

“Viste de Reversibles y Quedarás Increíble”

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

FACULTAD DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS



Mercedes Huiracocha


Carolina Lima

María Fernanda Santos


*“Creación de una empresa dedicada a la
comercialización de jeans reversibles, en la
ciudad de Guayaquil”*




INTRODUCCIÓN



- A veces pensamos que para contribuir con el medio ambiente solo basta reciclar y reutilizar todo aquello que compramos, pero también es importante la tercera R, la de reducir.



- Los jeans son esas prendas centenarias que nunca pasan de moda, y saben reinventarse.



- Los pantalones los cuales describimos son multifuncionales, con la posibilidad de utilizar dos pantalones de colores distintos pero en una misma prenda de ropa.

INTRODUCCIÓN

El producto que deseamos comercializar en nuestro país es una nueva alternativa en prendas de vestir, nos prepararemos para dar a conocer a los consumidores el diseño de una nueva tendencia de ropa, las prendas de vestir reversibles.



OBJETIVO GENERAL

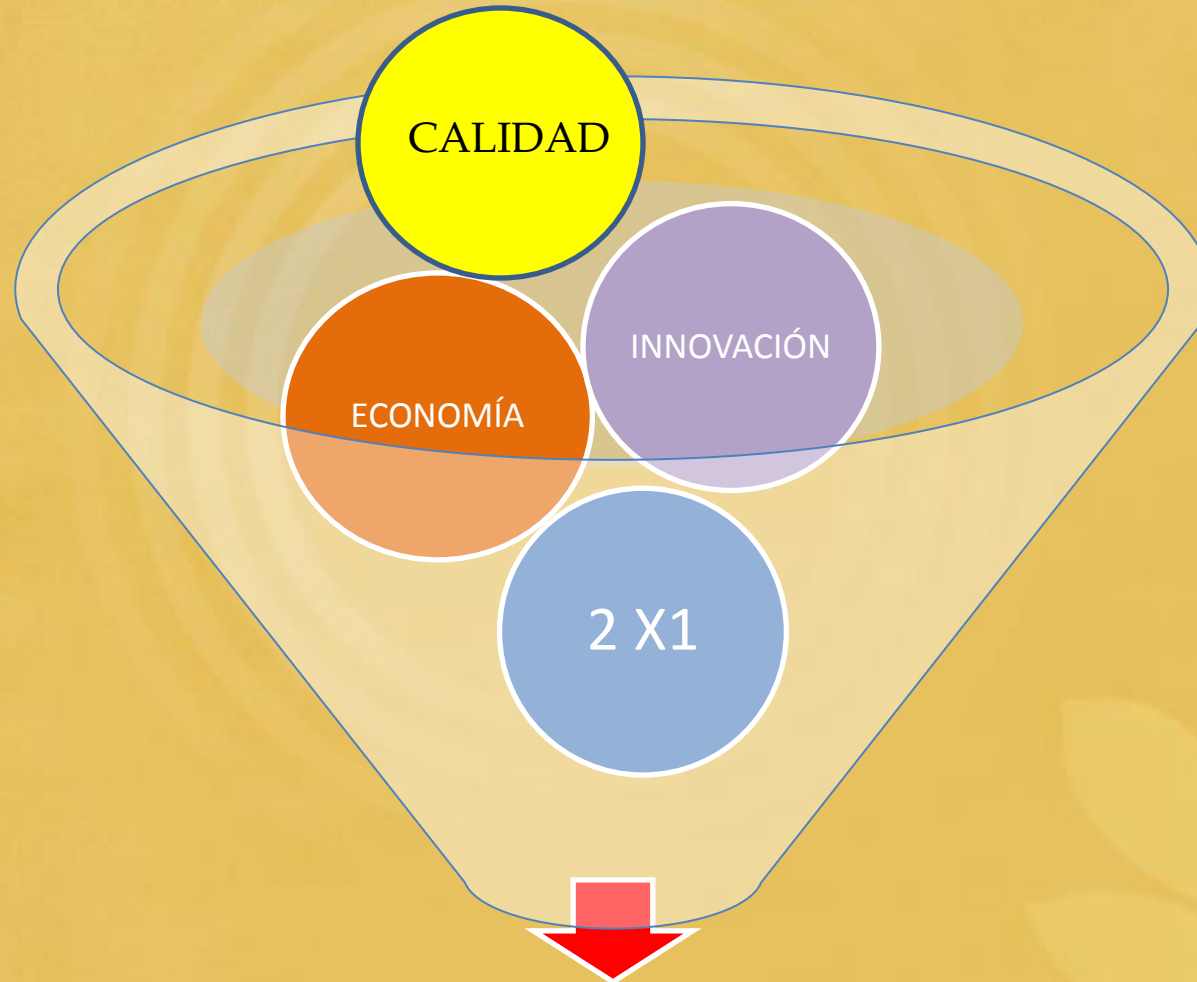
Introducir al mercado guayaquileño el jean reversible y así lograr el posicionamiento del producto siendo un referente ante nuestra competencia asegurando una gestión integral en la empresa, con la responsabilidad y el cumplimiento de todos los miembros de la misma, dando paso así a la elaboración de jeans reversibles, explotando la imaginación y creación del producto establecido

SITUACIÓN ACTUAL

- El incremento de los precios de las materias primas de la industria textil ha mantenido preocupados a los productores de jeans de Pelileo en la provincia del Tungurahua. Si el jean que se vende a mercado internacional fuera bien remunerado, entonces se vería compensado el alto costo de los insumos.



CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO



JEANS REVERSIBLES

MISIÓN

“Ofrecer a nuestros clientes, estilos de jeans reversibles innovadores y confortables hechos con materiales de calidad a un precio accesible, buscando satisfacer al máximo sus necesidades.”

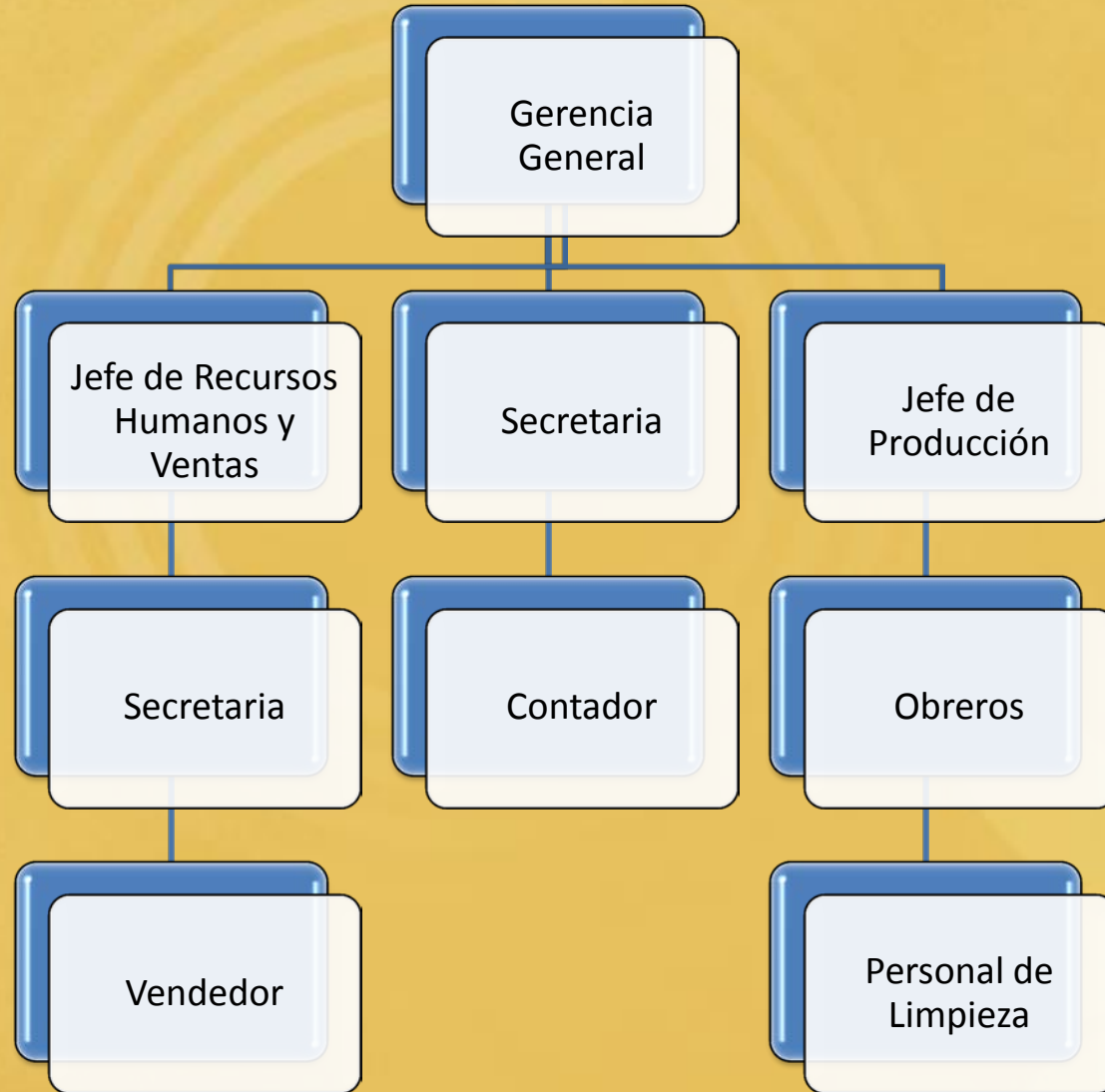
VISIÓN

“Ser la empresa líder en la comercialización de pantalones reversibles en ventas tanto al por mayor como al por menor en el territorio ecuatoriano, contando con los mejores precios del mercado y con miras a internacionalizarnos, llevando la innovación como nuestra constante..”

VALORES DE LA EMPRESA



ORGANIGRAMA

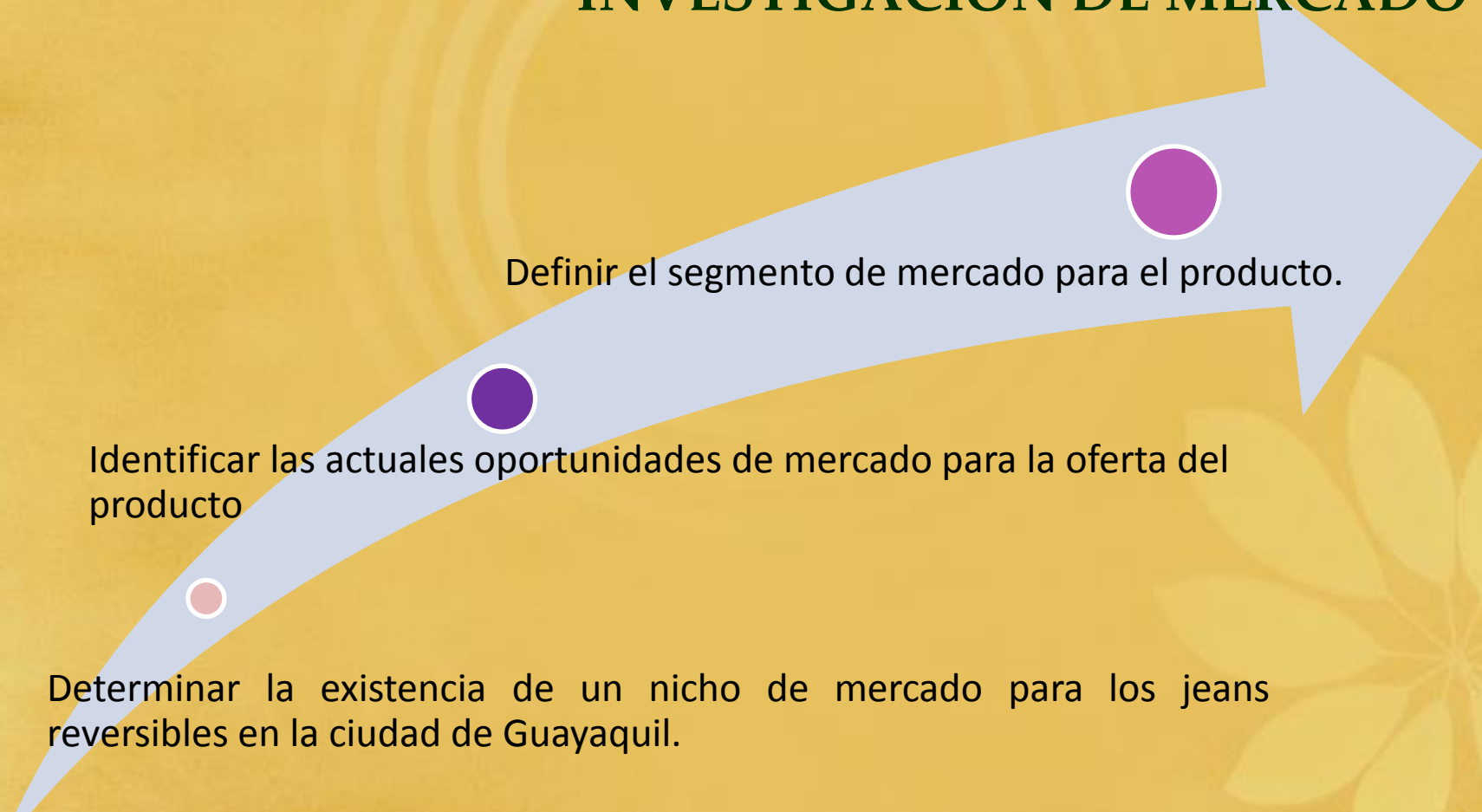


PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

¿Sería factible la producción y comercialización de jeans reversibles en el mercado ecuatoriano?



OBJETIVOS GENRALES DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO



Definir el segmento de mercado para el producto.

Identificar las actuales oportunidades de mercado para la oferta del producto

Determinar la existencia de un nicho de mercado para los jeans reversibles en la ciudad de Guayaquil.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Determinar gustos y preferencias

Establecer el grado de preferencia del producto

Determinar la frecuencia de compra del producto

Conocer la percepción del cliente hacia el producto

Lugares estratégicos para adquirir el producto

POBLACIÓN: TAMAÑO DE LA MUESTRA



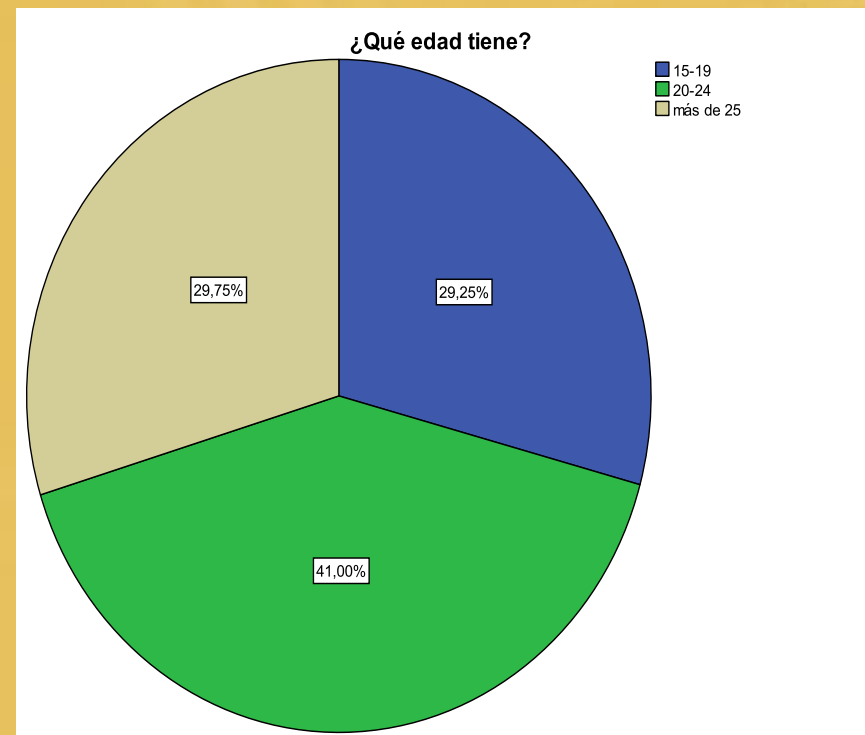
RESULTADO DE LAS ENCUESTAS

Tabla 2.2 Resultado de pregunta 2

¿Qué edad tiene?						
N	Media	Mediana	Desv. típ.	Varianza	Curtosis	Asimetría
400	2,03	2,00	,918	,839	33,547	3,183
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	
Válidos	15-19	117	29,3	29,3	29,3	
	20-24	164	41,0	41,0	70,3	
	más de 25	119	29,8	29,8	100,0	
Total		400	100,0	100,0		

Las personas encuestadas que se encuentran en una proporción mayoritaria son aquellas cuya edad está comprendida entre los 20 y los 24 años y representan el 41%, en segundo lugar están aquellos cuya edad es mayor o igual a 25 años con un 29,8% seguido muy de cerca por aquellos que su edad está comprendida entre 15 y 19 años con un 29,3%

¿QUÉ EDAD TIENE?



RESULTADO DE LAS ENCUESTAS

Tabla 2.3 Resultado de pregunta 3

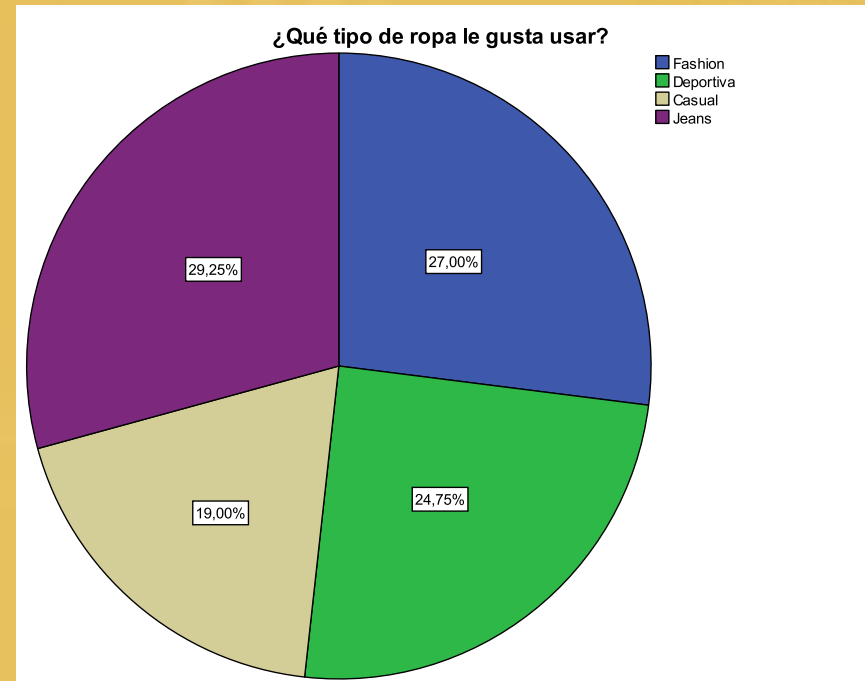
¿Qué tipo de ropa le gusta usar?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	
Válidos	Fashion	108	27,0	27,0	27,0	
	Deportiva	99	24,8	24,8	51,8	
	Casual	76	19,0	19,0	70,8	
	Jeans	117	29,3	29,3	100,0	
	Total	400	100,0	100,0		
N	Media	Mediana	Desv. ttp.	Varianza	Curtosis	Asimetría
400	2,51	2,00	1,174	1,378	-1,483	,030

Elaborado por las autoras: M. Huiracocha, C.Lima, M.Santos

Los valores son muy parejos, pero el tipo de ropa mas usado son los jeans con un 29,25%, el tipo de ropa menos común entre los encuestados es la casual con un 19%, esto nos demuestra que los jeans son bien aceptados en el medio y nos da la confianza de poder posicionar nuestra marca., la ropa fashion se ubicó en un segundo lugar con un 27%, y en tercer lugar se ubicó la ropa deportiva con un 24,8%

QUE TIPO DE ROPA LE GUSTA USAR?



RESULTADO DE LAS ENCUESTAS

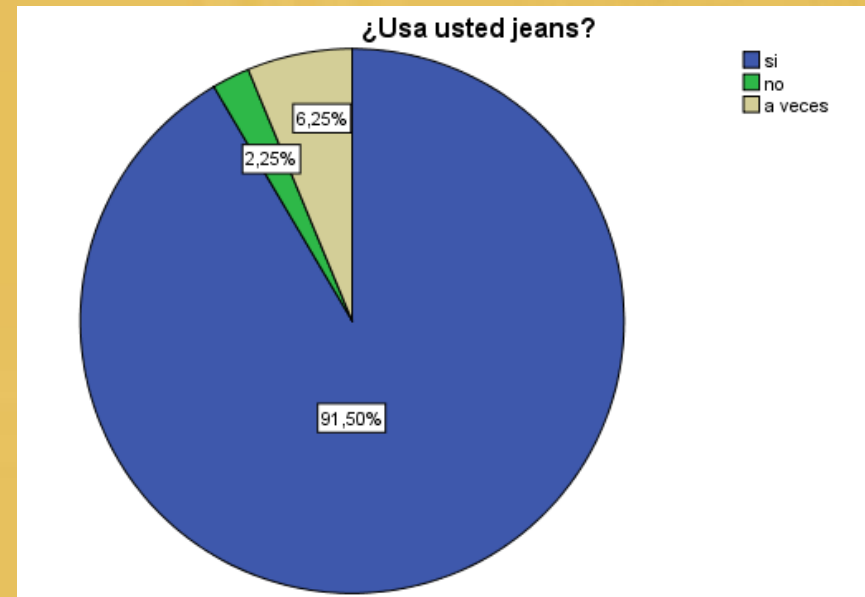
Tabla 2.5 Resultado de pregunta 5

¿Usa usted jeans?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	
Válidos	Si	368	91,5	91,5	91,5	
	No	9	2,3	2,3	93,8	
	a veces	25	6,3	6,3	100,0	
	Total	400	100,0	100,0		
N	Media	Mediana	Desv. típ.	Varianza	Curtosis	Asimetría
400	1,15	1,00	,501	,251	9,031	3,264

Elaborado por las autoras: M. Huiracocha, C.Lima, M.Santos

USA USTED JEANS?



El jean tiene una gran aceptación en el medio ya que el 91,5 % de las personas encuestadas usa esta prenda de vestir, esto nos da un amplio mercado para poder comercializar las prendas de vestir, las personas que respondieron no a la interrogante planteada acerca del uso de esta prenda fue tan solo del 2,3% ubicándolos en el tercer lugar , y las personas que dijeron a veces representa el 6,25% ubicándose en segundo lugar.

RESULTADO DE LAS ENCUESTAS

Tabla 2.6 Resultado de pregunta 6

¿Qué marca de jeans usa o prefiere?

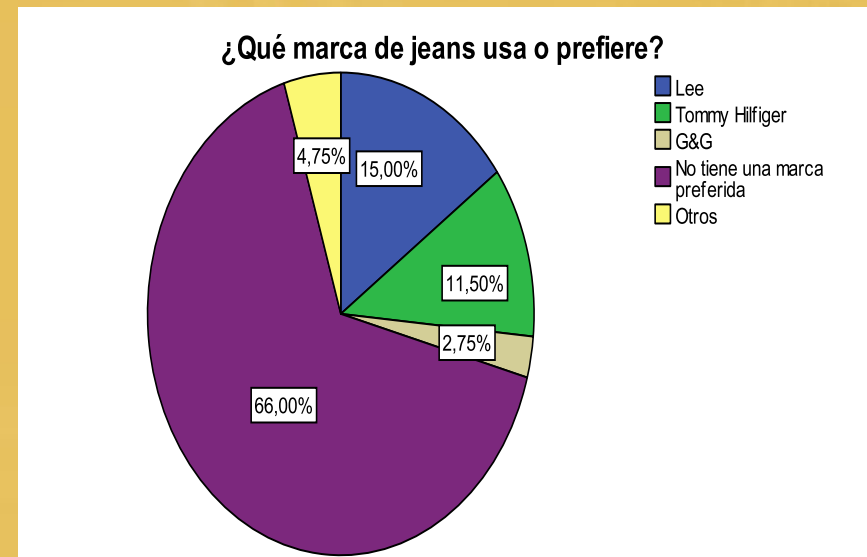
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Lee	60	15,0	15,0	15,0
Tommy Hilfiger	46	11,5	11,5	26,5
G&G	11	2,8	2,8	29,3
No tiene una marca pref	264	66,0	66,0	95,3
Otros	19	4,8	4,8	100,0
Total	400	100,0	100,0	

N	Media	Mediana	Desv. típ.	Varianza	Curtosis	Asimetría
400	3,34	4,00	1,205	1,453	-,442	-1,031

Elaborado por las autoras: M. Huiracocha, C.Lima, M.Santos

El 66% de la población no tiene una marca preferida y que el 15% utilizan Lee ubicando a esta marca en segundo lugar en las encuestas, en tercer lugar se ubicó la marca Tommy Hilfiger con el 11,5%, en cuarto lugar de las preferencias con el 4,75% las personas respondieron otras marcas de jeans, y en último lugar con apenas el 2,75% se ubicó la marca G&G.

QUE MARCA DE JEANS USA O PREFERE?



RESULTADO DE LAS ENCUESTAS

Tabla 2.8 Resultado de pregunta 8

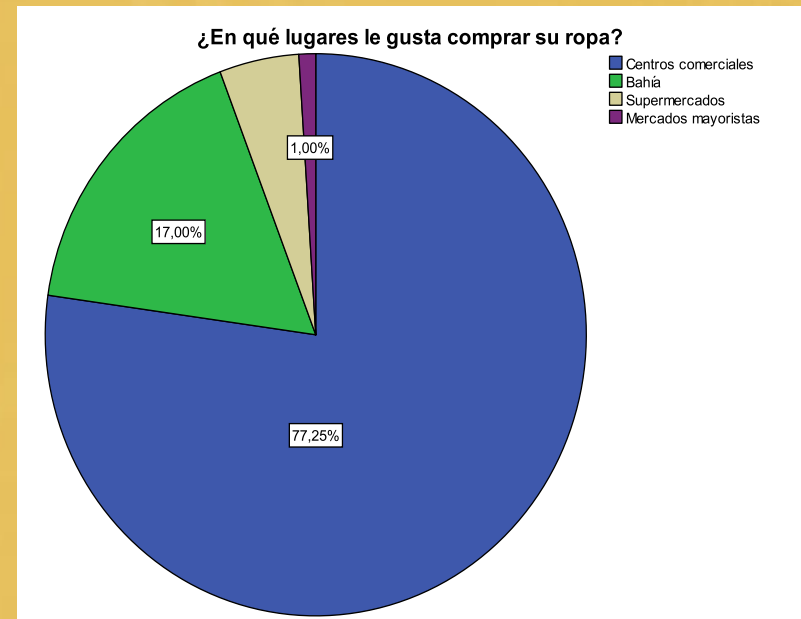
¿En qué lugares le gusta comprar su ropa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	
Válidos	Centros comerciales	309	77,3	77,3	77,3	
	Bahía	68	17,0	17,0	94,3	
	Supermercados	19	4,8	4,8	99,0	
	Mercados mayores	4	1,0	1,0	100,0	
	Total	400	100,0	100,0		
N	Media	Mediana	Desv. típ.	Varianza	Curtosis	Asimetría
400	1,30	1,00	,603	,364	4,545	2,172

Elaborado por las autoras: M. Huíracocha, C.Lima, M.Santos

Nuestros encuestados se inclinan por realizar sus compras en dichos establecimientos con una mayoría indiscutible del 77.3%, en segundo lugar se ubicó la bahía con el 17%, dejando a los supermercados en tercer lugar con un 4,8%, y el lugar menos popular fueron los mercados mayoristas con tan solo el 1%.

EN QUE LUGARES LE GUSTA COMPRAR SU ROPA?



RESULTADO DE LAS ENCUESTAS

Tabla 2.10 Resultado de pregunta 10

¿Cuánto suele gastar al comprar un jean?

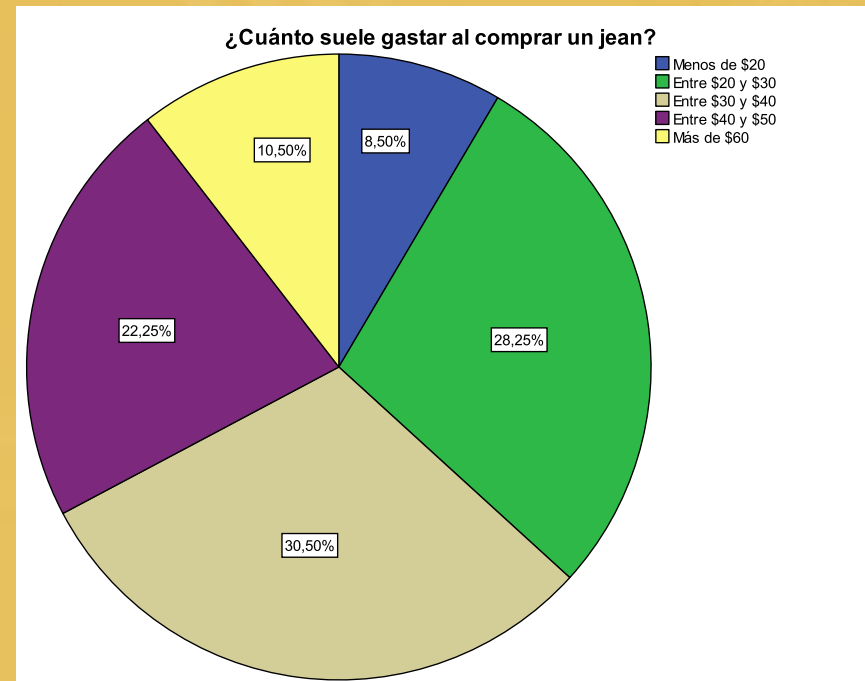
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Menos de \$20	34	8,5	8,5	8,5
Entre \$20 y \$30	113	28,3	28,3	36,8
Entre \$30 y \$40	122	30,5	30,5	67,3
Entre \$40 y \$50	89	22,3	22,3	89,5
Más de \$60	42	10,5	10,5	100,0
Total	400	100,0	100,0	

N	Media	Mediana	Error típ. de la media	Varianza	Curtosis	Asimetría
400	2,98	3,00	,056	1,268	-,771	,124

Elaborado por las autoras: M. Huiracocha, C.Lima, M.Santos

Las prendas que adquieren con mayor frecuencia oscilan entre los 30 y 40 dólares esto representa el 30,5%, colocando en una segunda posición un precio entre 20 y 30 con el 28,3%, en tercer lugar con un 22,3% están aquellas personas que gastan en adquirir la prenda una cantidad entre 40 y 50\$, en cuarto lugar con un 10,5% están aquellas que gastan más de 60\$, y en último lugar quedan aquellas que gastan menos de 20 que es el 8,5%.

CUÁNTO SUELE GASTAR AL COMPRAR UN JEAN?



RESULTADO DE LAS ENCUESTAS

Tabla 2.11 Resultado de pregunta 11

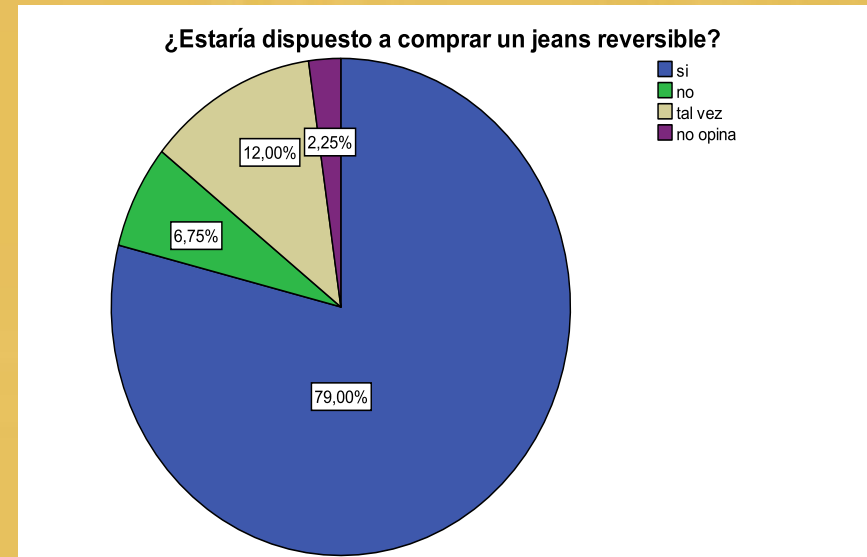
¿Estaría dispuesto a comprar un jeans reversible?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	
Válidos	Si	316	79,0	79,0	79,0	
	No	27	6,8	6,8	85,8	
	tal vez	48	12,0	12,0	97,8	
	no opina	9	2,3	2,3	100,0	
	Total	400	100,0	100,0		
N	Media	Mediana	Error típ. de la media	Varianza	Curtosis	Asimetría
400	1,38	1,00	,039	,611	2,243	1,892

Elaborado por las autoras: M. Huiracocha, C.Lima, M.Santos

Se pronunciaron favorablemente ante la interrogante y pudimos captar el 79% a favor, esto nos deja satisfechas ya que la mayoría declaró que si compraría el producto en estudio, en segundo lugar quedaron aquellas personas que respondieron tal vez con el 12%, en tercer lugar con el 6,8% están aquellas personas que respondieron no, y en último lugar encontramos a aquellas personas indecisas con un 2,3%

ESTARÍA DISPUESTO A COMPRAR UN JEAN REVERSIBLE?



CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

1

- Las personas están dispuestas a comprar un jean reversible en un rango de edad que está entre 20 y 24 años

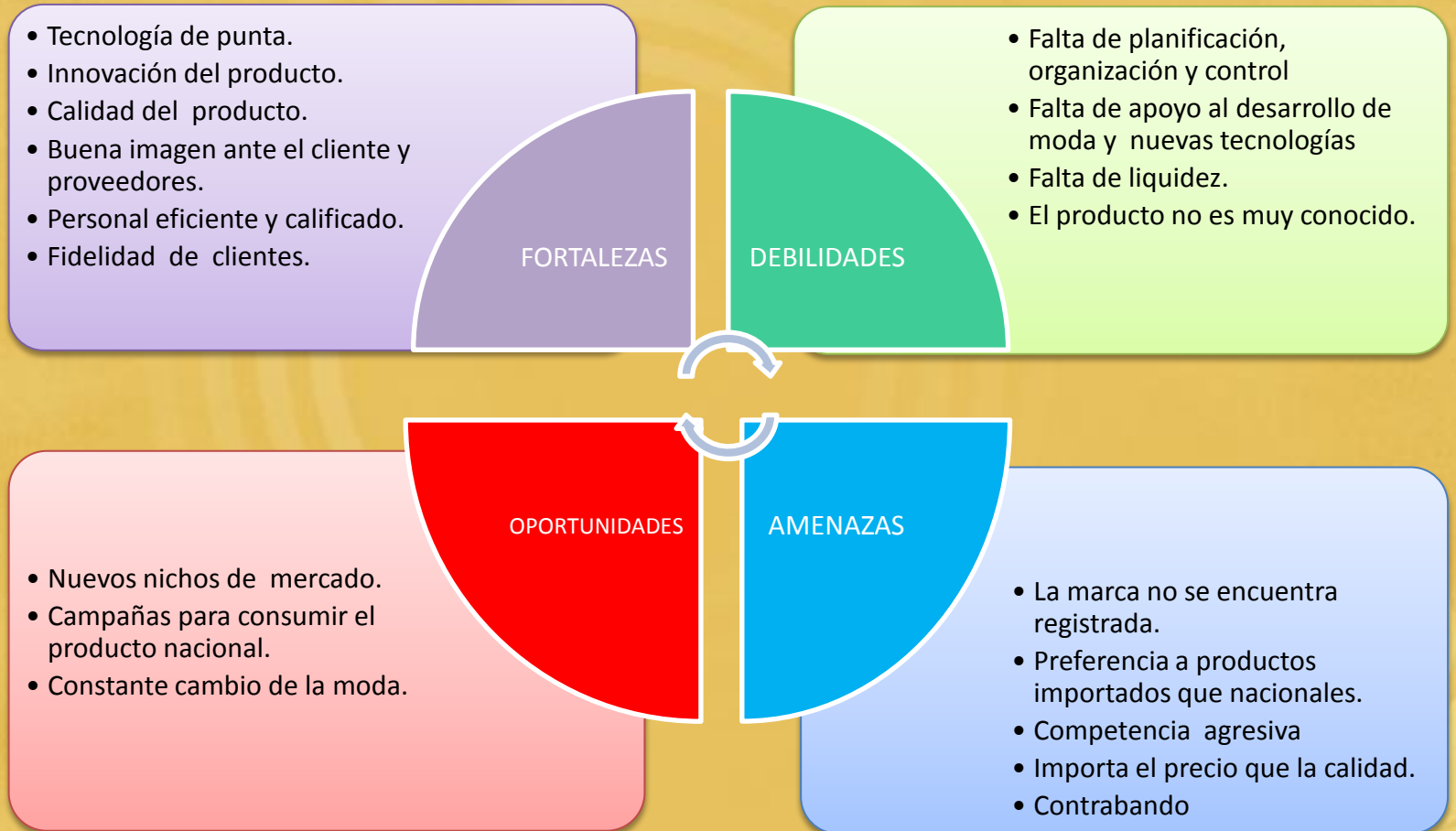
2

- El promedio de consumo del producto es del 91.5% y esto es muy bueno porque elegimos la prenda indicada para vender

3

- Los factores que afectan la decisión de compra son la calidad y el diseño.

FODA CONFECCIONES REVERSIBLES S.A



OBJETIVOS DEL PLAN DE MARKETING



GENERALIDADES DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN



INVERSIÓN INICIAL



ACTIVOS FIJOS



**ACTIVOS
INTANGIBLES**



**CAPITAL DE
TRABAJO**



CAPITAL DE TRABAJO: MÉTODO DEL DÉFICIT ACUMULADO MÁXIMO

CAPITAL DE TRABAJO												
Periodos	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Partidas												
Ingresos		\$ 19.516,90	\$ 19.516,90	\$ 22.444,43	\$ 19.516,90	\$ 19.516,90	\$ 22.444,43	\$ 19.516,90	\$ 19.516,90	\$ 22.444,43	\$ 19.516,90	\$ 22.444,43
Egresos	-\$ 18.533,68	-\$ 18.533,68	-\$ 18.533,68	-\$ 18.533,68	-\$ 18.533,68	-\$ 18.533,68	-\$ 18.533,68	-\$ 18.533,68	-\$ 18.533,68	-\$ 18.533,68	-\$ 18.533,68	-\$ 18.533,68
Saldo	-\$ 18.533,68	\$ 983,22	\$ 983,22	\$ 3.910,75	\$ 983,22	\$ 983,22	\$ 3.910,75	\$ 983,22	\$ 983,22	\$ 3.910,75	\$ 983,22	\$ 3.910,75
Saldo Acumulado	-\$ 18.533,68	-\$ 17.550,46	-\$ 16.567,24	-\$ 12.656,48	-\$ 11.673,26	-\$ 10.690,04	-\$ 6.779,29	-\$ 5.796,07	-\$ 4.812,85	-\$ 902,09	\$ 81,13	\$ 3.991,88

INVERSIÓN INICIAL EN CIFRAS

INVERSIÓN INICIAL		
INVERSIONES	PROYECTO	PORCENTAJE
Activos Fijos	\$ 63.811,53	76,29%
Activos Intangibles	\$ 1.300,00	1,55%
Capital de trabajo	\$ 18.533,68	22,16%
TOTAL INVERSION	\$ 83.645,21	100,00%

ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO

PORCENTAJE DE APALANCAMIENTO

PRÉSTAMO	CAPITAL PROPIO
40%	60%
\$ 33.458,08	\$ 50.187,12

PRÉSTAMO

Capital Inicial	\$33.458,08
Periodo de Pago	5
Número Total de Cuotas	5
Interés del Préstamo	11,83%



AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO

PERIODO	CUOTA	INTERÉS	AMORTIZACION	CAPITAL AMORTIZADO	CAPITAL
0	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$33.458,08
1	\$9.242,54	\$3.958,09	\$5.284,45	\$5.284,45	\$28.173,63
2	\$9.242,54	\$3.332,94	\$5.909,60	\$11.194,05	\$22.264,03
3	\$9.242,54	\$2.633,84	\$6.608,71	\$17.802,75	\$15.655,33
4	\$9.242,54	\$1.852,03	\$7.390,52	\$25.193,27	\$8.264,81
5	\$9.242,54	\$977,73	\$8.264,81	\$33.458,08	\$0,00

Viste de Reversibles y Quedarás Increíble

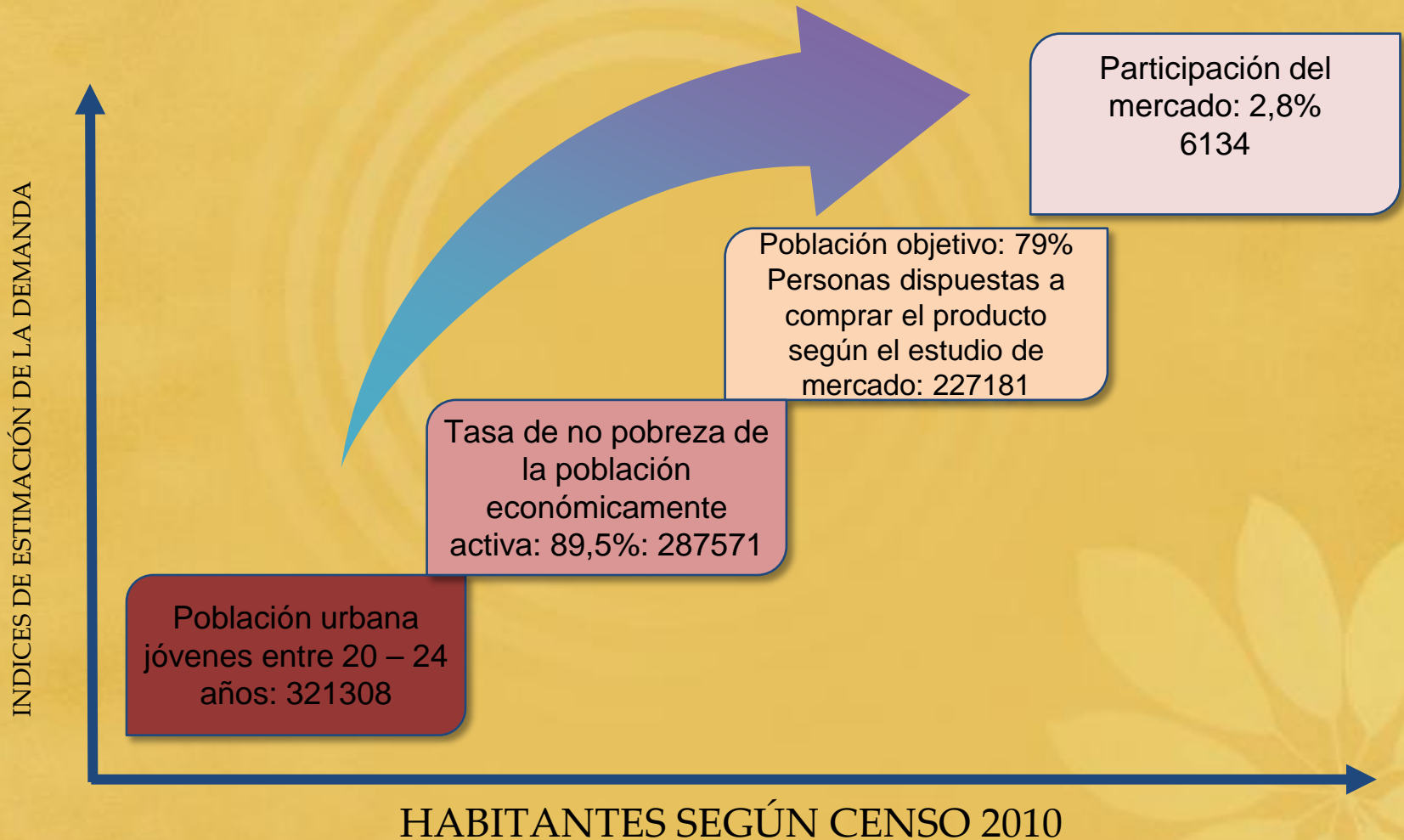
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

CONFECCIONES REVERSIBLES S.A
AL 1 DE ENRO DEL 2013

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA			
ACTIVO		PASIVO	
<u>ACTIVO CORRIENTE</u>		<u>PASIVO NO CORRIENTE</u>	
	\$		
Efectivo	18.533,68	Préstamo Bancario	\$ 33.458,08
Total Activo Corriente	\$ 18.533,68	Total Pasivo no Corriente	33.458,08
<u>ACTIVO NO CORRIENTE</u>		TOTAL PASIVOS	
	\$		\$ 33.458,08
<u>Activos Fijos Tangibles</u>		PATRIMONIO	
Máquinas	38.240,00	Accionista Mercedes	
Vehículos	13.000,00	Huiracocha	\$ 16.729,04
		Accionista Carolina Lima	16.729,04
Suministros de Planta	387,76	Accionista Ma. Fernanda Santos	16.729,04
Equipos de Oficina	8.777,80	Total Patrimonio	50.187,12
Suministros de oficina	334,97		
Muebles y Enseres	3.071,00		
Total Activos Fijos Tangibles	63.811,53		
<u>Activos Fijos Intangibles</u>			
Patente y Licencias	1.300,00		
Total Activos Fijos Intangibles	1.300,00		
Total Activos no Corrientes	65.111,53		
TOTAL ACTIVOS		TOTAL PASIVO+PATRIMONIO	
	\$ 83.645,21		\$ 83.645,21

Viste de Reversibles y Quedarás Increíble

ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA



ESTIMACIÓN DE LOS INGRESOS

DEMANDA	
Población Guayaquil	2.291.158
Demanda hombres y mujeres de 20-24 años	321.308
Tasa de no pobreza de la población económica activa 89,5%	287.571
Población objetivo 79%	227.181
Participación de Mercado 2,7%	6.134
Crecimiento población	1,53%



PROYECCION DE INGRESOS MENSUALES												
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEP	OCT	NOV	DIC
Precio		\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00
Cantidad		558	558	641	558	558	641	558	558	641	558	641
Ingreso	\$ 0,00	\$ 19.516,90	\$ 19.516,90	\$ 22.444,43	\$ 19.516,90	\$ 19.516,90	\$ 22.444,43	\$ 19.516,90	\$ 19.516,90	\$ 22.444,43	\$ 19.516,90	\$ 22.444,43

PROYECCIÓN DE INGRESOS ANUAL					
	AÑO1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Precio	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00
Cantidad	6.468	6.567	6.668	6.770	6.874
Ingresos	\$ 226.396,01	\$ 229.859,87	\$ 233.376,73	\$ 236.947,39	\$ 240.572,69

Viste de Reversibles y Quedarás Increíble

COSTOS

	COSTOS				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS VARIABLES					
MATERIALES DIRECTOS					
Metros de tela	\$ 88.042,89	\$ 89.433,97	\$ 90.847,03	\$ 92.282,41	\$ 93.740,47
Hilos Industriales	\$ 750,00	\$ 761,85	\$ 773,89	\$ 786,11	\$ 798,54
Etiquetas	\$ 208,00	\$ 211,29	\$ 214,62	\$ 218,02	\$ 221,46
Botones	\$ 364,00	\$ 369,75	\$ 375,59	\$ 381,53	\$ 387,56
Cierres	\$ 520,00	\$ 528,22	\$ 536,56	\$ 545,04	\$ 553,65
MANO DE OBRA DIRECTA					
Obreros X 9	\$ 44.565,62	\$ 44.565,62	\$ 44.565,62	\$ 44.565,62	\$ 44.565,62
MATERIALES INDIRECTOS					
Tijeras	\$ 1.542,72	\$ 1.567,09	\$ 1.591,86	\$ 1.617,01	\$ 1.642,56
Reglas de confección	\$ 2.064,00	\$ 2.096,61	\$ 2.129,74	\$ 2.163,39	\$ 2.197,57
Cintas métricas	\$ 74,40	\$ 75,58	\$ 76,77	\$ 77,98	\$ 79,21
Mascaras	\$ 50,40	\$ 51,20	\$ 52,01	\$ 52,83	\$ 53,66
Cintas de embalaje	\$ 60,00	\$ 60,95	\$ 61,91	\$ 62,89	\$ 63,88
Fundas Industriales de empaque	\$ 75,00	\$ 76,19	\$ 77,39	\$ 78,61	\$ 79,85
MANO DE OBRA INDIRECTA					
Jefe de Producción	\$ 7.631,10	\$ 7.747,86	\$ 7.866,40	\$ 7.986,75	\$ 8.108,95
Personal de limpieza	\$ 4.951,74	\$ 5.027,50	\$ 5.104,42	\$ 5.182,52	\$ 5.261,81
TOTAL COSTOS VARIALES	\$ 130.775,78	\$ 131.939,10	\$ 133.120,79	\$ 134.321,15	\$ 135.540,48
COSTOS FIJOS					
SERVICIOS BÁSICOS					
Agua	\$ 720,00	\$ 720,00	\$ 720,00	\$ 720,00	\$ 720,00
Luz	\$ 8.400,00	\$ 8.400,00	\$ 8.400,00	\$ 8.400,00	\$ 8.400,00
Teléfono	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Internet	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00
ALQUILER					
Alquiler de la planta	\$ 13.200,00	\$ 13.200,00	\$ 13.200,00	\$ 13.200,00	\$ 13.200,00
OTROS COSTOS FIJOS					
Combustible camioneta	\$ 1.800,00	\$ 1.828,44	\$ 1.857,33	\$ 1.886,68	\$ 1.916,48
Mantenimiento de las Máquinas	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
TOTAL COSTOS FIJOS	\$ 37.420,00	\$ 27.448,44	\$ 27.477,33	\$ 27.506,68	\$ 27.536,48
TOTAL COSTOS	\$ 158.195,78	\$ 159.387,54	\$ 160.598,12	\$ 161.827,83	\$ 163.076,96

Viste de Reversibles y Quedarás Increíble

FLUJO DE CAJA PURO

FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO PURO						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos		\$ 226.396,01	\$ 229.859,87	\$ 233.376,73	\$ 236.947,39	\$ 240.572,69
Materiales Directos		-69.760,80	-70.863,03	-71.982,66	-73.119,99	-74.275,28
Mano de obra Directa		-44.565,62	-44.565,62	-44.565,62	-44.565,62	-44.565,62
Materiales Indirectos		-3.866,52	-3.927,61	-3.989,67	-4.052,70	-4.116,74
Mano de obra Indirecta		-12.582,84	-12.582,84	-12.582,84	-12.582,84	-12.582,84
Servicios Básicos		-10.920,00	-10.920,00	-10.920,00	-10.920,00	-10.920,00
Alquiler		-13.200,00	-13.200,00	-13.200,00	-13.200,00	-13.200,00
Otros Costos Fijos		-3.300,00	-3.328,44	-3.357,33	-3.386,68	-3.416,48
Sueldos Administrativos		-37.748,51	-37.748,51	-37.748,51	-37.748,51	-37.748,51
Gastos de Oficina		-5.379,84	-5.464,84	-5.551,19	-5.638,89	-5.727,99
Publicidad		-17.280,00	-8.640,00	-4.320,00	-2.880,00	-1.440,00
Gastos de Puesta en Marcha		-3.800,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Depreciación		-8.164,29	-8.164,29	-8.164,29	-8.164,29	-8.164,29
Amortización intang.		-260,00	-260,00	-260,00	-260,00	-260,00
Utilidad Antes de Participación de tabajadores		-4.432,40	10.194,70	16.734,63	20.427,88	24.154,94
Participación de trabajadores		-664,86	1.529,21	2.510,19	3.064,18	3.623,24
Utilidad Antes de Impuestos		-3.767,54	8.665,50	14.224,44	17.363,70	20.531,70
Impuesto a la Renta		-828,86	1.906,41	3.129,38	3.820,01	4.516,97
Utilidad Neta		-2.938,68	6.759,09	11.095,06	13.543,68	16.014,73
Depreciación		8.164,29	8.164,29	8.164,29	8.164,29	8.164,29
Amortización intang.		260,00	260,00	260,00	260,00	260,00
Flujo de Caja		5.485,60	15.183,37	19.519,35	21.967,97	24.439,01
Inversión en Activos Fijos	-63.811,53					
Inversión en Capital de Trabajo	-18.533,68					
Valor de desecho						93.026,14
Flujo de Caja del Proyecto Puro	-82.345,21	\$ 5.485,60	\$ 15.183,37	\$ 19.519,35	\$ 21.967,97	\$ 117.465,15

Viste de Reversibles y Quedarás Increíble

FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA

FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos		\$ 226.396,01	\$ 229.859,87	\$ 233.376,73	\$ 236.947,39	\$ 240.572,69
Materiales Directos		-69.760,80	-70.863,03	-71.982,66	-73.119,99	-74.275,28
Mano de obra Directa		-44.565,62	-44.565,62	-44.565,62	-44.565,62	-44.565,62
Materiales Indirectos		-3.866,52	-3.927,61	-3.989,67	-4.052,70	-4.116,74
Mano de obra Indirecta		-12.582,84	-12.582,84	-12.582,84	-12.582,84	-12.582,84
Servicios Básicos		-10.920,00	-10.920,00	-10.920,00	-10.920,00	-10.920,00
Alquiler		-13.200,00	-13.200,00	-13.200,00	-13.200,00	-13.200,00
Otros Costos Fijos		-3.300,00	-3.328,44	-3.357,33	-3.386,68	-3.416,48
Sueldos Administrativos		-37.748,51	-37.748,51	-37.748,51	-37.748,51	-37.748,51
Gastos de Oficina		-5.379,84	-5.464,84	-5.551,19	-5.638,89	-5.727,99
Publicidad		-17.280,00	-8.640,00	-4.320,00	-2.880,00	-1.440,00
Gastos de Puesta en Marcha		-3.800,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Interés Deuda		-3.958,09	-3.332,94	-2.633,84	-1.852,03	-977,73
Depreciación		-8.164,29	-8.164,29	-8.164,29	-8.164,29	-8.164,29
Amortización intang.		-260,00	-260,00	-260,00	-260,00	-260,00
Util. Antes de Partic. de trabajadores		-8.390,50	6.861,76	14.100,80	18.575,85	23.177,21
Participación de trabajadores		-1.258,57	1.029,26	2.115,12	2.786,38	3.476,58
Utilidad Antes de Impuestos		-7.131,92	5.832,50	11.985,68	15.789,48	19.700,63
Impuesto a la Renta		-1.569,02	1.283,15	2.636,85	3.473,68	4.334,14
Utilidad Neta		-5.562,90	4.549,35	9.348,83	12.315,79	15.366,49
Depreciación		8.164,29	8.164,29	8.164,29	8.164,29	8.164,29
Amortización intang.		260,00	260,00	260,00	260,00	260,00
Inversión en Activos Fijos	-63.811,53					
Inversión de Capital de Trabajo	-18.533,68					
Préstamo	33.458,08					
Amortización Deuda		-5.284,45	-5.909,60	-6.608,71	-7.390,52	-8.264,81
Valor de desecho						93.026,14
Flujo de Caja	-\$ 48.887,12	-\$ 2.423,06	\$ 7.064,03	\$ 11.164,41	\$ 13.349,56	\$ 108.552,10



TMAR

Donde:

Ke: Rentabilidad exigida del capital propio

Rf: Tasa libre de riesgo

Rm: Tasa de rentabilidad del mercado

Rp: Riesgo país del Ecuador.

STIMACION DE LA TASA DE DESCUENTO	
Rf = Bonos del tesoro EU	0,84%
Rm = Rentabilidad de Mercado	7,07%
Riesgo País	8,08%
Beta apalancado	0,95
Ke = TMAR = CAPM	14,84%



COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL (WACC)

Donde:

K_o : r_{wacc} : Costo promedio ponderado de capital.

K_d : Tasa de interés de la deuda.

D/A : Deuda sobre Activos

K_e : Rentabilidad exigida del capital propio.

P/A : Patrimonio sobre activos

COSTO PROMEDIO PONDERADO

K_d = Tasa del préstamo Bancario	11,83%
D/A = Deuda/Activos	40,00%
K_e = TMAR = CAPM	14,84%
P/A = Patrimonio/Activos	60,00%
K_o = CPP = WACC	13,64%

TIR Y VAN

- PROYECTO PURO
- DEL INVERSIONISTA

TIR=21%

VAN=\$ 18.277,04

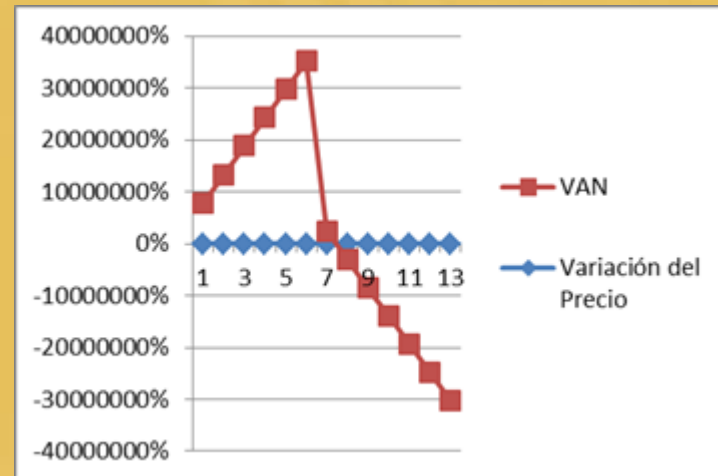
TIR= 25%

VAN=\$ 27.355,18



ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD - PRECIO

ANALISIS DE SENSIBILIDAD	
Variación del Precio	VAN
5%	\$ 78.793,01
10%	\$ 133.427,59
15%	\$ 188.062,17
20%	\$ 242.696,75
25%	\$ 297.331,34
30%	\$ 351.965,92
0%	\$ 24.158,43
-5%	-\$ 30.476,15
-10%	-\$ 85.110,74
-15%	-\$ 139.745,32
-20%	-\$ 194.379,90
-25%	-\$ 249.014,48
-30%	-\$ 303.649,06



CONCLUSIONES

- Dado que el proyecto está diseñado para el ahorro económico para el consumidor, se presenta una gran oportunidad de crecimiento.
- En resumen, se ofrecerá algo diferente, prendas exclusivas con diseño innovador y a precios atractivos, por eso nos vimos comprometidos en hacer un análisis del mercado y un estudio financiero con cotizaciones reales y materiales de buena calidad.

RECOMENDACIONES

- Se sugiere la pronta ejecución del proyecto, de tal manera que se pueda aprovechar las ventajas de moverse primero, ya que no hay muchos negocios de este tipo en el mercado ecuatoriano.
- Si se implementa el proyecto, debe de hacerse siempre buscando la diferenciación.
- Una vez que la empresa esté estable es recomendable, que diversifique sus prendas.

GRACIAS...