas: Colores y Material.
- ✓ Argollas: Colores y Material.
- ✓ Adhesivos Textiles.
- ✓ Bordados.

En el proceso de fabricación de maletas, se debe tener puntual atención a la infinidad de insumos nuevos que día a día aparecen en el mercado textil, acompañado de nuevas tendencias que permite innovar en el mercado, lo que permite explotar al máximo la industria publicitaria.



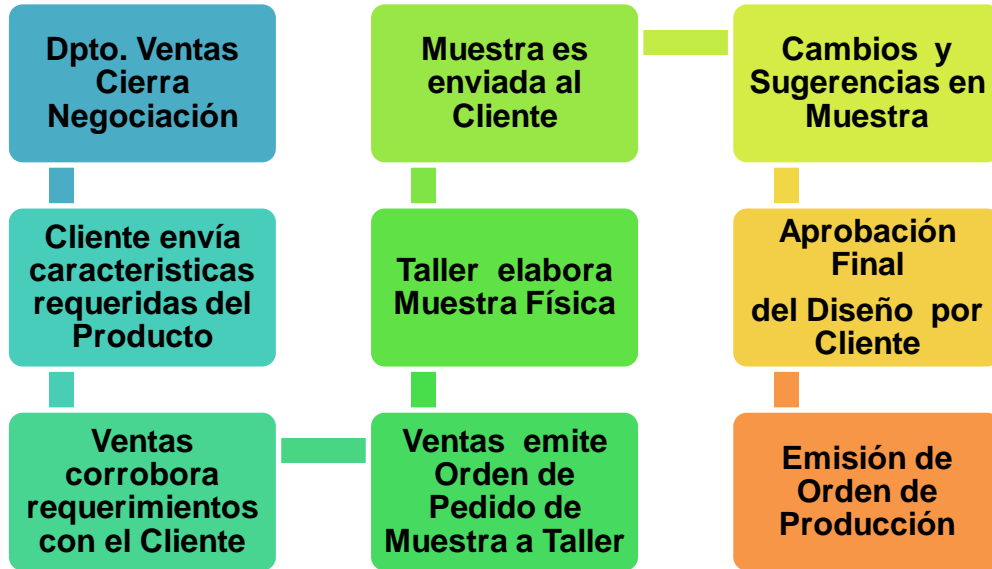
## **2.5 DETERMINACIÓN DEL DISEÑO TEXTIL DE LAS MALETAS.**

La determinación del Diseño Textil es un factor importante y que forma parte de los procesos que el taller textil debe implementar para que los resultados sean óptimos y se vean reflejados en el producto terminado.

Actualmente, la empresa “Diseños y Más”, maneja este importante paso productivo a través del departamento de Ventas con sus ejecutivos de cuentas, quienes son los que toman contacto directo que los clientes, y establecen con exactitud el tipo y diseño que necesitan, conforme a las necesidades que las campañas publicitarias las requieran.

Los Clientes, son los principales gestores e innovadores de sus propios estilos, “Diseños y Más” contribuye con ideas para plasmar en un modelo físico según las características requeridas, para en lo posterior sea aprobada.

A continuación se presenta el proceso para la determinación del diseño:



**GRÁFICO N° 7: Proceso para Determinar el Diseño de Maletas.**  
**FUENTE:** Elaborado por grupo de trabajo.

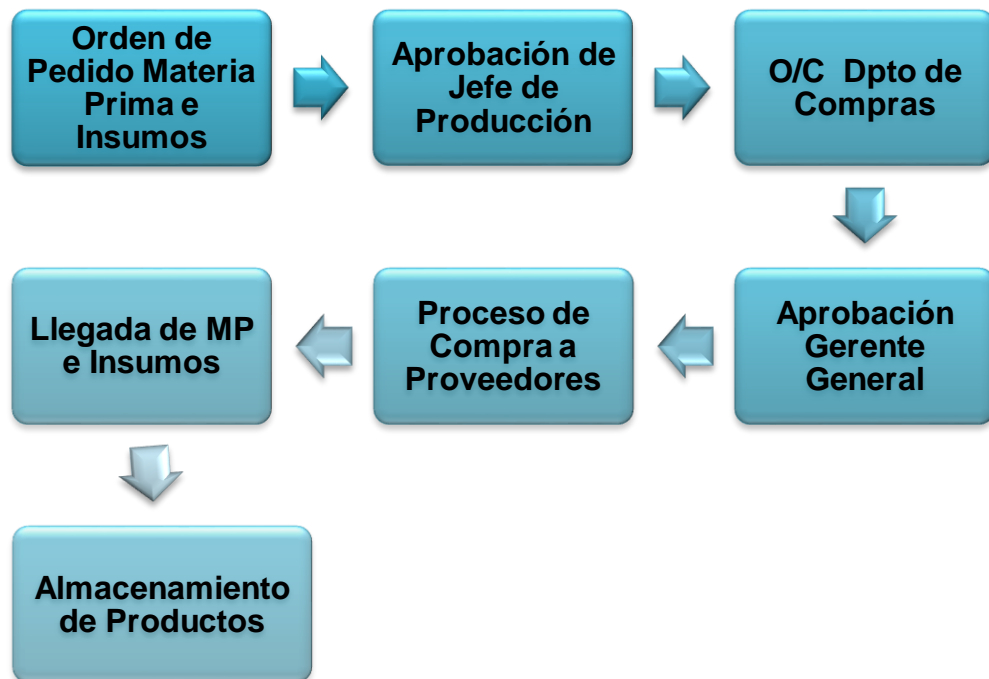
## 2.6 PROCESO PRODUCTIVO

El Proceso Productivo, es el responsable de determinar la manera óptima de producción mediante la aplicación de procedimientos y la distribución de los recursos en la planta; así como los demás aspectos de las instalaciones físicas que se transforman en factores importantes en la culminación de los productos terminados.

El proceso de producción, considera la cantidad de insumos y factores necesarios para obtener un determinado producto en nuestro caso la confección de maletas y la forma en que dichos insumos y factores son combinados. Los insumos son las materias primas. Los factores representan fuerza física humana o motriz que permite transformar a las materias primas

e insumos en un producto, la confección de nuestros productos no es la excepción.

A continuación presentamos el proceso productivo de la Materia Prima e Insumos.



**GRÁFICO Nº 8: Proceso Productivo de Materia Prima e Insumos.**

**FUENTE: Elaborado por Grupo de Trabajo.**

## 2.7 DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DEL TALLER TEXTIL DE “DISEÑOS Y MÁS”

El tamaño donde actualmente funciona “Diseños y Más”, es un local independiente que consta de dos pisos. En la primera planta se tiene planificado ubicar el Taller Textil para la producción, además posee un amplio patio y garaje para facilitar las actividades del Taller, ya sea para producción y almacenaje de Insumos, en la segunda planta funciona actualmente las oficinas administrativas y bodegas para almacenamiento de productos terminados.

### 2.7.1 CUADRO DE ASIGNACIÓN VALORATIVA DE LA LOCALIZACIÓN.

ATRIBUTOS	LOCALIZACIÓN								
	NORTE			CENTRO			SUR		
	PESO	CALIF.	TOTAL	PESO	CALIF.	TOTAL	PESO	CALIF.	TOTAL
Costos de Funcionamiento	40%	5	2,00	30%	3	0,90	20%	2	0,40
Ubicación de Proveedores	20%	4	0,80	30%	1	0,30	30%	1	0,30
Ubicación de Empleados	20%	5	1,00	20%	2	0,40	20%	1	0,20
Área Comercial	20%	3	0,60	20%	3	0,60	30%	3	0,90
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>-</b>	<b>4,40</b>	<b>100%</b>	<b>-</b>	<b>2,20</b>	<b>100%</b>	<b>-</b>	<b>1,80</b>

<b>NOTA:</b>
<b>a) El peso asignado siempre debe sumar 1 o 100%</b>
<b>b) Para calificar se asignan valores de la siguiente manera:</b>
<b>1: Pésimo / 2: Regular / 3: Bueno / 4: Muy Bueno / 5: Excelente</b>

**CUADRO Nº 1: Asignación Valorativa de Localización del Taller Textil.**

**FUENTE:**        **Elaborado por Grupo de Trabajo**

Como se puede apreciar en el siguiente cuadro, explica mediante asignación de valores, que conviene ubicar al Taller Textil en sector Norte, ya que posee una excelente ubicación para su localización, se ha comprobado con el 4,40 de calificación, valor superior a los otros sectores de la ciudad.

## **2.7.2 LOCALIZACIÓN DEL TALLER TEXTIL**

La ubicación del local se ha elegido estratégicamente ya que se encuentra ubicada en Sauces 9 MZ R41 V2 detrás del Mercado Principal de Sauces 9, lugar considerado como primera opción para el desarrollo de sus actividades, financiero y empresarial; siendo éste de fácil accesibilidad, así también esta ubicación favorece al negocio por encontrarse en una zona de fácil acceso.

La implementación del Taller Textil para la fabricación de maletas se lo ubicará en la primera planta; espacio utilizado actualmente como depósito/bodega de los productos que se entregan a los respectivos clientes y las instalaciones se encuentran en óptimas condiciones para la implementación del Taller.

## **2.8. ANÁLISIS DE LOS ATRIBUTOS DE LOCALIZACIÓN**

### **2.8.1 COSTOS DE FUNCIONAMIENTO**

Costos necesarios para la apertura inicial del Taller, se lo ha considerado dentro de los aspectos analizados para la valoración de la ubicación, puesto que en el actual lugar donde la empresa desea ubicarla es el mismo donde opera y tiene sus instalaciones.

El inmueble está valorado en \$38.000,00 y los impuestos a pagar anualmente por concepto de predios urbanos ascienden a \$620; se estimará un incremento anual de estos impuestos en 12% anualmente de acuerdo a un incremento histórico anual de entre 1% - 10% en años anteriores.

<b>Procesos</b>	<b>Descripción</b>	<b>Costo</b>
1	<b>Permiso de Funcionamiento</b>	\$150,00
2	<b>Permiso de Salud</b>	\$330,00
3	<b>Permiso de Bomberos</b>	\$120,00
4	<b>Pago anual al Ministerio de Gobierno y Policía</b>	\$ 20,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 620,00</b>

**CUADRO Nº 2: Costos de Funcionamiento del Taller Textil.**

**FUENTE:** Elaborado por Grupo de Trabajo

### **2.8.2 UBICACIÓN DE PROVEEDORES.**

La ubicación de nuestros proveedores de insumos, es una de las partes fundamentales para el abastecimientos del Taller Textil, los mismos que sitúan sus oficinas y bodegas en el Sector Norte de la ciudad de Guayaquil, lo que facilitaría notoriamente el traslado de la materia prima para la elaboración de las maletas.

Se considera que la adquisición de la materia prima es el factor de mayor relevancia para el Taller Textil de Maletas, y su acceso rápido es de vital importancia, ya que el Taller enfrentaría serios problemas internos en sus procesos productivos, si llegase haber un desabastecimiento de materia prima.

Por esta razón, el Taller Textil aplicará un tratamiento cuidadoso en los nexos comunicativos con sus proveedores, de esta manera se trata de elaborar una estrategia, que permita beneficiar al proyecto en el largo plazo, pues se debe tomar en cuenta el incremento rápido de la Industria Textil en nuestro país.



**GRÁFICO N° 9: Logotipo Asociación de Industriales del Ecuador.**

**FUENTE:** (Asociación de Industriales Textiles del Ecuador : <http://www.aite.com.ec/>)

### **2.8.3 ÁREA COMERCIAL**

Otro factor importante que hemos considerado para realizar el análisis para la ubicación del Taller Textil, es el área considerada por muchos comercial, lo cual beneficiaría la accesibilidad de nuestros clientes, quienes podran ubicar facilmente al Taller, sin tener que recorrer varios Km. en la ciudad.

Es importante señalar que el área comercial del Sector Norte de nuestra ciudad está relacionado con las muchas oportunidades de



negocio en los cuales se desarrollan en Guayaquil, considerado actualmente como el de mayor actividad comercial.

## **2.9 TIPO DE MAQUINARIA**

Los procesos que se llevan a cabo en el taller textil de la compañía Diseños y Más, requiere la utilización de recursos y tecnología, a través de maquinaria especializada, que genere productos que cumplan con las expectativas de nuestros clientes y que representen una imagen que proyecte confianza y excelencia en cada uno de los productos que se confeccionen y comercialicen en la ciudad de Guayaquil.

Las maquinarias que se requieren para la confección de las maletas, debe de responder oportunamente a las necesidades de calidad que el Taller Textil demande, la mismas que posean las garantías necesarias de la casa comercial en la cual van hacer adquiridas que respalde su normal desempeño y no entorpezca el proceso productivo del Taller.

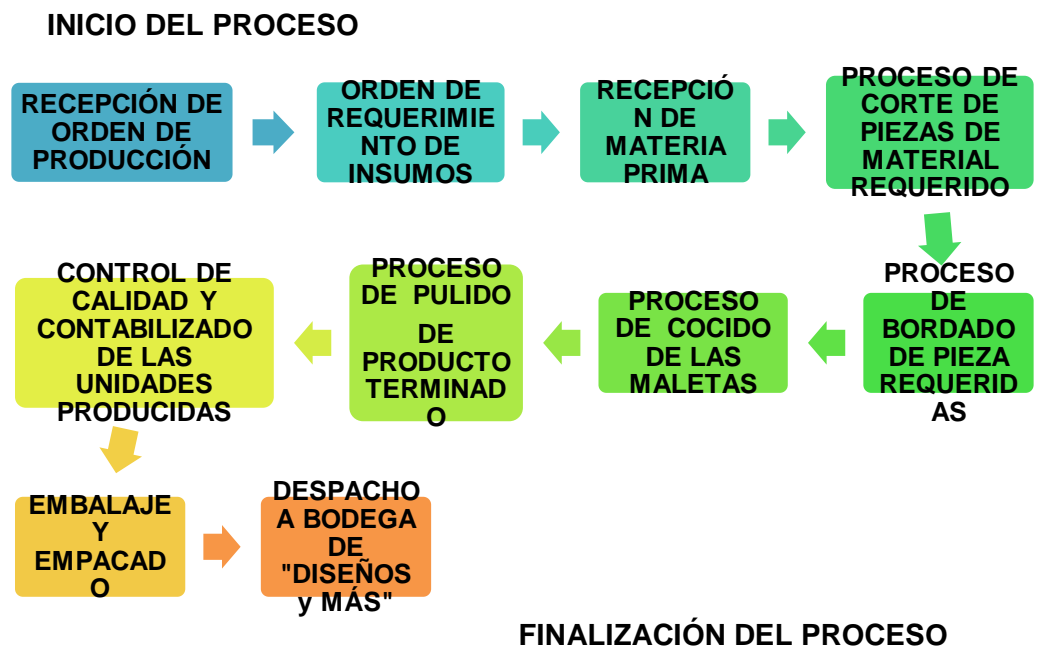
Se debe considerar que; en caso de que éstas, presenten algún tipo de problema en cuanto a su funcionamiento, sean fácilmente solucionados, con asesoría técnica, y el control el cual se deberá ejercer a las máquinas a través del adecuado mantenimiento.

Otro factor importante en el momento de la adquisición de maquinaria, es el lugar donde se piensa adquirir los equipos, precio, calidad, garantía del fabricante.

Los equipos que van a considerar adquirir para el taller, van hacer financiados con dinero de la empresa “Diseños y Más”, por lo que no se incurrirá en la adquisición de financiamiento alguno, con entidades bancarias u otro organismo financiero.

Ya que el principal accionista de la empresa el Sr. Jorge E. Guzmán, Gerente General de la empresa, inyectó oportunamente una importante aportación de capital a la empresa, lo que favorece la situación económica y de liquidez de “Diseños y Más”.

### 2.9.1 FLUJO DE PROCESO DE PRODUCCIÓN DEL TALLER TEXTIL



**GRÁFICO N° 10:** Flujo de Proceso de Producción del Taller Textil  
**FUENTE:** Elaborado por Grupo de Trabajo

Considerando el presente Flujo de Proceso de Producción del Taller Textil de maletas, se ha llegado a la conclusión de la adquisición necesaria de maquinaria requerida en los siguientes procesos:

- ❖ **Proceso de Corte de Piezas de Material Requerido.**
- ❖ **Proceso de Bordado de Piezas Requeridas.**
- ❖ **Proceso de Cocido de las Maletas.**

A continuación se describe detalladamente las máquinas que se necesitan para iniciar las actividades del Taller Textil de Maletas, y que son de vital importancia para que el proceso de producción se lleve a cabo.

Actualmente, la Cía. no cuenta con una **máquina cortadora industrial** de materia prima, para la elaboración de las maletas; la misma que se deberá adquirir para iniciar las actividades textiles.

De igual forma, para continuar con el Proceso de Bordado de Piezas, es necesaria la adquisición de una **máquina bordadora industrial**, la misma que será de mucha importancia para el proceso de producción de maletas y los diferentes diseños de bordados requeridos por nuestros clientes en los modelos de maletas que solicitan a la compañía.

Finalmente, para dar por culminado el proceso de confección de las maletas, es imprescindible la adquisición una **maquinaria de cosido Industrial**, la mismas que cumplirán la valiosa función de armar las piezas de anteriores procesos de producción y dar por terminado el producto final.

## 2.10 DEMANDA ANUAL DE MALETAS DE “DISEÑOS Y MÁS”

A continuación se presenta el siguiente cuadro de Demanda Anual de Maletas correspondiente al año 2010, el mismo que refleja un resumen de las cantidades que solicitaron los diferentes empresas a la compañía “Diseños y Más”.

<b>CLIENTES</b>	<b>DEMANDA ANUAL POR CLIENTE</b>
SIGLO XXI S.A.	4820
COLGATE PALMOLIVE	2800
EPSON PERU S.A.	6100
BABY'S S.A.	4420
PRONACA	950
CONECEL S.A.	3900
<b>TOTAL ANUAL UNIDADES PRODUCIDAS</b>	<b>22990</b>

**CUADRO N° 3: Demanda Anual de Unidades Producidas de Maletas.**

**FUENTE: Elaborado por Grupo de Trabajo**

En la siguiente ilustración presentada, podemos observar que anualmente en el año 2010 “Diseños y Más”, produjo 22990 unidades en maletas, distribuidas en cartucheras, maletines ejecutivos, mochilas, mochilas escolares etc.

Las mismas que fueron puestas en producción con nuestro proveedor actual de maletas, Bolsotex.

Los contratos firmados con los principales clientes que tiene la empresa, estuvieron sujetos a varios cambios en el transcurso de la entregas, por diferentes motivos, que esencialmente tuvo que intervenir el incumplimiento por parte de nuestro principal y único proveedor y sus múltiples retrasos en las órdenes de producción, lo que ocasionó más de un disgusto en los clientes.

## 2.10.1 PROYECCIÓN DE DEMANDA DE MALETAS DE “DISEÑOS Y MÁS”

### PROYECCIÓN ESTIMADA DE DEMANDA DE MALETAS DE "DISEÑOS Y MÁS"

#### DISEÑOS Y MÁS

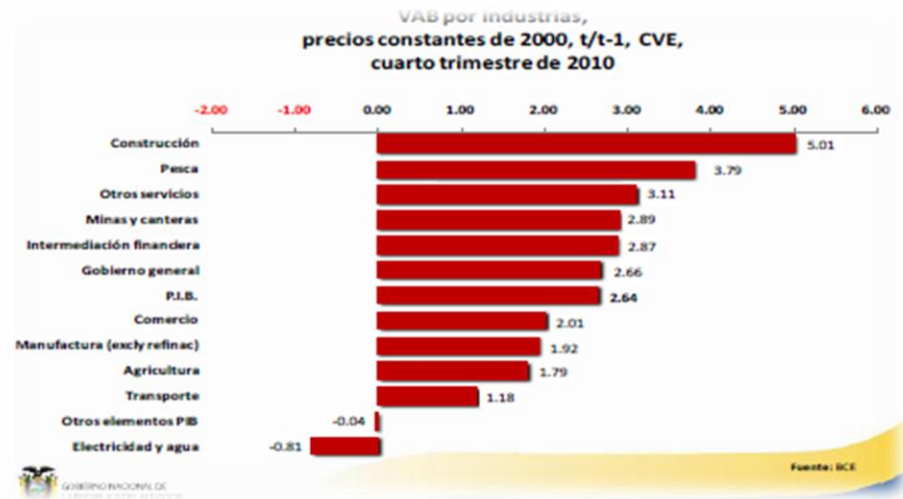
CLIENTES	Demanda Anual Producidas Por Cliente Año 2010	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
SIGLO XXI S.A.	4820	4916	5015	5115	5217
COLGATE PALMOLIVE	2800	2856	2913	2971	3031
EPSON PERU S.A.	6100	6222	6346	6473	6603
BABY'S S.A.	4420	4508	4599	4691	4784
PRONACA	950	969	988	1008	1028
CONECEL S.A.	3900	3978	4058	4139	4221
<b>TOTAL DE UNIDADES PROYECTADAS</b>		<b>23450</b>	<b>23919</b>	<b>24397</b>	<b>24885</b>

**CUADRO N° 4: Proyección de Demanda de Maletas de “Diseños y Más”**

**FUENTE:** Elaborado por Grupo de Trabajo

En la presente Ilustración, se ha realizado una proyección de demanda de maletas de la compañía “Diseños y Más, la cual ha sido proyectada a 5 años, con un porcentaje estimado de proyección de demanda dada la inflación y el crecimiento del mercado en general y la industria (Ver

Imagen N°13); por lo tanto se considera que un 2% de incremento de demanda de nuestros clientes como valor apropiado para el análisis.



**GRÁFICO N° 11: VAB por Industrias**

**FUENTE:** [www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec) / Crecimiento Económico por Industrias.

Se considera que la implementación de un Taller Textil de Maletas es beneficiosa para la compañía “Diseños y Más”, puesto que se proyecta como una empresa que desea liderar el mercado de maletas en la ciudad de Guayaquil, al poseer las principales cuentas comerciales de prestigiosas empresas.

## 2.11 OPCIONES DE MAQUINARIA PARA EL TALLER TEXTIL DE MALETAS

A continuación se detalla información de cada una de las opciones de maquinaria, las cuales serán necesarias para instalar el taller textil, las cuales serán adquiridas y financiadas con capital propio de la empresa “Diseños y Más”.

### 2.11.1 MÁQUINA DE COSER INDUSTRIAL

#### ESPECIFICACIONES DE LA MÁQUINA

MÁQUINA DE COSER INDUSTRIAL	
TIPO	CW - 268 - 1A
REFERENCIA	Acolumnado a Dos Hilos de Brazo al Aire con una Aguja
ESPECIFICACIONES	
LONGITUD MÁXIMA DE LA PUNTADA:	7 mm
SISTEMA DE AGUJAS:	DP®35(134-35)
USE HILO DE COSER:	Hilo de núcleo sintético nº 20
LONGITUD DE RECORRIDO DE LA BARRA DE LA AGUJA:	34mm
VELOCIDAD MÁXIMA DE COSTURA:	1700/min
ALTURA DEL PIE PRENSADOR:	16mm

**GRÁFICO Nº 12:** Especificaciones de Máquina de Coser Industrial.

**FUENTE:** <http://www.ie-tong-sewing.com>





**GRÁFICO DE N° 13: Máquina de Coser Industrial**

## 2.11.2 MÁQUINA BORDADORA INDUSTRIAL

### ESPECIFICACIONES DE LA MÁQUINA

<b>MÁQUINA BORDADORA INDUSTRIAL</b>	
<b>TIPO:</b>	CTM – 1201
<b>PESO:</b>	90 Kilos
<b>ESPECIFICACIONES TÉCNICAS</b>	
1 Cabezal - 12 agujas.	
Cilíndrica para plano y gorro.	
Letras y números incorporadas.	
Área de bordado 330 X 500 Mn.	
Bordado gorro en 270 grados.	

Bastidores cilíndricos 9 12 15 19 cm. 2 c/u
Bastidores rectangulares 30 X 30 y 56 X 35 cm.
Bastidor de gorro
Corte Hilo automático
Cambio de color automático
Velocidad 1000 PPM
Almacena 1000.000 de puntadas
Puerto USB
Pantalla LCD color
Botón de parada emergencia
Reinicia bordado en última puntada cuando se produce corte de energía eléctrica

**CUADRO Nº 5: Especificaciones Máquina Bordadora Industrial**

**FUENTE:** [www.lapolar.com.cl](http://www.lapolar.com.cl)



**GRÁFICO Nº 14: Bordadora Industrial**

### 2.11.3 MÁQUINA CORTADORA INDUSTRIAL

#### ESPECIFICACIONES DE LA MÁQUINA

MÁQUINA DE CORTADORA INDUSTRIAL	
TIPO	Eastman
REFERENCIA	Circular
ESPECIFICACIONES	
LONGITUD MÁXIMA DE CORTE	6 Pulgadas
SISTEMA DE CORTEPRENSA	DP*36 890P

**CUADRO N° 6: Especificaciones Máquina Cortadora Industrial.**

**FUENTE:** [www.lapolar.com.cl](http://www.lapolar.com.cl)



**GRÁFICO N° 15: Cortadora Industrial.**

## **2.12 OBJETIVOS DE PRODUCCIÓN**

Minimizar los costes de producción, maximizar la productividad de los factores, cumpliendo los niveles requeridos de calidad, fiabilidad y capacidad de adaptación.

**2.12.1 CALIDAD.-** Definir que el producto garantiza límites de la calidad que deben de respetarse.

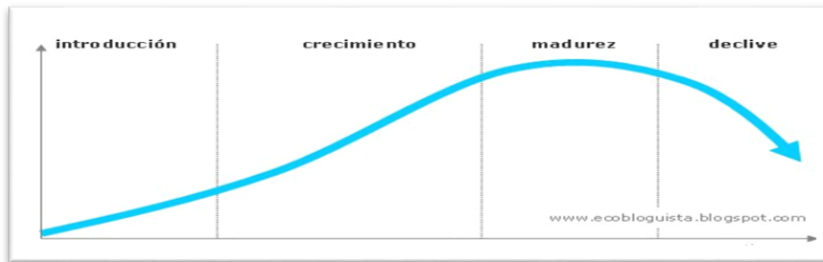
**2.12.2 FIABILIDAD.-** Brindar confianza que “Diseños & Mas” no interrumpirá el proceso de producción de bienes y así no dejar de atender la demanda para no causar posteriores disgustos a los clientes.

Este tipo de fiabilidad nos ayuda con una restricción límite o necesidad que ha de cubrirse en un cierto nivel de producción.

**2.12.3 CAPACIDAD DE ADAPTACIÓN.-** Cuando se requiera un cambio en el diseño del producto o a una variación del volumen de producción según los gustos y preferencias de los clientes.

- Lograr que se entreguen la información necesaria para que cada uno de los procesos de producción se cumplan.
- Alcanzar que la producción del Taller Textil de “Diseños y Más” fabrique dentro de los costes previstos y que estos costes sean mínimos, para mayor beneficio de la empresa.

## 2.13 CICLO DE VIDA DEL TALLER TEXTIL DE “DISEÑOS Y MÁS”



**GRÁFICO N° 16:** Ciclo de Vida del taller Textil de “Diseños y Más”

**FUENTE:** [www.ecobloguista.blogspot.com](http://www.ecobloguista.blogspot.com)

La Implementación del Taller Textil de Maletas de la empresa “Diseños y Más”, se encuentra en la etapa de introducción; esto se debe a que el taller recién aspira posicionarse en el mercado, ya que cuenta con el apoyo incondicional de sus directivos, y desean que el proyecto alcance el éxito esperado.

Para iniciar un proceso de planificación de una estrategia acertada para el desarrollo del Taller Textil y su Ciclo de Vida, se debe tener bien en claro, que es y en qué consiste. La planificación estratégica es un proceso continuo, flexible e integral, que genere una capacidad de producción y confianza en los directivos y administradores del Taller.

“Diseños y Más” debe aplicar la siguiente estrategia para llevar a la siguiente etapa al Taller Textil, la misma que es de fomentar la publicidad

del taller, la cual puede fomentar a través de sus actuales clientes, y la publicidad boca a boca.

## **CAPÍTULO III**

### **3.1 ANÁLISIS ECONÓMICO FINANCIERO**

#### **3.1.1 INTRODUCCIÓN**

En el presente capítulo, se realiza un análisis detallado de la implementación del Taller Textil de Maletas de la empresa “Diseños y Más”, donde se detalla, presupuesto de gastos e ingresos, así como la inversión inicial del proyecto.

También, se expone los ingresos que se estiman obtener mediante un análisis de proyección de ingresos por ventas que obtuvo la empresa “Diseños y Más” en los archivos históricos, en el año 2010.



El flujo de efectivo, provee información sobre los costos implícitos en alternativa presentada y ayuda además a identificar en qué medida éstos, y la implantación de estrategias adecuadas para el fortalecimiento y Crecimiento del taller Textil de Maletas

### 3.2 INVERSIÓN INICIAL

La inversión inicial del proyecto, está refiriendo al análisis previo de todas las entradas y salidas de dinero que el proyecto, las mismas que son necesarias para determinar los costos y gastos iniciales del proyecto.

MAQUINARIA & EQUIPO	\$ 16.231,50
UTENSILIOS	\$ 52,80
MUEBLES DE OFICINA	\$ 615,00
EQUIPOS DE COMPUT.	\$ 950,00
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 605,00
SUMINISTRO DE OFICINA	\$ 75,00
EDIFICIO	\$ 38.000,00
<b>TOTAL INVERSION</b>	<b>\$ 56.529,30</b>

**CUADRO N° 7: Inversión Inicial.**

**FUENTE:** Elaborado por el Grupo de Trabajo

<b>Procesos</b>	<b>Descripción</b>	<b>Costo</b>
1	<b>Permiso de Funcionamiento</b>	\$150,00
2	<b>Permiso de Salud</b>	\$330,00
3	<b>Permiso de Bomberos</b>	\$120,00
4	<b>Pago anual al Ministerio de Gobierno y Policia</b>	\$ 20,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 620,00</b>

**CUADRO N° 8: Inversión Inicial para Permisos de Funcionamiento.**

**FUENTE:** Elaborado por el Grupo de Trabajo

La Inversión Inicial del Taller Textil de Maletas es de \$ 56.529,30; se consideran ítems como:

- ❖ Maquinaria y Equipo.
- ❖ Utensilios..
- ❖ Muebles de Oficina..
- ❖ Equipo de Oficina.
- ❖ Suministro de Oficina.
- ❖ Edificio

### 3.3 DETERMINACIÓN DEL INGRESO

Los ingresos por ventas que se estiman obtener de la empresa “Diseños y Más” se utilizó la información obtenida a través de informes financieros reales de la empresa.

INGRESOS MENSUALES AÑO 2010												
CLIENTES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
IGLO XXI S.A.				\$ 4.000,00			\$ 12.600,00			\$ 7.200,00		\$ 4.100,00
COLGATE PALMOLIVE	\$ 11.000,00				\$ 4.500,00			\$ 20.700,00				
IPSON PERU S.A.		\$ 11.200,00	\$ 11.000,00			\$ 4.500,00		\$ 26.250,00				
BABY'S S.A.			\$ 4.500,00				\$ 3.360,00				\$ 7.200,00	
PRONACA	\$ 1.000,00										\$ 7.650,00	
ONECEL S.A.					\$ 5.100,00				\$ 3.720,00	\$ 2.900,00		
HVIMAR		\$ 4.800,00		\$ 1.125,00		\$ 4.000,00			\$ 1.530,00			\$ 8.600,00
<b>TOTAL DE UNIDADES PROYECTADAS</b>	<b>\$ 12.000,00</b>	<b>\$ 16.000,00</b>	<b>\$ 15.500,00</b>	<b>\$ 5.125,00</b>	<b>\$ 9.600,00</b>	<b>\$ 8.500,00</b>	<b>\$ 15.960,00</b>	<b>\$ 46.950,00</b>	<b>\$ 5.250,00</b>	<b>\$ 10.100,00</b>	<b>\$ 14.850,00</b>	<b>\$ 12.700,00</b>

**TABLA N° 1: Ingresos por Ventas Estimados.**

**FUENTE:** Elaborado por el Grupo de Trabajo

#### 3.3.1 PROYECCIÓN DE INGRESOS EN VENTAS

La proyección de Ingresos en Ventas, se elaboró gracias a la colaboración de la empresa, que facilitó con información real sobre las ventas del último año, información útil para la elaboración de una estimación de ingresos en los próximos cinco años.

“Diseños y Más”, por ser una empresa con poco tiempo en el mercado, pero a pasos de gigante está ejerciendo poder de control en el mercado

publicitario, a pesar de la agresiva competitividad que radica en la ciudad de Guayaquil.

<b>INGRESOS:</b>					
	<i>Año 1</i>	<i>Año 2</i>	<i>Año 3</i>	<i>Año 4</i>	<i>Año 5</i>
<b>Ingresos</b>	\$ 168.435,00	\$ 168.435,00	\$ 168.435,00	\$ 168.435,00	\$ 168.435,00
<b>Ingresos + %</b>	\$ 168.435,00	\$ 173.488,05	\$ 178.692,69	\$ 184.053,47	\$ 189.575,08
<b>Crecimiento</b>	3%				

**TABLA N° 2: Proyección de Ingresos por Ventas**

**FUENTE:** Elaborado por el Grupo de Trabajo

### **3.4 PROCESO PRODUCTIVO DEL TALLER TEXTIL DE MALETAS**

#### **3.4.1 COSTOS OPERATIVOS ESTIMADOS**

A continuación se presenta los Costos Operativos Estimados, para el Taller Textil de Maletas, los cuales se resumen en la siguiente tabla:

<b>COSTOS OPERACIONALES</b>				
<b>MATERIA PRIMA DIRECTA</b>				
<b>MATERIAL</b>	<b>Descripción</b>	<b>Costo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Mensual</b>
Rollos de Cambrela	Metro	\$ 0,58	350	\$ 203,00
Rollos de Lona	Unidad	\$ 25,00	34	\$ 850,00
Rollos de Cuero	Unidad	\$ 35,50	25	\$ 887,50
Rollos de Tela	Unidad	\$ 36,00	30	\$ 1.080,00
Cabuya	Metro	\$ 4,50	80	\$ 360,00
Gamuza	Metro	\$ 3,30	75	\$ 247,50
Lana	Metro	\$ 3,80	85	\$ 323,00
				\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 3.951,00</b>
<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>				
<b>OPERARIOS</b>	<b>nº OPERARIO</b>	<b>Sueldo</b>	<b>Mensual</b>	<b>Anual</b>
Jefe de Producción	1	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 4.800,00
Obrero / Cortador	2	\$ 264,00	\$ 528,00	\$ 6.336,00
Obrero / Bordador	4	\$ 264,00	\$ 1.056,00	\$ 12.672,00
Obrero / Cosedor	6	\$ 300,00	\$ 1.800,00	\$ 21.600,00

		<b>\$ 1.228,00</b>	<b>\$ 3.784,00</b>
			<b>\$ 45.408,00</b>

**TABLA N° 3: Costos Operativos Estimados del Taller Textil de Maletas**

**FUENTE:** Elaborado por el Grupo de Trabajo

Como se aprecia en el cuadro, mensualmente “Diseños y Más” estima sus Costos Operacionales Mensuales en **\$3.951,00** que anualmente representan **\$45,408.00** del presupuesto de la empresa.

### 3.4.2 COSTOS NO OPERACIONALES ESTIMADOS

A continuación se presenta los Costos No Operacionales Estimados, para el Taller Textil de Maletas, los cuales se resumen en la siguiente tabla:

<b>COSTOS NO OPERATIVOS</b>		
<b>Rubros</b>	<b>Mensual</b>	<b>Anual</b>
<b>Laboral/Administrativos</b>		
Sueldos + BENEFICIOS	\$ 2.121,03	\$ 25.452,35
Beneficios Operarios	\$ 718,67	\$ 8.624,00
<b>Servicios Basicos</b>		
Energia Electrica	\$ 400,00	\$ 4.800,00
Agua Potable	\$ 100,00	\$ 1.200,00
Internet	\$ 25,00	\$ 300,00

Telefonía fija y móvil	\$ 200,00	\$ 2.400,00
<b>Suministros de Oficina</b>		
Suministros Varios	\$ 120,00	\$ 1.440,00
<b>Publicidad</b>		
Publicidad	\$ 240,00	\$ 2.880,00
<b>TOTAL</b>		
	<b>\$ 3.924,70</b>	<b>\$ 47.096,35</b>

**TABLA N° 4: Costos No Operacionales Estimados del Taller Textil de Maletas**

**FUENTE:** Elaborado por el Grupo de Trabajo

Como se aprecia en el cuadro, mensualmente “Diseños y Más” estima sus Costos No Operativos Mensuales en **\$3.924.70** que anualmente representan **\$47,096.35** del presupuesto de la empresa.

### 3.5 COSTOS PRESUPUESTADOS EN ADQUISICIÓN DE MAQUINARIA

MAQUINARIA & EQUIPO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO	PRECIO TOTAL	PARTIC. %
Cortadora Industrial	Eastman modelo CN - 12P	3	\$ 1.000,00	\$ 3.000,00	5%
Bordadora Industrial	Hagoya modelo CTM-1201	3	\$ 3.210,50	\$ 9.631,50	17%
Máquina de Coser Industrial	Falcon modelo CW-268-1A	4	\$ 900,00	\$ 3.600,00	6%
				<b>\$ 16.231,50</b>	<b>29%</b>

**TABLA N° 5: Presupuesto Adquisición Maquinaria.**

**FUENTE: Elaborado por el Grupo de Trabajo**

Los Costos que la empresa “Diseños y Más” tiene presupuestados para la adquisición de la maquinaria son de **\$ 16.231,50**.



### 3.6 DEPRECIACIÓN

A continuación se muestra las respectivas adquisiciones para la implementación del Taller Textil de “Diseños y Más” y a su vez las respectivas depreciaciones de los activos.

ACTIVO	CANTIDAD	VALOR DE COMPRA	V. CONTABLE	DEP. ANUAL	AÑO DEPRECIABLE	DEP. ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
<b>EQUIPOS Y MAQUINARIAS</b>							
Cortadora Industrial	3	\$ 3.000,00	10	\$ 300,00	5	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
Bordadora Industrial	3	\$ 9.631,50	10	\$ 963,15	5	\$ 4.815,75	\$ 4.815,75
Máquina de Coser Industrial	4	\$ 3.600,00	10	\$ 360,00	5	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00
TeleFax	1	\$ 95,00	10	\$ 9,50	5	\$ 47,50	\$ 47,50
Aire acondicionado LG	1	\$ 450,00	10	\$ 45,00	5	\$ 225,00	\$ 225,00
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>							
Archivador aéreo	2	\$ 120,00	10	\$ 12,00	5	\$ 60,00	\$ 60,00
Escritorio administracion	2	\$ 170,00	10	\$ 17,00	5	\$ 85,00	\$ 85,00
Sillón jefe	2	\$ 100,00	10	\$ 10,00	5	\$ 50,00	\$ 50,00
Sillón visita	2	\$ 50,00	10	\$ 5,00	5	\$ 25,00	\$ 25,00
Archivador aéreo	1	\$ 55,00	10	\$ 5,50	5	\$ 27,50	\$ 27,50
Escritorio	1	\$ 85,00	10	\$ 8,50	5	\$ 42,50	\$ 42,50
Sillón visita	1	\$ 35,00	10	\$ 3,50	5	\$ 17,50	\$ 17,50
<b>EQUIPOS DE COMPUTACIÓN</b>							
Computadoras	2	\$ 580,00	3	\$ 193,33	3	\$ 580,00	\$ -
Impresoras	1	\$ 120,00	3	\$ 40,00	3	\$ 120,00	\$ -
Copiadora	1	\$ 250,00	3	\$ 83,33	3	\$ 250,00	\$ -
Telefono Panasonic	3	\$ 60,00	3	\$ 20,00	3	\$ 60,00	\$ -
<b>EDIFICIO</b>							
Local Sauces	1	\$ 38.000,00	20	\$ 1.900,00	5	\$ 9.500,00	\$ 28.500,00
<b>DEPRECIACIÓN ANUAL</b>		\$ 18.341,50		\$ 3.975,82			\$ 37.195,75
<b>REPOSICION EN EL AÑO 3</b>		\$ 1.010,00					

**TABLA N° 6: Depreciación de Activos.**

**FUENTE:** Elaborado por el Grupo de Trabajo

### **3.7 CAPITAL DE TRABAJO**

La utilidad del capital de trabajo se centra en su capacidad para medir el equilibrio patrimonial del presente proyecto, la existencia de un capital de trabajo positivo (activo corriente mayor que el pasivo corriente), beneficia la existencia de activos líquidos en mayor cuantía que las deudas con vencimiento a corto plazo que el Taller Textil pueda adquirir.

En este sentido, puede considerarse que la presencia de un capital de trabajo negativo puede ser indicativa de desequilibrio del patrimonio de “Diseños y Más”.



Como se puede apreciar en el cuadro de Capital de Trabajo, en el transcurso del primer año de labores del Taller Textil dado q este es un negocio nuevo durante nuestro primer año de inicio necesitaremos un capital de trabajo de **\$ 3.233,17**; en especial para los meses de **Mayo, Junio y Julio** para justificar las pérdidas brutas de estos meses dado el nivel de ventas e incremento en costos.

A partir de los meses de Agosto a Diciembre, se experimenta una estabilización en los recursos económicos que benefician al Taller Textil por el incremento en los ingresos por ventas.

Sin embargo se necesitará tomar medidas pertinentes para contrarrestar los efectos de escasez económica mediante la inyección de capital por los accionistas, o a través de la adquisición de un préstamo bancario, para afrontar necesidades básicas de funcionamiento en el proceso productivo del Taller.

### 3.8 ESTADO DE RESULTADOS

<b>ESTADO DE RESULTADO</b>					
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>INGRESOS</b>					
<i>Operativos</i>	\$ 168.435,00	\$ 173.488,05	\$ 178.692,69	\$ 184.053,47	\$ 189.575,08
<b>EGRESOS</b>					
<i>Costo de Venta</i>	\$ 92.820,00	\$ 96.532,80	\$ 100.394,11	\$ 104.409,88	\$ 108.586,27
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$ 75.615,00</b>	<b>\$ 76.955,25</b>	<b>\$ 78.298,58</b>	<b>\$ 79.643,60</b>	<b>\$ 80.988,80</b>
<i>Gastos adm.</i>	\$ 44.216,35	\$ 44.216,35	\$ 44.216,35	\$ 44.216,35	\$ 44.216,35
<i>Amortización de Intangible</i>	\$ 124,00	\$ 124,00	\$ 124,00	\$ 124,00	\$ 124,00
<i>Depreciación</i>	\$ 3.975,82	\$ 3.975,82	\$ 3.975,82	\$ 3.975,82	\$ 3.975,82
<i>Gasto de Ventas</i>	\$ 2.880,00	\$ 2.880,00	\$ 2.880,00	\$ 2.880,00	\$ 2.880,00
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>\$ 24.418,84</b>	<b>\$ 25.759,09</b>	<b>\$ 27.102,41</b>	<b>\$ 28.447,43</b>	<b>\$ 29.792,64</b>
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$ 24.418,84</b>	<b>\$ 25.759,09</b>	<b>\$ 27.102,41</b>	<b>\$ 28.447,43</b>	<b>\$ 29.792,64</b>
<i>DE IMPTO. RTA (24%)</i>	\$ 5.860,52	\$ 6.182,18	\$ 6.504,58	\$ 6.827,38	\$ 7.150,23
<b>UTILIDAD ANTES DE P. TRAB</b>	<b>\$ 18.558,31</b>	<b>\$ 19.576,90</b>	<b>\$ 20.597,84</b>	<b>\$ 21.620,05</b>	<b>\$ 22.642,41</b>
<i>PART. TRABAJADORES (15%)</i>	\$ 2.783,75	\$ 2.936,54	\$ 3.089,68	\$ 3.243,01	\$ 3.396,36
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 15.774,57</b>	<b>\$ 16.640,37</b>	<b>\$ 17.508,16</b>	<b>\$ 18.377,04</b>	<b>\$ 19.246,05</b>

**TABLA Nº 8: Estado de Resultado.**

**FUENTE: Elaborado por el Grupo de Trabajo**

Como se puede apreciar en el Estado de Resultados, muestra claramente que en una proyección a 5 años, las utilidades se incrementan constantemente.

En el segundo año la Utilidad Neta experimenta incremento de **\$865,80** para el primer año de operaciones, de **\$ 867,79** para el segundo año; a pesar de ser mínimo el incremento, las utilidades para “Diseños y Más” se incrementan positivamente..

### 3.9 FLUJO DE CAJA

El presente flujo de caja muestra la acumulación neta de activos líquidos de “Diseños y Más”, en un periodo proyectado de 5 años, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez que presenta la compañía.

FLUJO DE CAJA						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>INGRESOS</b>						
<i>Operativos</i>		\$ 168.435,00	\$ 173.488,05	\$ 178.692,69	\$ 184.053,47	\$ 189.575,08
<b>TOTAL INGRESOS</b>		\$ 168.435,00	\$ 173.488,05	\$ 178.692,69	\$ 184.053,47	\$ 189.575,08
<b>EGRESOS</b>						
<i>Costos Operativos</i>		\$ 92.820,00	\$ 96.532,80	\$ 100.394,11	\$ 104.409,88	\$ 108.586,27
<i>Costos No Operativos</i>		\$ 47.096,35	\$ 47.096,35	\$ 47.096,35	\$ 47.096,35	\$ 47.096,35
<b>TOTAL EGRESOS</b>		\$ 139.916,35	\$ 143.629,15	\$ 147.490,46	\$ 151.506,22	\$ 155.682,62
<b>UTILIDAD BRUTA</b>		28.518,65	29.858,90	31.202,23	32.547,25	33.892,46
(-) Amortización del Intangible		\$ 124,00	\$ 124,00	\$ 124,00	\$ 124,00	\$ 124,00
(-) Depreciación		\$ 3.975,82	\$ 3.975,82	\$ 3.975,82	\$ 3.975,82	\$ 3.975,82
<b>UTILIDAD ANTES DE IMP. Y PART.</b>		\$ 24.418,84	\$ 25.759,09	\$ 27.102,41	\$ 28.447,43	\$ 29.792,64
(-) Impuesto del 24%		\$ 5.860,52	\$ 6.182,18	\$ 6.504,58	\$ 6.827,38	\$ 7.150,23
(-) Participación 15%		\$ 2.783,75	\$ 2.936,54	\$ 3.089,68	\$ 3.243,01	\$ 3.396,36
<b>UTILIDAD NETA</b>		\$ 15.774,57	\$ 16.640,37	\$ 17.508,16	\$ 18.377,04	\$ 19.246,05
(+) Amortización Intangible		\$ 124,00	\$ 124,00	\$ 124,00	\$ 124,00	\$ 124,00
(+) Depreciación		\$ 3.975,82	\$ 3.975,82	\$ 3.975,82	\$ 3.975,82	\$ 3.975,82
(-) Inversión		\$ (56.529,30)		\$ (1.010,00)		
(+) Préstamo						
(-) Capital de Trabajo		\$ (3.233,17)				
(+) Recuperación de Capital de Trabajo						\$ 3.233,17
(+) Valor de Desecho						\$ 37.195,75
<b>Flujo Efectivo Neto</b>		\$ (59.762,47)	\$ 19.874,38	\$ 20.740,19	\$ 20.597,98	\$ 22.476,86
						\$ 63.774,79

INDICADORES FINANCIEROS	
VAN	\$ 25.384,82
TIR	31,60%
TMAR	17,39%

**TABLA N° 9: Flujo de Caja.**

**FUENTE: Elaborado por el Grupo de Trabajo**

## **3.10 INDICADORES FINANCIEROS**

### **3.10.1 LA TIR**

Es uno de los métodos de evaluación de proyectos que toma en consideración el valor que tiene el dinero en el tiempo y las variaciones de flujos de caja durante la vida útil de un proyecto.

La TIR es aquella tasa que iguala el valor presente de cada uno de los flujos de ingresos con la inversión inicial del proyecto.

Este método de evaluación es utilizado para la toma de decisiones de aceptación o rechazo de un proyecto.

Los criterios de evaluación son los siguientes:

- Si la TIR es mayor que el costo del capital se acepta el proyecto.
- Si la TIR es igual que el costo del capital es indiferente llevar a cabo el proyecto.
- Si la TIR es menor que el costo del capital se rechaza el proyecto.

Del presente proyecto se obtuvo una TIR de 31,60% siendo este valor satisfactorio para la realización del proyecto.

<b>TIR</b>	31,60%
------------	--------

**TABLA Nº 10: LA TIR.**

**FUENTE:** Elaborado por el Grupo de Trabajo

### **3.10.2 EL VAN**

El VAN es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial, nos quedaría alguna ganancia. Si el resultado es positivo, el proyecto es viable.

Los criterios de evaluación son los siguientes:

Si:

$VAN > 0 \rightarrow$  el proyecto es rentable.

$VAN = 0 \rightarrow$  el proyecto también es rentable, porque ya está incluida la ganancia de la tasa de descuento.

- $VAN < 0 \rightarrow$  el proyecto no es rentable



El valor actual neto correspondiente a nuestro proyecto para implementación del Taller Textil es de \$25.384,82 el cual es mayor a cero, lo que nos muestra que el proyecto a emprender es rentable.

<b>VAN</b>	\$ 25.384,82
------------	--------------

**TABLA Nº 11: EL VAN**

**FUENTE:** Elaborado por el Grupo de Trabajo

**3.10.3 LA TMAR**

La empresa “Diseños y Más”, emplea una tasa mínima de rendimiento del 17.39%; valor determinado por el Modelo CAPM en la junta de accionistas de la empresa, basándose en el riesgo que se incurre en el desarrollo de las actividades y proyectos establecidos.

. La fórmula que se utilizó para su respectivo cálculo es la siguiente:

$$Re=Rf+ B (Rm-Rf)+R_{PAIS}$$

Rf= Tasa de Descuento de Bonos del Estado(5,50%)

b= Beta del Sector (0,5544)

Rm= 13.95% Rendimiento de Mercado(13,95%)

RPAIS = 7,21%

$$Re=5,50\%+0,5544(13,95\%-5,50\%)+7,21\%$$

$$Re=17,39\%$$

Del presente proyecto se obtuvo como resultado una TIR del 31,60% y comparando con la TMAR de 17,39% permite concluir que el proyecto de Implementación del Taller Textil de Maletas es económicamente rentable.

<b>TMAR</b>	17,39%
-------------	--------

**TABLA N° 12: LA TMAR**

**FUENTE:** Elaborado por el Grupo de Trabajo

### **3.11 PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PAYBACK).**

El plazo de recuperación de la inversión, permite hacer una idea aproximada del tiempo que tarda la empresa en recuperar el desembolso inicial en una inversión.

El uso de esta herramienta resulta muy útil para la decisión de aceptar un proyecto o inversiones que devuelvan dicho desembolso inicial en el plazo de tiempo que se estime adecuado.

Sin embargo, el PAYBACK no tiene en cuenta ni el valor actual de los flujos de caja futuros ni el flujo de caja del último periodo.

### **PAYBACK**

Período (años)	Saldo Inversión	Flujo de Caja	Rentabilidad Exigida	Recuperación Inversión
1	\$ 56.529,30	\$ 19.874,38	\$ 9.833,09	\$ 10.041,29
2	\$ 46.488,01	\$ 20.740,19	\$ 8.086,44	\$ 12.653,75
3	\$ 33.834,26	\$ 20.597,98	\$ 5.885,36	\$ 14.712,62
<b>4</b>	<b>\$ 19.121,65</b>	<b>\$ 22.476,86</b>	<b>\$ 3.326,15</b>	<b>\$ 19.150,71</b>
5	\$ (29,06)	\$ 63.774,79	\$ (5,06)	\$ 63.779,84

**TABLA N° 13: Periodo de Recuperación de la Inversión (PAYBACK).**

**FUENTE:** Elaborado por el Grupo de Trabajo

Como se observa en el cuadro de análisis se puede afirmar que el periodo de recuperación de la inversión es en el Cuarto año, lo cual permitirá tener un periodo extenso de planificación estratégica que favorezca al Taller Textil.

Se debe considerar que el monto de inversión del Taller es fuerte, y que la empresa estima periodos de análisis.

## **3.12 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD**

El análisis de sensibilidad para un proyecto de inversión es una de las herramientas más sencillas de aplicar y que proporciona la información básica para tomar una decisión acorde al grado de riesgo que decidamos asumir.

La base para aplicar este método es identificar los posibles escenarios del proyecto de inversión, los cuales se clasifican en los siguientes:

### **3.12.1 ESCENARIO PESIMISTA**

Es el peor panorama de la inversión, es decir, es el resultado en caso del fracaso total del proyecto.

### **3.12.3 ESCENARIO PROBABLE**

Éste sería el resultado más probable que supondríamos en el análisis de la inversión, debe ser objetivo y basado en la mayor información posible.

### **3.12.4 ESCENARIO OPTIMISTA**

Siempre existe la posibilidad de lograr más de lo que proyectamos, el escenario optimista normalmente es el que se presenta para motivar a los inversionistas a correr el riesgo.

<b>Análisis del VAN con respecto a la TMAR</b>			
<b>Resumen de escenario</b>			
	<b>TMAR Pesimista</b>	<b>TMAR Actual</b>	<b>TMAR Optimista</b>
<b>Celdas cambiantes:</b>			
<b>TMAR</b>	12,39%	17,39%	22,39%
<b>Celdas de resultado:</b>			
<b>VAN</b>	\$ 14.797,72	\$ 25.384,82	\$ 38.500,68

Notas: La columna de valores actuales representa los valores de las celdas cambiantes en el momento en que se creó el Informe resumen de escenario. Las celdas cambiantes de cada escenario se muestran en gris.

**TABLA N° 14: Análisis de Sensibilidad.**

**FUENTE:** Elaborado por el Grupo de Trabajo



**GRÁFICO N° 17: Análisis del VAN con respecto a la TMAR.**

**FUENTE:** Elaborado por el Grupo de Trabajo.

Como se puede visualizar en la tabla superior se puede decir que en el escenario esperado se presenta un Valor Actual Neto (VAN) de \$25.384,82.

Por otro lado, en el escenario optimista podemos observar que la TMAR experimenta un aumento al 22,39%, lo que vuelve al proyecto mucho mas rentable que el escenario esperado.

Mientras que, en el escenario pesimista la TMAR que arroja es del 12,39%, lo que provoca sin lugar dudas que el proyecto deja de ser rentable. Por lo tanto las utilidades del proyecto se verán afectadas con una disminución notoria con respecto a otros escenarios.

## CONCLUSIONES

A lo largo de todo el proceso análisis general y específico de la Implementación del Taller Textil de “Diseños y más” se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- Se toma en consideración que existen competidores como es el caso de Bolsotex, nuestra principal fortaleza de diferenciación será de proporcionar a nuestros clientes mayor acceso informativo del proceso de fabricación de sus productos, lo que afianzará la confianza depositada en el Taller Textil de Maletas.
- Se deberá estimular el buen trato a los empleados que laborarán en el Taller, a través de estímulos económicos por el desempeño dentro del Taller, ya que un buen ambiente de trabajo proporciona mayor eficiencia y eficacia en los objetivos trazados tanto en el Taller como en la empresa, donde se obtiene mejores resultados y que permite maximizar el desempeño productivo.
- Se deberá considerar que el Taller Textil de Maletas recién ingresa al mercado industrial de confección de maletas en la ciudad de Guayaquil, por lo que debe mantener un perfil económico estable, pero debe cuidar y tomar en consideración que no debe incurrir en gastos innecesarios, puesto que generaría problemas internos en su flujo normal de caja, y al mismo tiempo generaría problemas de liquidez.

- El Taller Textil de maletas, por ser nuevo en el mercado durante su primer año de labores necesitara la inyección de capital de trabajo de \$ 3.233,17 para justificar las pérdidas brutas especialmente en los meses de Mayo, Junio y Julio dado el nivel de ventas e incremento de los costos.
  
- La empresa “Diseños y Más” con la implementación del Taller Textil posee gran potencial de crecimiento y expansión de los servicios que ofrece, a pesar que se desarrolla en un mercado fragmentado puede salir adelante con una estrategia enfocada en la diferenciación entre los competidores.



## RECOMENDACIONES

- Se recomienda cuidar la optimización de la materia prima e insumos, tratando de conseguir proveedores confiables que proporcionen seguridad al momento de la adquisición y fiabilidad de los materiales necesarios para la producción de maletas.
- Tratar de adquirir toda la experiencia necesaria en el manejo de la Industria Textil, específicamente en la confección de maletas, durante el primer y segundo año que el Taller Textil se encuentre en marcha, asegurando oportunamente el normal desarrollo en su funcionamiento.
- Se recomienda que la empresa “Diseños y Más”, durante el tiempo de estabilización del Taller Textil, deberá mantener una producción constante en la producción de las maletas, manteniendo el número de clientes y unidades de producción, caso contrario enfrentaría escasez de capacidad y no lograría cumplir con más procesos productivos para solventar la demanda, sino se incrementa la mano de obra y maquinaria, que cubra dicha demanda.
- Establecer estrategias que favorezca al Taller Textil frente a la competencia, para que la producción propia se diferencie del mercado convencional, en calidad y precio.

- El Taller Textil, deberá elaborar estrategias anuales para afrontar las crisis de liquidez que se presentarán en los años que transcurran para la recuperación de la inversión, incluida oportunamente en el presupuesto anual.

## BIBLIOGRAFÍA

- Bradly Meller.1998. “Principios de Finanzas Corporativas”. Quinta Edición:Mc Graw Hill.
- Blank, Leland; Tarquin, Anthony.1989.”Ingeniería Económica”,Tercera Edición, Mc Graw Hill.
- Fontaine, Ernesto R.1999.” Evaluación Social de proyectos”,Doceava Edición :Alfaomega.
- Sapag Nassir.1999.” Evaluación y Preparación de Proyectos”, Cuarta Edición.
- Van Horne, James C, 1998.”Administración Financiera”. Décima Edición: Prentice Hall.
- Hammer, Michael y James Champy. Reingeniería. Editorial.
- [www.bancocentraldelecuador.ec](http://www.bancocentraldelecuador.ec)
- [www.lapolar.cl](http://www.lapolar.cl)
- <http://www.ie-tong-sewing.com.tw/es/>

- <http://dostorres.jimdo.com/productos/>
- Estudios financieros previos de la empresa.

# ANEXOS

## ANEXO 1

### MATERIA PRIMA E INSUMOS

#### IMITACIÓN DE CUERO / CUERINA



**CABUYA**



**GAMUZA**



**LANA**





## ANEXO 2

### MATERIALES SECUNDARIOS

#### CIERRES



#### BOTONES



ANEXO

3

OTROS ACCESORIOS



## **ANEXO 4**

### **Formato de Encuesta Realizada**

La presente encuesta fue realizada a empresas Guayaquileñas que tienen como actividad principal la publicidad corporativa, las mismas que forman parte de nuestros principales competidores. Mediante la presente podremos conocer que es lo que realmente esperan estas compañías de un proveedor de maletas que satisfaga sus expectativas de calidad y trabajo.



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL**

**FACULTAD DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS**



Somos estudiantes de la Escuela Superior Politécnica del Litoral, FEN, la presente es una encuesta que ayudará con el desarrollo de un “Proyecto de Implementación de un Taller Textil para la elaboración de Maletas con fines publicitarios en la ciudad de Guayaquil”. Su ayuda con la presente representará una valiosa aportación a nuestra investigación.

De antemano agradecemos su colaboración contestando al siguiente cuestionario que le presentamos:

- 1) Al momento de elegir un proveedor de maletas para su empresa, ¿Qué factor considera de mayor relevancia al cerrar un contrato de producción de maletas? Seleccione**

**del 1 como el de Mayor importancia al 4 como el de menor importancia.**

Calidad	<input type="checkbox"/>	Precio	<input type="checkbox"/>
Tiempo de Entrega	<input type="checkbox"/>	Acabado del Producto	<input type="checkbox"/>

**2) ¿Estaría usted de acuerdo, que si hace entrega de materia prima para la confección de sus maletas en nuestro taller, se le informe detalladamente las unidades que se obtienen del material entregado?**

Total Acuerdo     Parcial Acuerdo     Total Desacuerdo

**3) ¿Qué tipo de material le gustaría que se utilice en la fabricación de las maletas, Enumere del 1 al 5 según sus preferencias? Seleccione del 1 como el de Mayor importancia al 4 como el de menor importancia.**

Lona     Cambrela     Cuerina

Tela     Gamuza     Tela Sintética

4) **¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por la confección de una mochila tipo escolar para promocional de lona dura, con reata, bolsillos exteriores, cierre, forro y logotipo bordado? Considerar a mayor precio (calidad y tamaño aumenta).**

\$ 6,00 - \$ 9,00     \$ 9,00 - \$ 12,00     \$12,00 - \$15,00

5) **¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por la confección de un bolso promocional en Cambrela con reata y logotipo bordado? Considerar a mayor precio (calidad y tamaño aumenta).**

\$ 3,00 - \$5,00     \$ 5,00 - \$ 7,00     \$7,00 - \$9,00

6) **¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por la confección de una cartuchera promocional en lona, con reata, cierre y logotipo bordado? Considerar a mayor precio (calidad y tamaño aumenta).**

\$ 2,00 - \$ 3,00     \$ 3,00 - \$ 4,00     \$ 4,00 - \$ 5,00

**7) ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por la confección de un maletín ejecutivo para promocional en Cuerina, con cierre interno y externo, agarradera recubierta de Cuerina, bolsillo interno y externo, forro interno impermeable y logotipo incluido.**

**Considerar a mayor precio (calidad y tamaño aumenta).**

\$ 15,00 – 18,00     \$ 18,00 - \$ 21,00     \$ 21,00 - \$24,00

**8) ¿Estaría usted dispuesto a pagar un valor adicional por el embalaje final de su producto en nuestro taller textil?**

Si                       No

**9) ¿Qué tan importante es para usted el diseño del producto que usted decide elaborar?**

Muy importante                       Poco Importante   
Importante                               Nada Importante

10) ¿Estaría de acuerdo que se firme un contrato de producción donde se establezca cada uno de los detalles (colores, texturas, diseño y marca y precio), que se desee incluir en la producción de las maletas que seleccione?

SI

No

## ANEXO 5

### Tabulaciones de Datos de Encuesta

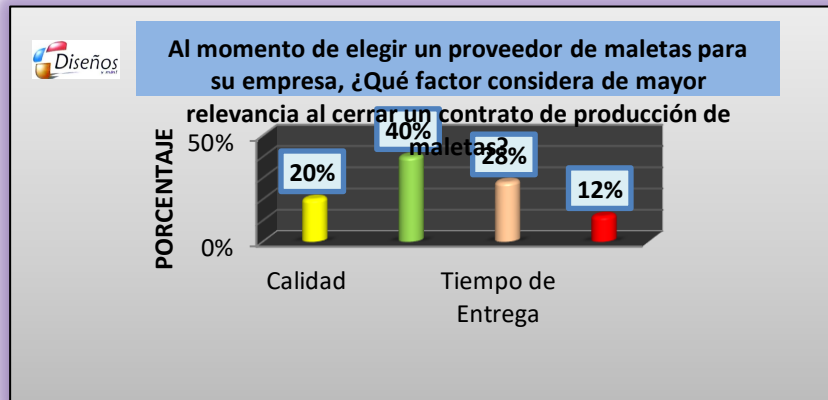
- PREGUNTA N° 1:

Al momento de elegir un proveedor de maletas para su empresa, ¿Qué factor considera de mayor relevancia al cerrar un contrato de producción de maletas? Seleccione del 1 como el de Mayor importancia al 4 como el de menor importancia.

RESUMEN	ENCUESTADOS	%
Calidad	10	20%
Precio	20	40%
Tiempo de	14	28%



Entrega		
Acabado del Producto	6	12%
<b>TOTAL</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>



Se

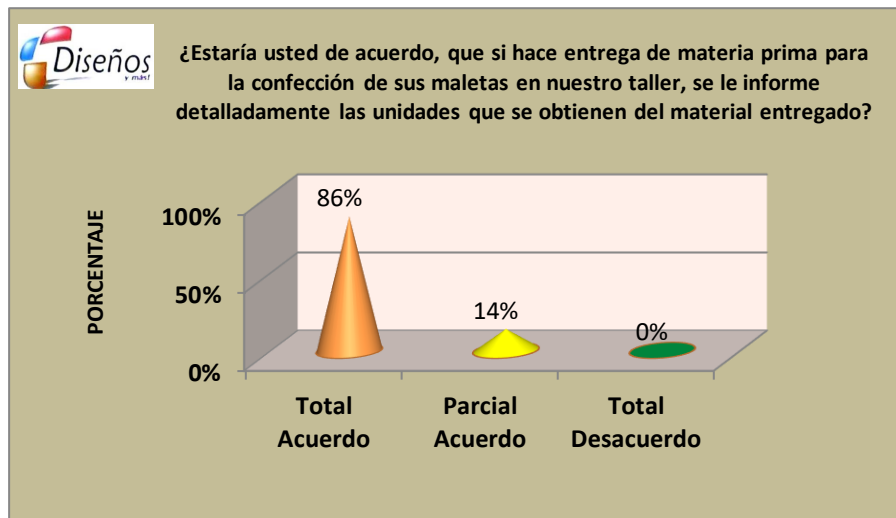
puede apreciar que el factor de mayor relevancia al cerrar un contrato de producción es el precio con el 40% seguido por el 28% de importancia en el tiempo de entrega.

- PREGUNTA Nº 2:

¿Estaría usted de acuerdo, que si hace entrega de materia prima para la confección de sus maletas en nuestro taller, se le informe detalladamente las unidades que se obtienen del material entregado?

RESUMEN	ENCUESTADOS	%
Total Acuerdo	43	86%

Parcial Acuerdo	7	14%
Total Desacuerdo	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>



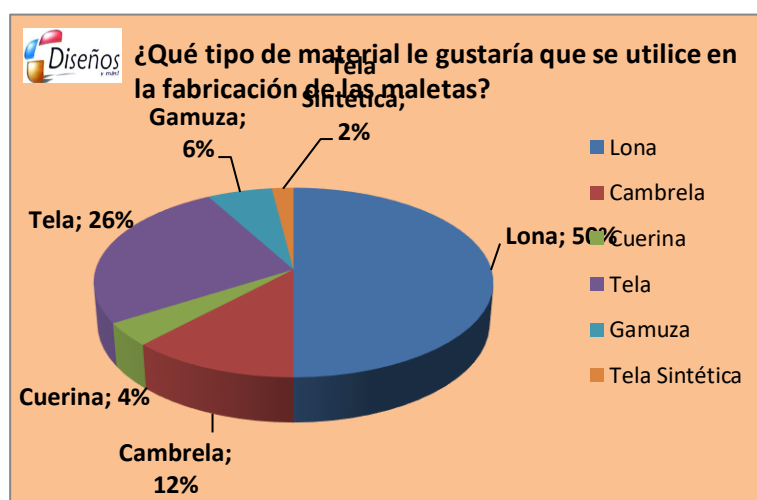
Con el 86%, se encuentra en total acuerdo, con la descripción de los recursos para producir.

- **PREGUNTA Nº 3:**

¿Qué tipo de material le gustaría que se utilice en la fabricación de las maletas, Enumere del 1 al 5 según sus preferencias? Seleccione del 1 como el de Mayor importancia al 4 como el de menor importancia.

RESUMEN	ENCUESTADOS	%
Lona	25	50%

Cambrela	6	12%
Cuerina	2	4%
Tela	13	26%
Gamuza	3	6%
Tela Sintética	1	2%
<b>TOTAL</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

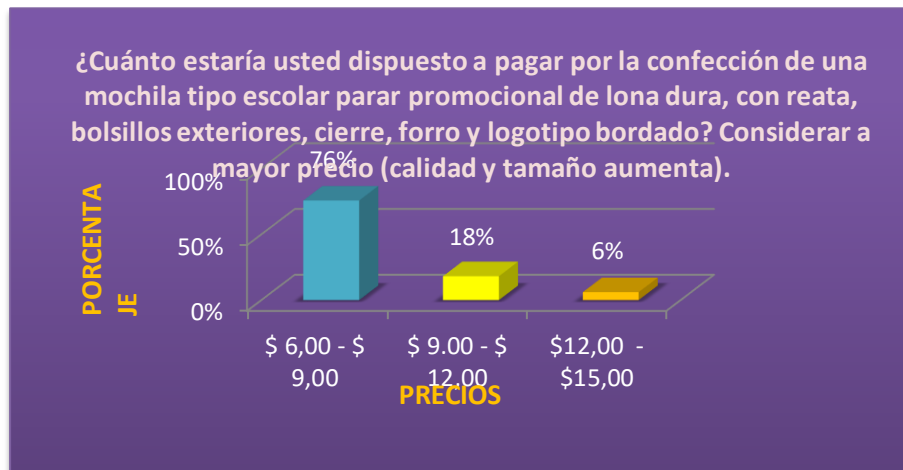


El 50% de las empresas encuestadas indican que el material de preferencia para elaborar las maletas es de Lona, seguido por Tela y finalmente de Cambrela.

#### PREGUNTA N° 4:

¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por la confección de una mochila tipo escolar parar promocional de lona dura, con reata, bolsillos exteriores, cierre, forro y logotipo bordado? Considerar a mayor precio (calidad y tamaño aumenta).

RESUMEN	ENCUESTADOS	%
\$ 6,00 - \$ 9,00	27	76%
\$ 9,00 - \$ 12,00	19	18%
\$ 12,00 - \$ 15,00	4	6%
<b>TOTAL</b>	<b>33</b>	<b>100%</b>



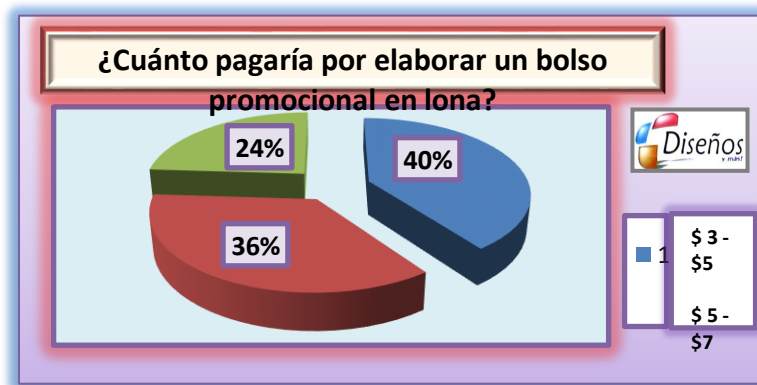
El 76% de las empresas consideran pagar de \$ 6,00 a \$9,00 por la fabricación de una maleta, seguido por los otros valores a considerar en dicha preguntas.

Es notorio que las empresas encuestadas, lo que tratan de buscar en la fabricación de material publicitario, son los costos, sin tomar en consideración el tipo de material con el cual será confeccionado.

**PREGUNTA N° 5:**

¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por la confección de un bolso promocional en Cambrela con reata y logotipo bordado?  
Considerar a mayor precio (calidad y tamaño aumenta).

CODIFICACIÓN	TOTAL	%
1	20	40%
2	18	36%
3	12	24%



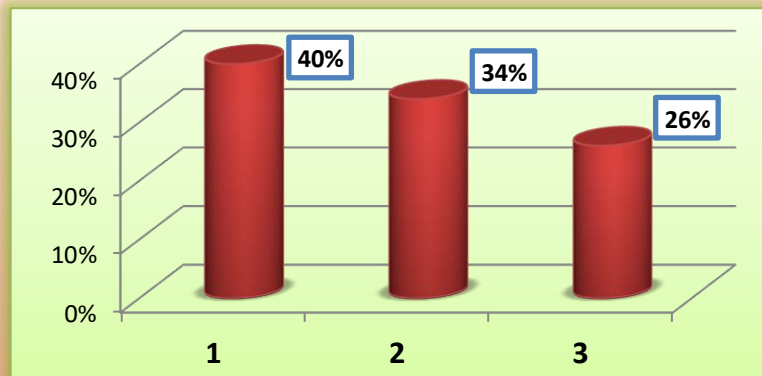
El 40% de los encuestados indican que pagarían de \$3 - \$5 dólares por la elaboración de un bolso promocional, como se había mencionado anteriormente, las empresas que obsequian promocionales a sus clientes, el factor de mayor relevancia para proceder a cerrar un contrato de fabricación son los precios.

**PREGUNTA N° 6:**

¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por la confección de una cartuchera promocional en lona, con reata, cierre y logotipo bordado? Considerar a mayor precio (calidad y tamaño aumenta).

CODIFICACIÓN	TOTAL	%
1	20	40%
2	17	34%
3	13	26%
<b>TOTAL</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

¿Cuánto pagaría por confeccionar una cartuchera promocional en lona?



1	\$2- \$3
2	\$2- \$3
3	\$2- \$3

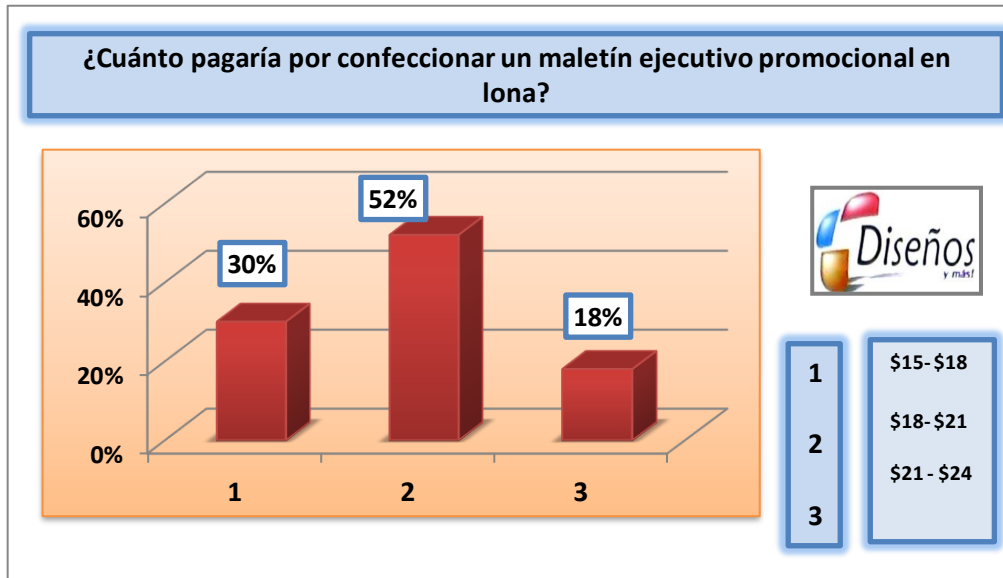
Como es evidente el 40% de los encuestados planean pagar el menor precio establecido en el mercado por la fabricación de cartucheras promocionales sin importar la calidad de las mismas.

**PREGUNTA N° 7:**

**¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por la confección de un maletín ejecutivo para promocional en Cuerina, con cierre interno y externo, agarradera recubierta de Cuerina, bolsillo interno y externo, forro interno impermeable y logotipo incluido.**

**Considerar a mayor precio (calidad y tamaño aumenta).**

<b>CODIFICACIÓN</b>	<b>TOTAL</b>	<b>%</b>
1	15	30%
2	26	52%
3	9	18%
<b>TOTAL</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>



El 52% de los encuestados consideran pagar entre \$18 – y \$21 por la fabricación de maletines ejecutivos, aquí se toma en cuenta la calidad, como es evidente el gráfico, los encuestados desean pagar un poco más por obtener mayor calidad.

**PREGUNTA N° 8:**

¿Estaría usted dispuesto a pagar un valor adicional por el embalaje final de su producto en nuestro taller textil?



RESUMEN		%
SI	33	66%
NO	17	34%
<b>TOTAL</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

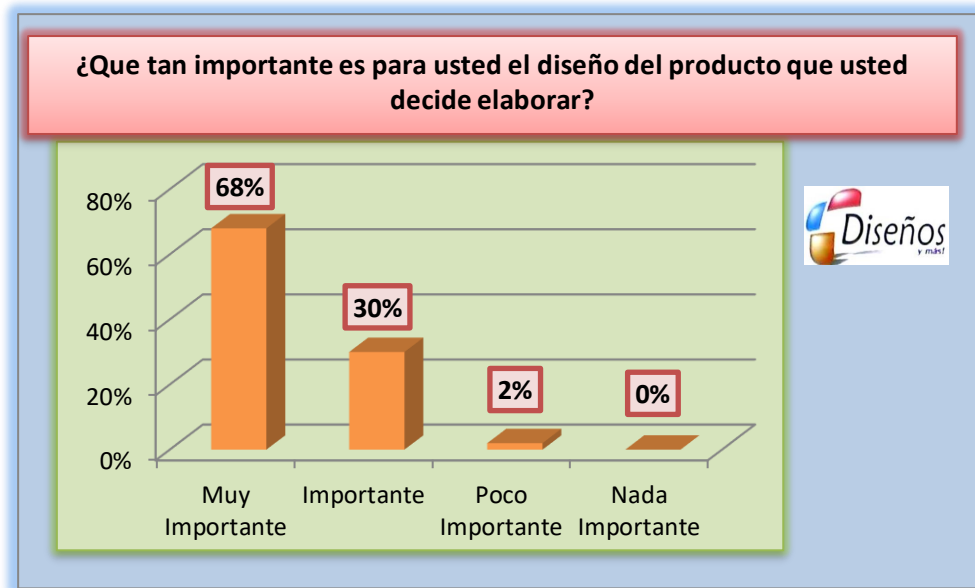


El 66% de los encuestados, planean pagar un valor adicional por cuestión de embalaje en el producto final, factor a considerar de importancia.

**PREGUNTA N° 9:**

¿Qué tan importante es para usted el diseño del producto que usted decide elaborar?

RESUMEN		%
Muy Importante	34	68%
Importante	15	30%
Poco Importante	1	2%
Nada Importante	0	0%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>



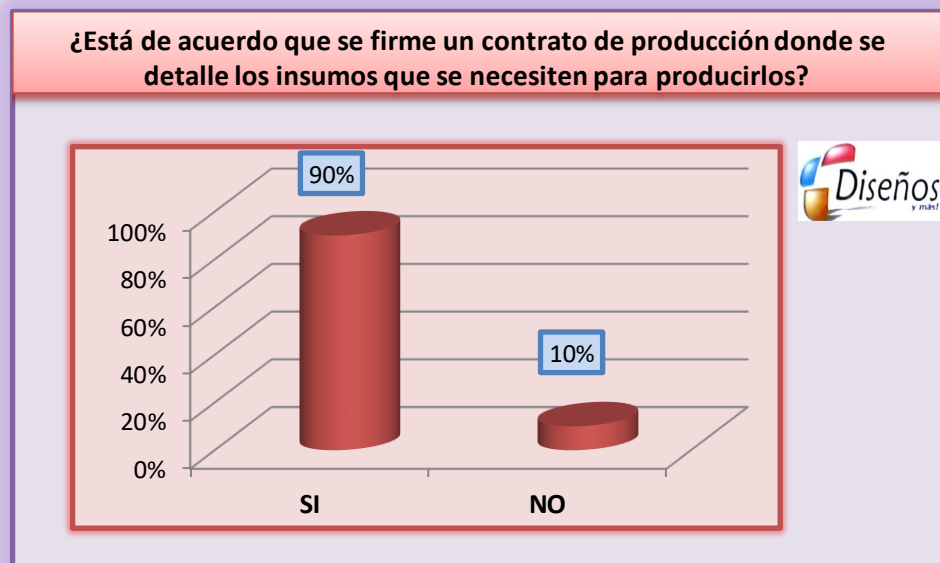
**El 68% de los encuestados consideran muy importante el diseño del producto para la satisfacción del cliente.**

**PREGUNTA N° 10:**

**¿Estaría de acuerdo que se firme un contrato de producción donde se establezca cada uno de los detalles (colores, texturas, diseño y**

marca y precio), que se desee incluir en la producción de las maletas que seleccione?

RESUMEN		%
SI	45	90%
NO	5	10%
<b>TOTAL</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>



El 90% de los encuestados, consideran factible que se firme un contrato de producción donde se detalle los insumos que se necesiten para producirlos.