



---

**UNIVERSIDAD TECNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACION, FINANZAS E INFORMATICA**  
**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y**  
**GESTIÓN EMPRESARIAL**

**TESIS DE GRADO**  
**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TITULO DE:**  
**INGENIERO COMERCIAL**

**TEMA:**

**PROYECTO DE FACTIBILIDAD DE CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACION DE ROPA INFORMAL PARA DAMAS, EN LA CIUDAD DE BABAHOYO, PROVINCIA DE LOS RÍOS, A FIN DE MEDIR SU RENTABILIDAD ECONÓMICA-SOCIAL.**

**POSTULANTES:**

**Cynthia Irene Vera Ortiz**  
**Mónica Alexandra Herrera Ruiz**

**DIRECTOR:**

**Ing. Carlos Aguirre Rodríguez**

**LECTOR**

**Econ. Verónica Merchán Jácome**

**AÑO: 2011**



---

## **DECLARACION DE RESPONSABILIDAD**

Los resultados, conclusiones y recomendaciones de esta tesis son de exclusiva responsabilidad de sus autoras.

**Cynthia Irene Vera Ortiz**  
**Mónica Alexandra Herrera Ruiz**



---

## AGRADECIMIENTOS

Agradezco principalmente a Dios por ser el motor y dueño de mi existencia, a mis padres, Irene Ortiz Quinto y Ausberto Vera Domínguez por que gracias a su esfuerzo y sacrificio estoy cumpliendo esta meta en mi vida, a la Universidad Técnica de Babahoyo; Facultad de Administración, finanzas e informática, que a través de sus catedráticos me brindaron sus conocimientos y experiencias para enriquecer y fortalecer mi formación profesional y a todas las personas que de una u otra manera contribuyeron en mi vida estudiantil.

**Cynthia Irene Vera Ortiz**

Primeramente agradezco a Dios por darme la vida y fuerza necesaria porque sin ella no hubiese sido posible culminar mi carrera, a mis padres, julio Herrera y Nancy Ruíz a mis maestros por sus conocimientos inculcados a mi vida a mis amigos y compañeros, con los cuales compartí muchos momentos gratos e inolvidables y por supuesto la Universidad Técnica de Babahoyo, Facultad de Administración Finanzas e Informática, quien me abrió sus puertas.

**Mónica Alexandra Herrera Ruiz**



## **DEDICATORIA**

Dedico esta Tesis a toda mi familia en especial a mis padres por los consejos y valores inculcados a lo largo de mi vida, a ellos que han sido participe de mi dedicación responsabilidad y esfuerzo por llegar a ser una profesional. A mis compañeros y amigos con los que hemos compartido momentos gratos que quedaran grabados en mi corazón.

**Cynthia Irene Vera Ortiz**

Dedico esta tesis a Dios primeramente, porque es quien ha sido el centro de mi vida me a bendecido al permitirme lograr mi meta propuesta desde niña, a mis padres los cuales siempre han anhelado que llegue a ser una profesional, sueño que ya lo están viendo cumplido gracias a la misericordia de Dios.

**Mónica Alexandra Herrera Ruiz**



---

## ÍNDICE GENERAL

	<b>INTRODUCCIÓN</b>	
	<b>CAPÍTULO I</b>	1
<b>1</b>	<b>PROBLEMA</b>	1
<b>1.1</b>	Problema de estudio	1
<b>1.1.1</b>	Ubicación del sector donde va a realizar la investigación.	4
<b>1.1.2</b>	Situación Problemática.	5
<b>1.2</b>	Objetivos.	8
<b>1.2.1</b>	Objetivo general	8
<b>1.2.2</b>	Objetivos específicos	8
<b>1.3</b>	Justificación.	9
<b>1.3.1</b>	Limitación de la investigación.	11
<b>1.4</b>	Antecedentes de investigación.	12
<b>1.4.1</b>	Marco referencial.	12
	<b>CAPITULO II</b>	
<b>2</b>	<b>MARCO TEORICO.</b>	13
<b>2.1</b>	Fundamentación Teórica.	13
<b>2.2</b>	Definición de términos.	48
<b>2.3</b>	Hipótesis.	53
<b>2.3.1</b>	Hipótesis General.	53
<b>2.3.2</b>	Hipótesis Específicas.	53
<b>2.4</b>	Variables de estudio	54
<b>2.4.1</b>	Variables dependientes.	54
<b>2.4.2</b>	Variables independientes.	55
	<b>CAPITULO III</b>	
<b>3</b>	<b>RESULTADO DE LA INVESTIGACION.</b>	57
<b>3.1</b>	Descripción y análisis de resultados.	57
<b>3.2</b>	Interpretación y discusión de resultados.	78
	<b>CAPITULO IV</b>	
<b>4</b>	<b>PROPUESTA DE INTERVENCION.</b>	82
<b>4.1</b>	Introducción a la propuesta.	82



---

<b>4.2</b>	Objetivos de la propuesta	85
<b>4.2.1</b>	General.	85
<b>4.2.2</b>	Específicos.	85
<b>4.3</b>	Exposición de motivos.	86
<b>4.4</b>	Factibilidad de la Propuesta.	88
<b>4.5</b>	Propuestas estratégicas.	89
<b>4.5.1</b>	Indicar los pasos legales para crear una empresa dedicada a la confección y comercialización de ropa informal para damas.	89
<b>4.5.2</b>	Señalar el estudio de mercado realizado para la creación de la empresa de confección y comercialización de ropa informal para damas.	122
<b>4.5.3</b>	Presentar el proyecto de factibilidad financiera para la creación de la empresa de confección y comercialización de ropa informal para damas.	145
<b>4.6</b>	CONCLUSIONES	154
<b>4.7</b>	4.7. RECOMENDACIONES	156
<b>4.8</b>	4.8. BIBLIOGRAFÍA	158
<b>4.8.1</b>	4.8.1. Bibliografía.	158
<b>4.8.2</b>	4.8.2. Linkografía.	159
<b>4.9</b>	ANEXO	160



---

## INTRODUCCION

Debido a que buscamos la creación de una empresa industrial que se dedique a la confección de prendas de vestir de carácter femenino, es necesario definir dos palabras básicas, como son la factibilidad y la viabilidad. De allí que podemos indicar que la Factibilidad: Es la “cualidad o condición de factible”, y que Factible: es lo “que se puede hacer”; en cambio que Viabilidad: Es la “cualidad de viable”, y lo Viable: Es “Que, por sus circunstancias, tiene probabilidades de poderse llevar a cabo”. Si apreciamos las dos definiciones son muy similares, claro, sin entrar en discusiones semánticas o dialécticas tal vez ahí sí encontremos una diferencia; pero el propósito es diferenciar los conceptos dentro de los proyectos de creación de una empresa. Un proyecto es factible, es decir que se puede ejecutar, es el que ha aprobado las cuatro evaluaciones básicas: siendo estas: La técnica, la ambiental, la financiera y la socio – económica. La aprobación o “visto bueno” de cada evaluación la llamaremos viabilidad; estas viabilidades se deben dar al mismo tiempo para alcanzar la factibilidad de un proyecto; por ejemplo un proyecto puede ser viable técnicamente pero puede ser no viable financieramente, y así las otras posibles combinaciones; entonces con una evaluación que resulte no viable, el proyecto no será factible.

El presente trabajo de investigación consiste en elaborar una propuesta para aplicar una de las herramientas básicas de la planificación financiera de las organizaciones como es el establecer un proyecto de factibilidad para la formación de una empresa dedicada a la confección y comercialización de ropa informal para



---

damas en la ciudad de Babahoyo, proyecto que contendrá el análisis de rentabilidad económica-social.

Además veremos en el mismo aspectos importantes relacionados con los objetivos que aspiramos, el problema de la investigación, la justificación, las opiniones sobre investigaciones anteriores referente al tema, las variables, un glosario sobre los términos más frecuentes a utilizarse, las hipótesis, el desarrollo y resultados de los instrumentos aplicados a la población objetivo sobre el proyecto de factibilidad, las conclusiones y recomendaciones de la presente investigación, pero sobre todo la propuesta respectiva que fortalece el trabajo investigativo y orienta la aplicación de los objetivos señalados, con ello damos un aporte firme y significativo sobre este importante tema que es parte de la planificación financiera y que aspiramos sea un instrumento que permita instalar e implementar la presente empresa.

La evaluación socio-económica; la mencionamos haciendo referencia y énfasis, en el impacto social del proyecto, aunque en un análisis mas profundo sonaría algo redundante teniendo en cuenta que la economía, por definición, es una ciencia social que busca satisfacer las necesidades humanas materiales. Aquí se analizarán la población afectada (cobertura del proyecto), sus impactos (beneficios o perjuicios) y su relación con las variables económicas de una región (país) por ejemplo: empleo generado, contribución al PIB, relación con el plan de desarrollo, entre otras. Es importante evaluar estas variables, ya que el proyecto puede tener restricciones respecto a políticas económicas por ejemplo: de importación y



---

exportación, cambiarias, arancelarias, entre otras. En conclusión, un proyecto factible es el que técnico, ambiental, financiero y socio-económicamente es viable.

## **CAPÍTULO I**

### **1. PROBLEMA**

#### **1.1. PROBLEMA DE ESTUDIO**

En la ciudad de Babahoyo, son pocas las empresas legalmente constituidas y que generan empleo a favor de la comunidad local, por ello la importancia de crear un nuevo negocio favorece sin duda a varios actores entre ellos podemos señalar a los siguientes:

- Al propietario o propietarios del nuevo negocio.
- A los empleados y trabajadores que formaran parte del negocio.
- Al fisco, por el pago de impuestos.
- A los proveedores de bienes y de materia prima.
- A los financistas o prestamistas.
- A la comunidad en general.



---

En Babahoyo, el mercado de la ropa para damas se mueve adecuadamente en el medio, pero no existen empresas que fabriquen y comercialicen en forma local este tipo de prendas de vestir, de allí que vemos la importancia de crear un negocio de esta naturaleza, sobre todo que produzca los bienes para satisfacer la demanda de las damas en cuanto a ropa femenina se refiere.

Todo negocio, sobre todo cuando es nuevo, consiste básicamente en satisfacer necesidades y deseos del cliente vendiéndole un producto o servicio por más dinero de lo que cuesta fabricarlo. La ventaja que se obtiene con el precio, se utiliza para cubrir los costos y para obtener una utilidad.

La mayoría de los empresarios, principalmente de pequeñas empresas definen sus precios de venta a partir de los precios de sus competidores, sin saber si ellos alcanzan a cubrir los costos de sus empresas. La consecuencia inmediata derivada de esta situación es que los negocios no prosperan.

Conocer los costos de la empresa es un elemento clave de la correcta gestión empresarial, para que el esfuerzo y la energía que se invierte en la empresa den los frutos esperados. Por otra parte, no existen decisiones empresariales que de alguna forma no influyan en los costos de una empresa. Es por eso imperativo que las decisiones a tomarse tengan la suficiente calidad, para garantizar el buen desenvolvimiento de las mismas.



---

Para evitar que la eficacia de estas decisiones no dependa únicamente de la buena suerte, sino más bien, sea el resultado de un análisis de las posibles consecuencias, cada decisión debe ser respaldada por tres importantes aspectos:

1. Conocer cuáles son las consecuencias técnicas de la decisión.
2. Evaluar las incidencias en los costos de la empresa.
3. Calcular el impacto en el mercado que atiende la empresa.

Como se ve, el cálculo de costo es uno de los instrumentos más importantes para la toma de decisiones y se puede decir que no basta con tener conocimientos técnicos adecuados, sino que es necesario considerar la incidencia de cualquier decisión en este sentido y las posibles o eventuales consecuencias que pueda generar.

El cálculo de costo, por ende, es importante en la planificación de productos y procesos de producción, la dirección y el control de la empresa y para la determinación de los precios, así como para fundamentar el proyecto de factibilidad y el análisis económico y social que determinará si es rentable o no el futuro negocio.

Uno de los factores que afectan en forma constante a las actividades de los negocios es que no tienen una constitución apropiada y que son manejados por sus propietarios en forma personal, es sin duda el económico, encontramos muchas veces que en el mercado local este tipo de negocios no tienen específicamente un



---

ente financiero o financistas que les ayude a resolver su problema al iniciar e instalar sus negocios.

El sector conformado por los microempresarios en la ciudad de Babahoyo, es extenso, sus características son compatibles con las de otras poblaciones del país, pero no solo nos podemos quedar con este gran sector, sino que debemos abrir el horizonte hacia los informales, como un mercado firme para las futuras ventas de la organización a crearse.

Por otro lado debemos ver que toda entidad se establece organizadamente e ingresa al sector para cumplir con determinadas normas legales que aseguren su existencia dentro del mercado por un tiempo determinado.

Este tipo de nueva empresa se puede decir que busca: “diseñar y confeccionar sus propios patrones significa no sólo pensar prácticamente sino en primer lugar ser creativos.”

### **1.1.1 Ubicación del sector donde va a realizar la investigación.**

La investigación se realizará en la Provincia de Los Ríos, la cual tiene una extensión de 7.150,90 Km<sup>2</sup>, y, actualmente cuenta con 650.178 habitantes, según el género corresponden a 335279 hombres y 314899 mujeres<sup>1</sup>, se estima que la

---

<sup>1</sup> INEC, Los Ríos.- Último censo de población y vivienda. 2.001.



---

población proyectada para el año 2010 será de 780.443 habitantes de los cuales 467.613 estarán en el área urbana y 312.830 en el área rural<sup>2</sup>.

Políticamente se encuentra dividida en trece cantones, siendo su capital, la ciudad de Babahoyo, el cantón Babahoyo posee un total de 132824 habitantes, su población urbana es de 93187 y la rural de 39344 habitantes<sup>3</sup>.

El cantón Babahoyo, está dividido en cinco parroquias rurales, siendo estas: La unión, Pimocha, Caracol, Pueblonuevo, Febrescordero y cuatro parroquias urbanas, estas últimas se asientan en la ciudad de Babahoyo, siendo las mismas: El Salto, Barreiro, Clemente Baquerizo y Camilo Ponce Enríquez. La ciudad de Babahoyo, tiene en su entorno urbano 76869 habitantes.

La presente investigación es en la ciudad de Babahoyo, en las organizaciones de carácter privado, en la gestión que cumplirá sus recursos humanos, en las zonas de influencia comercial establecidas en sus parroquias urbanas y en el estudio a las empresas de la ciudad que se encuentran reguladas por la Superintendencia de compañías, que se encuentran adscrita a la cámara de comercio, pequeña industria y microempresas de la ciudad de Babahoyo, al igual que la opinión de la ciudadanía sobre esta nueva organización dedicada a la confección y comercialización de ropa informal para damas.

### **1.1.2. Situación Problemática.**

---

<sup>2</sup> Consejo Provincial de Los Ríos. 2008. Datos proyectados sobre el último Censo de Población y Vivienda. Los Ríos. S/Ed. Babahoyo.

<sup>3</sup> Ídem.



---

Desde siempre las mujeres han deseado confeccionar sus propias prendas de vestir, que reflejen en cada detalle, estilo, color y forma, su propio gusto y personalidad. Con este propósito la creación de esta empresa de producción de prendas de ropa femenina les ofrece los elementos ideales. Es un sistema de trazo y corte de patrones, único y tan sencillo de aprender, y ya reconocido mundialmente desde hace decenas de años. Solo requiere de tomar dos medidas e inmediatamente, en una forma fácil y rápida, iniciar a cortar y confeccionar sus propios patrones.

A fin de tratar de reducir las inequidades que se presentan en el sector informal y microempresario de la ciudad, buscamos facilitar el acceso a bienes producidos por una empresa que facilite al mercado local, acceder a la compra de ropa femenina en cuanto a costo, canales de distribución y tiempo en la entrega de estos bienes a los comerciantes minoristas y microempresarios de la ciudad de Babahoyo.

Por ello nuestra investigación señala como problema fundamental la falta de una empresa dedicada a la confección y comercialización de ropa informal para damas que sirva sobre todas las cosas para atender la demanda de este tipo de bienes en forma local y posteriormente ampliarse a lo provincial y regional atendiendo a los negocios de este gran sector, facilitando la comercialización de estos bienes y proyectar la rentabilidad de instalar este tipo de negocio.



---

**Pregunta:**

¿No existen empresas dedicadas a la confección y comercialización de ropa informal para damas, en la ciudad de Babahoyo, por lo que se requiere de un proyecto de factibilidad para la creación de una de ellas incluido su análisis de rentabilidad económica-social?

**Subpreguntas:**

- ¿Se desconoce cuáles son los pasos para crear una empresa que se dedique a la confección y comercialización de ropa informal para damas?
- ¿No existe un estudio de mercado que permita establecer la necesidad de creación de una empresa que se dedique a la confección y comercialización de ropa informal para damas?
- ¿No se conocen los pasos para la elaboración de un proyecto de factibilidad para la creación de una empresa que se dedique a la confección y comercialización de ropa informal para damas?
- ¿Es necesario incluir un análisis de rentabilidad económica-social para la creación de la empresa que se dedique a la confección y comercialización de ropa informal para damas?



---

## **1.2. OBJETIVOS.**

### **1.2.1. Objetivo general**

Diseñar un proyecto de factibilidad para la formación de una empresa dedicada a la confección y comercialización de ropa informal para damas en la ciudad de Babahoyo, con su respectivo análisis de rentabilidad económica-social.

### **1.2.2. Objetivos específicos**

- Establecer cuáles son los pasos para crear una empresa que se dedique a la confección y comercialización de ropa informal para damas en la ciudad de Babahoyo.



- 
- Realizar un estudio de mercado que permita establecer la necesidad de creación de una empresa que se dedique a la confección y comercialización de ropa informal para damas en la ciudad de Babahoyo.
  - Elaborar un proyecto de factibilidad para la creación de una empresa que se dedique a la confección y comercialización de ropa informal para damas en la ciudad de Babahoyo.
  - Realizar el análisis de rentabilidad económica-social para la creación de la empresa que se dedique a la confección y comercialización de ropa informal para damas en la ciudad de Babahoyo.

### **1.3. Justificación.**

Una de las definiciones de confección es: “Acción u efecto de confeccionar algo, especialmente prendas de vestir”; la “Hechura de prendas de vestir”; la “Actividad de fabricar prendas de vestir”.

El concepto de confección va unido a lo que es la moda, esta última para muchos, puede ser un estilo de vida como para los diseñadores y los modelos. Los estilos y tendencias deben ir de acuerdo con la persona que ocupa determinada prenda; las personas se tienen que ubicar en su edad, trabajo y/o gusto por la moda, para que alguien se pueda ver moderno, se tiene que ver bien no sólo es traer ropa de la tendencia que llegó al mercado si no tiene que buscar que vaya con su carácter, fisonomía, edad, pero sobre todo se tiene que sentir bien consigo mismo/a para



---

que en realidad comunique esa moda que le atrae. Para ello es importante conocer que existen diferentes tipos de cuerpo, y cada uno necesita algo específico para resaltar sus mejores atributos y esconder sus pequeños defectos.

Nuestra investigación por ello busca crear una empresa que se dedique a la confección de prendas de ropa informal femenina que este a la moda o requerimiento de la sociedad actual, dado que este tipo de organizaciones no existen en la ciudad de Babahoyo.

Toda empresa, cualquiera sea su naturaleza, persigue una serie de objetivos que orientan su actividad y ordenan el camino de sus acciones. Estos objetivos son de diversa característica y marcan el perfil y la visión del negocio; como por ejemplo:

- a. Obtener dinero
- b. Desarrollarse
- c. Mantenerse en el tiempo
- d. Alcanzar nuevos mercados
- e. Tener productos y servicios de buena calidad
- f. Prestar servicio eficientes
- g. Lograr la fidelidad de los clientes

Uno de los objetivos empresariales más importantes a lograr es la "rentabilidad", sin dejar de reconocer que existen otros tan relevantes como crecer, agregar valor a la empresa, etc. Pero sin rentabilidad no es posible la permanencia de la empresa



---

en el mediano y largo plazo. Cuando se analizan los Costos, ambos temas - costos y rentabilidad - tienen muchos puntos en común.

La rentabilidad es sinónimo de ganancia, utilidad, beneficio y lucro.

Para que exista rentabilidad "positiva", los ingresos tienen que ser mayores a los egresos. Lo que equivale a decir que los ingresos por ventas son superiores a los costos.

Sin rentabilidad es imposible pensar en inversiones, mejorar los ingresos del personal, obtener préstamos, crecer, retribuir a los dueños o accionistas, soportar situaciones coyunturales difíciles, etc.

Nuestra justificación es de carácter práctica, dado que los planteamientos que formularemos a lo largo de la propuesta final permitirán obtener un proyecto de factibilidad para la formación de una empresa dedicada a la confección y comercialización de ropa informal para damas en la ciudad de Babahoyo, que en la actualidad no existe en el medio, que la crearemos conforme a las nuevas normas de la legislación ecuatoriana y sobre todo al crecimiento y expansión que ha mantenido el mercado local sobre este tipo de bienes.

### **1.3.1. Limitación de la investigación.**

#### **1.3.1.1. Temporal**



---

De Enero del 2010 a Diciembre del 2010

### **1.3.1.2. Espacial**

- Formación de una empresa dedicada a la confección y comercialización de ropa informal para damas.
- Ubicación:
  - Ciudad de Babahoyo.
  - Cantón Babahoyo.
  - Provincia de Los Ríos

### **1.3.1.3. Unidades de observación**

- Directivos: 50 (Cincuenta)
- Ciudadanía: 200 (Doscientos)
- Proveedores: 20 (Veinte)

## **1.4. Antecedentes de investigación.**

### **1.4.1.- Marco referencial.**

No existen estudios relacionados con la presente investigación que hayan sido realizados por otros profesionales, con referencia al presente tema, ya que no hay empresas de similares constitución en la ciudad de Babahoyo, lo que existen son talleres artesanales que elaboran en su mayoría ropa deportiva y no ropa informal para damas.



---

## CAPITULO II

### 2. MARCO TEORICO.

#### 2.1. Fundamentación Teórica.

Entre los principales aspectos con el tema a investigarse, enfoques o teorías relacionadas sobre los que basaremos nuestro estudio podemos señalar los siguientes:

##### **Elección del tipo de negocio.**

La elección del tipo de negocio a poner en marcha es el punto de partida de todo proyecto empresarial. Son muchos los factores que pueden llevar a una persona a inclinarse por un negocio en concreto. Con carácter general, puede venir determinada por alguno de los siguientes factores:



- 
- Oportunidades de negocio en mercados poco abastecidos, de nueva creación o con un alto potencial de crecimiento.
  - Conocimientos técnicos sobre mercados, sectores o negocios concretos.
  - Simplicidad del negocio.

Pero existen otros factores determinantes como el nivel técnico o el nivel económico exigido por algunos negocios, que actúan como factor disuasorio en muchos casos.

Una vez definida la idea y antes de entrar en el análisis del Plan de Empresa, conviene que los promotores se planteen algunas preguntas:

- ¿Se trata de una idea realista?
- ¿Es viable técnicamente?
- ¿Es viable desde el punto de vista económico?
- ¿Se está en condiciones de poder acometerla?
- ¿Su rentabilidad justifica los esfuerzos necesarios para ponerla en marcha?

Pero sin duda el factor más importante es la ilusión o confianza que los promotores tienen en la idea. Por ello todo empresario debería reunir alguna de estas cualidades:

- Confianza en si mismo e ilusión en el proyecto
- Saber elegir a sus colaboradores
- Capacidad para organizar y coordinar medios económicos, humanos y materiales
- Capacidad para dirigir y motivar al personal



- 
- Capacidad para tomar decisiones y asumir riesgos
  - Iniciativa y espíritu innovador

### **Cómo financiar la creación de una empresa.**

Uno de los mayores problemas al crear una empresa, es la falta de dinero necesario para ponerla en marcha y hacerla funcionar durante los primeros meses de vida.

Lo recomendable al iniciar un nuevo negocio o empresa, es usar capital propio; es decir, usar el dinero que tengamos ahorrado, que podamos obtener de nuestra liquidación como empleados, que podamos obtener al vender algún bien personal, etc.

Sin embargo, muchas veces el capital que tenemos no es suficiente para crear nuestra empresa, por lo que se nos hace necesario recurrir a fuentes externas.

Veamos a continuación los pasos necesarios para obtener dinero de una fuente de financiamiento externa:



- 
1. Asegurarse de que se va a necesitar financiamiento externo.- En primer lugar debemos asegurarnos de que el capital propio que tenemos no es suficiente para montar nuestra empresa, y que realmente vamos a necesitar contar con un financiamiento externo.

Para ello es necesario que realicemos previamente un plan de negocios, en donde calculemos cuanto es lo que vamos a necesitar como inversión para poner en marcha la empresa y para hacerla funcionar durante el primer ciclo de vida productivo, es decir, durante el periodo transcurrido desde que se inicien las operaciones hasta que la empresa obtenga dinero en cantidades suficiente como para seguir operando normalmente.

2. Calcular cuánto es lo que vamos pedir prestado.- En segundo lugar debemos tener en claro a cuánto ascenderá el monto que vamos a pedir prestado.

Para ello, simplemente debemos restar a la inversión total del proyecto, el capital propio que tengamos.

3. Buscar el banco o entidad financiera indicada.- En tercer lugar debemos investigar las diferentes ofertas financieras que existan en el mercado, y elegir la que pueda otorgarnos el monto que necesitamos, con los menores costos, y que permitan el mayor plazo posible para pagar la deuda.



---

Debemos también tener en cuenta los requisitos que soliciten para poder otorgar el préstamo, así como factores tales como la reputación del banco o entidad financiera, su atención o la rapidez con la que nos podrían otorgar el dinero.

4. Asegurarnos de que seremos capaces de pagar la deuda.- Una vez que hemos elegido el banco o la entidad financiera a la cual le vamos a solicitar el préstamo, debemos asegurarnos de que seremos capaces de poder pagar la deuda contraída en caso de obtenerlo.

Para ello debemos averiguar el costo del préstamo (la tasa de interés), así como los otros costos que pueda tener incluido tales como los de mantenimiento.

Luego debemos hacer nuestro presupuesto del pago de la deuda, en donde calcularemos cuáles serán los montos o cuotas que tendremos que pagar mensualmente para cancelar el préstamo. Este cuadro nos lo puede brindar el mismo banco o entidad financiera.

Y luego, debemos incluir dichas cuotas a nuestras proyecciones hechas en el plan de negocio y, de ese modo, saber si con los ingresos que generaría la empresa, estaríamos en la capacidad de pagar dichos montos.



- 
5. Acudir al banco o entidad financiera.- Una vez que nos encontramos en la capacidad de solicitar el préstamo, debemos acudir al banco o entidad financiera que hayamos elegido previamente.

Tendremos que llevar todos los requisitos que nos pidan, uno de ellos, podría ser nuestro plan de negocios, en donde a través de las proyecciones, podamos demostrar para qué necesitamos el préstamo, y si seremos capaces de pagarlo.

### **El plan de empresa.**

Puede definirse como el documento en el que se va a reflejar el contenido del proyecto empresarial que se pretende poner en marcha, y que abarcará desde la definición de la idea a desarrollar hasta la forma concreta de llevarla a la práctica.

Se trata por ello de una herramienta básica para poder hacer un seguimiento del desarrollo de la actividad empresarial, analizando y comparando previsiones y resultados. Por otra parte, a la hora de solicitar cualquier tipo de colaboración, ayuda o apoyo financiero, al Plan de Empresa servirá como tarjeta de presentación del proyecto empresarial, ante entidades financieras, instituciones o posibles socios, poniendo además de manifiesto el rigor y la profesionalidad de los promotores.

A continuación vemos un posible esquema de un Plan de Empresa:



---

### 1.- Objetivos del proyecto empresarial y presentación de los promotores.

- Definición de las características generales del proyecto a poner en marcha
- Resumen del proyecto: inversión total, recursos propios y ajenos, proyección de ventas, resultados estimados, localización...
- Prestación de los promotores: formación, experiencia empresarial...

### 2.- La actividad de la empresa: el producto o el servicio.

- Definición de las características del producto o servicio que va a ser objeto de la actividad de la empresa
- Mercado al que va dirigido y necesidades que cubre
- Características diferenciadoras respecto de los productos o servicios de la competencia
- Normas que regulan la fabricación o comercialización del producto o la prestación del servicio
- Protección jurídica

### 3.- El mercado

- Definición del mercado al que se dirigirá el producto o el servicio: dimensión, localización, consumo, estructura, tipo de clientes, mercado real y mercado potencial
- Previsiones de evolución del mercado
- La competencia: identificación de las empresas competidoras, características de las mismas, posición en el mercado, ventajas e



---

inconvenientes del producto o servicio con los de la competencia, reacción de ésta ante la entrada de la nueva empresa en el mercado...

- Participación prevista en el mercado

#### 4.- La comercialización

- Presentación del producto o servicio
- Determinación del precio de venta
- Penetración en el mercado; canales de distribución, red comercial...
- Acciones de promoción; publicidad, catálogos, descuentos...
- Previsión de ventas
- Garantías, servicio técnico, servicio post-venta...

#### 5.- La producción

- Determinación del proceso de fabricación
- Selección de instalaciones y equipos necesarios
- Aprovisionamiento; materias primas, proveedores, suministros básicos...
- Gestión de stocks, materias primas, productos intermedios...
- Control de calidad

#### 6.- Localización

- Criterios de localización
- Terrenos, edificios e instalaciones
- Comunicaciones e infraestructura
- Ayudas públicas para localización



---

## 7.- Las personas

- Puestos de trabajo a crear
- Distribución por categorías y asignación de responsabilidades
- Perfiles de las personas a contratar; conocimientos, experiencia...
- Selección del personal
- Formas de contratación
- Previsiones de crecimiento del empleo

## 8.- La financiación

- Necesidades económicas del proyecto; recursos propios y ajenos, ayudas públicas...
- Identificación y selección de fuentes de financiación; banca oficial, banca privada, sociedades de leasing...
- Plan financiero; proyecto de inversiones, previsión de tesorería, cuenta de resultados previsional, balance previsional...
- Rentabilidad del proyecto

## 9.- Aspectos formales del proyecto

- Elección de la forma jurídica
- Trámites administrativos a realizar
- Obligaciones de la empresa; contables, fiscales, laborales....

## **La moda.**



---

(Del francés, *mode* y éste del latín, *modus*, modo o medida) indica en su significado más amplio una elección o, mejor dicho, un mecanismo regulador de elecciones, realizadas en función de unos criterios de gusto.

La moda son aquellas tendencias repetitivas, ya sea de ropa, accesorios, estilos de vida y maneras de comportarse, que marcan o modifican la conducta de una persona. La moda en términos de ropa, se define como aquellas tendencias y géneros en masa que la gente adopta o muere. La moda se refiere a las costumbres que marcan alguna época o lugar específicos, en especial aquellas relacionadas con el vestir o adornar. Todas las personas tiene diferentes gustos de vestir, algunos usan ropa más reservada, otros más extrovertidos, más elegantes, etc., aunque siempre todo va a ir por épocas y dentro de cada época se van a deslindar diferentes tipos de modas como las antes mencionadas.

La moda comienza en el año 1900 con la llamada silueta S, debido al corsé que empujaba los pechos hacia arriba, estrechando la cintura y sus faldas ajustadas a la cadera ensanchándolas en forma de campana al llegar al suelo. En el mundo laboral se empieza a incorporar los trajes sastre y el corte con influencia masculina para las mujeres. Los vestidos eran largos, cubrían los zapatos, las plumas y los encajes hacían furor, destacando los grandes sombreros con infinidad de adornos y ornamentos. La moda prácticamente solo fue seguida por las clases altas alemanas.



---

En 1908, la silueta fue mucho más recta, sin marcar tanto la cintura. Radicalmente cambio la ropa interior; se dejó de usar el corsé a cambio del sujetador, las faldas se estrechaban tanto en su vuelo que casi no dejaban andar, los sombreros eran muy anchos, la silueta era un triángulo invertido, haciendo surgir el escote en V. Antes de la guerra se añade a la silueta una sobrefalda con más vuelo por la rodilla. Los sombreros se redujeron para comenzar a usar la ropa deportiva, en distintos deportes que se practicaban en la época.

En 1910, la silueta de la mujer se hizo completamente lisa por la parte superior, de forma que el look unisexo u andrógino se generaliza. Se elimina completamente la falda larga de la década anterior y la sobrefalda que se llevaba sola, pierde su vuelo. Usaban vestidos enteros con flecos y bolsitos pequeños. Se acortaron las prendas por encima del tobillo, y la década acaba con el corte de pelo “ETON”.

En 1920, la ropa comenzaba a ser mucho más práctica. Nuevamente vuelve a cambiar la silueta descendiendo la cintura a su posición anatómica, marcando el talle y ensanchando los hombros. Se popularizaba el traje de chaqueta para calle y se fiesta se elegían los vestidos con grandes escotes en la espalda así como abrigos largos con pieles. En esta década se destacan las faldas cortas. Desaparecen los sombreros y se vuelven a dejar crecer el pelo.

En 1930, esta es una década de guerra y eso perjudico a la moda. El look se militarizo y los tejidos se volvieron pobres, debido a esto las chicas se vestían con uniforme de ciudad, es decir, trajes de chaqueta. El largo se elevaba por debajo de



---

las rodillas popularizando los pantys, aunque fueron escasos. Usaban los zapatos topolino, de corcho y los gorritos diminutos que eran muy sencillos o simplemente pañuelos a la cabeza.

En 1943, volvió el esplendor, triunfo el nuevo look de Cristian Dior. Otra vez se vuelve a forzar la silueta con una cintura estrecha y tomaron volúmenes sus hombros y pechos. Se aumentó el vuelo de sus faldas pero se mantenían por debajo de sus rodillas. Comenzó el culto por la belleza por que las mujeres estaban hartas del estilo masculino y es por eso que volvieron las curvas. Los zapatos se estilizaron haciéndolos mas puntiagudos, usaban abrigos de paño, bolsitos al codo y los más elegantes sombreros

En 1950, esta década se destaca por la revolución. Se utilizaba ropa COMODA dando lugar a la ropa juvenil, dejando atrás el lujo Borges. Se había puesto de moda la ropa extravagante. Los estampados eran de mariposas y de flores. Las siluetas volvieron hacer más lisas y se comenzaron a imponer rápidamente por todo el mundo las minifaldas.

En 1960, en esta década los adolescentes se pudieron expresar libremente. Aquí surgió el concepto de la ropa diferente, original, divertida y extravagante. El cabello se usaba corto y con cortes geométricos. Tanto los hombres como las mujeres comenzaron a usar pantalones de campana y se impusieron las blusas de algodón.



---

En 1970, fue una década muy diversa, aquí se produjo un furor hacia lo RETRO. Las flores fueron el principal símbolo no solo en la ropa sino que también el pelo y representaban la ideología ilusoria que los guiaban a la llamada REVOLUCION DE LAS FLORES. Resaltaban los trajes y vestidos, que se lucieron con ajustados pantalones. El algodón fue remplazado por la lycra; usaban botas o zapatones de taco, tipo suecos.

En 1980, la moda trajo cambios muy positivos. El nuevo estilo se caracterizaba por el uso de ropa interior visible, ya sea sobre una remera, debajo de una remera transparente o tirantes de encaje visibles. Esta nueva moda fue altamente controversial ya que esto nunca se había visto en el pasado; esto fue sinónimo de liberación para las mujeres, ya que antiguamente usar la ropa interior así les daba aspecto de una mujer desarreglada. Gracias a esta tendencia, las mujeres de hoy pueden vestir remeras cómodas sin tener que preocuparse por las transparencias o los tirantes de los corpiños.

En 1991, en esta época se basaba en la variedad y no en una tendencia específica y duradera. Trataban de ponerse lo que te hiciera sentir más cómodo, sin darle mucha importancia a la opinión de los demás o a las tendencias, porque la gente había llegado a la conclusión de que no se estaban expresando con libertad. Se vestían con la remera de The Clash o podían dejarse el cabello suelto. La gran modificación de ellos fue la aparición de los piercings, tatuajes y pinturas de pelo.



---

En la actualidad la moda se ha asociado y cambiando según las distintas tribus urbanas. Ellos distinguen la ropa según las marcas exclusivas, es decir, por llevar determinado logo o símbolo estampado, por algún accesorio o por vestirse de distintos colores claro. Los hombres tanto como las mujeres adoptan el chándal para todo tipo de trabajo u ocasión. Las mujeres usan borsegos, suecos o sandalias. Se volvió a los 80, esta de moda el estampado floreado. Aceptando así los shorts, polleras, y pantalones tiro alto. Se usan también las cosas cortas, como por ejemplo minifaldas. También de última moda salió las remeras cortas y abuchonadas, dejando ver la panza al levantar los brazos. Mas que nada la usan las jóvenes para ir a bailar. Se implemento el jean claro. Como chaquetas de jean y pantalones jeans rotos y deshilachados. Se dejo de usar la zapatilla en la mujer. Las carteras son pequeñas y si es con flecos mejor. Se usa muchísimo la calza con remeras largas. Y el color que más se usa en este verano es el zuela. Los hombres implementan el escote en V junto con pantalones chupines y zapatillas de marca. Los pantalones blancos en los hombres son sensación, tanto como las camisas abiertas con una remera debajo y arremangadas. Se usa la remera adentro de la parte de la hebilla del cinturón y lo demás afuera, mostrando así una moda rebelde. También es muy normal que al hombre se le vea la tira de arriba de los bóxer.

### **Rentabilidad económica**

Expresada normalmente en tanto por ciento, mide la capacidad generadora de renta de los activos de la empresa o capitales invertidos y es independiente de la



---

estructura financiera o composición del pasivo. Es el ratio o indicador que mejor expresa la eficiencia económica de la empresa. Se obtiene dividiendo el beneficio total anual de la empresa antes de deducir los intereses de las deudas o coste del capital ajeno por el activo total, multiplicado por 100. Mientras que la rentabilidad financiera mide la rentabilidad de los accionistas o rentabilidad del capital propio, la rentabilidad económica mide la capacidad generadora de renta de los activos de la empresa, con independencia de la clase de financiación utilizada (propia o ajena) y su coste.

En economía, la **rentabilidad financiera** o "ROE" (en inglés, Return on equity) relaciona el beneficio económico con los recursos necesarios para obtener ese lucro. A nivel empresa, muestra el retorno para los accionistas de la misma, que son los únicos proveedores de capital que no tienen ingresos fijos.

La rentabilidad puede verse como una medida de cómo una compañía invierte fondos para generar ingresos. Se suele expresar como porcentaje.

$$ROE = \frac{\textit{Beneficio Neto}}{\textit{Patrimonio Neto}}$$

Por ejemplo si se coloca en una cuenta un millón y los intereses generados son 100 mil, la rentabilidad es del 10%. La rentabilidad de la cuenta se calcula dividiendo la cantidad generada y la cantidad que se ha necesitado para generarla.



---

Fórmula de Du Pont.- A efectos de poder realizar un análisis más detallado de las causas que generan rentabilidad, en la empresa Du Pont se desarrolló a principios del siglo XX la fórmula de Du Pont desagrega la fórmula anterior en dos términos.

Existen empresas que siguen una estrategia de líderes en costes que basan su rentabilidad en una alta rotación con un bajo margen. Es decir venden mucha cantidad pero con poco margen en cada venta. En tanto otras empresas basan su rentabilidad en unos altos márgenes, pero una rotación baja.

La rentabilidad de una empresa se divide principalmente en rentabilidad económica y rentabilidad financiera. La rentabilidad económica, que es en la que nos centramos hoy, hace referencia a la eficiencia en la utilización de los recursos de la empresa, es decir, el comportamiento de nuestros activos con respecto de nuestros pasivos.

Las tres ratios más utilizadas para medir la rentabilidad económica de una empresa son:

**Rentabilidad económica de la explotación:**

$$\frac{\text{BENEFICIO DE EXPLOTACIÓN}}{\text{ACTIVO}}$$



---

Esta ratio nos mide la rentabilidad que obtiene nuestro activo por la actividad típica de la empresa. Cuanto mayor sea, mayor valor genera la actividad de la empresa.

**ROI (Return On Investment, o Rentabilidad de la Inversiones):**

$$\frac{\text{BENEFICIO ANTES DE IMPUESTOS E INTERESES}}{\text{ACTIVO}}$$

**ROA (Return on Assets, o Rentabilidad del activo):**

$$\frac{\text{BENEFICIO NETO}}{\text{ACTIVO}}$$

Tanto la ROI como la ROA, nos medirán la rentabilidad del activo, y cuanto mayor sea, más fiable será la empresa. Sin embargo, ninguna de las tres ratios descritas tiene en cuenta cómo están financiadas las inversiones del activo. Por lo que habrá que completar su análisis con otras ratios

Todo análisis de estados financieros ha de comenzar por la detección de distorsiones lógicas en los mismos. Los Balances y Cuentas de Resultados deben ser coherentes con la situación de la empresa, su dimensión y la actividad a la que se dedica.

Se recomienda aplicar juicios de valor con el objetivo de dar veracidad a la información financiera disponible. Una vez superada esta fase, se procederá a un análisis de estados financieros propiamente dicho.

**Rentabilidad social.**



---

La rentabilidad social nace dentro de los discursos políticos en América latina ante la inminente problemática social que atravesamos. Muchos de los problemas sociales son detectados por la comunidad mucho antes que por las instituciones, por esto la discursiva política nos enriquece día a día, como un indicador de lo que la sociedad necesita.

El problema central de la rentabilidad social esta expresado en su mismo nombre, la falta de definición de un concepto de esta magnitud obedece a la falta de conociendo sobre el mismo tema.

Los proyectos de inversión social están sujetos a una gran diversidad de preguntas:

- ¿Quién paga estos proyectos?
- ¿De quién es la responsabilidad de estos?
- ¿Por qué es necesario realizarlos?
- ¿Quién los audita?

Y otras muchas preguntas que no son de fácil respuesta.

Analicemos el problema desde el punto de vista antropológico: Las personas viven en cierto estándar de vida y como es comprensible si no están satisfechos, intentaran mejorarlo. La insatisfacción del ser humano es el motor del cambio y



---

el desarrollo, y esto es claro en cada transacción que realizamos, ya que siempre evaluamos los impactos que la transacción tenga sobre nuestra cotidianidad.

Desgraciadamente, muchas de nuestras inconformidades están en los resultados del sistema en el cual vivimos. Las democracias han intentado mejorar nuestras condiciones de interacción social, pero esto no siempre ha sido del todo satisfecho, y cuando lo ha sido, nuestras expectativas ya han cambiado. Por esto nace el Estado como “solucionador” de insatisfacciones. Es más fácil que un tercero reúna los recursos, los administre y ejecute programas para aliviar las inconformidades, que lo hagas de manera individual.

Los proyectos de inversión social, generalmente son realizados por el estado, ya que sólo éste puede garantizar la objetividad de la acción social de los mismos.

El ciudadano común y corriente está dispuesto a pagar impuestos para mejorar su “calidad de vida”, o para asegurar que la que tiene se mantenga. El estado recoge estos recursos y propende por la realización de proyectos, que cumplan esta condición.

La rentabilidad social presenta grandes problemas desde el comienzo: el significado etimológico de la palabra "rentabilidad" no es claro, pero bien podría definirse como "el manejo de calidad de una renta" o "la cantidad de la renta".



---

Las raíces latinas y griegas no permiten encontrar un significado real a la palabra, ya que la misma palabra "renta" es por demás confusa. Si definimos rentabilidad como la calidad, o mejor, la habilidad en el manejo de una renta, estaríamos bastante cercanos al concepto de "la renta de la aptitud", pero con diferente sentido. La claridad de esta hipótesis es la siguiente: Si la rentabilidad es la habilidad en el manejo de una renta, esta renta puede no ser manejada por su propietario, por lo tanto el indicador de rentabilidad que el capitalista está recibiendo bien puede no ser el real.

Si no es sencillo definir rentabilidad, menos aún definirla como "rentabilidad social", ya que esto representaría la evaluación de los siguientes factores:

- El capital inicial, ya sea monetario o humano.
- El manejo de los recursos.
- El beneficio generado.
- Los generadores de beneficio.
- Los receptores de beneficio.
- Su impacto social.
- Su impacto ambiental.

Dejando así en claro que las causas, los medios y los resultados no son obvios a la vista y más parecen de carácter empírico. Por esto debemos considerar la rentabilidad social según su naturaleza de gestión:



- 
- a. Producción de bienes.
  - b. Producción de bienes-servicios.
  - c. Prestación de servicios.

Así podemos clasificar en la producción de bienes sociales a los medios monetarios, que no tienen costos directos de adquisición para el usuario y les permiten una gran capacidad de negociación.

### **Que son las Confecciones.-**

Conociendo los costos de producción, se pueden fijar los precios de venta de los productos, considerando además los precios de la competencia y la capacidad de pago del cliente.

Concepto Costo de fabricación	Unidad	Precio S/.	Cantidad utilizada	Costo Total
Chalis	Kg	13.00	0.40	5.20
Rib	Kg	13.00	0.10	1.30
Botones	Doc.	4.20	04/12	1.40
Etiqueta	Millar	21.00	1/1000	0.021
Empaque	Ciento	3.00	1/100	0.030



Hilo	Doc.	3.00	01/12	0.25
Mano de obra	Hora	2.18	2	4.36
Costo de máquinas	Hora	0.23	2	0.46
Luz y agua				0.58
Local				1.44
Otros gastos				0.50
<b>Costo Total</b>				<b>16.00</b>

En el mercado, el precio promedio de una blusa para dama en tela chalis es de \$ 25.00; si nuestros costos de producción son de \$. 16.00, entonces para fijar el precio de venta, podríamos ofrecer el mismo precio del mercado. Si quisiéramos bajar el precio, no podría ser menos de \$.16.00.

¿Cuál es la utilidad en este negocio? La utilidad es la ganancia que nos queda después de cubrir todos los costos. En el ejemplo presentado, el costo de producción de una blusa para damas en tela chalis es de \$ 16.00. Si fijamos el precio de venta de éste producto en \$.25.00, nuestra utilidad por cada blusa que se venda sería de \$.9.00.

- El negocio debe estar ubicado, preferentemente en lugares donde transita mucha gente como: calles principales, mercados y ferias.
- Relacionarse con comerciantes de prendas de vestir, padres de familia de colegios y profesores para promocionar el negocio.
- Ofrecer la venta de artículos que se utilizan en las confecciones, tales como: telas, cierres, botones, agujas, centímetro, reglas, moldes, hilos, blondas, etc.; lo cual contribuirá a captar clientes para la confección de prendas de vestir.



- 
- Localizar proveedores en el mercado que ofrezcan buena calidad y precios favorables de materia prima e insumos, con el fin de obtener menores costos de producción y precios de ventas.
  - Ofrecer buena atención al cliente. En lo posible el dueño es quien debe atender al cliente, ofreciéndole catálogos con modelos de prendas de vestir y apoyándolo al hacer la elección de los modelos, colores, calidad del material, etc.

¿Quiénes son los clientes? Los clientes de una empresa de confecciones son todas las personas, hombres y mujeres. Según la especialización, los clientes pueden ser damas, caballeros o niños de diferentes edades.

¿A qué se dedica un negocio de confecciones? Es una microempresa dedicada a la fabricación de prendas de vestir. Puede especializarse en ropa para damas, caballeros o niños.

Según la demanda, la empresa puede vender las prendas según pedido, a la medida, al menudeo o confeccionar en serie para vender al por mayor. Siendo el vestido una de las principales necesidades del ser humano, la actividad de confecciones es una oportunidad para iniciar un negocio con éxito.

¿Cuánto se cobra por los trabajos de confecciones?.- Los precios de las prendas de vestir son muy variados, dependen de la calidad del material empleado para la



---

confección, del lugar de origen de las telas, del lugar de compra, entre otras consideraciones.

La forma de comercializar las confecciones depende del mercado al cual se orienta la producción. Por ejemplo:

- La empresa que fabrica a la medida, vende sus productos en el propio establecimiento.
- Los que producen al menudeo, comercializan sus productos en el propio establecimiento y a través de tiendas minoristas o en los puestos de mercados y ferias.
- Los que confeccionan ropa en serie, venden la producción en el establecimiento y en tiendas distribuidoras al por mayor.

Proceso de fabricación.- En la fabricación de prendas de vestir al por mayor generalmente se realizan las siguientes operaciones:

1. Revisión y elección de materiales (tela e insumos).
2. Tendido de la tela.
3. Dibujo de patrones.
4. Corte de partes integrantes del modelo.
5. Habilitado de las partes.
6. Armado de la prenda.
7. Acabado.



---

Para el caso de confecciones a la medida, el proceso empieza con la toma de medidas, la determinación del modelo de ropa a confeccionarse, el corte de tela y el cosido de la prenda.

En los casos de trajes típicos, las labores de bordado son muy importantes, también las aplicaciones de pedrería y adornos.

¿Qué tamaño de local requiere este negocio?.- Este tipo de negocio requiere de una habitación que tenga los espacios para ubicar las máquinas de coser, el tablero para cortes y moldes, la estantería, el espejo y el mostrador. El local debe tener servicios de electricidad y agua, buena iluminación y ventilación.

### **La comercialización.**

¿Que es la comercialización? “Es mas que vender o hacer publicidad”

1. Analizar las necesidades de las personas que juegan al tenis y decidir si los consumidores prefieren más cantidad o diferentes raquetas.
2. Prever qué tipos de raquetas desearan los distintos jugadores en lo que concierne a dimensiones de mango... y decidir cuales de estas personas tratara de satisfacer la firma.
3. Estimar cuantas de esas personas estarán jugando al tenis en los próximos años y cuantas raquetas compraran.



- 
4. Prever con exactitud cuándo dichos jugadores desearan comprar raquetas.
  5. Determinar en dónde estarán estos jugadores y cómo poner las raquetas de la firma a su alcance.
  6. Calcular que precio estarán dispuestos a pagar por sus raquetas y si la firma obtendrá ganancias vendiendo a ese precio.
  7. Decidir qué clase de promoción deberá utilizarse para que los probables clientes conozcan las raquetas de la firma.
  8. Estimar cuántas empresas competidoras estarán fabricando raquetas, qué cantidad producirán, de qué clase y a qué precio.

Las actividades anteriores no forman parte de la producción, ya que esta consiste en fabricar el producto o prestar servicios. Por el contrario integran un proceso mas vasto - llamado comercialización - que provee la orientación necesaria para la producción y ayuda a lograr que se fabrique el producto adecuado y que llegue a los consumidores.

Como se relaciona la comercialización con la producción.- Si bien la producción es una actividad económica necesaria, algunas personas exageran su importancia con respecto a la comercialización.

Creer que es solo tener un buen producto, los negocios serán un éxito.



---

El caso es que la producción y la comercialización son partes importantes de todo un sistema comercial destinado a suministrar a los consumidores los bienes y servicios que satisfacen sus necesidades.

Al combinar producción y comercialización, se obtienen las cuatro utilidades económicas básicas: de forma, de tiempo, de lugar y de posesión, necesarias para satisfacer al consumidor. En este caso utilidad significa la capacidad para ofrecer satisfacción a las necesidades humanas. No hay necesidad por satisfacer y por ende no hay utilidad.

La comercialización se ocupa de aquello que los clientes desean, y debería servir de guía para lo que se produce y se ofrece.

Utilidad de posesión significa obtener un producto y tener el derecho de usarlo o consumirlo.

Utilidad de tiempo significa disponer del producto cuando el cliente lo desee.

Utilidad de lugar significa disponer del producto donde el cliente lo desee.

La comercialización es a la vez un conjunto de actividades realizadas por organizaciones, y un proceso social. Se da en dos planos: Micro y Macro. Se utilizan dos definiciones: Microcomercialización y Macrocomercialización.



---

La primera observa a los clientes y a las actividades de las organizaciones individuales que los sirven.

La otra considera ampliamente todo nuestro sistema de producción y distribución.

La palabra *marketing* (comercialización) proviene del vocablo inglés **market** (mercado) que representa un grupo de vendedores y compradores deseosos de intercambiar bienes y/o servicios por algo de valor.

Los mercados centrales son lugares adecuados donde compradores y vendedores pueden reunirse frente a frente para intercambiar bienes y servicios. Los mercados centrales facilitan el intercambio.

Economías de escala, significa que, a medida que una compañía produce más cantidad de un producto determinado, el costo de cada uno de ellos disminuye.

Comercialización efectiva significa entregar los bienes y servicios que los consumidores desean y necesitan. Significa conseguirles los productos en el momento oportuno, en el lugar adecuado y a precio conveniente.

Las funciones universales de la comercialización son: comprar, vender, transportar, almacenar, estandarizar y clasificar, financiar, correr riesgos y lograr información del mercado.



---

El intercambio suele implicar compra y venta. La función de compra significa buscar y evaluar bienes y servicios. La función venta requiere promover el producto.

La función de transporte se refiere a trasladar.

La función de almacenamiento implicar guardar los productos de acuerdo con el tamaño y calidad.

Estandarizar y clasificar incluyen ordenar los productos de acuerdo con el tamaño y calidad.

La financiación provee el efectivo y crédito necesarios para operar.(producir, vender, comprar, almacenar. . .)

La toma de riesgos entraña soportar las incertidumbres que forman parte de la comercialización.

¿Quién ejecuta las funciones de la comercialización? Los productores, consumidores y los especialistas en comercialización.

Los facilitadores están con frecuencia en condiciones de efectuar las funciones de comercialización. Las funciones se pueden desplazar y compartir.



---

Desde un punto de vista macro, todas las funciones de comercialización deben ser desempeñadas por alguien. Pero, desde un punto de vista micro, no todas las firmas deben ejecutar todas las funciones. Además, no todos los bienes y servicios exigen todas las funciones en cada una de las etapas de su producción.

### **La ropa casual.**

Generalmente conocida como ropa informal, es lo contrario de lo que usarías en una reunión formal. El término ropa casual se puede utilizar para describir una variedad de estilos de ropa. Por ejemplo, usar ropa casual en el hogar es diferente de usar ropa casual para la oficina.

Colores.- Debes recordar que tienes que ser sofisticada a la hora de vestir casual, sobre todo en un entorno de oficina. Además de telas y estilos, los colores tienen un impacto en las opciones de la ropa casual. Los colores oscuros transmiten autoridad, los vivos transmiten amistad. Los colores claros como el marrón y caqui son generalmente más informales que el negro, gris o azul marino.

Viernes casuales.- Muchas empresas han incorporado los viernes informales en sus semanas de trabajo. Si bien no todos los estilos de ropa informal son aceptados, los miembros de la oficina en general, se les anima para utilizar pantalones de mezclilla y dejar las corbatas y trajes en casa. Un negocio casual es más relajado que un negocio formal, sin dejar de ser profesional. Cada negocio tiene su propio conjunto de directrices.



---

Si la oficina donde trabajas tiene la política del viernes casual, ve a lo seguro y elige un par de piezas casuales pero elegantes. Por ejemplo, si te pones pantalones de mezclilla debes combinarlos con una buena camisa.

Entre amigos.- Los códigos de vestimenta más allá de la sala de juntas se aplican normalmente a los eventos o fiestas con amigos y familiares. En este escenario, las mujeres pueden vestir camisas sin muchos estampados, combinados con pantalones y sandalias. Los hombres pueden utilizar camisas polo y unos pantalones color caqui. En esencia, la vestimenta casual en la vida privada puede ser lo que quieras que sea dentro de lo razonables.

La manera de vestir es un reflejo externo de la personalidad. ¿Es incorrecto usar sandalias en una cena casual? Solo tu puedes responder a eso determinando que tan cómoda te quieres sentir y como quieres que el mundo te vea.

Malentendidos.- Mientras que muchos tipos de estilos de ropa caen en la categoría de casual, nunca debes utilizar ropa con agujeros, rasgaduras o manchas. La ropa que usas en casa, para estar cómoda, no puede estar en la misma categoría que la ropa casual que se usa para el trabajo. Si tienes un viernes casual en tu trabajo, asegúrate de preguntar cuales son las pautas. Las sandalias pueden ser aceptables en un lugar de trabajo pero no en otro.



---

Tendencias.- Mientras que la ropa casual de negocios solía ser popular en la cultura empresarial estadounidense, especialmente en la década de 1990, un informe indica que los viernes casuales están perdiendo a favor. En 1998, el 97% de las empresas permitió a los empleados vestir casualmente una vez a la semana. En el 2000 ese número se había reducido a un 87%.

### **Varios ejemplos de Empresas de moda femenina en otros países.**

#### **Moda femenina España**

##### 1. Frans Baviera

Alta costura, atelier de moda, vestidos de fiesta y gala, trajes de boda, pret a porter, vestidos de madrina, novia y ceremonia. Barcelona.

Moda femenina en Cataluña | + info Frans Baviera

##### 2. HYD

Medias, pantys y mini-bas. Sabadell.

Moda femenina en Cataluña | + info HYD

##### 3. Beatriz de la Cámara

Diseñadora de moda para la mujer, costura, vestidos y trajes de ceremonia, fiestas, galas, eventos, acontecimientos, cócteles. Madrid.

Moda femenina en Comunidad de Madrid | + info Beatriz de la Cámara

##### 4. Menina Maluka

Tienda online de ropa femenina, moda latina, colombiana y brasileira, bodys, blusas, vestidos, corsés, pantalones levantacola, petos, corpiños, tops. Madrid.



---

Moda femenina en Comunidad de Madrid | + info Menina Maluka

5. Oana Savescu

Vestidos y complementos exclusivos para bodas, fiestas y bautizos niña.

Santander.

Moda femenina en Cantabria | + info Oana Savescu

### **Moda femenina México**

1. Eurofashion

Extenso surtido en ropa de última moda de temporada, vestidos de fiesta, de noche y de moda actual. Cuenta con tallas chicas y extras. Guadalajara. ropa

Indumentaria femenina en Jalisco | + info Eurofashion

2. Be Mishka

Propuesta de ropa divertida, sexy, femenina y urbana. Galería con sus colecciones anuales.

Indumentaria femenina en Guanajuato | + info Be Mishka

3. Bobbi Boutique

Venta de ropa para mujer diseños exclusivos, moda, fashion, tendencias. Galería con todas las colecciones anuales.

Indumentaria femenina en Distrito Federal | + info Bobbi Boutique

4. Denimagen

Fabricación de pantalones de mezclilla para mujer con modelos propios y diseños de vanguardia. Venta al mayoreo, entrega en toda la República.

+ info Denimagen



---

## 5. Hispania Clothes

Diseño, fabricación y venta de prendas de vestir para dama. Catálogo con diferentes modelos en blusas, tops, shorts, pantalones, blazers, bermudas. Guadalajara.

Indumentaria femenina en Jalisco | + info Hispania Clothes

## **Moda femenina Chile**

### 1. Guaraná Fashion

Colección de jeans levanta cola. Ropa ecológica, túnicas. ropa

Ropa femenina en Metropolitana | + info Guaraná Fashion

### 2. Modaktuell

Patricia de Kassis, tenga su propio negocio. Uniformes. Catálogo on line. uniformes

Ropa femenina en Metropolitana | + info Modaktuell

### 3. Paulina Sanhueza

Moda ejecutiva para la mujer de hoy. Sastrería. Confección a medida.

+ info Paulina Sanhueza

### 4. Marie Claire

Blusas, chaquetas, faldas, pantalones, poleras, sweater, vestidos.

+ info Marie Claire

### 5. JA Dravity

Arriendo y venta de vestidos importados desde USA y nacionales. Atiende de martes a sábado.



---

Ropa femenina en Metropolitana | + info [JA Dravity](#)

## **Moda femenina Brasil.**

### 1. Evidência Modas

As peças são exclusivas, vestem com conforto, beleza e uma pitada de ousadia.

Serra Negra.

[Indumentária feminina em SP São Paulo](#) | + info [Evidência Modas](#)

### 2. Mística Buzios

Moda praia e também moda urbana. La empresa dedica-se ao desenho, confecção e venda de roupas e bolsas. Apresenta uma coleção em tecidos frescos e com uma grande variedade de cores. Os modelos são originais, com estilo e qualidade. Fornece lojas no Brasil e oferece oportunidades pra revendedores com vontade de crescer no mercado. Armação dos Búzios. [lojas tecidos](#)

[Indumentária feminina em RJ Rio de Janeiro](#) | + info [Mística Buzios](#)

### 3. Lisa Brasil

Moda feminina no atacado. Nasceu em 2000. Mulheres jovens de 18 a 45 anos procuram roupas confortáveis e com estilo, a grife surgiu justamente para suprir esta demanda. Goiânia. [roupa para mulheres](#)

[Indumentária feminina em GO Goiás](#) | + info [Lisa Brasil](#)

### 4. Jheito Chic

Trabalha para vestir com estilo mulheres modernas, elegantes e chiques. Qualidade, modelagem e caimento impecáveis são o objetivo da empresa, através



---

da criação de uma moda urbana com tecidos nobres e acessórios que complementam seus looks. Niterói. [tecidos](#)

[Indumentária feminina em RJ Rio de Janeiro](#) | + info [Jheito Chic](#)

#### 5. [Portal Planeta Sol](#)

Oferece roupa feminina, vestidos. São Paulo.

[Indumentária feminina em SP São Paulo](#) | + info [Portal Planeta Sol](#)

## 2.2. Definição de términos.

**Administración financiera.-** Aplicación de técnicas de análisis para el correcto manejo financiero, que implica la organización y administración de actividades, análisis de problemas y toma de decisiones, considerándose elementos como: período que necesitarán los activos para realizar las operaciones; naturaleza y riesgo de las mismas; estructura de capital requerido (mezcla pasivo-capital



---

líquido) y costo de los métodos alternos de financiamiento; destino de la inversión de los fondos, incluye el nivel de los activos circulantes (caja, cuentas por cobrar e inventarios) necesarios para las operaciones diarias y la capacidad para generar utilidades o el costo de oportunidad para las inversiones en activos fijos; y, retiro de utilidades y/o dividendos.

**Análisis costo-beneficio.-** Usado para la toma de decisiones, comparando los beneficios y costos asociados con una acción determinada.

**Análisis financiero.-** Interpretación, comparación y estudio de estados financieros y datos operacionales de una entidad; implica el cálculo y la significación de porcentajes, tasas, tendencias, indicadores y estados financieros complementarios o auxiliares, los cuales sirven para evaluar el desempeño financiero y operacional de la firma, para ayudar así u que los administradores, inversionistas y accionistas tomen sus respectivas iniciativas; es decir, tiene como fin demostrar a manera de diagnóstico cual es la situación económica y financiera por la que atraviesa la institución en un momento determinado.

**Bienes.-** Denominación genérica que se dan a todas las cosas que suministran a su poseedor alguna utilidad o beneficio Puede ser de consumos (duraderos y perecederos) o de capital (bienes de equipo).

**Calidad.-** Es el conjunto de propiedades y características de un producto o servicio que tienen que ver con su capacidad para satisfacer una necesidad determinada.



---

**Canal de distribución.-** Recorrido que realizan los productos desde su producción hasta llegar a las manos del consumidor final.

**Costo de liquidez.-** Indicador resultado de la diferencia de los índices egresos financieros/activos financieros; y, egresos financieros/activos productivos promedio.

**Costo de oportunidad.-** Precio relativo. El precio expresado en términos de la cantidad de otros bienes que hay que sacrificar para adquirir una unidad del bien en cuestión.

**Costo total.-** Es la relación porcentual de la suma de los índices financieros: costo de liquidez, gastos administrativos/activos productivos promedio, provisiones, depreciaciones y amortizaciones/activos productivos promedio y resultados del ejercicio/activos productivos promedio.

**Demanda.-** Cantidad de bienes o servicios que los agentes económicos de un mercado están dispuestos a adquirir para cada nivel de precios, en un periodo determinado y bajo unas condiciones de mercado dadas.

**Efectivo.-** Cantidad de dinero líquido (billetes de banco y moneda metálica) que pueden estar en manos del público, o en depósitos en poder del sistema crediticio (activos de caja del sistema bancario).



---

**Estados financieros.-** Documentos que demuestran la situación financiera y de resultados de la institución, normalmente a través de los Estados de Situación Financiera y de Pérdidas y Ganancias, y otros como: estados de costos de producción, estados de distribución de utilidades, estado de fuentes y uso de fondos.

**Factibilidad financiera de un proyecto.-** Estudio que determina, en último término, la aprobación o rechazo del proyecto. Mide la rentabilidad con que retorna la inversión, todo cuantificado en bases monetarias.

**Financiamiento.-** Proporcionar los fondos que necesitan las empresas bajo las condiciones más favorables y de acuerdo con los objetivos establecidos.

**Flujo de efectivo.-** Movimientos reales de efectivo, refleja las entradas de dinero, por ingresos en efectivo, recaudaciones de cartera, aportes de socio o capital de riesgo y créditos; muestra la totalidad de gastos, inversiones y pagos en efectivo, que se realiza.

**Gastos financieros.-** Cuentas de resultados con saldos deudores relacionados con los intereses, comisiones y gastos financieros ocurridos y devengados durante el período.



---

**Gastos operativos.-** Egresos incurridos por la entidad, por la percepción de servicios de terceros, pago de impuestos, cuotas y contribuciones y egresos diversos. Es una cuenta de resultados deudora.

**Indicador financiero.-** índice en cifras o porcentaje de comparaciones entre sectores, grupos, cuentas, subcuentas, cuyo objetivo es medir la situación financiera y/o de resultados a una fecha o períodos determinados. A los índices se los llama también indicadores, razones, ratios, o simplemente relaciones financieras.

**Inversionista.-** Persona natural o jurídica que decide en base a su capital y/o préstamo, colocarlos en actividades productivas con fines de lucro.

**Liquidez.-** Estado de la posición de efectivo de una entidad y capacidad de cumplir con sus obligaciones inmediatas en su vencimiento. Capacidad del dinero de ser utilizado para efectuar pagos, de transferirse mediante un simple endoso y de ser aceptado como dinero.

**Mercado libre.-** El que no está sujeto a ninguna regulación o control oficial y por lo tanto se desenvuelve de acuerdo con las leyes de la oferta y la demanda.

**Oferta.-** La oferta de bien o servicio es la cantidad de este bien o servicio puesto sobre el mercado por el productor, a un cierto precio.



---

**Organización.-** Es un conjunto de cargos cuyas reglas y normas de comportamiento, deben sujetarse a todos sus miembros y así, valerse el medio que permite a una empresa alcanzar determinados objetivos.

**Planificar.-** Dar forma orgánica a un conjunto de decisiones tendientes a reducir con raciocinio e inteligencia aquellas alternativas que finalmente resolverán de mejor forma los objetivos trazados: es decir, planificar el desarrollo significa determinar los objetivos y las metas en el interior de un sistema económico, para una forma de organización social y para una determinada estructura política, de tal manera que la planificación, y dentro de ella la preparación y evaluación de proyectos, tiene un carácter neutral y puramente técnico, ya que puede considerársele como característica de un determinado sistema político, económico y social.

## **2.3. Hipótesis.**

### **2.3.1. Hipótesis General.**

Diseñado el proyecto de factibilidad para la formación de una empresa dedicada a la confección y comercialización de ropa informal para damas en la ciudad de



---

Babahoyo, se presenta el análisis de rentabilidad económica-social que la hace viable.

### **2.3.2. Hipótesis Específicas.**

- Establecidos los pasos para crear una empresa que se dedique a la confección y comercialización de ropa informal para damas en la ciudad de Babahoyo se establecen las normativas legales de su formación.
- Realizado el estudio de mercado se establece la necesidad de creación de la empresa que se dedique a la confección y comercialización de ropa informal para damas en la ciudad de Babahoyo.
- Elaborado el proyecto de factibilidad para la creación de la empresa que se dedique a la confección y comercialización de ropa informal para damas, se incrementa el empleo en la ciudad de Babahoyo.
- Realizado el análisis de rentabilidad económica-social para la creación de la empresa que se dedique a la confección y comercialización de ropa informal para damas en la ciudad de Babahoyo se asegura la ejecución del proyecto.

## **2.4. Variables de estudio.**

### **2.4.1.- Variables dependientes.**



---

**Pasos para crear una empresa.-** Son todos los aspectos que se requieren para poder poner en marcha una empresa dentro de un determinado mercado o comunidad, tales como permisos de funcionamiento y otros documentos requeridos por las distintas entidades para autorizar la creación de está.

**Estudio de mercado.-** Abarca desde la encuesta y el estudio pormenorizado del mercado hasta la elaboración de estadísticas para poder analizar las tendencias en el consumo, y poder prever así la cantidad de productos y la localización de los mercados más rentables para un determinado tipo de bien o servicio.

**Proyecto de factibilidad.-** Consiste en descubrir cuales son los objetivos de la organización, luego determinar si el proyecto es útil para que la empresa logre sus objetivos. La búsqueda de estos objetivos debe contemplar los recursos disponibles o aquellos que la empresa puede proporcionar, nunca deben definirse con recursos que la empresa no es capaz de dar.

**Análisis de rentabilidad.-** Se denomina rentabilidad a la medida del rendimiento que en un determinado periodo de tiempo producen los capitales utilizados en el mismo. Esto supone la comparación entre la renta generada y los medios utilizados para obtenerla con el fin de permitir la elección entre alternativas o juzgar la eficiencia de las acciones realizadas, según que el análisis realizado sea a priori o a posteriori.

#### **2.4.2.- Variables independientes.**



---

**Normativas legales de su formación.-** Es dar cumplimiento a los aspectos legales que se requieren para que una organización se constituya y puede operar en su medio, como ejemplo podemos señalar la constitución de la escritura.

**Confección y comercialización de ropa informal.-** La confección es una acción u efecto de confeccionar algo, especialmente prendas de vestir, la comercialización significa que una organización encamina todos sus esfuerzos a satisfacer a sus clientes por una ganancia, al vender lo que se conoce como ropa casual, o conocida también como ropa informal, que es lo contrario de lo que usarías en una reunión formal. El termino ropa casual se puede utilizar para describir una variedad de estilos de ropa.

**Incremento de empleo.-** Se presenta cuando la economía presenta un ritmo de crecimiento y la empresa privada genera oportunidades de negocios en un mercado competitivo que permite que las organizaciones incrementen su producción y por ende su fuerza laboral.

**Ejecución del proyecto.-** Parte sustancial en que el proyecto se pone en marcha y se deben cumplir todos los procesos planificados y se debe evaluar en forma periódica la ejecución del mismo, ello permitirá efectuar las correcciones que el caso amerite para avanzar en la buena marcha de la empresa.



---

## **CAPITULO III**

### **3. RESULTADO DE LA INVESTIGACION.**

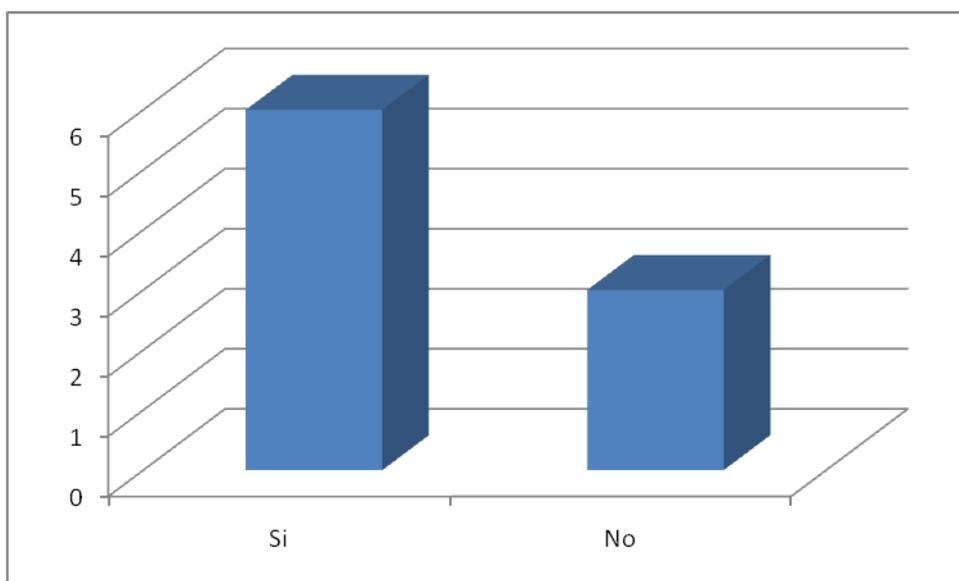


### 3.1. Descripción y análisis de resultados.

#### DIRECTIVOS DE NEGOCIOS

1.- ¿Le gustaría contar con una empresa local que se dedique a la confección y comercialización de ropa informal para damas?

<b>1.- ¿Le gustaría contar con una empresa local que se dedique a la confección y comercialización de ropa informal para damas?</b>	<b>Repuesta</b>	<b>%</b>
Si	6	66,67
No	3	33,33
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100,00</b>



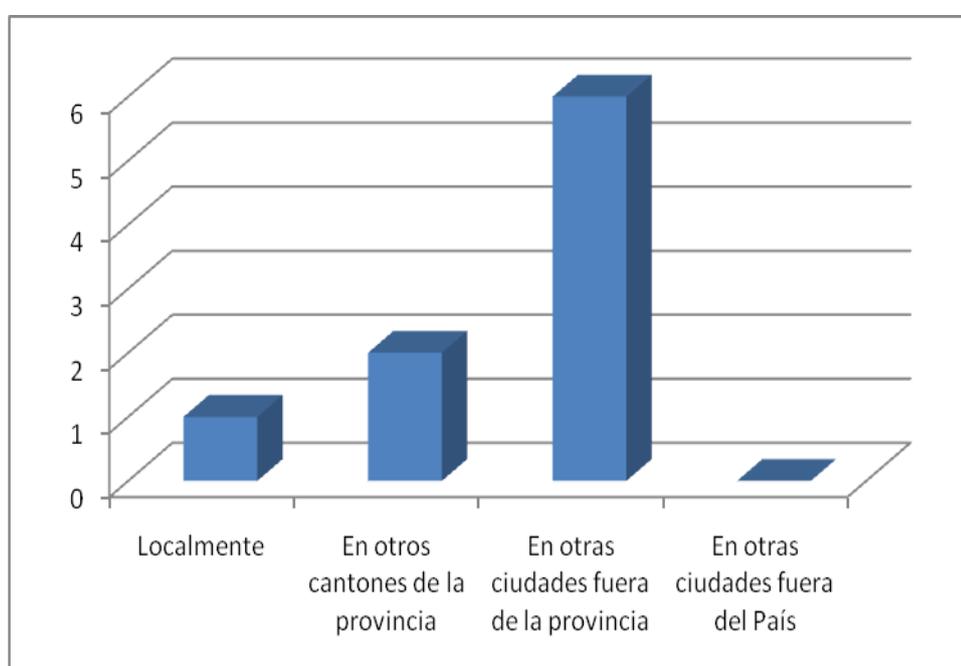
El 66,67% de los directivos de los negocios locales indican que si es necesario contar con una empresa local que se dedique a la confección y comercialización de ropa informal para damas, un 33,33% de ellos señala que no.

2.- ¿Dónde compra usted los bienes que comercializa?

<b>2.- ¿Dónde compra</b>	<b>Repuesta</b>	<b>%</b>
--------------------------	-----------------	----------



<b>usted los bienes que comercializa?</b>		
Localmente	1	11,11
En otros cantones de la provincia	2	22,22
En otras ciudades fuera de la provincia	6	66,67
En otras ciudades fuera del País	0	0,00
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100</b>

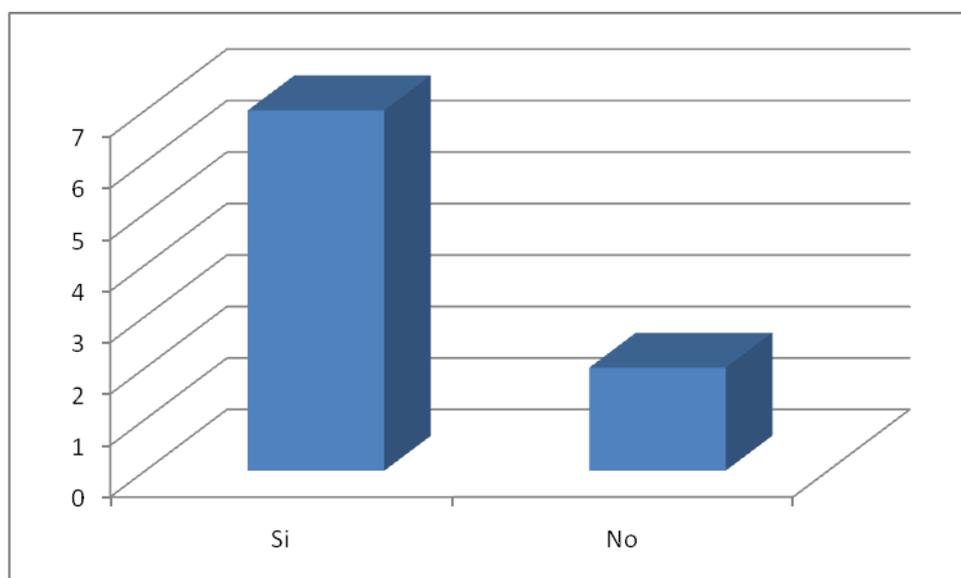


Un 11,11% de los sujetos objetos de observación, compran su mercadería localmente, el 22,22% en otros cantones de la provincia, un 66,67% en otras ciudades fuera de la provincia y nadie compra en otras ciudades fuera del país.



3.- ¿Para instalar una empresa considera usted que debe efectuarse previamente un estudio de mercado?

<b>3.- ¿Para instalar una empresa considera usted que debe efectuarse previamente un estudio de mercado?</b>	<b>Repuesta</b>	<b>%</b>
Si	7	77,78
No	2	22,22
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100,00</b>



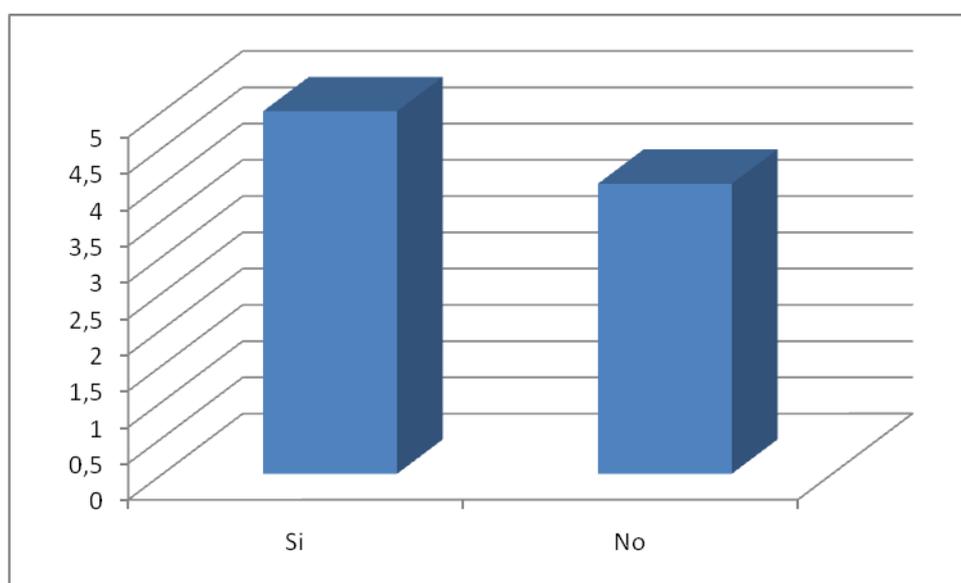
Los sujetos de observación en un 77,78% estiman que si debe efectuarse previamente un estudio de mercado para la instalación de una empresa y el 22,22% indican que no es necesario.

4.- ¿Cree necesario que para crear una empresa debe hacerse un análisis de rentabilidad?

<b>4.- ¿Cree necesario que para crear una empresa debe hacerse un</b>	<b>Repuesta</b>	<b>%</b>
---	-----------------	----------



<b>análisis de rentabilidad?</b>		
Si	5	55,56
No	4	44,44
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100,00</b>



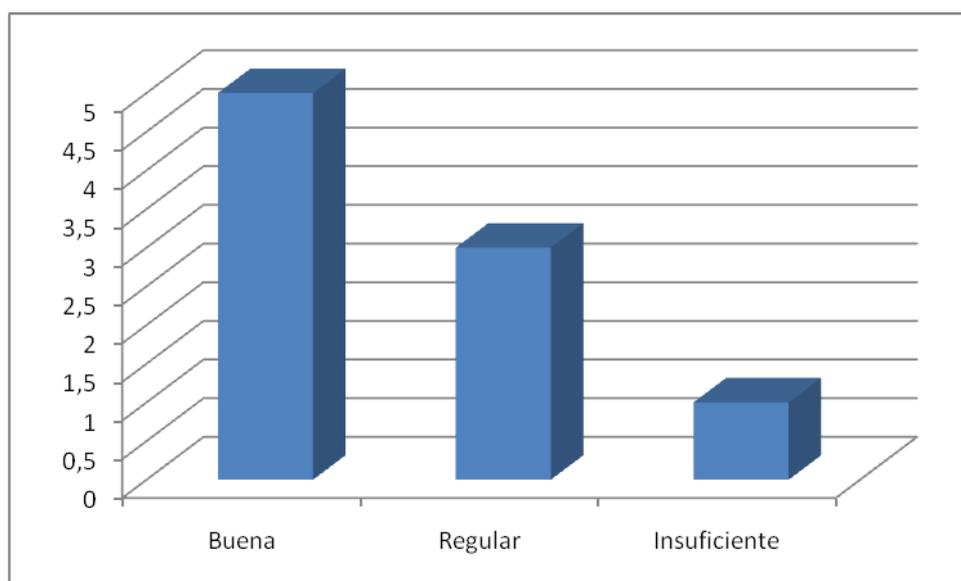
El 55,56% de la población objetivo considera que si debe hacerse un análisis de rentabilidad previo a la creación de una empresa y un 44,44% indican que no es necesario.

5.- ¿Cuál es la expectativa que como propietario de un negocio tiene de una nueva empresa dedicada a la confección y comercialización de ropa informal para damas?

<b>5.- ¿Cuál es la expectativa que como propietario de un negocio tiene de una nueva</b>	<b>Repuesta</b>	<b>%</b>
--	-----------------	----------



<b>empresa dedicada a la confección y comercialización de ropa informal para damas?</b>		
Buena	5	55,56
Regular	3	33,33
Insuficiente	1	11,11
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100,00</b>



El 55,56% de los propietarios de un negocio consideran que la expectativa es buena, un 33,33% que es regular y un 11,11% indica que es insuficiente.

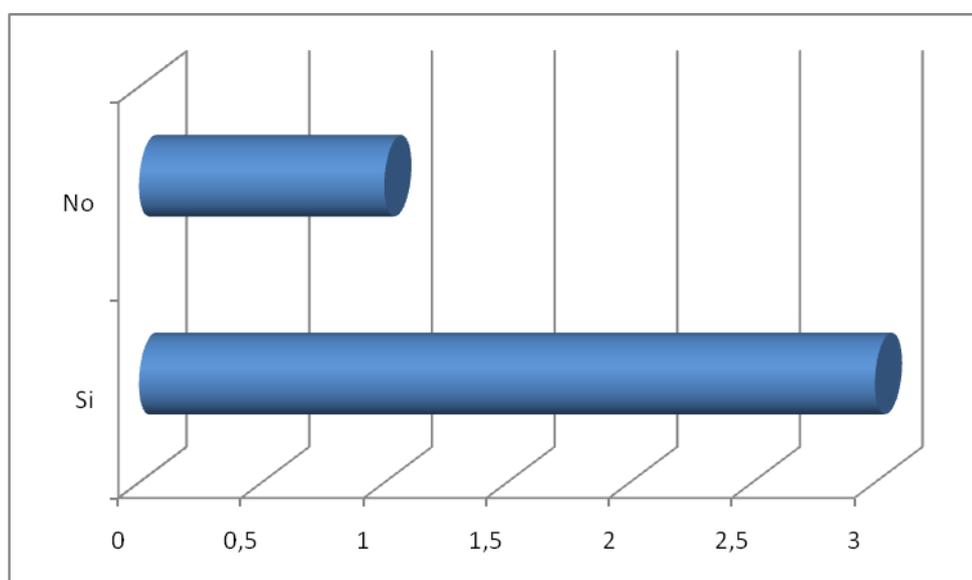
### **PROVEEDORES DE BIENES Y MATERIA PRIMA**

1.- ¿Para instalar una empresa considera usted que debe efectuarse previamente un estudio de mercado?

<b>1.- ¿Para instalar</b>	<b>Repuesta</b>	<b>%</b>
---------------------------	-----------------	----------



<b>una empresa considera usted que debe efectuarse previamente un estudio de mercado?</b>		
Si	3	75,00
No	1	25,00
<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>100,00</b>



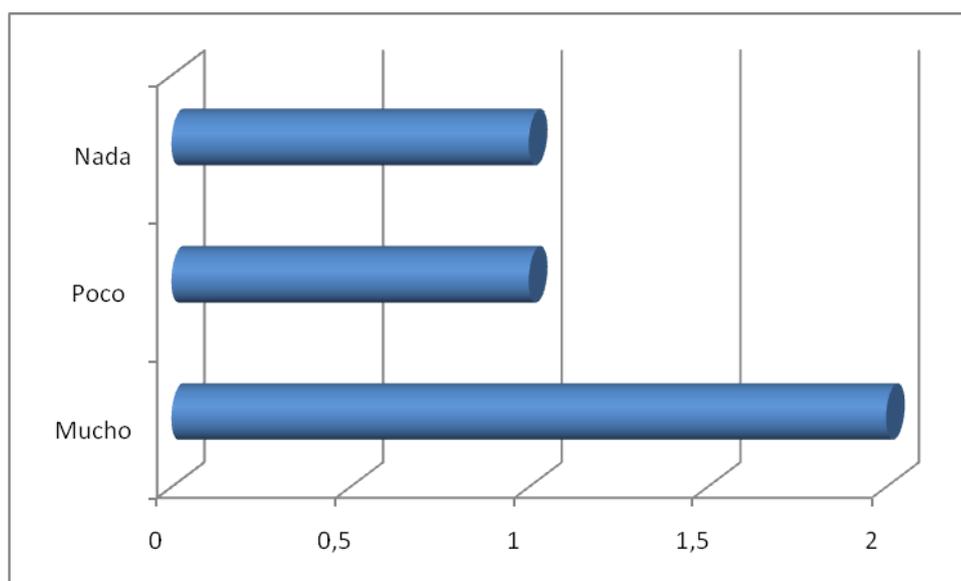
Los sujetos de observación en un 75% estiman que si debe efectuarse previamente un estudio de mercado para la instalación de una empresa y el 25% indican que no es necesario.

2.- ¿Conoce cuales son las normativas legales para la formación de una empresa industrial?

<b>2.- ¿Conoce cuales son las normativas</b>	<b>Repuesta</b>	<b>%</b>
--	-----------------	----------



legales para la formación de una empresa industrial?		
Mucho	2	50,00
Poco	1	25,00
Nada	1	25,00
<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>100,00</b>



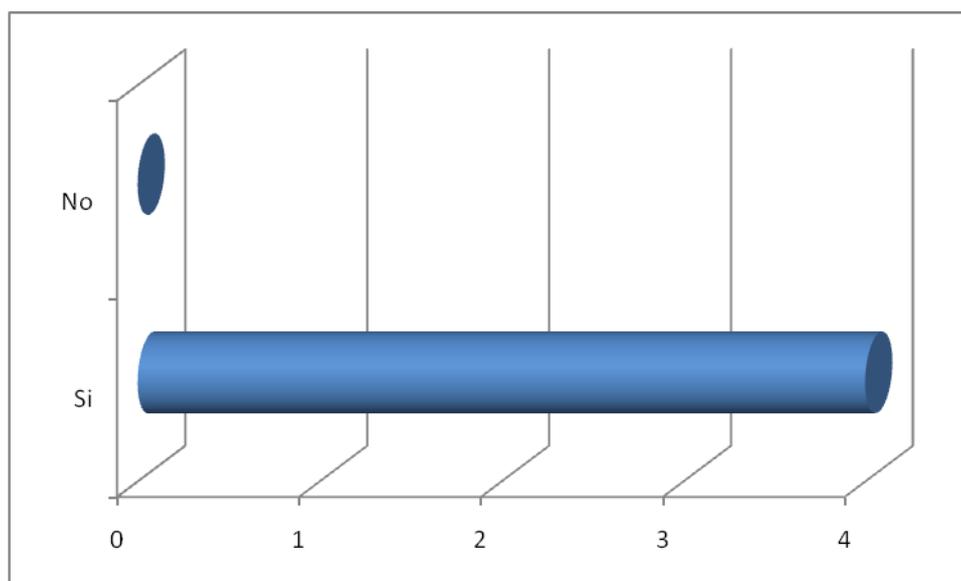
El 50% de los proveedores señalan que conocen mucho cuales son las normativas legales para la formación de una empresa industrial, un 25% que conocen poco y el 25% restante que no conocen nada al respecto.

3.- ¿Le gustaría contar con una empresa local que se dedique a la confección y comercialización de ropa informal para damas?

3.- ¿Le gustaría contar	Repuesta	%
-------------------------	----------	---



<b>con una empresa local que se dedique a la confección y comercialización de ropa informal para damas?</b>		
Si	4	100,00
No	0	0,00
<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>100,00</b>



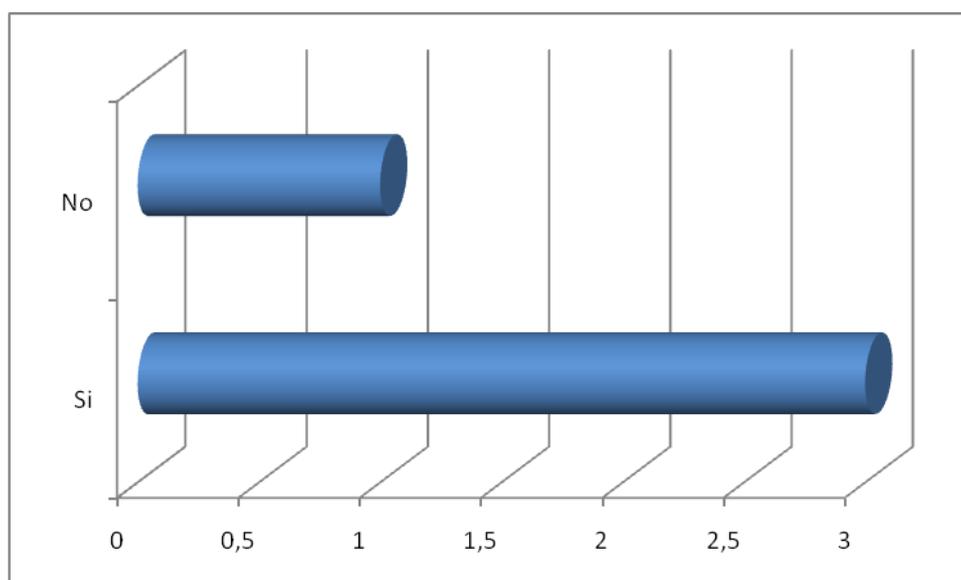
El 100% de los proveedores indican que si es necesario contar con una empresa local que se dedique a la confección y comercialización de ropa informal para damas, un 0% de ellos señalan que no.

4.- ¿Una empresa local que se dedique a la confección y comercialización de ropa informal para damas mejoraría sus ventas?

<b>4.- ¿Una empresa</b>	<b>Repuesta</b>	<b>%</b>
-------------------------	-----------------	----------



<b>local que se dedique a la confección y comercialización de ropa informal para damas mejoraría sus ventas?</b>		
Si	3	75,00
No	1	25,00
<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>100,00</b>

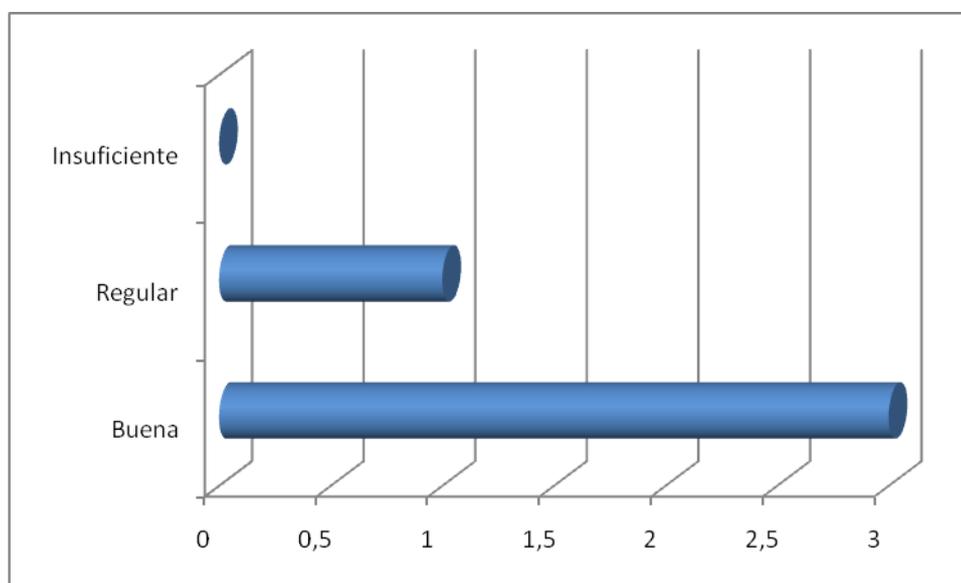


Un 75% de los sujetos de observación estiman que si mejorarían sus ventas si existiera una empresa dedicada a la confección y comercialización de ropa informal para damas, mientras que un 25% opina que no.

5.- ¿Cuál es la expectativa que como proveedor tiene de una nueva empresa dedicada a la confección y comercialización de ropa informal para damas?



<b>5.- ¿Cuál es la expectativa que como proveedor tiene de una nueva empresa dedicada a la confección y comercialización de ropa informal para damas?</b>	<b>Repuesta</b>	<b>%</b>
Buena	3	75,00
Regular	1	25,00
Insuficiente	0	0,00
<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>100,00</b>



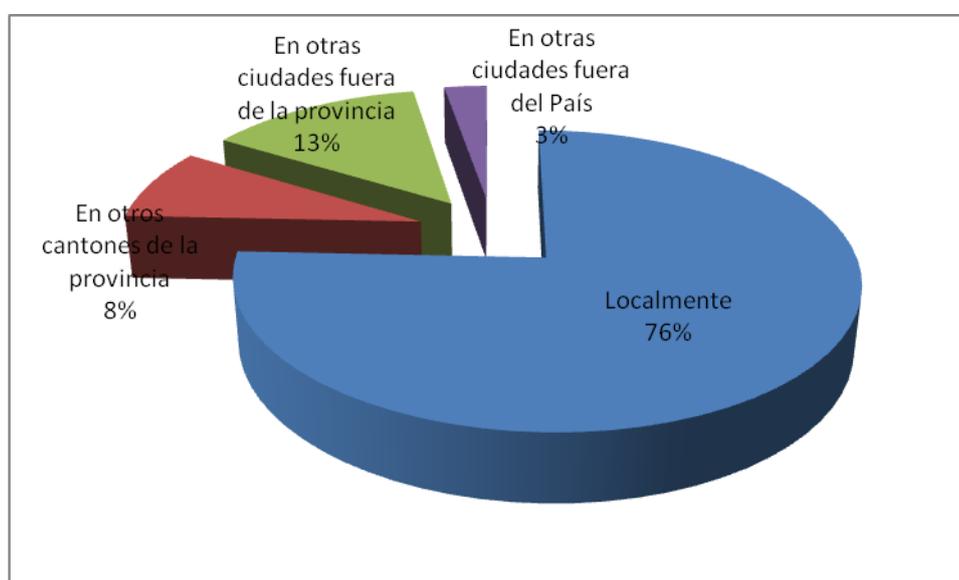
El 75% de los proveedores de bienes y mercaderías consideran que la expectativa es buena, un 25% que es regular y un 0% no son consultados.

### **CIUDADANÍA (CLIENTES)**

1.- ¿Dónde compra usted los bienes que consume?



<b>1.- ¿Dónde compra usted los bienes que consume?</b>	<b>Repuesta</b>	<b>%</b>
Localmente	28	75,68
En otros cantones de la provincia	3	8,11
En otras ciudades fuera de la provincia	5	13,51
En otras ciudades fuera del País	1	2,70
<b>Total</b>	<b>37</b>	<b>100,00</b>



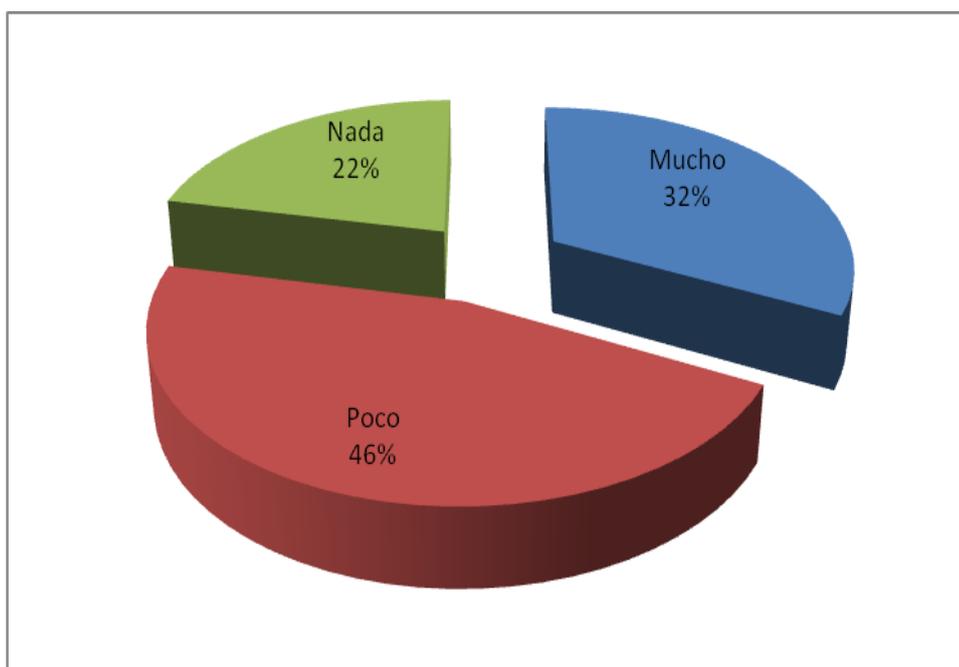
Un 76% de los sujetos objetos de observación, compran su mercadería localmente, el 8% en otros cantones de la provincia, un 13% en otras ciudades fuera de la provincia y el 3% en otras ciudades fuera del país.

2.- ¿Conoce usted cuales son los pasos para crear una empresa industrial?

<b>2.- ¿Conoce</b>	<b>Repuesta</b>	<b>%</b>
--------------------	-----------------	----------



<b>usted cuales son los pasos para crear una empresa industrial?</b>		
Mucho	12	32,43
Poco	17	45,95
Nada	8	21,62
<b>Total</b>	<b>37</b>	<b>100,00</b>



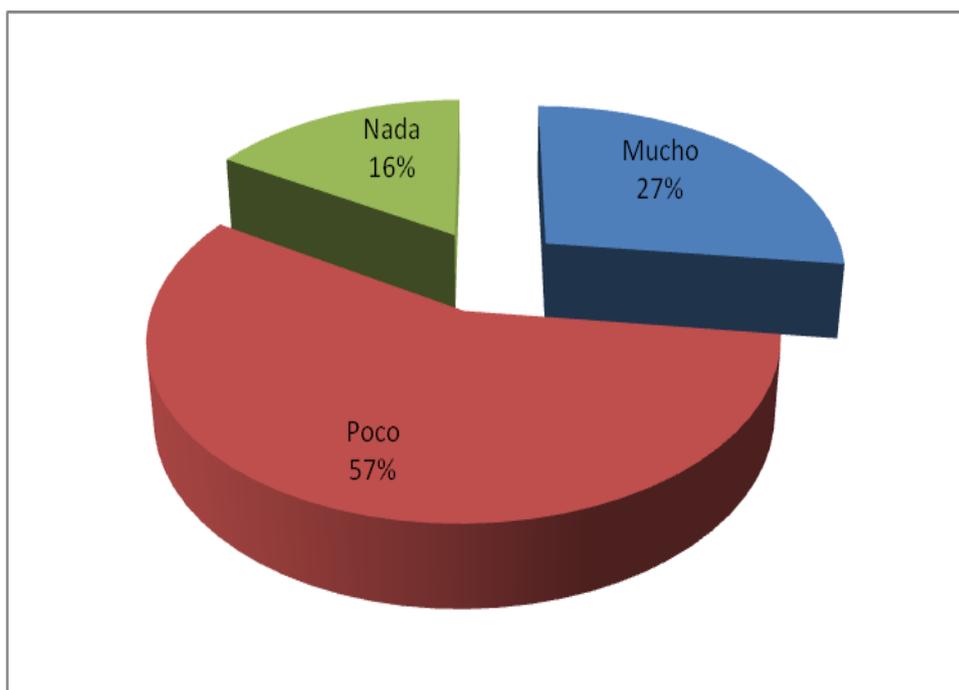
El 32% de la población objetivo señala conocer mucho al respecto, el 46% dice conocer poco sobre este asunto y un 22% indica que no conoce nada al respecto.

3.- ¿Conoce usted lo que es un estudio de mercado?

<b>3.- ¿Conoce usted lo que es</b>	<b>Repuesta</b>	<b>%</b>
------------------------------------	-----------------	----------



<b>un estudio de mercado?</b>		
Mucho	10	27,03
Poco	21	56,76
Nada	6	16,22
<b>Total</b>	<b>37</b>	<b>100,00</b>



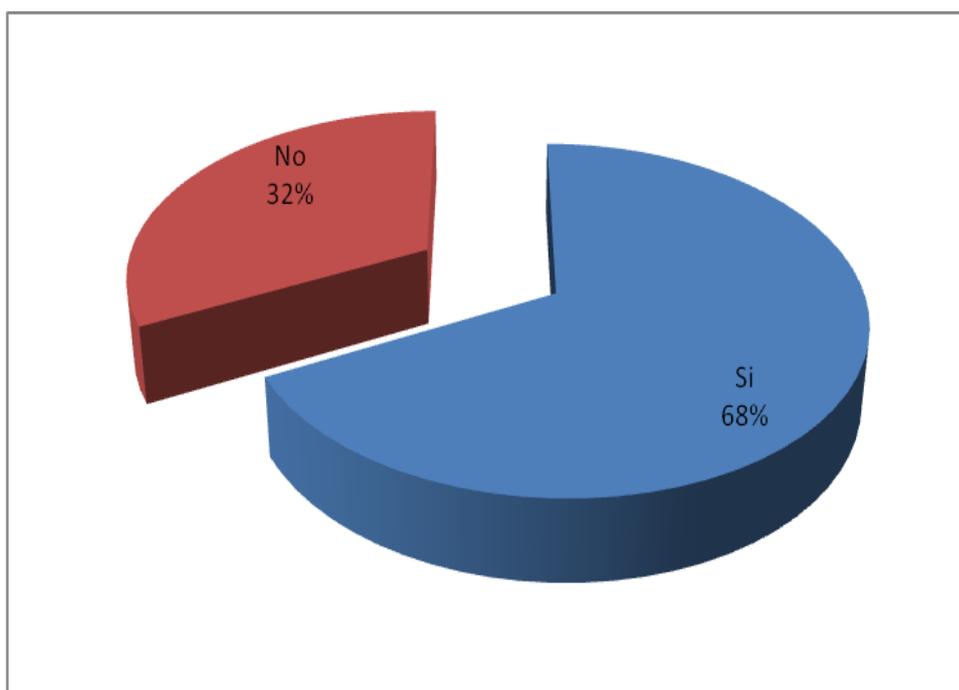
El 57% de la ciudadanía a quien se le aplico el cuestionario indican que poco conocen sobre lo que es un estudio de mercado, un 16% señalo que no conoce nada al respecto y el 27% que conoce mucho sobre este tema.

4.- ¿Para instalar una empresa considera usted que debe efectuarse previamente un estudio de mercado?

<b>4.- ¿Para instalar una empresa</b>	<b>Repuesta</b>	<b>%</b>
---------------------------------------	-----------------	----------



<b>considera usted que debe efectuarse previamente un estudio de mercado?</b>		
Si	25	67,57
No	12	32,43
<b>Total</b>	<b>37</b>	<b>100,00</b>



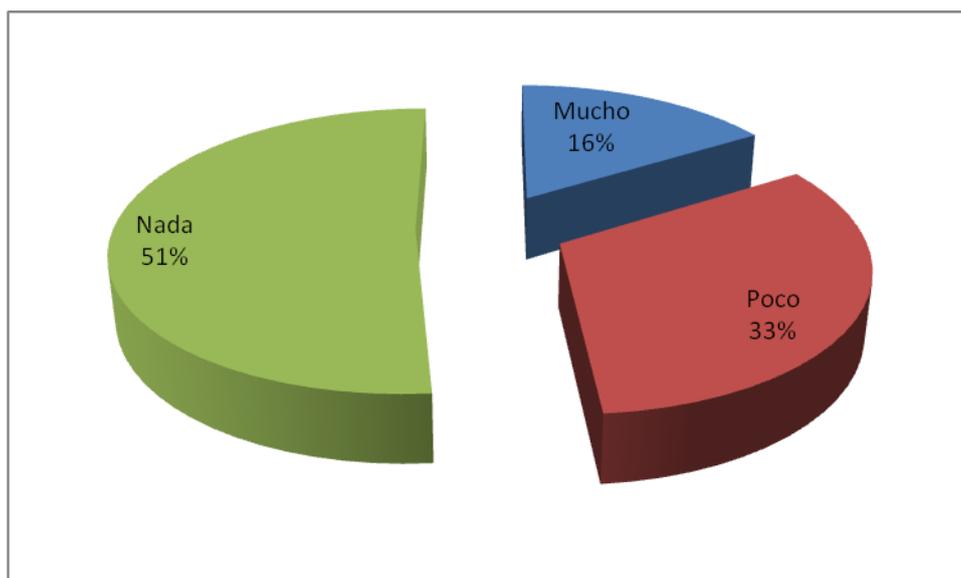
El 68% de los objetos de observación consideran que para instalar una empresa si se debe efectuar previamente un estudio de mercado, un 32% indican que no es necesario aquello.

5.- ¿Usted conoce lo que son los proyectos de factibilidad?

<b>5.- ¿Usted conoce lo que son los</b>	<b>Repuesta</b>	<b>%</b>
---	-----------------	----------



<b>proyectos de factibilidad?</b>		
Mucho	6	16,22
Poco	12	32,43
Nada	19	51,35
<b>Total</b>	<b>37</b>	<b>100,00</b>



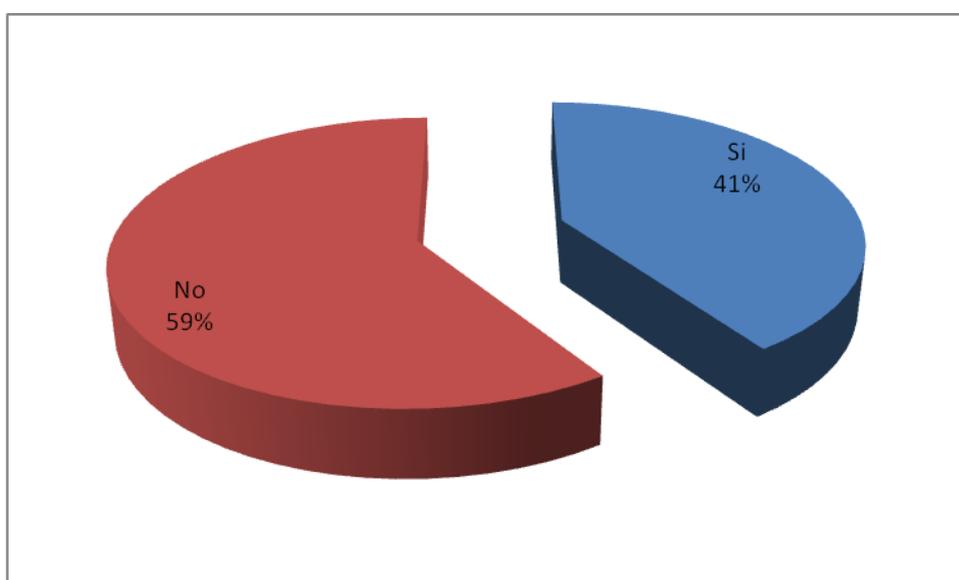
La ciudadanía a quien se la aplico la encuesta en un 16% indica que conocen mucho que son los proyectos de factibilidad, el 33% conoce poco al respecto y un 51% señala que no conocen nada.

6.- ¿Cree necesario que para crear una empresa debe hacerse un análisis de rentabilidad?

<b>6.- ¿Cree necesario</b>	<b>Repuesta</b>	<b>%</b>
----------------------------	-----------------	----------



<b>que para crear una empresa debe hacerse un análisis de rentabilidad?</b>		
Si	15	40,54
No	22	59,46
<b>Total</b>	<b>37</b>	<b>100,00</b>



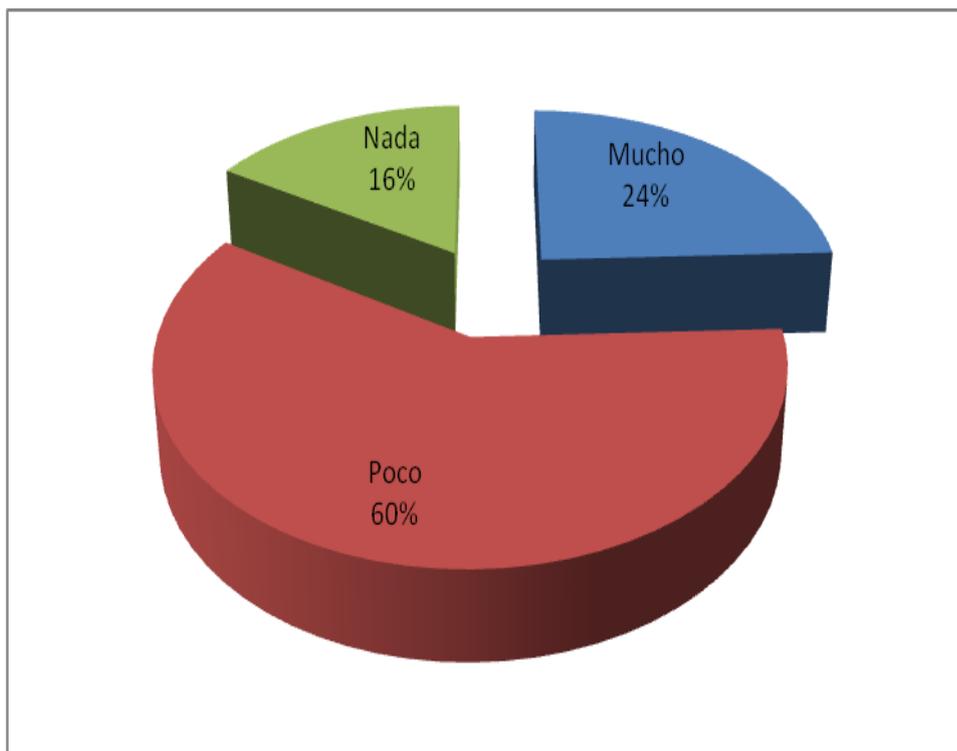
Un 41% de la población objetivo considera que si es necesario para crear una empresa hacer un análisis de rentabilidad, el 59% de ellos opinan que no lo es.

7.- ¿Conoce cuales son las normativas legales para la formación de una empresa?

<b>7.- ¿Conoce cuales son las normativas</b>	<b>Repuesta</b>	<b>%</b>
--	-----------------	----------



legales para la formación de una empresa?		
Mucho	9	24,32
Poco	22	59,46
Nada	6	16,22
<b>Total</b>	<b>37</b>	<b>100,00</b>



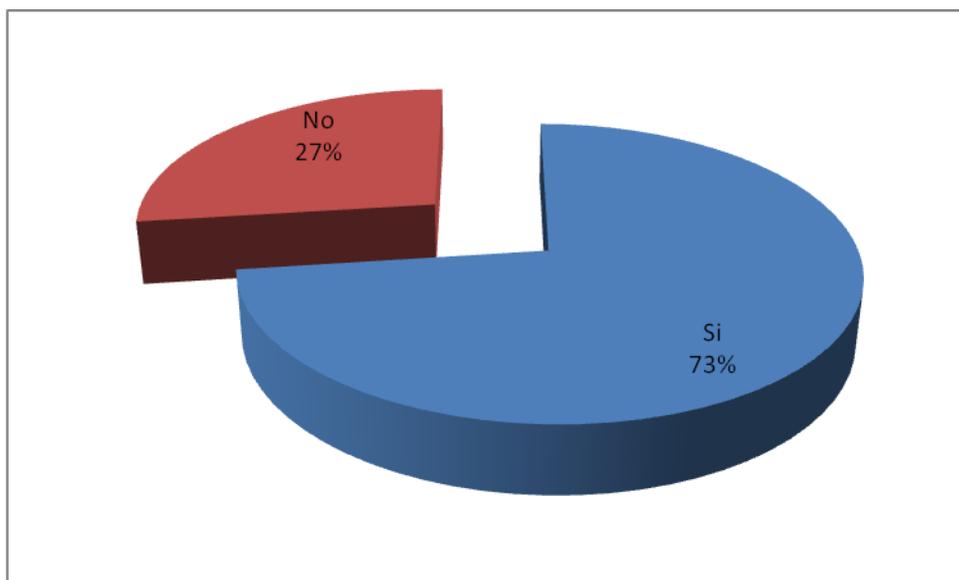
El 24% de los objetos de observación conocen mucho sobre las normativas legales para la formación de una empresa, un 60% señala conocer poco al respecto y un 16% indican que no conocen nada.

8.- ¿Le gustaría contar con una empresa local que se dedique a la confección y comercialización de ropa informal para damas?

8.- ¿Le gustaría contar con una	Repuesta	%
---------------------------------	----------	---



<b>empresa local que se dedique a la confección y comercialización de ropa informal para damas?</b>		
Si	27	72,97
No	10	27,03
<b>Total</b>	<b>37</b>	<b>100,00</b>



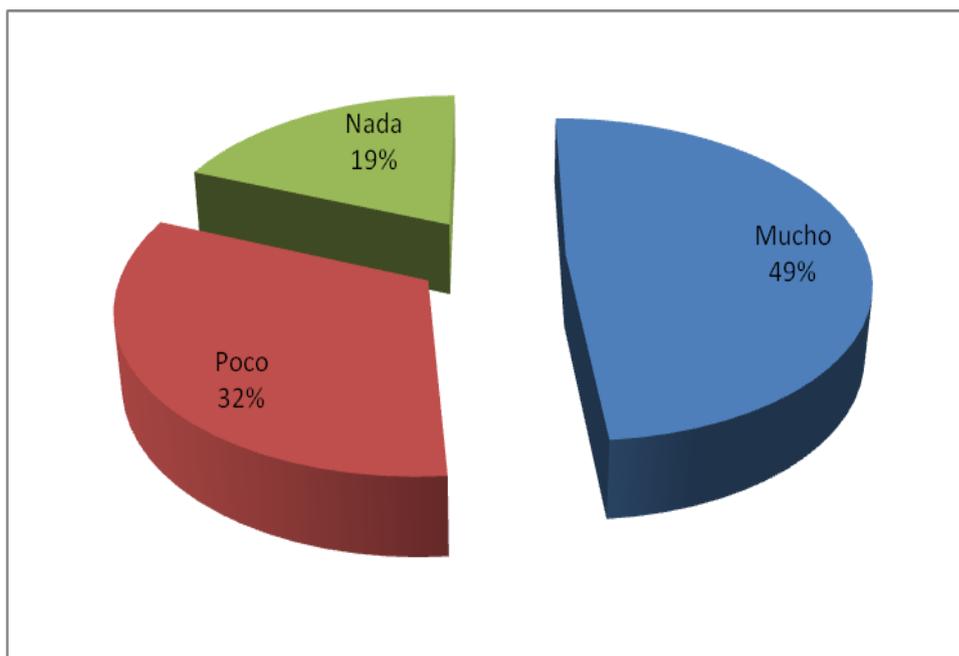
El 73% de los encuestado indicaron que si les gustaría contar con una empresa local que se dedique a la confección y comercialización de ropa informal para damas, el 27% señalaron que no les gustaría.

9.- ¿Una nueva empresa en el cantón Babahoyo, incrementaría la tasa de empleo local?

<b>9.- ¿Una nueva empresa en el cantón Babahoyo,</b>	<b>Repuesta</b>	<b>%</b>
--	-----------------	----------



<b>incrementaría la taza de empleo local?</b>		
Mucho	18	48,65
Poco	12	32,43
Nada	7	18,92
<b>Total</b>	<b>37</b>	<b>100,00</b>

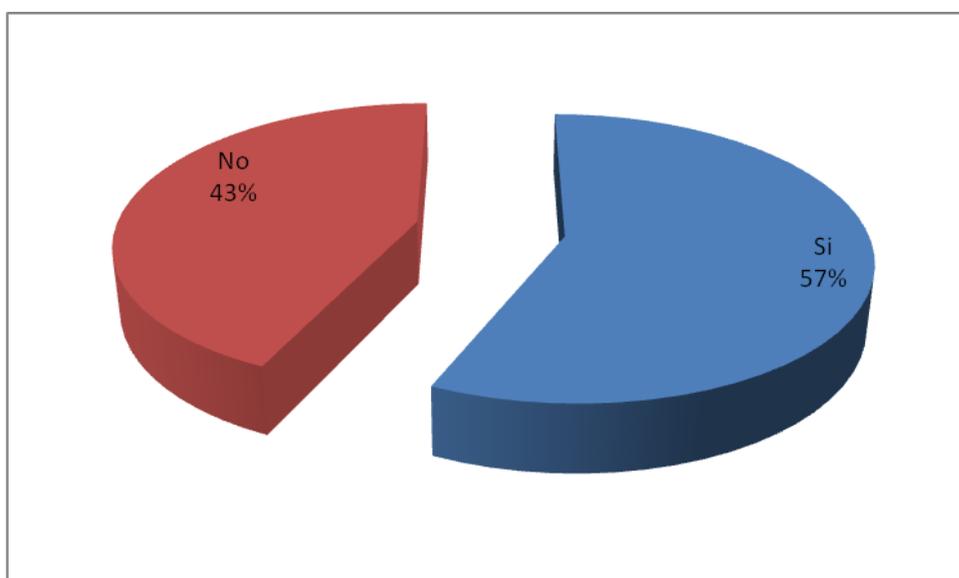


El 49% de la ciudadanía encuestada señalan que mucho se incrementaría la tasa de empleo local, un 32% que poco y un 19% que nada se incrementaría.

10.- ¿Cree usted necesario la ejecución de un proyecto de factibilidad para la creación de una empresa de confección y comercialización de ropa informal para damas?



<b>10.- ¿Cree usted necesario la ejecución de un proyecto de factibilidad para la creación de una empresa de confección y comercialización de ropa informal para damas?</b>	<b>Repuesta</b>	<b>%</b>
Si	21	56,76
No	16	43,24
<b>Total</b>	<b>37</b>	<b>100,00</b>

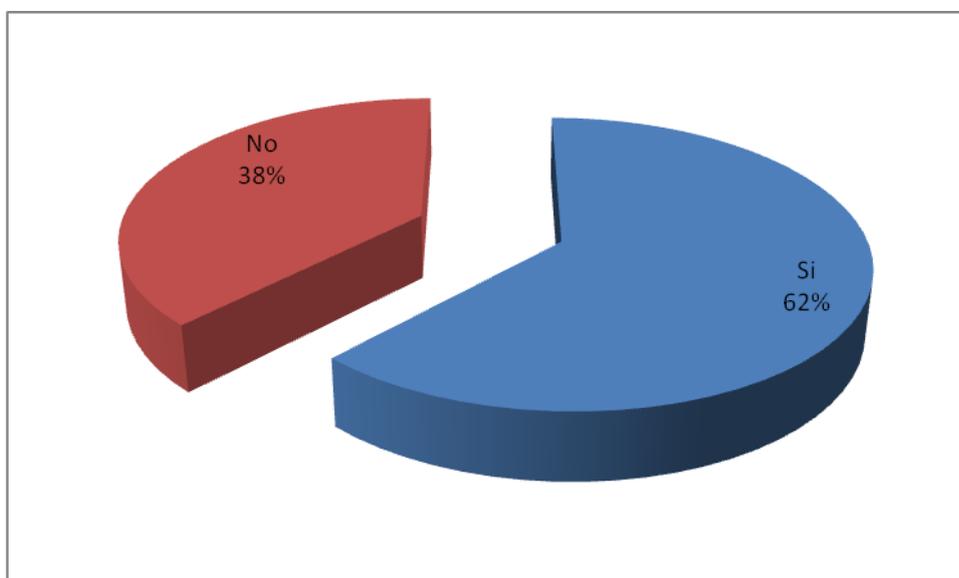


Un 57% de los encuestados indican que si es necesaria la ejecución de un proyecto de factibilidad para la creación de la empresa, mientras que un 43% señalan que este no es necesario.

11.- ¿Sería usted cliente de una nueva empresa que se dedique a la confección y comercialización de ropa informal para damas?



<b>11.- ¿Sería usted cliente de una nueva empresa que se dedique a la confección y comercialización de ropa informal para damas?</b>	<b>Repuesta</b>	<b>%</b>
Si	23	62,16
No	14	37,84
<b>Total</b>	<b>37</b>	<b>100,00</b>



Un 62% de los ciudadanos a quien se le aplico la encuesta consideran que si serían clientes de una nueva empresa que se dedique a la confección y comercialización de ropa informal para damas, mientras que el 38% señala que no lo serian.

### **3.2. Interpretación y discusión de resultados.**

## **DIRECTIVOS DE NEGOCIOS**



---

El 66,67% de los directivos de los negocios locales indican que si es necesario contar con una empresa local que se dedique a la confección y comercialización de ropa informal para damas; un 11,11% compran su mercadería localmente, el 22,22% en otros cantones de la provincia, un 66,67% en otras ciudades fuera de la provincia y nadie compra en otras ciudades fuera del país; un 77,78% estiman que si debe efectuarse previamente un estudio de mercado para la instalación de una empresa; el 55,56% considera que si debe hacerse un análisis de rentabilidad previo a la creación de una empresa; el 55,56% consideran además que la expectativa de creación es buena, un 33,33% que es regular y un 11,11% indica que es insuficiente.

De los directivos de los negocios a quien se le aplico el cuestionario-encuesta y que están relacionados con este sector en el cantón Babahoyo, están de acuerdo con la creación de este tipo de empresa en la localidad, ya que sus compras las realizan en otras ciudades fuera de la provincia, están de acuerdo con el estudio de mercado y con la realización previa de los estudios de factibilidad financiera. Estos directivos no tienen empresas de producción, solo de venta de los bienes, por lo que no temen el ingreso de un competidor nuevo en este tipo de mercado, ya que facilitarían sus compras en el medio local y no fuera de él.

### **PROVEEDORES DE BIENES Y MATERIA PRIMA**



---

Los sujetos de observación en un 75% estiman que si debe efectuarse previamente un estudio de mercado para la instalación de una empresa; el 50% señalan que conocen mucho cuales son las normativas legales para la formación de una empresa industrial, un 25% que conocen poco y el 25% restante que no conocen nada al respecto; el 100% indican que si es necesario contar con una empresa local que se dedique a la confección y comercialización de ropa informal para damas; un 75% de los sujetos de observación estiman que si mejorarían sus ventas si existiera una empresa dedicada a la confección y comercialización de ropa informal para damas; el 75% de los proveedores de bienes y mercaderías consideran que la expectativa es buena, un 25% que es regular .

Los proveedores de bienes y materias primas para la confección de ropa informal para damas y de la producción de bienes similares a quien se le aplico el cuestionario-encuesta consideran como buenas las expectativas para la creación de este tipo de empresa en la localidad, lo cual facilitaría y mejorarían sus ventas en el mercado local de la ciudad de Babahoyo, y que sobre las normas legales conocen mucho al respecto. Es decir los proveedores no temen el ingreso de una nueva empresa en el mercado, al contrario estiman que fortalecerán sus ventas y utilidades.

### **CIUDADANÍA (CLIENTES)**



---

Un 76% de los sujetos objetos de observación, compran su mercadería localmente, el 8% en otros cantones de la provincia, un 13% en otras ciudades fuera de la provincia y el 3% en otras ciudades fuera del país; el 32% de la población objetivo señala conocer mucho sobre cuales son los pasos para crear una empresa industrial, el 46% dice conocer poco sobre este asunto y un 22% indica que no conoce nada al respecto; el 57% indican que poco conocen sobre lo que es un estudio de mercado, un 16% señalo que no conoce nada al respecto y el 27% que conoce mucho sobre este tema; el 68% consideran que para instalar una empresa si se debe efectuar previamente un estudio de mercado; un 16% indica que conocen mucho sobre los proyectos de factibilidad, el 33% conoce poco al respecto y un 51% señala que no conocen nada; un 59% estiman que no es necesario para crear una empresa hacer un análisis de rentabilidad; el 24% conocen mucho sobre las normativas legales para la formación de una empresa, un 60% señala conocer poco al respecto y un 16% indican que no conocen nada.

La mayoría de la ciudadanía realiza sus compras en forma local, conocen poco sobre cuales son las normativas legales y los pasos para la formación de una empresa industrial, no conocen sobre lo que es un estudio de mercado, conocen poco sobre los estudios de factibilidad financiera, lo que hace necesario que los futuros directivos asuman este accionar para la creación de está nueva organización.

El 73% de los encuestado indicaron que si les gustaría contar con una empresa local que se dedique a la confección y comercialización de ropa informal para



---

damas; el 49% de la ciudadanía encuestada señalan que se incrementaría mucho la tasa de empleo local, un 32% que poco y un 19% que nada se incrementaría; un 57% indican que si es necesaria la ejecución de un proyecto de factibilidad para la creación de la empresa; un 62% consideran que si, serían clientes de una nueva empresa que se dedique a la confección y comercialización de ropa informal para damas.

Es importante señalar que la ciudadanía si se haría clientes de la nueva empresa a formase, lo cual nos hace ver que si es necesaria su creación, en el orden social ellos ven que este negocio podría generar empleo a la sociedad local, factor importante para las comunidades.

#### **CAPITULO IV**



---

## **4. PROPUESTA DE INTERVENCION.**

### **4.1 Introducción a la propuesta.**

La elección del tipo de negocio a poner en marcha es el punto de partida de todo proyecto empresarial. Son muchos los factores que pueden llevar a una persona a inclinarse por un negocio en concreto. Con carácter general, puede venir determinada por alguno de los siguientes factores: Oportunidades de negocio en mercados poco abastecidos, de nueva creación o con un alto potencial de crecimiento; conocimientos técnicos sobre mercados, sectores o negocios concretos; Simplicidad del negocio. Pero existen otros factores determinantes como el nivel técnico o el nivel económico exigido por algunos negocios, que actúan como factor disuasorio en muchos casos.

Es necesario señalar que un estudio de factibilidad, sirve para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y en base a ello tomar la mejor decisión, si procede su estudio, desarrollo o implementación. Este a su vez permite auxiliar a una organización a lograr sus objetivos, cubrir las metas con los recursos actuales en las áreas técnicas, económicas y operativas.

La investigación de factibilidad en un proyecto consiste en descubrir cuales son los objetivos de la organización, luego determinar si el proyecto es útil para que la empresa logre sus objetivos. La búsqueda de estos objetivos debe contemplar los



---

recursos disponibles o aquellos que la empresa puede proporcionar, nunca deben definirse con recursos que la empresa no es capaz de dar.

En las empresas se cuenta con una serie de objetivos que determinan la posibilidad de factibilidad de un proyecto sin ser limitativos. Estos objetivos son los siguientes:

- Reducción de errores y mayor precisión en los procesos.
- Reducción de costos mediante la optimización o eliminación de recursos no necesarios.
- Integración de todas las áreas y subsistemas de la empresa.
- Actualización y mejoramiento de los servicios a clientes o usuarios.
- Aceleración en la recopilación de datos.
- Reducción en el tiempo de procesamiento y ejecución de tareas.
- Automatización óptima de procedimientos manuales.

Los aspectos más relevantes sobre los que va a implementarse la presente propuesta, se enmarca en los siguientes puntos, siendo: 1.- Indicar los pasos legales para crear la empresa; 2.- Señalar el estudio de mercado realizado para su creación y 3.- Presentar el proyecto de factibilidad financiera que permita la creación de una empresa de confección y comercialización de ropa informal para damas en la ciudad de Babahoyo, lo que permitiría contar con una organización que generaría puestos de trabajo y facilitaría la adquisición de este tipo de bienes a los negocios informales locales.



---

Este tipo de negocios es una oportunidad en los mercados, siendo el de las confecciones muy amplio, ya que abarca la confección de ropa a la medida como por ejemplo ropa de calle, pantalones, vestidos, uniformes escolares y ternos, así como la confección de ropa en cantidad o al por mayor, como trajes típicos, ropa deportiva (buzos, polos, shorts). Por otra parte la ropa casual, es conocida también como ropa informal, es lo contrario de lo que usarías en una reunión formal. El termino ropa casual se puede utilizar para describir una variedad de estilos de ropa. Por ejemplo, usar ropa casual en el hogar es diferente de usar ropa casual para la oficina.



---

## **4.2. Objetivos de la propuesta**

### **4.2.1. General.**

Diseñar un proyecto de factibilidad con su respectivo análisis de rentabilidad económica, social y financiera para la formación de una empresa dedicada a la confección y comercialización de ropa informal para damas en la ciudad de Babahoyo

### **4.2.2. Específicos.**

- Indicar los pasos legales para crear una empresa dedicada a la confección y comercialización de ropa informal para damas.
- Señalar el estudio de mercado realizado para la creación de la empresa de confección y comercialización de ropa informal para damas.
- Presentar el proyecto de factibilidad financiera para la creación de la empresa de confección y comercialización de ropa informal para damas.



---

### 4.3. Exposición de motivos.

La banca comercial ha desarrollado en los últimos años un buen número de productos financieros destinados a la financiación de proyectos de inversión de las PYMES: Créditos, préstamos, líneas de crédito y descuento comercial. Para proyectos empresariales de mayor volumen, la banca comercial cuenta con otra serie de recursos destinados a facilitar el acceso al mercado de capitales: Pagarés, obligaciones, salidas a bolsa, socios inversores, etc. En este sentido debe resaltarse que una gran parte de la banca comercial viene suscribiendo con las distintas administraciones una serie de convenios de colaboración con el fin de establecer líneas de crédito blando a las inversiones empresariales, por eso creemos que el sector de la confección de prendas de vestir se presenta como una oportunidad de inversión, que en base a los créditos otorgados por las entidades financieras podría ser instalada, requiriendo para ello un análisis adecuado de la rentabilidad financiera que tenga como tal la creación de una empresa de este tipo, como lo es la industrial.

Las conclusiones establecidas mediante el proceso de investigación efectuada en la tesis nos han permitido identificar que es necesario en el medio local, que es la ciudad de Babahoyo, generar la creación de una empresa de confección de ropa informal para damas, para todo esto es necesario agrupar en algún documento los lineamientos operativos y financieros que sostengan la creación y conformación de esta organización a fin de permitir que todos los involucrados conozcan los pasos para lograr aquello.



---

Dentro de la presente propuesta veremos la aplicación de un sistema de acumulación de costos, el cual debe ser compatible con la naturaleza y tipo de las operaciones ejecutadas por una compañía manufacturera como es el caso de la empresa a crearse. El sistema de costos por procesos debe ser aplicado y usado por las empresas que incursionan en la confección de prendas de vestir, y, aquello también es parte de la presente propuesta.



---

#### 4.4. Factibilidad de la Propuesta.

A fin de garantizar la presente propuesta, a continuación se darán a conocer los elementos que la hacen factible.

<b>Factibilidad económica</b>	El financiamiento y ubicación de los recursos financieros para poner en marcha la propuesta operativa de la creación de la empresa.
<b>Factibilidad técnica operativa</b>	Presente mediante la receptividad de los directivos, para implementar las estrategias propuestas dentro del proyecto de creación.
<b>Factibilidad social</b>	Corresponde a los beneficios aportados por la empresa a la comunidad, por medio de las plazas de trabajo y del servicio que se brinda a los comerciantes minoristas.



---

#### 4.5. Propuestas estratégicas.

##### **4.5.1. Indicar los pasos legales para crear una empresa dedicada a la confección y comercialización de ropa informal para damas.**

Con la finalidad de estructurar en forma ordenada la empresa, a quien a partir de la presente propuesta la denominaremos: “**SexyModa Cía. Ltda.**”; presentamos a continuación los pasos que se requieren seguir para legalizar su creación, siendo estos los siguientes:

##### **1.- Pedido de asignación del nombre de la razón social.**

**CONSORCIO JURÍDICO & ASOCIADOS  
ASESORES LEGALES Y CONTABLES  
Asuntos: Constitución de Compañías, Penales,  
Jurídicos, Contables.  
R.U.C. 0992546789001**

Babahoyo 10 de Mayo de 2011

**Señor:  
SUPERINTENDENTE DE COMPAÑÍAS  
Guayaquil.**

##### **De mis consideraciones:**

La presente tiene por objeto solicitar a Usted se sirva aprobar el nombre de la Razón Social para la constitución de una Compañía de Responsabilidad Limitada cuyas denominaciones son las siguientes:

- 1.- SEXYMODA CÍA. LTDA.
- 2.- MODA AL DIA CÍA. LTDA.

De los nombres ya expuestos sírvase seleccionar uno de ellos para la denominación de la compañía.

Por la atención que le de a la presente le anticipo mis agradecimientos,

**Atentamente.**

**María Alexandra Correa Mera  
ABOGADA  
REG. # 13152**



---

**2.- Aprobación del nombre de la razón social.**



**REPÚBLICA DEL ECUADOR  
SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS  
ABSOLUCIÓN DE DENOMINACIONES  
Oficina: Guayaquil**

Guayaquil, 29 de Mayo del 2011

**Abg.  
María Alexandra Correa Mera  
Babahoyo.**

**De mis consideraciones:**

La presente tiene por objeto informarte que el nombre de la Razón Social para la Compañía de Responsabilidad Limitada en formación tendrá la siguiente denominación "**SEXYMODA CÍA. LTDA.**", que ha sido aprobada.

Particular que comunico a usted para Los fines consiguientes.

**Atentamente.**

**Ab. Javier Castro Posligua  
Superintendente de Compañías**



### 3.- Certificación bancaria del depósito del 50% del capital.



## CERTIFICADO DE DEPÓSITO EN CUENTA ESPECIAL. DE INTEGRACION DE CAPITAL

Certificamos que hemos recibido en la CUENTA ESPECIAL DE INTEGRACIÓN DE CAPITAL N° 9000732588-----abierta el 10 de Junio del 2011-----a nombre de la COMPAÑÍA EN FORMACIÓN, que se denominará **SEXYMODA CÍA. LTDA.** -----

La cantidad de SEISCIENTOS CINCUENTA DOLARES 00/100----- que ha sido consignada por orden de las siguientes personas:

#### CANTIDAD DEL APORTE

Cynthia Irene Vera Ortiz-----	\$ 250,00
Mónica Alexandra Herrera Ruiz-----	\$ 200,00
Rosa María Galecio Ruíz-----	\$ 200,00

El depósito será entregado a los ADMINISTRADORES que sean designados por esa Compañía, una vez que el señor Superintendente de Compañías o de Bancos, según el caso, haya comunicado a este Banco que ésta se encuentra constituida y previa, entrega de una copia certificada de los nombramientos de los Administradores con la correspondiente constancia de su inscripción en el Registro Mercantil, y de una copia auténtica de las Escrituras de Constitución con las respectivas razones de aprobación e inscripción.

Si la referida Compañía en formación no llegare a constituirse, este depósito será reintegrado a los depositantes previa entrega de este certificado y luego de haber recibido del señor Superintendente de Compañías o de Bancos, según sea el caso, la autorización otorgada para el efecto.

Este depósito devengará intereses a la tasa establecida en la Solicitud-Contrato de Apertura de la Cuenta Especial de Integración de Capital, siempre y cuando se mantenga por 31 días o más.

**BANCO INTERNACIONAL S.A.**  
Firma Autorizada



---

**4.- Pedido de Revisión de minuta a la SC.**

**CONSORCIO JURÍDICO & ASOCIADOS  
ASESORES LEGALES Y CONTABLES  
Asuntos: Constitución de Compañías, Penales,  
Jurídicos, Contables.  
R.U.C. 0992546789001**

Babahoyo 12 de Junio de 2011

**Señor:  
SUPERINTENDENTE DE COMPAÑÍAS  
Guayaquil.**

**De mis consideraciones:**

La presente tiene por objeto solicitar a Usted se sirva ordenar a quien corresponda se revise la minuta de la Compañía de Responsabilidad Limitada denominada **SEXYMODA CÍA. LTDA.**, que adjunto a la presente, a fin de seguir el trámite respectivo de Ley.

Dígnese proveer, conforme a derecho,

**Atentamente.**

**María Alexandra Correa Mera  
ABOGADA  
REG. # 13152**



---

## 5.- Minuta de escritura de la compañía SexyModa Cía. Ltda.

### MINUTA DE LA COMPAÑÍA SEXYMODA CÍA. LTDA.

**SEÑOR NOTARIO:** Sírvase incorporar en el Registro de escrituras públicas a su cargo una por la cual consta la constitución de una compañía Limitada que se otorgue al tenor de las siguientes cláusulas y estipulaciones: **PRIMERA: OTORGANTES.-** Intervienen en el otorgamiento de la presente escritura pública y manifiestan su voluntad de constituir la compañía Limitada las siguientes personas: La señorita **CYNTHIA IRENE VERA ORTIZ**, de nacionalidad ecuatoriana, de estado civil soltera, la señorita **MÓNICA ALEXANDRA HERRERA RUIZ**; de nacionalidad ecuatoriana, de estado civil soltera, la señorita **ROSA MARÍA GALECIO RUÍZ**, de nacionalidad ecuatoriana, de estado civil soltera, domiciliadas en la ciudad de Babahoyo: **SEGUNDA: CONSTITUCIÓN Y ESTATUTOS:** La sociedad que se constituye por este instrumento, se regirá por las disposiciones de la ley de Compañías y más leyes aplicables, así como las normas y disposiciones contenidas en su estatuto Social.

**ESTATUTOS SOCIALES DE LA COMPAÑÍA LIMITADA SEXYMODA PRIMERO: DENOMINACIÓN, FINALIDAD, DURACIÓN Y DOMICILIO ARTÍCULO. PRIMERO: DENOMINACIÓN.-** Constituyese en la ciudad de Babahoyo la compañía que se denominará **SEXYMODA CÍA. LTDA.**, la misma que se regirá por las leyes del Ecuador el presente Estatuto y los reglamentos que se expidiesen. **ARTICULO SEGUNDO: OBJETO SOCIAL.-** La compañía se dedicará a la confección y comercialización de prendas de vestir femeninas al por mayor y menor. Se dedicará a la actividad mercantil e industrial confeccionando y comercializando ropa informal para el sector femenino, pudiendo ampliar su producción y comercialización hacia la ropa formal e informal para niños, jóvenes y adultos de ambos géneros.- **ARTÍCULO TERCERO: PLAZO.-** El plazo por el cual se constituye esta sociedad es de cincuenta (50) años, contados a partir de la fecha de inscripción de esta escritura en el Registro Mercantil. **ARTICULO CUARTO: DOMICILIO.-** El domicilio principal de la compañía es el cantón Babahoyo, provincia de los Ríos; y podrá establecer sucursales o agencias en cualquier lugar de la República o del exterior. **CAPITULO SEGUNDO: CAPITAL, PARTICIPACIONES, SOCIOS, - ARTICULO QUINTO: CAPITAL SOCIAL.-** El capital social de la compañía es de **SEISCIENTOS CINCUENTA DOLARES (USD\$ 650, 00)** dividido en seiscientos cincuenta participaciones sociales "iguales, acumulativas e indivisibles", de un dólar de los Estados Unidos de América cada una de ellas. **ARTICULO SEXTO: DE LAS PARTICIPACIONES:-** La compañía entregará a cada socio, un certificado de aportación en el que constará su carácter NO NEGOCIABLE, y el número de participaciones que por su aporte le corresponde. Los certificados deben ser suscritos por el Presidente y el Gerente General de



---

la compañía dará derecho a un voto en las sesiones de la Junta General NO OBSTANTE su carácter de **NO NEGOCIABLE** de los certificados de aportaciones, los socios podrán ceder, total o parcialmente, sus participaciones sociales, con el consentimiento unánime del capital social. En todo caso las cesiones o transferencias de participaciones sociales, solo surtirán cuando se hubieren cumplido los requisitos en la Ley de Compañías.- **ARTICULO SÉPTIMO: RESPONSABILIDADES**

**DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS SOCIOS.-** Salvo las excepciones legales, la responsabilidad de los socios se limita al monto de sus participaciones, gozarán de los derechos y cumplirán con las obligaciones que le señala la Ley de Compañías y demás Leyes de la República.- **ARTICULO OCTAVO: DEL FONDO DE RESERVA LEGAL.-**

La compañía deberán formar un fondo de reserva legal, en numerario igual al veinte por ciento del capital social, debiéndose agregar en cada anualidad de las utilidades liquidas y realizadas , UN CINCO POR CIENTO, por tal efecto.- **ARTICULO NOVENO : DEL GOBIERNO Y ADMINISTRACIÓN.-**

La compañía será Gobernada por la Junta General de socios y administrada por el Presidente y Gerente General.-

**ARTICULO DÉCIMO: DE LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS.-** La junta general formada por socios legalmente convocados y reunidos es la máxima autoridad de la compañía y sus acuerdos y resoluciones obligan a todos sus socios funcionarios y empleados de la misma. La Junta General tendría todas las atribuciones y facultades que le confiere la Ley de Compañías, con excepción de aquellas que por estos estatutos se confieren a todos los funcionarios de la compañía y son sus atribuciones elegir al Presidente. Gerente General y otros Gerentes, quienes duraran cinco años en sus funciones.- **ARTICULO DÉCIMO PRIMERO: DE LA CONVOCATORIA QUÓRUM Y MAYORÍA.-**

La convocatoria a Junta General de Socios se hará con por lo menos ocho días de anticipación a la fecha de reunión y mediante comunicación escrita dirigida al domicilio de cada uno de socios, de la cual el socio notificado dejará constancia de haberla recibido. El quórum de la Junta general en primera convocatoria estará constituido por socios que representen mas de la mitad del capital social, sin perjuicios de las excepciones legales o estatutarias: En segunda, se reunirá con el número de socios presentes, debiendo expresarse así en la referida convocatoria la Junta General adoptara sus resoluciones por mayoría absoluta de votos concurrentes, de acuerdo al capital que representen, salvo las excepciones previstas en la ley de compañías o en las presentes estipulaciones.- **ARTICULO DÉCIMO**

**SEGUNDO: DE LA DIRECCIÓN Y ACTAS:** Las Juntas generales de socios serán presididas por el Presidente o por quien estuviere haciendo sus veces, o cuando falta este funcionario, por un socio elegido por la misma junta para el efecto. En la Junta general, el Gerente General de la compañía hará las veces de secretario y en caso de ausencia o falta, actuará como secretario ad-Hoc el socio que para el efecto fuere designado por la Junta General. Las actas de Juntas generales se llevarán por el sistema de hojas móviles escritas a máquinas, en el anverso y reverso, deberán ser foliadas con numerarios continua y



---

sucesiva rubricada una por una por el secretario.- **ARTICULO DÉCIMO TERCERO: DEL PRESIDENTE.-** El Presidente de la compañía podrá o no ser socio de la misma. Será nombrada por un período de cinco años, sin perjuicio de ser indefinidamente reelegido. Sus atribuciones y deberes son las siguientes: a).- Presidir las reuniones de Junta General y controlar el incumplimiento de las resoluciones por la misma, b).- Reemplazar al gerente general de la compañía en caso de falta, ausencia o impedimento temporal o definitivo de éste, y en este último supuesto, hasta que la Junta General provea una nueva designación; c).- Las demás que le confieren la Ley de Compañías y los presentes estatutos.- **ARTICULO DÉCIMO CUARTO.- DEL GERENTE GENERAL.-** El Gerente General de la compañía podrá o no ser socio de la misma. Será nombrado por un período de cinco años, sin perjuicio de ser indefinidamente reelegido. Sus atribuciones y deberes son los siguientes: a).- Ejercer la representación legal, judicial y extrajudicial de la compañía; b).- Actuar como secretario de la Junta General; b).- Ejercer la representación legal, judicial y extrajudicial de la compañía; convocar a la Junta General; c).- Convocar a la Junta General en los términos de los artículos décimo y décimo primero de estos estatutos; d).- En fin, tendrá a la más amplias atribuciones, excepto aquellas que le prohíba o limite los presentes estatutos. Será nombrado por un período de cinco años, sin perjuicio de ser indefinidamente reelegido. Sus atribuciones y deberes son las siguientes: a).- Presidir las reuniones de Junta General y controlar el incumplimiento de las resoluciones por la misma, b).- Reemplazar al gerente general de la compañía en caso de falta, ausencia o impedimento temporal o definitivo de éste, y en este último supuesto, hasta que la Junta General provea una nueva designación; c).- Las demás que le confieren la Ley de Compañías y los presentes estatutos.- **ARTICULO DÉCIMO QUINTO: DE LA REPRESENTACIÓN LEGAL.-** La representación legal, judicial extrajudicial de la compañía la tiene el Gerente General de la misma, y se extenderá a todos los asuntos relacionados con su objeto social, en operaciones civiles o mercantiles y con no mas limitaciones que las que puedan encontrarse en los presentes estatutos y en la Ley. En caso de ausencia falta o impedimento temporal o definitivo del Gerente General, el Presidente representación legal de la Compañía en las condiciones y con las condiciones que los presentes estatutos prescriben: **DÉCIMO SEXTO: DE LOS GERENTES:** La junta General de Socios podrá designar uno o más Gerentes, con el carácter Administrativo, Financiero, Comercial, de Ventas, etc. de acuerdo con la complejidad de funciones y necesidades de la compañía señalará sus funciones al tiempo de nombrarlos, y sus funciones serán las de colaborar y ayudar en sus gestiones al Presidente y Gerente General, pero no tendrán la representación legal de la Compañía, salvo que estén subrogando a tal representante legal y si su nombramiento estuviere inscrito, solamente y hasta que se designe al representante legal titular. Los Gerentes podrán ser removidos de sus respectivos cargos por la Junta general de socios en cualquier tiempo y sin ningún otro requisito previo.- **ARTICULO DÉCIMO SÉPTIMO.- DE LA FISCALIZACIÓN.-** En cualquier momento que lo juzgue necesario la



---

Junta General de socios podrá fiscalizar la marcha económica y designar la persona o personas que consideren convenientes a las que señalara sus atribuciones y deberes. **CLAUSULA TERCERA.- SUSCRIPCIÓN E INTEGRACIÓN DE CAPITAL:** El capital social de la compañía queda íntegramente suscrito de la siguiente manera: **a).- CYNTHIA IRENE VERA ORTIZ**, suscribe doscientas cincuenta (250) participaciones iguales, acumulativas e indivisibles de un dólar de los Estados Unidos de América; **b) MÓNICA ALEXANDRA HERRERA RUIZ**, suscribe doscientas (200) participaciones iguales, acumulativas e indivisibles de un dólar de los Estados Unidos de América; **c) ROSA MARÍA GALECIO RUÍZ**, suscribe doscientas (200) participaciones iguales, acumulativas e indivisibles de un dólar de los estados unidos de América , en un mismo texto queda elevados a escritura pública.- Leída está escritura de principio a fin por mí el Notario en alta voz a las comparecientes, éstas la aprueban en todas sus partes firmando en unidad de acto conmigo el Notario de todo lo cual doy fe.. **HASTA AQUÍ LA MINUTA.**

**CYNTHIA IRENE VERA ORTIZ**

**MÓNICA ALEXANDRA HERRERA RUIZ**

**ROSA MARÍA GALECIO RUÍZ,**

**NOTARIO**



6.- Escritura de la compañía SexyModa Cía. Ltda.

## REPÚBLICA DEL ECUADOR



## NOTARIA TRIGÉSIMA

*DEL CANTÓN GUAYAQUIL*

**COPIA CERTIFICADA DE LA ESCRITURA PÚBLICA DE LA  
COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA DENOMINADA  
"SEXYMODA CIA. LTDA."**

**DR. CRISTIAN QUIÑONEZ BASANTES,  
NOTARIO**



---

## CONSTITUCIÓN DE UNA COMPAÑÍA LIMITADA DENOMINADA SEXYMODA CÍA. LTDA.

**CAPITAL AUTORIZADO: U.S \$650.00**  
**CAPITAL SUSCRITO: U.S. \$200.00**

En la ciudad de Guayaquil, cabecera cantonal de la Provincia del Guayas, República del Ecuador, hoy quince de Julio del dos mil once, ante mí, **Doctor CRISTIAN QUIÑONEZ BASANTES**, Notario Primero Interino de éste Cantón, comparecen las siguientes personas: **a)** Señorita, **CYNTHIA IRENE VERA ORTIZ**, de nacionalidad ecuatoriana, de estado civil soltera, estudiante; **b)** La Señorita **MÓNICA ALEXANDRA HERRERA RUIZ**, de nacionalidad ecuatoriana, de estado civil soltero, estudiante, **c)** La Señorita, **ROSA MARÍA GALECIO RUÍZ**, de nacionalidad ecuatoriana, de estado civil soltera, estudiante, en la ciudad de Babahoyo, capaces para obligarse y contratar a quienes de conocerlos doy fe.- Bien instruidos en el objeto y resultado de esta escritura, a la que proceden con amplia y entera libertad para su otorgamiento me presentan la minuta que es del tenor siguiente: **SEÑOR NOTARIO:** Sírvase incorporar en el Registro de escrituras públicas a su cargo una por la cual consta la constitución de una compañía Limitada que se otorgue al tenor de las siguientes cláusulas y estipulaciones: **PRIMERA: OTORGANTES.-** Intervienen en el otorgamiento de la presente escritura pública y manifiestan su voluntad de constituir la compañía Limitada las siguientes personas: La señorita **CYNTHIA IRENE VERA ORTIZ**, de nacionalidad ecuatoriana, de estado civil soltera, la señorita **MÓNICA ALEXANDRA HERRERA RUIZ**; de nacionalidad ecuatoriana, de estado civil soltera, la señorita **ROSA MARÍA GALECIO RUÍZ**, de nacionalidad ecuatoriana, de estado civil soltera, domiciliadas en la ciudad de Babahoyo: **SEGUNDA: CONSTITUCIÓN Y ESTATUTOS:** La sociedad que se constituye por este instrumento, se regirá por las disposiciones de la ley de Compañías y más leyes aplicables, así como las normas y disposiciones contenidas en su estatuto Social.

**ESTATUTOS SOCIALES DE LA COMPAÑÍA LIMITADA SEXYMODA**  
**PRIMERO: DENOMINACIÓN, FINALIDAD, DURACIÓN Y DOMICILIO**  
**ARTÍCULO PRIMERO: DENOMINACIÓN.-** Constituyese en la ciudad de Babahoyo la compañía que se denominará **SEXYMODA CÍA. LTDA.**, la misma que se regirá por las leyes del Ecuador el presente Estatuto y los reglamentos que se expidiesen. **ARTICULO SEGUNDO: OBJETO SOCIAL.-** La compañía se dedicará a la confección y comercialización de prendas de vestir femeninas al por mayor y menor. Se dedicará a la actividad mercantil e industrial confeccionando y comercializando ropa informal para el sector femenino, pudiendo ampliar su producción y comercialización hacia la ropa formal e informal para niños, jóvenes y adultos de ambos géneros.- **ARTÍCULO TERCERO: PLAZO.-** El plazo por el cual se constituye esta sociedad es de cincuenta (50) años,



contados a partir de la fecha de inscripción de esta escritura en el Registro Mercantil. **ARTICULO CUARTO: DOMICILIO.-** El domicilio principal de la compañía es el cantón Babahoyo, provincia de los Ríos; y podrá establecer sucursales o agencias en cualquier lugar de la República o del exterior. **CAPITULO SEGUNDO: CAPITAL, PARTICIPACIONES, SOCIOS, - ARTICULO QUINTO: CAPITAL SOCIAL.-** El capital social de la compañía es de **SEISCIENTOS CINCUENTA DOLARES (USD\$ 650, 00)** dividido en seiscientos cincuenta participaciones sociales “iguales, acumulativas e indivisibles”, de un dólar de los Estados Unidos de América cada una de ellas. **ARTICULO SEXTO: DE LAS PARTICIPACIONES:-** La compañía entregará a cada socio, un certificado de aportación en el que constará su carácter NO NEGOCIABLE, y el número de participaciones que por su aporte le corresponde. Los certificados deben ser suscritos por el Presidente y el Gerente General de la compañía dará derecho a un voto en las sesiones de la Junta General NO OBSTANTE su carácter de **NO NEGOCIABLE** de los certificados de aportaciones, los socios podrán ceder, total o parcialmente, sus participaciones sociales, con el consentimiento unánime del capital social. En todo caso las cesiones o transferencias de participaciones sociales, solo surtirán cuando se hubieren cumplido los requisitos en la Ley de Compañías.- **ARTICULO SÉPTIMO: RESPONSABILIDADES DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS SOCIOS.-** Salvo las excepciones legales, la responsabilidad de los socios se limita al monto de sus participaciones, gozarán de los derechos y cumplirán con las obligaciones que le señala la Ley de Compañías y demás Leyes de la República.- **ARTICULO OCTAVO: DEL FONDO DE RESERVA LEGAL.-** La compañía deberán formar un fondo de reserva legal, en numerario igual al veinte por ciento del capital social, debiéndose agregar en cada anualidad de las utilidades liquidas y realizadas , UN CINCO POR CIENTO, por tal efecto.- **ARTICULO NOVENO : DEL GOBIERNO Y ADMINISTRACIÓN.-** La compañía será Gobernada por la Junta General de socios y administrada por el Presidente y Gerente General.- **ARTICULO DÉCIMO: DE LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS.-** La junta general formada por socios legalmente convocados y reunidos es la máxima autoridad de la compañía y sus acuerdos y resoluciones obligan a todos sus socios funcionarios y empleados de la misma. La Junta General tendría todas las atribuciones y facultades que le confiere la Ley de Compañías, con excepción de aquellas que por estos estatutos se confieren a todos los funcionarios de la compañía y son sus atribuciones elegir al Presidente. Gerente General Y otros Gerentes, quienes duraran cinco años en sus funciones.- **ARTICULO DÉCIMO PRIMERO: DE LA CONVOCATORIA QUÓRUM Y MAYORÍA.-** La convocatoria a Junta General de Socios se hará con por lo menos ocho días de anticipación a la fecha de reunión y mediante comunicación escrita dirigida al domicilio de cada uno de socios, de la cual el socio notificado dejará constancia de haberla recibido. El quórum de la Junta general en primera convocatoria estará constituido por socios que representen mas de la mitad del capital social, sin perjuicios de las excepciones legales o estatutarias: En



---

segunda, se reunirá con el número de socios presentes, debiendo expresarse así en la referida convocatoria la Junta General adoptara sus resoluciones por mayoría absoluta de votos concurrentes, de acuerdo al capital que representen, salvo las excepciones previstas en la ley de compañías o en las presentes estipulaciones.- **ARTICULO DÉCIMO SEGUNDO: DE LA DIRECCIÓN Y ACTAS:** Las Juntas generales de socios serán presididas por el Presidente o por quien estuviere haciendo sus veces, o cuando falta este funcionario, por un socio elegido por la misma junta para el efecto. En la Junta general, el Gerente General de la compañía hará las veces de secretario y en caso de ausencia o falta, actuará como secretario ad-Hoc el socio que para el efecto fuere designado por la Junta General. Las actas de Juntas generales se llevarán por el sistema de hojas móviles escritas a máquinas, en el anverso y reverso, deberán ser foliadas con numerarios continua y sucesiva rubricada una por una por el secretario.- **ARTICULO DÉCIMO TERCERO: DEL PRESIDENTE.-** El Presidente de la compañía podrá o no ser socio de la misma. Será nombrada por un período de cinco años, sin perjuicio de ser indefinidamente reelegido. Sus atribuciones y deberes son las siguientes: a).- Presidir las reuniones de Junta General y controlar el incumplimiento de las resoluciones por la misma, b).- Reemplazar al gerente general de la compañía en caso de falta, ausencia o impedimento temporal o definitivo de éste, y en este último supuesto, hasta que la Junta General provea una nueva designación; c).- Las demás que le confieren la Ley de Compañías y los presentes estatutos.- **ARTICULO DÉCIMO CUARTO.- DEL GERENTE GENERAL.-** El Gerente General de la compañía podrá o no ser socio de la misma. Será nombrado por un período de cinco años, sin perjuicio de ser indefinidamente reelegido. Sus atribuciones y deberes son los siguientes: a).- Ejercer la representación legal, judicial y extrajudicial de la compañía; b).- Actuar como secretario de la Junta General; b).- Ejercer la representación legal, judicial y extrajudicial de la compañía; convocar a la Junta General; c).- Convocar a la Junta General en los términos de los artículos décimo y décimo primero de estos estatutos; d).- En fin, tendrá a la más amplias atribuciones, excepto aquellas que le prohíba o limite los presentes estatutos. Será nombrado por un período de cinco años, sin perjuicio de ser indefinidamente reelegido. Sus atribuciones y deberes son las siguientes: a).- Presidir las reuniones de Junta General y controlar el incumplimiento de las resoluciones por la misma, b).- Reemplazar al gerente general de la compañía en caso de falta, ausencia o impedimento temporal o definitivo de éste, y en este último supuesto, hasta que la Junta General provea una nueva designación; c).- Las demás que le confieren la Ley de Compañías y los presentes estatutos.- **ARTICULO DÉCIMO QUINTO: DE LA REPRESENTACIÓN LEGAL.-** La representación legal, judicial extrajudicial de la compañía la tiene el Gerente General de la misma, y se extenderá a todos los asuntos relacionados con su objeto social, en operaciones civiles o mercantiles y con no mas limitaciones que las que puedan encontrarse en los presentes estatutos y en la Ley. En caso de ausencia falta o impedimento temporal o definitivo del Gerente General, el



Presidente representación legal de la Compañía en las condiciones y con las condiciones que los presentes estatutos prescriben: **DÉCIMO SEXTO: DE LOS GERENTES:** La junta General de Socios podrá designar uno o más Gerentes, con el carácter Administrativo, Financiero, Comercial, de Ventas, etc. de acuerdo con la complejidad de funciones y necesidades de la compañía señalará sus funciones al tiempo de nombrarlos, y sus funciones serán las de colaborar y ayudar en sus gestiones al Presidente y Gerente General, pero no tendrán la representación legal de la Compañía, salvo que estén subrogando a tal representante legal y si su nombramiento estuviere inscrito, solamente y hasta que se designe al representante legal titular. Los Gerentes podrán ser removidos de sus respectivos cargos por la Junta general de socios en cualquier tiempo y sin ningún otro requisito previo.- **ARTICULO DÉCIMO SÉPTIMO.- DE LA FISCALIZACIÓN.-** En cualquier momento que lo juzgue necesario la Junta General de socios podrá fiscalizar la marcha económica y designar la persona o personas que consideren convenientes a las que señalará sus atribuciones y deberes. **CLAUSULA TERCERA.- SUSCRIPCIÓN E INTEGRACIÓN DE CAPITAL:** El capital social de la compañía queda íntegramente suscrito de la siguiente manera: **a).- CYNTHIA IRENE VERA ORTIZ**, suscribe doscientas cincuenta (250) participaciones iguales, acumulativas e indivisibles de un dólar de los Estados Unidos de América; **b) MÓNICA ALEXANDRA HERRERA RUIZ**, suscribe doscientas (200) participaciones iguales, acumulativas e indivisibles de un dólar de los Estados Unidos de América; **c) ROSA MARÍA GALECIO RUÍZ**, suscribe doscientas (200) participaciones iguales, acumulativas e indivisibles de un dólar de los estados unidos de América , en un mismo texto queda elevados a escritura pública.- Leída está escritura de principio a fin por mí el Notario en alta voz a las comparecientes, éstas la aprueban en todas sus partes firmando en unidad de acto conmigo el Notario de todo lo cual doy fe..

**Srta. CYNTHIA IRENE VERA ORTIZ**  
**C.I. 120115216-8**

**Srta. MÓNICA ALEXANDRA HERRERA RUIZ**  
**C.I. 120115321-1**

**Srta. ROSA MARÍA GALECIO RUÍZ,**  
**C.I. 120156831- 2**

Se otorgo ante mí; y en fe de ello, confiero este PRIMER testimonio, la misma que firmo y sello en la fecha de su otorgamiento.

**Dr. CRISTIAN QUIÑONEZ BASANTES**  
**F: Notario Primero Interino de éste Cantón**

RAZÓN: siento como tal que, con esta fecha y al margen de la matriz de la escritura pública de ESCRITURA PÚBLICA DE CONSTITUCIÓN DE LA



---

COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA, denominada **SEXYMODA CIA. LTDA.** Otorgada mediante escritura pública ante el **Doctor CRISTIAN QUIÑONEZ BASANTES**, Notario Primero Interino de éste Cantón. el día 15 de Julio del año dos mil once, he tomado nota de su aprobación mediante resolución número 05-G-IJ-0008125 suscrita el 18 de Julio del año 2011 por el Intendente jurídico de Compañías de la Intendencia de Compañías de Guayaquil.- Guayaquil, veinte de julio del año dos mil once.

**Dr. CRISTIAN QUIÑONEZ BASANTES**  
**F: Notario Primero Interino de éste Cantón**



---

**7.- Registro ante el Registrado Mercantil de la compañía SexyModa Cía. Ltda.**

**DILIGENCIA:** En cumplimiento a lo que dispone el Artículo Segundo, de la Resolución N°. 05-G-IJ-0008125, Abg. Carlos Terán Buenazo, Especialista Jurídico, el 18 de Julio del 2011, se tomó nota al margen de la matriz de la escritura pública de Constitución de la Compañía **SEXYMODA CÍA. LTDA.** Otorgada el 15 de Julio del 2011, ante el Notario Primero del cantón Guayaquil provincia del Guayas, Doctor Cristian Quiñones Basantes.- Guayaquil, 21 de Julio del 2011.

**Dr. CRISTIAN QUIÑONEZ BASANTES**  
**F: Notario Primero Interino de éste Cantón**

**CERTIFICO:** Que con fecha de hoy, y de conformidad con lo dispuesto en el Art. 33 del Código de Comercio se ha fijado y se mantendrá fijo en la sala de este despacho por el tiempo que dispone la Ley, bajo el número 01354, un extracto de esta escritura pública.- Guayaquil, veinte y dos de Julio del dos mil once.- El Registrador Mercantil.

**Ab. Fernando Rigail Tamayo.**  
**Registrador Mercantil**

**CERTIFICO:** que con fecha de hoy, fue activada el certificado de afiliación a la Cámara de Comercio de la Compañía de Responsabilidad Limitada **SEXYMODA CÍA. LTDA.**, Guayaquil, veinte y dos de Julio del dos mil once.- El Registrador Mercantil

**Ab. Fernando Rigail Tamayo.**  
**Registrador Mercantil**



**8.- Registro en la Cámara de Comercio de Guayaquil de la compañía SexyModa Cía. Ltda.**



## **CÁMARA DE COMERCIO DE GUAYAQUIL**

**CS-F1-07-10-1314**  
**Guayaquil, 25 de Julio del 2011.**

### **LA DIRECCIÓN DE SERVICIO AL SOCIO**

#### **C E R T I F I C A:**

Que la empresa “SEXYMODA CÍA. LTDA.” con el registro 1822 es socio de la Cámara de comercio de Guayaquil, desde el 25 de Julio de 2011, y se encuentra al día en sus obligaciones con la entidad.

**Válido hasta el 25 de Julio del 2012.**

**Atentamente,**

**Eco. Adelina Landívar Zambrano**  
**DIRECTORA DE SERVICIO AL SOCIO**



---

**9.- Registro en la Superintendencia de compañías.**



**REPÚBLICA DEL ECUADOR**  
**SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS**

**Oficina: Guayaquil**

**RESOLUCIÓN N°. 01250-11**

**AB. GUSTAVO MOYA FLORES**

**INTENDENTE JURIDICO DE LA OFICINA DE GUAYAQUIL**

**Considerando:**

Que el quince de Julio del dos mil once otorgado ante el Notario Trigésimo del Cantón Guayaquil, la escritura Pública de Constitución de la Compañía de Responsabilidad Limitada “**SEXYMODA CÍA. LTDA.**”.

Que la abogada MARIA ALEXANDRA CORREA MERA, ha presentado las copias de dichas escrituras; las mismas que reúnen los requisitos de Ley;

Que el Departamento Jurídico de Compañías, ha emitido en forma favorable para la aprobación solicitada;

En ejercicio de las atribuciones delegadas al Señor Superintendente de Compañías.

**RESUELVE:**

**ARTÍCULO PRIMERO;** APROBAR la constitución simultanea de “**SEXYMODA CÍA. LTDA.**”, con domicilio en la ciudad de Babahoyo, con un capital autorizado de \$650,00 dividido en 200 y 250 acciones de participación de un dólar cada una de conformidad, con los términos constantes de la referida escritura pública.

**ARTÍCULO SEGUNDO:** DISPONER que el Notario Trigésimo del Cantón Guayaquil, tome nota al margen de la matriz de la Escritura Pública que se aprueba, del contenido de la presente resolución y siente razón de esta anotación.

**ARTÍCULO TERCERO:** DISPONER que el Registrador Mercantil del Cantón Guayaquil: a) inscriba la indicada escritura pública junto con la presente resolución; y, b) Cumpla con las demás prescripciones contenidas en el registro de la Ley.



---

**ARTICULO CUARTO:** DISPONER que un extracto de la indicada escritura pública se publique por una vez en uno de los periódicos de mayor circulación en Guayaquil, un ejemplar de la publicación deberá entregarse a este despacho.

**CUMPLIDO:** Vuelva el expediente

**COMUNIQUESE.** Dada y firmada en la Intendencia de Compañía en Guayaquil

Guayaquil, 28 de Julio del 2011

**Ab. Gustavo Moya Flores**  
**INTENDENTE JURÍDICO**  
**OFICINA DE GUAYAQUIL**



---

**10.- Extracto de la escritura en la Superintendencia de compañías.**



**REPÚBLICA DEL ECUADOR  
SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS**

**EXTRACTO DE LA ESCRITURA PÚBLICA DE CONSTITUCIÓN  
DE SEXYMODA CÍA. LTDA.**

**1.- CELEBRACIÓN Y APROBACIÓN:** La escritura pública de constitución de la Compañía Responsabilidad Limitada “SEXYMODA CÍA. LTDA.”, se otorgo en la ciudad de Guayaquil el quince de Julio del dos mil once ante el Notario Trigésimo del Cantón Guayaquil; ha sido aprobada por el Señor Superintendente Jurídico de Compañía, de Guayaquil Abg. GUSTAVO MOYA FLORES, mediante Resolución N°. 01250-11, de fecha 28 de Julio del 2011.

**2. OTORGANTES:** Comparecen al otorgamiento de la escritura pública, antes endonada a las señoritas: **CYNTHIA IRENE VERA ORTIZ, MÓNICA ALEXANDRA HERRERA RUIZ, y ROSA MARÍA GALECIO RUÍZ.**

**3. DENOMINACIÓN Y PLAZO:** La compañía se denomina “SEXYMODA CÍA. LTDA.”, y tiene un plazo de duración de Cincuenta años.

**4. DOMICILIO:** Tiene su domicilio principal en la ciudad de Babahoyo, Provincia de Los Ríos.

**5. OBJETO SOCIAL:** La Compañía tiene como objeto principal la Confección y Comercialización de prendas de vestir informal para damas al por mayor y menor.

**6. INTEGRACIÓN DE CAPITAL:** El capital social está suscrito íntegramente y pagado el 25% en efectivo.

**7. NOMINA DE SOCIOS:** El número de socios es de tres y su nómina es la siguiente: **CYNTHIA IRENE VERA ORTIZ, MÓNICA ALEXANDRA HERRERA RUIZ, y ROSA MARÍA GALECIO RUÍZ.**

**8. ADMINISTRACIÓN Y REPRESENTACIÓN LEGAL:** La compañía es gobernada por la Junta General de Socios y es administrada por el Presidente,



Gerente General, ejerce la Representación Legal, Judicial, el Gerente, individualmente.

Guayaquil, 29 de Julio del 2011

**Ab. Máximo Ortiz Pérez**  
**SECRETARIO GENERAL**  
**INTENDENCIA DE COMPAÑÍAS DE GUAYAQUIL.**



---

**11.- Notificación de registro de la escritura en la Superintendencia de compañías al registrador mercantil.**



**REPÚBLICA DEL ECUADOR  
SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS  
OFICINA GUAYAQUIL**

**Guayaquil 29 de Julio del 2011**

**Señor.  
Registrador Mercantil.  
Ciudad.**

**Señor Registrador.**

Para los fines legales consiguientes remito a usted cuatro copias certificadas de la escritura pública de Constitución de la Compañía de Responsabilidad Limitada, denominada “SEXYMODA CÍA. LTDA.”, y tres copias de la resolución N°. 01250-11, de fecha 28 de Julio del 2011, aprobando dichos actos.

Atentamente.

**Abg. Juan Salazar Cortez  
INTENDENTE DE COMPAÑÍAS**



---

12.- Publicación de constitución en uno de los mayores diarios nacionales.

**EL UNIVERSO**  
**EL MAYOR DIARIO NACIONAL**

Guayaquil, 1 de Agosto del 2011

**REPÚBLICA DEL ECUADOR SUPERINTENDENCIA**  
**DE COMPAÑÍAS**

**EXTRACTO**

**CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD**  
**“SEXYMODA CÍA. LTDA.”.**

La compañía de Responsabilidad Limitada “SEXYMODA CÍA. LTDA.”, se constituyó por escritura pública otorgada ante el Notario Trigésimo del Cantón GUAYAQUIL, el 15 de Julio del 2011, fue aprobada por la Superintendencia de Compañías, mediante Resolución N°. 01250-11.

- 1.- DOMICILIO: Cantón BABAHOYO, Provincia de LOS RIOS.
- 2.- CAPITAL: Suscrito US\$ 650,00; número de acciones 200 y 250; el valor de cada acción es de US\$ 1,00
- 3.- OBJETO: El objeto de la compañía es el de: La Confección y Comercialización de prendas de vestir informal para damas al por mayor y menor.

**Guayaquil, 2 de Agosto del 2011.**

**Abg. María Alexandra Correa Mera**  
**ESPECIALISTA JURÍDICO.**



---

**13.- Extracto de la escritura en la Superintendencia de compañías.**



**REPÚBLICA DEL ECUADOR  
SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS  
OFICINA GUAYAQUIL**

CERTIFICO: que en el diario “El Universo” en su edición correspondiente al día martes primero de Agosto del dos mil once, se ha publicado el contrato de escritura pública de constitución simultanea de la Compañía de Responsabilidad Limitada denominada “SEXYMODA CÍA. LTDA.”, con la razón de su aprobación. Guayaquil, dos de Agosto del dos mil once.

**Atentamente,**

**Ab. Máximo Ortiz Pérez  
SECRETARIO GENERAL  
INTENDENCIA DE COMPAÑÍAS DE GUAYAQUIL.**



---

**14.- Notificación al banco para entrega de depósitos.**



**SUPERINTENDENCIA  
DE COMPAÑÍAS**

**REPÚBLICA DEL ECUADOR  
SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS  
OFICINA GUAYAQUIL**

Guayaquil, 3 de Agosto del 2011.

**Señor.**

**GERENTE DEL BANCO INTERNACIONAL.**

**Ciudad-**

Cumplo con comunicar a usted que la compañía de Responsabilidad Limitada “SEXYMODA CÍA. LTDA.”, ha concluido los trámites previos a su funcionamiento, en tal virtud puede el Banco de su Gerencia, entregar los valores depositados en la cuenta de integración de capitales, a los administradores de la misma.

**Atentamente,**

**Ab. Máximo Ortiz Pérez  
SECRETARIO GENERAL  
INTENDENCIA DE COMPAÑÍAS DE GUAYAQUIL.**



---

**15.- Notificación elección de Gerente General de la compañía.**

**Babahoyo, 5 de Agosto del 2011**

**Señorita.**

**Cynthia Irene Vera Ortiz**

**Ciudad**

**De mis consideraciones:**

Tengo el agrado de comunicarle que, la Junta general de Socios de la Compañía “**SEXYMODA CÍA. LTDA.**”, reunida en esta fecha, tuvo el acierto de elegirle **GERENTE GENERAL**, de la compañía por el período de **CINCO AÑOS**, cargo que deberá ejercitarlo a partir de la inscripción del presente nombramiento en el Registro de la propiedad.

A usted le corresponde de manera individualmente la representación Legal, Judicial y Extrajudicial de la Compañía y demás atribuciones que le confiere la Ley de Compañías y las que constan en los estatutos Sociales de la Sociedad en mención.

La Compañía “**SEXYMODA CÍA. LTDA.**”, se constituyo mediante escritura pública otorgada ante el Notario Primero Interino del cantón Guayaquil, Doctor Cristian Quiñones Basantes, el 15 de Julio del 2011, y se halla legalmente inscrita en el registro de propiedad de éste cantón el 28 de Julio del 2011.

**Atentamente,**

---

**Abg. Jaime Briones Espinoza**  
**SECRETARIO AD-HOC**

**RAZÓN.-** Conste expresamente que acepto el nombramiento que antecede.  
Babahoyo, 5 de Agosto del 2011.

**Cynthia Irene Vera Ortiz**  
**C.I. 120115216-8**



---

**16.- Registro del Nombramiento de Gerente General en el Registro Mercantil.**

NÚMERO DE REPERTORIO: 8.320  
FECHA DE REPERTORIO: 7/08/2011  
HORA DE REPERTORIO: 10:00

**EL REGISTRO MERCANTIL DEL CANTÓN  
GUAYAQUIL.**

1.- Certifica: que con siete de Agosto del dos mil once queda inscrito el Nombramiento de Gerente General de la compañía “SEXYMODA CÍA. LTDA.”, a favor de **CYNTHIA IRENE VERA ORTIZ**, a foja 10.205, Registro Mercantil número 01250.

ORDEN: 10.554

LEGAL: Silvia Córdoba.

AMANUENSE: Luís Sánchez.

ANOTACIÓN RAZÓN: Rodolfo Ricaurte.

---

**Abg. Tatiana García Plaza  
REGISTRO MERCANTIL  
DEL CANTÓN GUAYAQUIL**

**REVISADO POR:  
Silvia Córdoba.**



---

## **17.- Nombramiento de Gerente de Marketing y Publicidad.**

Babahoyo, 5 de Agosto del 2011

**Señorita.  
Mónica Alexandra Herrera Ruiz  
Ciudad**

### **De mis consideraciones:**

Tengo el agrado de comunicarle que, la Junta general de Socios de la Compañía “SEXYMODA CÍA. LTDA.”, reunida en esta fecha, tuvo el acierto de elegirle **GERENTE DE MARKETING Y PUBLICIDAD**, de la compañía por el período de CINCO AÑOS, cargo que deberá ejercitarlo a partir de la inscripción del presente nombramiento en el Registro de la propiedad.

A usted le corresponde reemplazar al Gerente General de la compañía en caso de falta, ausencia o impedimento temporal o definitivo, de este asumiendo la representación legal, judicial, y extrajudicial de la compañía, tal como consta en Estatutos de la Sociedad en mención.

La Compañía “**SEXYMODA CÍA. LTDA.**”, se constituyo mediante escritura pública otorgada ante el Notario Primero Interino del cantón Guayaquil, Doctor Cristian Quiñones Basantes, el 15 de Julio del 2011, y se halla legalmente inscrita en el Registro Mercantil de este cantón con fecha, 28 de Julio del 2011.

**Atentamente.**

---

**Abg. Jaime Briones Espinoza  
SECRETARIO AD-HOC**

**RAZÓN.-** Conste expresamente que acepto el nombramiento que antecede.  
Babahoyo, 5 de Agosto del 2011.

**Mónica Alexandra Herrera Ruiz  
C.I. 120115321-1**



---

**18.- Registro del Nombramiento de Gerente de Marketing y Publicidad en el Registro Mercantil.**

NÚMERO DE REPERTORIO: 8.321  
FECHA DE REPERTORIO: 7/08/2011  
HORA DE REPERTORIO: 10:15

**EL REGISTRO MERCANTIL DEL CANTÓN  
GUAYAQUIL.**

1.- Certifica: que con siete de Agosto del dos mil once queda inscrito el Nombramiento de **Gerente de Marketing y Publicidad** de la compañía “SEXYMODA CÍA. LTDA.”, a favor de **MÓNICA ALEXANDRA HERRERA RUIZ**, a foja 10.205, Registro Mercantil número 01250.

ORDEN: 10.555

LEGAL: Silvia Córdoba.

AMANUENSE: Luís Sánchez.

ANOTACIÓN RAZÓN: Rodolfo Ricaurte.

---

**Abg. Tatiana García Plaza**  
**REGISTRO MERCANTIL**  
**DEL CANTÓN GUAYAQUIL**

**REVISADO POR:**  
**Silvia Córdoba.**



---

## **19.- Nombramiento de Gerente de Producción.**

Babahoyo, 5 de Agosto del 2011

**Señorita.  
Rosa María Galecio Ruíz  
Ciudad**

### **De mis consideraciones:**

Tengo el agrado de comunicarle que, la Junta general de Socios de la Compañía “SEXYMODA CÍA. LTDA.”, reunida en esta fecha, tuvo el acierto de elegirle **GERENTE DE PRODUCCION**, de la compañía por el período de CINCO AÑOS, cargo que deberá ejercitarlo a partir de la inscripción del presente nombramiento en el Registro de la propiedad.

A usted le corresponde reemplazar al Gerente General de la compañía en caso de falta, ausencia o impedimento temporal o definitivo, de este asumiendo la representación legal, judicial, y extrajudicial de la compañía, tal como consta en Estatutos de la Sociedad en mención.

La Compañía “**SEXYMODA CÍA. LTDA.**”, se constituyo mediante escritura pública otorgada ante el Notario Primero Interino del cantón Guayaquil, Doctor Cristian Quiñones Basantes, el 15 de Julio del 2011, y se halla legalmente inscrita en el Registro Mercantil de este cantón con fecha, 28 de Julio del 2011.

**Atentamente.**

---

**Abg. Jaime Briones Espinoza  
SECRETARIO AD-HOC**

**RAZÓN.-** Conste expresamente que acepto el nombramiento que antecede.  
Babahoyo, 5 de Agosto del 2011.

**Rosa María Galecio Ruíz,  
C.I. 120156831- 2**



---

**20.- Registro del Nombramiento de Gerente de Producción en el Registro Mercantil.**

NÚMERO DE REPERTORIO: 8.321  
FECHA DE REPERTORIO: 7/08/2011  
HORA DE REPERTORIO: 10:15

**EL REGISTRO MERCANTIL DEL CANTÓN  
GUAYAQUIL.**

1.- Certifica: que con siete de Agosto del dos mil once queda inscrito el Nombramiento de **Gerente de Producción** de la compañía “SEXYMODA CÍA. LTDA.”, a favor de **ROSA MARÍA GALECIO RUÍZ**, a foja 10.205, Registro Mercantil número 01250.

ORDEN: 10.556

LEGAL: Silvia Córdoba.

AMANUENSE: Luís Sánchez.

ANOTACIÓN RAZÓN: Rodolfo Ricaurte.

---

**Abg. Tatiana García Plaza  
REGISTRO MERCANTIL  
DEL CANTÓN GUAYAQUIL**

**REVISADO POR:  
Silvia Córdoba.**



---

**21.- Extracto de la escritura en la Superintendencia de compañías.**

NÚMERO DE REPERTORIO: 8.922

FECHA DE REPERTORIO: 7/08/2011

HORA DE REPERTORIO: 11:15

**EL REGISTRO MERCANTIL DEL CANTÓN  
GUAYAQUIL.**

1.- En cumplimiento de lo ordenado en la Resolución N°. **05-G-IJ-0008125**, dictada por el **INTENDENTE JURÍDICO DE COMPAÑÍAS DE LA INTENDENCIA DE COMPAÑÍAS DE GUAYAQUIL**, el 18 de Julio del 2011, queda inscrita la presente escritura pública junto con la resolución antes mencionada, la misma que contiene la Constitución de la compañía denominada **“SEXYMODA CÍA. LTDA.”**, de fojas 124.064 a 124.073, Número 18.306 del Registro Mercantil y anotada bajo el 27.727 del Repertorio.- 2.- Certifico: con fecha de hoy, queda archivada una copia auténtica de esta escritura pública.- Guayaquil, 7 de Agosto del dos mil once.

ORDEN: 10.580

LEGAL: Silvia Córdoba.

AMANUENSE: Luís Sánchez.

ANOTACIÓN RAZÓN: Rodolfo Ricaurte.

---

**Abg. Tatiana García Plaza**  
**REGISTRO MERCANTIL**  
**DEL CANTÓN GUAYAQUIL**

**REVISADO POR:**  
Silvia Córdoba.



---

## **22.- Identificar los niveles de responsabilidad y el organigrama estructural de la empresa “SexyModa Cía. Ltda.”.**

### **Orgánico estructural.**

Para dar cumplimiento en mejor forma y lograr las metas y objetivos de la compañía, se ha considerado necesario regular la organización y las funciones que deben cumplir las diferentes unidades administrativas, mediante la utilización de herramientas, técnicas; que normen los niveles de dependencia y la coherencia funcional que se detallan en el siguiente Orgánico Estructural, permitiéndonos con esto establecer los niveles jerárquicos.

### **Estructura orgánica.**

La estructura orgánica de la empresa “**SexyModa Cía. Ltda.**”, estará integrada por los siguientes niveles administrativos:

#### **Nivel directivo.**

Constituido por la representación establecida en el código de comercio y en la Ley de compañías, siendo:

- Junta General de Accionista.

#### **Nivel ejecutivo.**

Está determinado como el nivel de autoridad que dirige y controla las actividades de la empresa. El ejecutivo representa a la empresa “**SexyModa Cía. Ltda.**”, en todos los actos oficiales observando los deberes y atribuciones estipuladas en la Ley y demás normas inherentes a la Organización, y está conformado por el Gerente General de la compañía.



### **Nivel Asesor.**

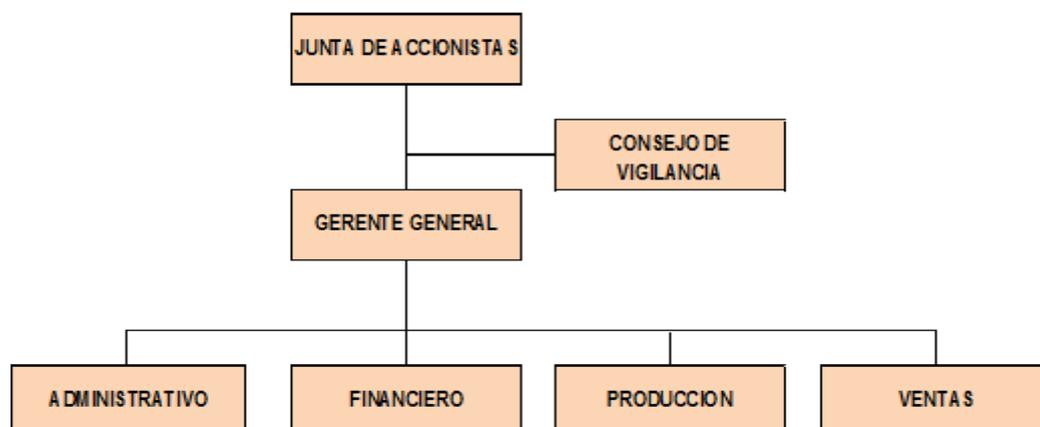
Representa el entorno de asesoramiento en las normativas legales existentes en el país y que involucran el accionar de la empresa “**SexyModa Cía. Ltda.**”, en su entorno, emitiendo opiniones al nivel directivo y ejecutivo, corresponde al Consejo de Vigilancia.

### **Nivel operativo.**

El nivel operativo es el responsable directo de la ejecución administrativa, financiera y de ventas, así como el de la atención directa a los usuarios externos, cumpliendo con los objetivos, políticas y metas institucionales, a través de planes, programas y proyectos para la prestación de servicios al cliente, y está conformado por:

- Administración.
- Financiero.
- Producción.
- Ventas.

### **Organigrama Estructural “SexyModa Cía. Ltda.”.**





---

#### **4.5.2. Señalar el estudio de mercado realizado para la creación de la empresa de confección y comercialización de ropa informal para damas.**

##### **Estudio de mercado Empresa “SexyModa Cía. Ltda.”.**

#### **1.- La cadena productiva**

La cadena se define como el conjunto de organizaciones que, directa o indirectamente, se relacionan con la elaboración de prendas: cadena directa, empresas productoras de fibras, textiles, accesorios, confecciones, detallistas y consumidores y cadena soporte: gobierno, academia y terceros.

La cadena producción de la Ropa Informal Femenina (RIF) toma insumos valiosos de la cadena de textil-confección, la cual es influenciada por condiciones externas que, de una u otra forma, coadyuvan al desarrollo del producto final, en el que intervienen una serie de empresas para garantizar la calidad en el proceso y en el producto final, condiciones necesarias para competir en el mercado nacional y en el local.

La profesionalización en los procesos de diseño ha permitido el posicionamiento de las empresas del sector RIF en Ecuador. Para el caso de la región Los Ríos - Babahoyo es claro que, logrando sinergias efectivas que permitan que las diferentes entidades que forman parte de la cadena logren establecer negocios ganar-ganar, el verdadero beneficiado será el sector RIF por las condiciones de



---

infraestructura, comunicaciones y TIC's que se encuentran en Babahoyo. Con ello se muestra la dinámica dentro de la cadena de valor global, dinámica que demanda una agilidad considerable de las empresas y las agrupaciones locales que trabajan en los mismos.

La cadena genérica para ropa interior femenina está constituida por distintas empresas y servicios profesionales. Dentro de las empresas están las empresas prestadoras de servicios alternos de patronaje, corte, trazo y graduaciones, las cuales suelen ser empresas maquiladoras o satélites de medianas y grandes empresas del sector. También están las empresas de publicidad y mercadeo, que son las encargadas de lograr un posicionamiento del producto dentro del mercado, apoyándose principalmente en el empaque, para así promocionar el producto y la marca. Finalmente, se identifican las empresas especializadas en confección las cuales evidencian ciertos grados de especialización en diseños y en productos. Es imposible no mencionar a los servicios profesionales de diseño para aquellas empresas que no cuentan con un departamento claramente definido dentro de su estructura organizacional.

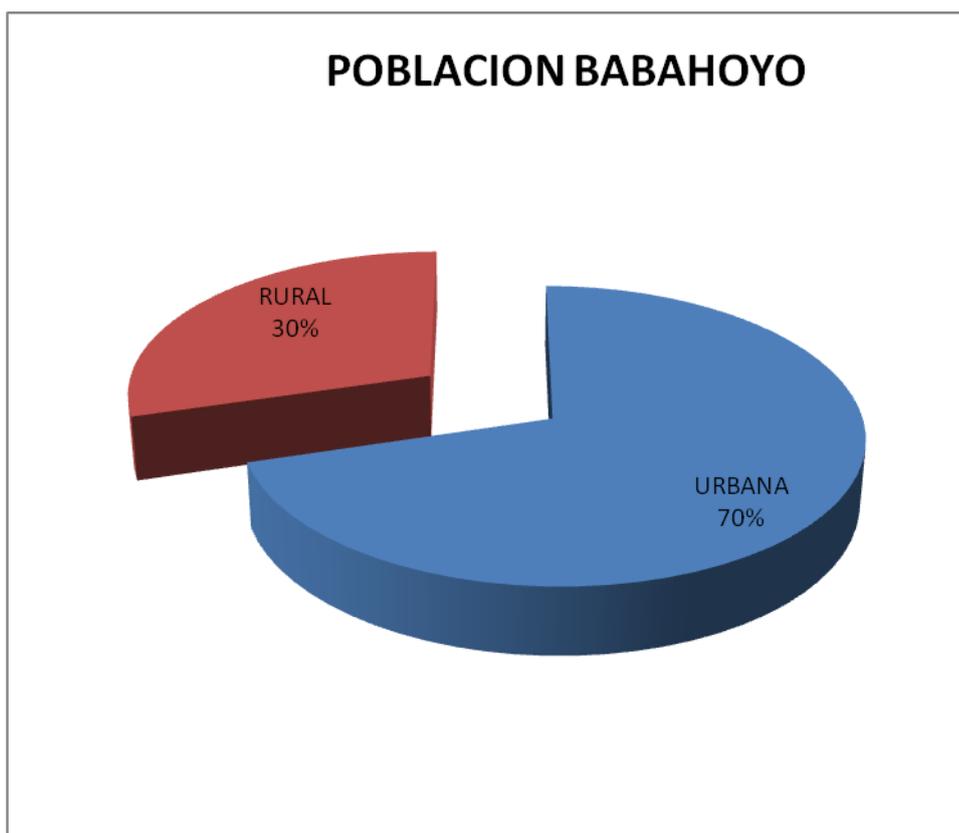
La mayor tipo de empresas de este negocio y su cadena productiva, se presenta en la zona de la sierra ecuatoriana, como en Azuay, Imbabura, Pichincha, Tungurahua, entre otras provincias de ese sector del Ecuador, aunque en el sector de la costa en especial Guayas – Guayaquil, existen varias empresa dedicadas más a la comercialización que a la producción.



## 2.- Babahoyo y su entorno.

La provincia de Los Ríos, políticamente se encuentra dividida en trece cantones, siendo su capital, la ciudad de Babahoyo, el cantón Babahoyo posee un total de 132824 habitantes, su población se encuentra constituida de la siguiente manera:

<b>POBLACIÓN BABAHOYO</b>	<b>HABITANTES</b>	<b>%</b>
URBANA	93480	70,38
RURAL	39344	29,62
<b>TOTAL</b>	<b>132824</b>	<b>100,00</b>





De acuerdo al género tenemos la siguiente población en el cantón Babahoyo:

CANTON	GENERO		TOTAL
	HOMBRES	MUJERES	
BABAHOYO	67740	65084	132824



El cantón Babahoyo, está dividido en cinco parroquias rurales, siendo estas: La Unión, Pimocha, Caracol, Pueblonuevo, Febrescordero y cuatro parroquias urbanas, estas últimas se asientan en la ciudad de Babahoyo, siendo las mismas: El Salto, Barreiro, Clemente Baquerizo y Camilo Ponce Enríquez. La ciudad de Babahoyo, como tal tiene en su entorno urbano 76869 habitantes.

### **3.- Tendencias, factores e influencia sobre la cadena productiva RIF:**

Toda industria de consumo o servicio, que pretenda impactar el mercado, debe ser susceptible a modificaciones en las características de sus productos que imponen las tendencias, los factores y las influencias que afectan el sector. Es



---

imprescindible contar con la capacidad de respuesta ante estos elementos que de manera directa guiarán el rumbo de la industria, su interpretación determinará el grado de competitividad que la industria de confección de RIF tendrá en estos mercados.

Los siguientes elementos afectan de manera directa, a la industria de la confección de ropa informal femenina.

**Tendencias culturales y étnicas.-** A través de los tiempos y, bajo la más clara línea de sucesión cultural, se perpetúan tradiciones de uso, consumo y costumbres que son afines a la morfología de los hombres y las mujeres. Estas tendencias culturales y étnicas son de alta consideración en el diseño de las materias primas y los productos finales en la industria de la confección de ropa interior. Es importante observar estas características y ajustarlas a nuestro mercado objetivo, particularmente si se introducen nuevos patrones y materias primas o se busca persuadir sobre las virtudes de un producto que presentan oposición a las tendencias culturales o étnicas locales del nicho de mercado a abordar.

**Influencias internacionales.-** Reforzado en nuestra época por factores como el cine, la televisión e internet y todos los medios de comunicación masiva y aplicado ya no a un modelo específico de vida sino a una tendencia más universal enfocada a líderes deportivos, artísticos o políticos, que marcan una nueva necesidad funcional o visual de los productos, introduce un aspecto importantísimo en el diseño y la actuación de la industria de la confección de ropa



---

informal femenina que pretende tener cobertura internacional y coexistir en ámbitos de alta competitividad.

**Factores climáticos.-** El diseño de algunos productos en la industria de la confección de ropa suele limitarse por el entorno climático de la zona o mercado a que se pretende dirigir. Estos aspectos son relevantes para la conquista de mercados que exigen la funcionalidad óptima de los productos, mercados donde el confort no es un valor agregado sino una constante a observar. Los últimos desarrollos de fibras artificiales suelen superar a las fibras naturales en las posibilidades de teñido y acabado. Sin embargo, estas últimas quedan limitadas para algunos mercados por los factores climáticos, en nuestro país debe estar clara la diferenciación entre sierra y costa, nuestro producto es inicialmente para la costa.

**Entorno social.-** En la captura exitosa de un determinado nicho comercial, o mercado, se encuentra el fundamento de observar el entorno social específico al que se dirige dicho producto. Factores de índole religioso, económico y social son determinantes en los hábitos de consumo. Un producto diseñado en función a estilos de vida y ocasiones de uso, así como al aprovechamiento y la funcionalidad requerida por el nicho, garantiza su competitividad en cualquier mercado.

**Impacto del desarrollo profesional de la mujer.-** Cada día la mujer se encuentra mejor preparada y aspectos como la ergonomía, la calidad, la funcionalidad, la



---

durabilidad y el buen gusto están totalmente ligados a sus exigencias. El 63.12% de las ventas de la industria de la confección de ropa se desarrollan hacia el sector femenino y el 18.45% correspondiente a las ventas de productos para niños y niñas es seleccionado en un 70% por mujeres, lo que significa que el 76.035% del producto bruto de esta industria es seleccionado y comprado por mujeres. Tratar de satisfacer el gusto y la exigencia de las mujeres en la industria de la confección de ropa interior es prioritario.

**Globalización.-** El proceso de globalización genera innumerables aspectos que tornan singulares cada uno de los mercados, pero a la vez los homogeneiza en cuanto a los oferentes. Estas múltiples opciones de competencia habrían sido inimaginables en tiempos anteriores, o se limitarían sólo a la competencia de las grandes marcas. Con estas nuevas exigencias es importante que aun los productos de precio moderado contengan algún valor agregado que los distinga entre sus competidores.

**Empresas simbióticas al sector.-** Se les otorga la denominación de simbióticas al sector a aquellas empresas que en sus actividades dependen de manera directa de la industria de la confección de ropa, es decir, que su grado de especialización es totalmente dirigido a esta industria y tanto sus productos como sus equipos no tendrían tan alta competitividad si se enfocaran a cubrir las necesidades de otro sector. Entre ellas están:



---

**Fabricantes especializados en telas y elásticos.** En este punto se reúnen las empresas especializadas en telas tricotadas, powernet, rashel y todas aquellas en las que, por el uso de elastano, requieren de técnicas especializadas de tejido, así como los fabricantes de todo tipo de elásticos, en nuestro estudio se pudo determinar que localmente en Babahoyo, no existen.

**Empresas especializadas en acabados y tintorería.** Por las características de los productos existen muchos tipos de telas cuyo uso específico es muy limitado, pues, a pesar de que en esta industria los volúmenes de producción suelen ser muy altos, el metraje de determinadas telas es bajo y por ello se requiere de tinas específicas para teñido de no más de 100 kg. Estas características que influyen tanto en los equipos como en la logística de las empresas especializadas en acabados y tintorerías otorgan un valor agregado a los insumos y las telas utilizadas en ropa interior. En nuestro estudio se pudo determinar que localmente en Babahoyo, no existen.

**Especialistas en maquinaria y aparatos.-** Existe mucha similitud en los equipos y la maquinaria para la confección de cualquier género, pero, en su gran mayoría, la industria de la confección de ropa utiliza los mismos equipos, pero con alimentaciones finas que los tornan específicos. Los distribuidores de maquinaria se convierten en proveedores especialistas en la industria de la confección de ropa. En nuestro estudio se pudo determinar que localmente en Babahoyo, no existen.



---

**Empresas especializadas en embalajes impresos y etiquetas.** La ropa interior requiere de envases especiales o etiquetado especial que permita observar, a través de una fotografía, una gráfica, o la exhibición del producto a través de su colocación en un modelo profesional, el efecto que producirá dicho producto en el usuario. En nuestro estudio se pudo determinar que localmente en Babahoyo, no existen.

**Empresas especializadas en insumos y habilitaciones.-** Aquí se incluye a las empresas dedicadas a la manufactura de cintas, vieses, ganchillos, hebillas, herrajes metálicos y plásticos, arcos y todas aquellas aplicaciones que giran en torno a la industria de la confección de ropa. En nuestro estudio se pudo determinar que localmente en Babahoyo, no existen.

La provisión de insumos, materiales y equipos se las realizará comprando a empresas productoras de otras zonas del país manteniendo un stock adecuado de cada uno de estos factores que permitan mantener una producción firme y continua en la organización a instalarse.

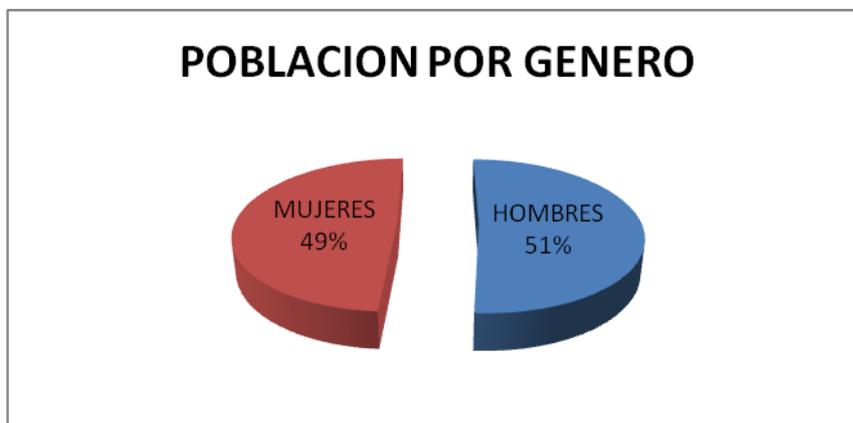
#### **4.- Público objetivo.**

Nuestro principal público al que está dirigida nuestra producción es el segmento de las mujeres del cantón Babahoyo, podemos señalar los siguientes estudios de campo realizados:



CANTON	GENERO		TOTAL
	HOMBRES	MUJERES	
BABAHOYO	67740	65084	132824

Fuente: Censo de Población y Vivienda 2001.



Como podemos observar el 49% del género del cantón Babahoyo, corresponde al femenino.

Nuestro segmento al que llegaremos será el de 15 a 49 años de edad, que es el más indicado para colocar nuestra producción, de allí que podemos apreciar que en la zona urbana es mucho mayor el género femenino, al considerar solo este segmento de edad, factor que no se presenta de igual naturaleza en la zona rural, dado que allí el género masculino es de mayor presencia, sin embargo la población femenina es alta para el propósito de nuestra producción de ropa.

POBLACION DE 15 A 49 AÑOS			
BABAHOYO	URBANA		TOTAL
GRUPOS DE EDAD	HOMBRES	MUJERES	
15 A 19 AÑOS	3802	3933	7735
20 A 24 AÑOS	3932	4116	8048
25 A 29 AÑOS	3170	3295	6465
30 A 34 AÑOS	2943	2966	5909
35 A 39 AÑOS	2543	2819	5362
40 A 44 AÑOS	2272	2442	4714
45 A 49 AÑOS	1836	1895	3731
<b>TOTAL</b>	<b>20498</b>	<b>21466</b>	<b>41964</b>

Fuente: Censo de Población y Vivienda 2001.



POBLACION DE 15 A 49 AÑOS			
BABAHOYO	RURAL		TOTAL
GRUPOS DE EDAD	HOMBRES	MUJERES	
15 A 19 AÑOS	2975	2723	5698
20 A 24 AÑOS	3031	2695	5726
25 A 29 AÑOS	2303	2162	4465
30 A 34 AÑOS	2071	1779	3850
35 A 39 AÑOS	1746	1519	3265
40 A 44 AÑOS	1517	1281	2798
45 A 49 AÑOS	1208	1088	2296
<b>TOTAL</b>	<b>14851</b>	<b>13247</b>	<b>28098</b>

Fuente: Censo de Población y Vivienda 2001.

## 5.- Población y muestra del estudio.

Debemos partir del total de la población tomada para el presente estudio, se considero una población general de 20000 habitantes, a fin de obtener una muestra para la aplicación de los instrumentos, obteniendo una muestra de 202 sujetos de observación, aplicando una fórmula para poblaciones finitas menores a 100.000, obteniéndose el siguiente resultado:

**Formula:**

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

Sigma (o) con 95% de confianza = 2

Sigma (o) con 99% de confianza = 3

**n** = Total de muestra

**σ** = Intervalo o nivel de confianza

**e** = Error

**p** = Proporción

**q** = Proporción

**N** = Tamaño del Universo



**CALCULO PARA POBLACIONES FINITAS  
(POBLACIONES MENORES A 100.000)**

**TAMAÑO MUESTRAL  
CREACION EMPRESA INDUSTRIAL**

<b>TAMAÑO DEL UNIVERSO</b>															
				<b>20.000</b>											
$\sigma$	p	q	N	ERROR MUESTRAL (E)											
2	85	15		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
<b>20.000</b>				4.064	1.199	551	314	202	141	104	79	63	51		
$\sigma$	p	q	N	ERROR MUESTRAL (E)											
3	50	50		1	2	3	4	5	6						
<b>20.000</b>				4.706	4.390	2.222	1.314	861	606						

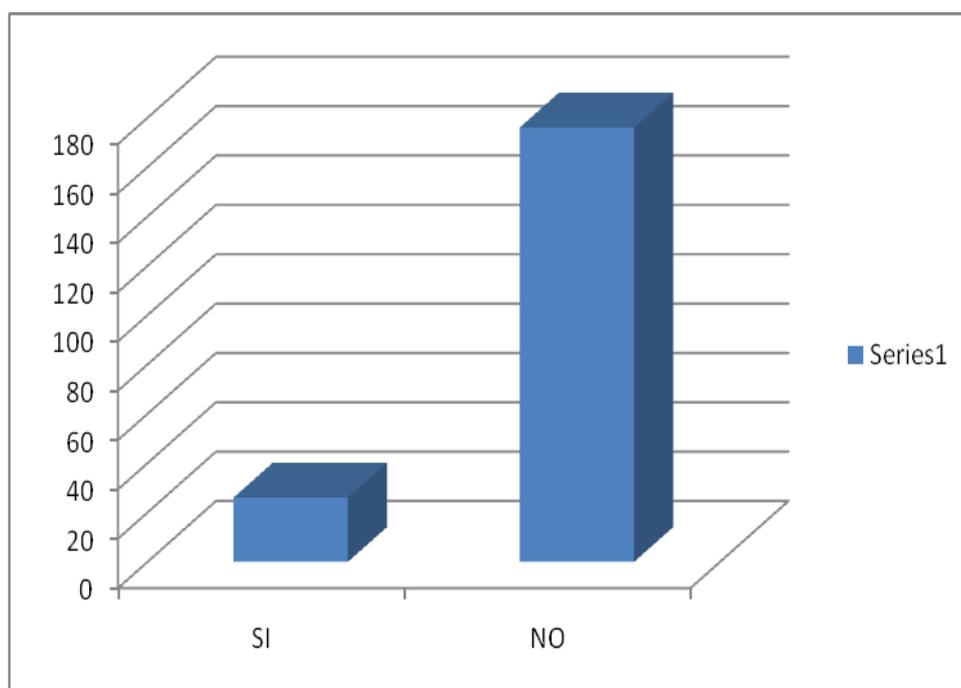
**6.- Identificación de la competencia.**

En base a la aplicación del instrumento encuesta, podemos indicar que en el cantón Babahoyo, no tenemos competencia en cuanto se refiere a la confección de las prendas, dado que no existen otras industria similares del sector, lo que podemos señalar es que si existen son negocios que se dedican a la comercialización de estos bienes, los cuales en su momento oportuno pueden constituirse en nuestros puntos de distribución, las repuestas obtenidas son las siguientes:



**¿Conoce usted si en el cantón Babahoyo existen empresas dedicadas a la confección de ropa informal femenina?**

<b>Repuesta</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
SI	26	12,87
NO	176	87,13
<b>Total</b>	<b>202</b>	<b>100,00</b>

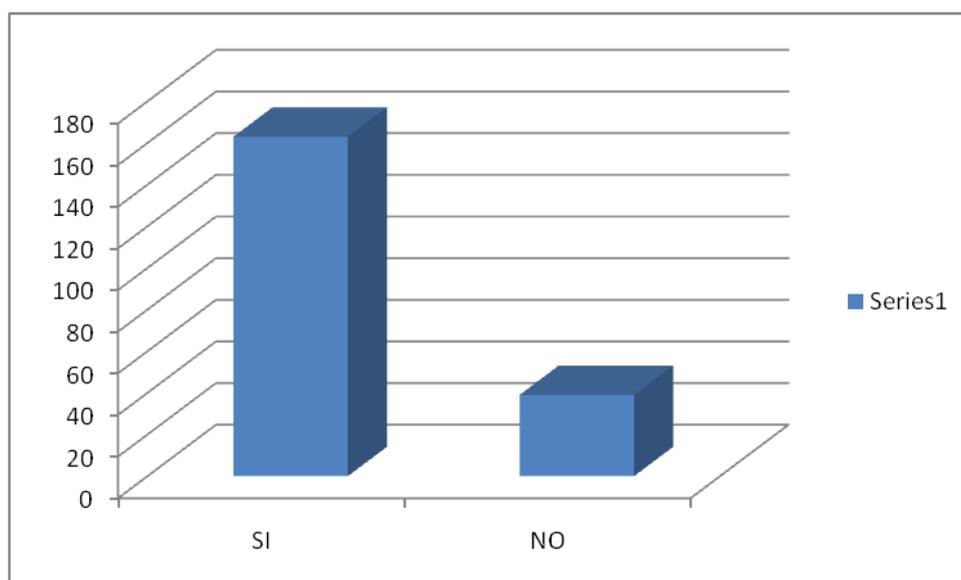


Como podemos apreciar el 87,13% de la los objetos observados consideran que no existen empresas industriales que se dediquen a este tipo de negocios, lo que demuestra la existencia de una oportunidad para la inversión.



**¿Conoce usted si en el cantón Babahoyo existen empresas dedicadas a la comercialización de ropa informal femenina?**

<b>Repuesta</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
SI	163	80,69
NO	39	19,31
<b>Total</b>	<b>202</b>	<b>100,00</b>



Se hace necesario señalar que el 80,69% de los objetos observados indicaron que si existen negocios que se dedican a la comercialización de este tipo de bienes, como son la prendas informales femeninas.

Del estudio realizado a los datos históricos y de producción de la Cámara de Industria del Ecuador, se pudo establecer que la cadena productiva de confección de ropa para hombres y mujeres, se presenta en la zona de la sierra ecuatoriana, como es Azuay, Imbabura, Pichincha, Tungurahua, entre otras provincias de ese sector, aunque en la costa en especial Guayas – Guayaquil, existen varias empresa

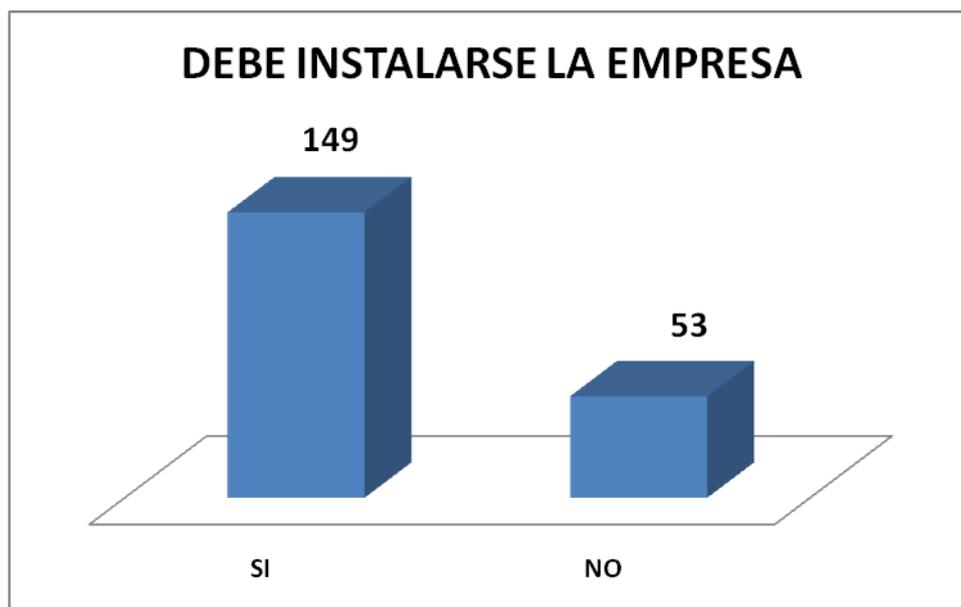


dedicadas más a la comercialización que a la producción, lo cual no es muy influyente para el objetivo de instalación de la empresa industrial en la ciudad de Babahoyo.

Considerando que nuestro producto para ser comercializado en el mercado es una generalidad de prendas de vestir de ropa informal para las mujeres, y que no existe competencia alguna en la producción de dichos bienes en la ciudad de Babahoyo, se preguntó a los objetos de observación, si es necesario o no instalar la empresa, en base al instrumento-encuesta, siendo la respuesta de ellos la siguiente:

**¿Considera necesario que en la ciudad de Babahoyo se instale una empresa de confección y comercialización de ropa informal femenina?**

Respuesta	F	%
SI	149	73,76
NO	53	26,24
<b>Total</b>	<b>202</b>	<b>100,00</b>





---

## **7.- Fuentes de información.**

Entre las fuentes de información que nos han servido para el presente estudio de mercado tenemos las siguientes:

- Cámara de Industrias del Ecuador.
- Cámara de Industrias de Los Ríos
- Cámara de Industrias de Babahoyo
- Cámara de Comercio de Los Ríos
- Cámara de Comercio de Babahoyo
- Municipio de Babahoyo
- Servicio de Rentas Internas

Entre las fuentes secundarias tenemos las consultas de estadísticas en Internet de varias páginas Web, dedicadas a este tipo de negocios, sobre todo a la comercialización.

## **8.- Selección de herramientas e instrumentos para recabar datos.**

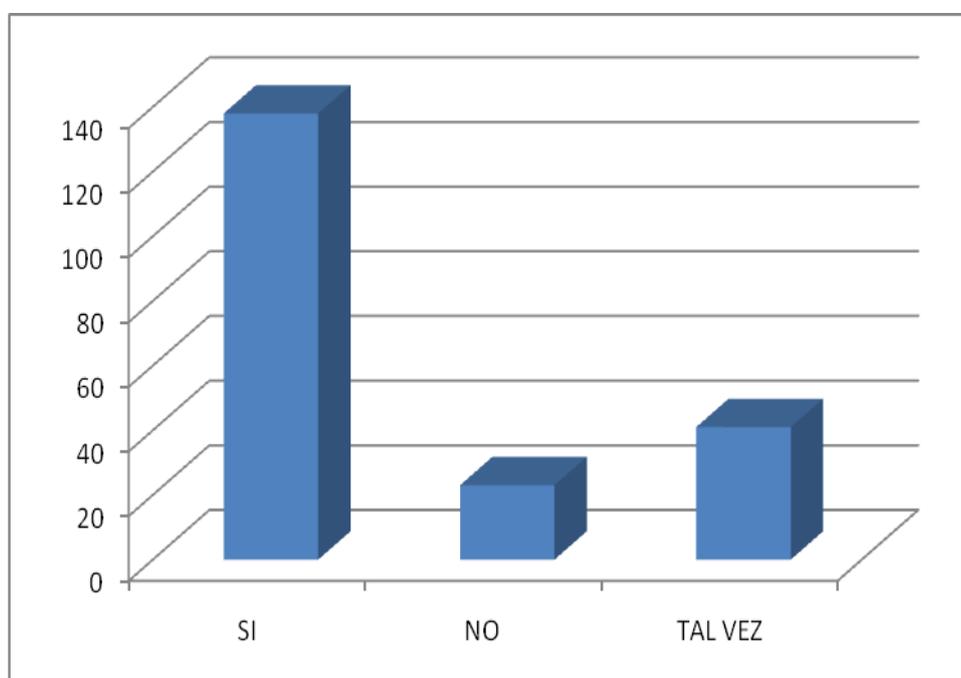
Nuestra mayor fuerza de información ha sido la de la población seleccionada por medio de la muestra a la cual se le aplicó el instrumento-encuesta (cuestionario de preguntas), además se contó con hojas de registro de la información recabada.

Entre las preguntas adicionales que se formularon son las siguientes:



**¿Si existiera una empresa industrial de confección de ropa informal femenina en la localidad usted compraría sus bienes que comercializa en ella?**

<b>Repuesta</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
SI	138	68,32
NO	23	11,39
TAL VEZ	41	20,30
<b>Total</b>	<b>202</b>	<b>100,00</b>

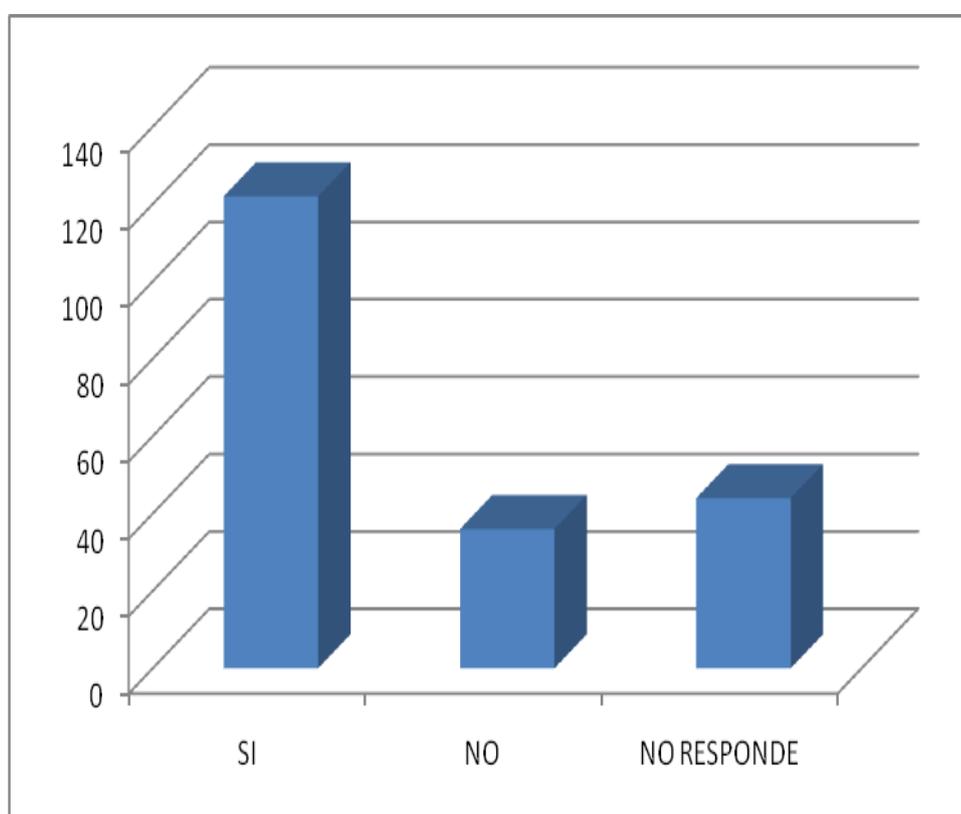


El 68,32% de la población objetivo indica que si compraría localmente sus bienes, un 11,39% indica que no lo realizaría y un 20,30% que tal vez compraría localmente.



**¿Paga usted valor alguno por la transportación de la mercadería hasta su local comercial?**

<b>Respuesta</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
SI	122	60,40
NO	36	17,82
NO RESPONDE	44	21,78
<b>Total</b>	<b>202</b>	<b>100,00</b>

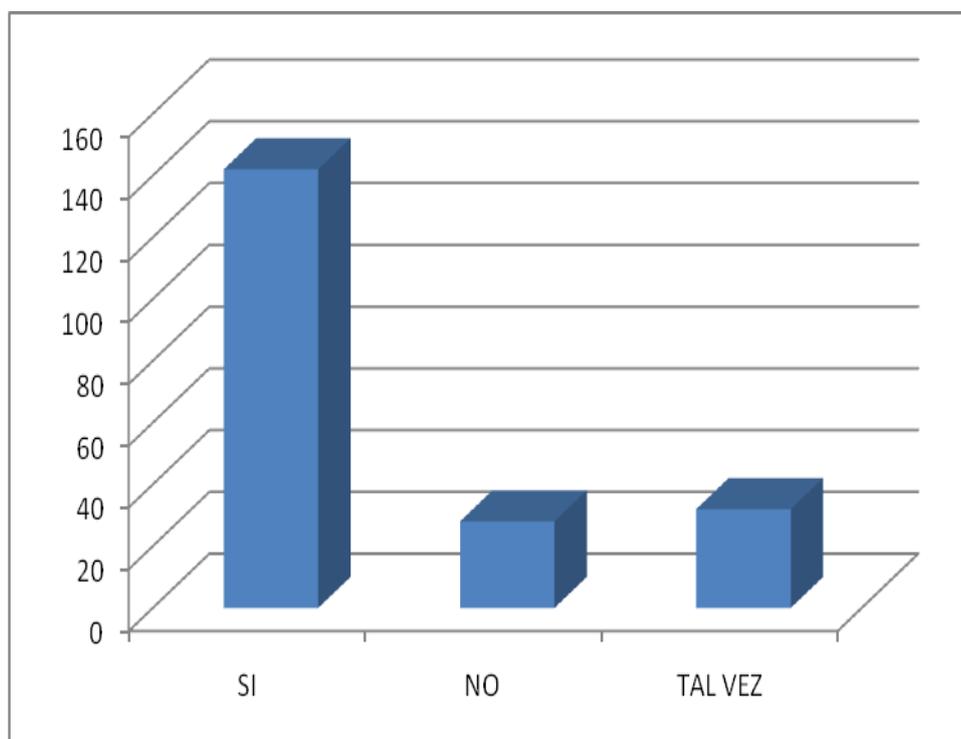


Un 60,40% de los sujetos de observación señalan que si pagan por la transportación de la mercadería, un 17,82% indica que no paga valor alguno y el 21,78% no responde a la presente pregunta.



**¿Estima usted que sus utilidades mejorarían si se ahorra los costos por transporte en las compras de los bienes que comercializa?**

<b>Repuesta</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
SI	142	70,30
NO	28	13,86
TAL VEZ	32	15,84
<b>Total</b>	<b>202</b>	<b>100,00</b>



El 70,30% de la población a quien se le aplico el cuestionario señalo que si mejorarían sus utilidades, un 13,86% consideran que no y un 15,84% indico que tal vez.

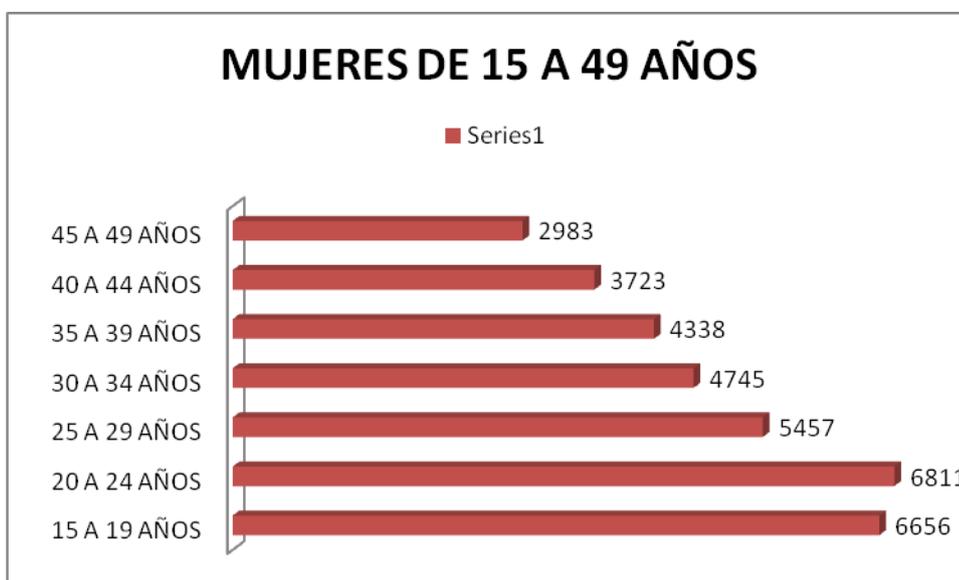


## 9.- Proyección del mercado.

El mercado actual de ropa informa femenina, lo constituyen las mujeres comprendidas entre los 15 y 49 años, que viven en el cantón Babahoyo, Provincia de Los Ríos, siendo este:

POBLACION DE 15 A 49 AÑOS		
BABAHYO	MUJERES	TOTAL
GRUPOS DE EDAD		
15 A 19 AÑOS	6656	19,17%
20 A 24 AÑOS	6811	19,62%
25 A 29 AÑOS	5457	15,72%
30 A 34 AÑOS	4745	13,67%
35 A 39 AÑOS	4338	12,50%
40 A 44 AÑOS	3723	10,73%
45 A 49 AÑOS	2983	8,59%
<b>TOTAL</b>	<b>34713</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Censo de Población y Vivienda 2001.



De estas 34713, se estima que actualmente existe un mercado copado en la venta de este tipo de productos de un 55%, por lo que la captación o el mercado libre de



competencia corresponden al 45%, que es de suma importancia para la proyección de las ventas futuras de la empresa.

<b>Mercado total</b>	<b>34713</b>	<b>100,00%</b>
<b>Mercado copado</b>	<b>19092</b>	<b>55,00%</b>
<b>Mercado a captarse</b>	<b>15621</b>	<b>45,00%</b>

Fuente: Cámara de Comercio Babahoyo.

Por otro lado no podemos descuidar el nicho del mercado copado que corresponde a lo que los comerciantes mayoristas y minoristas locales compran en otras ciudades del país, lo cual se convierte en un atractivo mercado, dado que nuestra producción se realizará en forma local.

## 10.- Conclusiones.

Es base al presente estudio, podemos concluir que existen nichos suficientes para que se pueda vender los productos que la empresa de ropa informal femenina comercializaría en forma local en el cantón Babahoyo, tanto a captarse como el que ya está copado al ofrecerse una ventaja competitiva, que es la compra en forma local

<b>Mercado copado</b>	<b>19092</b>	<b>55,00%</b>
<b>Mercado a captarse</b>	<b>15621</b>	<b>45,00%</b>

Otra fortaleza que a futuro debe implementar la empresa es su expansión a nivel provincial, que también se presenta como una excelente oportunidad dado que a



nivel provincial tenemos un total de 182075 habitantes de género femenino, según los datos que a continuación se detallan:

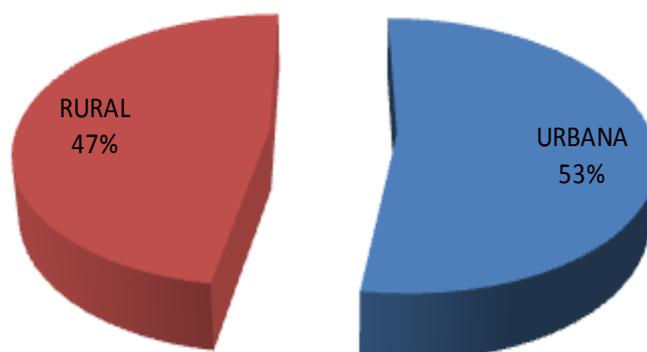
LOS RIOS	MUJERES		TOTAL
	URBANA	RURAL	
TOTAL	163444	151455	314899
BABAHOYO	67740	65084	132824
<b>DIFERENCIA</b>	<b>95704</b>	<b>86371</b>	<b>182075</b>

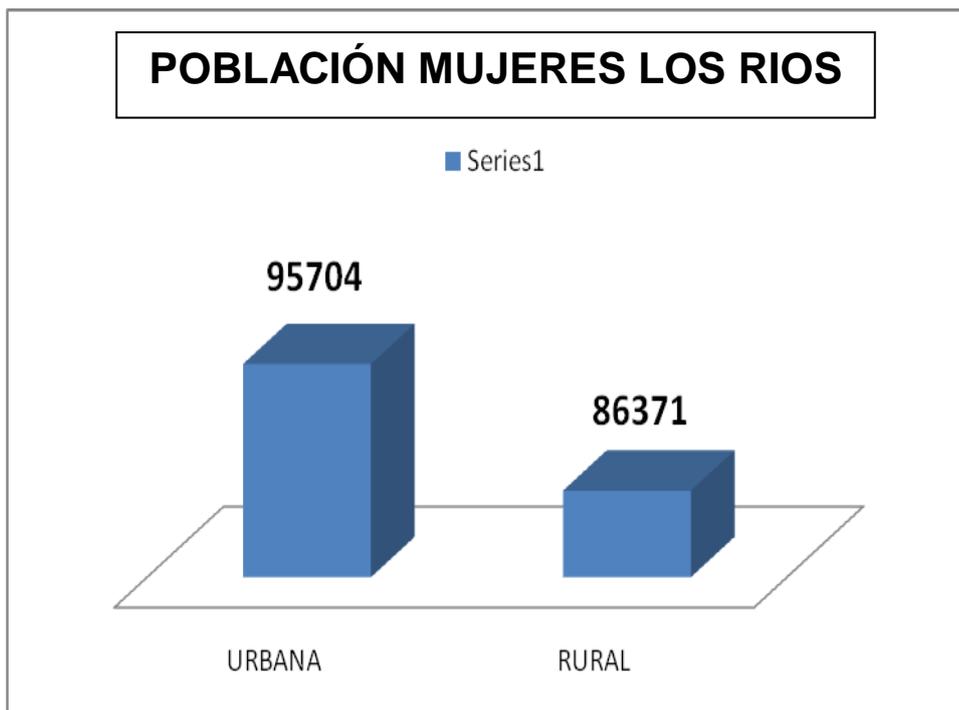
Fuente: Censo de Población y Vivienda 2001.

POBLACION LOS RIOS SIN CANTON BABAHOYO		
ZONA	MUJERES	%
URBANA	95704	52,56
RURAL	86371	47,44
<b>TOTAL</b>	<b>182075</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Censo de Población y Vivienda 2001

### POBLACIÓN MUJERES LOS RIOS





La expansión del mercado debe darse primordialmente en una etapa hacia la zona urbana y dependiendo de los costos de distribución, hacia la zona rural.



**4.5.3. Presentar el proyecto de factibilidad financiera para la creación de la empresa de confección y comercialización de ropa informal para damas.**

A continuación presentaremos los cálculos respectivos que nos permiten determinar la factibilidad financiera del proyecto, siendo estos los siguientes:

**“SEXYMODA CÍA. LTDA.”**

<b>1. ACTIVOS FIJOS</b>	
<b>Descripción</b>	<b>Valor</b>
Máquina de coser industrial	1.500,00
Maquina de Coser oberlon	1.200,00
Maquinas de Coser normal	800,00
Máquina de pegar botones	800,00
Implementos de coser	100,00
Herramientas de coser	900,00
Mesas para máquina de coser	650,00
Linea Telefonica	200,00
Teléfono-Fax	100,00
Computadora	650,00
Impresora	100,00
Escritorios	200,00
Sillas	250,00
<b>Total Activos Fijos</b>	<b>7.450,00</b>

<b>2. ACTIVOS DIFERIDOS</b>	
<b>Descripción</b>	<b>Valor</b>
Gasto de constitución	500,00
Arriendo Pre-pagados	2.400,00
<b>Total Activos Diferidos</b>	<b>2.900,00</b>

<b>3. CAPITAL DE TRABAJO</b>	
<b>Descripción</b>	<b>Valor</b>
Gastos Administrativos	18.000,00
Gastos Generales	9.648,00
Insumos Directos	5.760,00
Mano de obra	26.592,00
Materia prima	66.240,00
<b>Total Capital de Trabajo</b>	<b>126.240,00</b>



<b>TOTAL INVERSION</b>	<b>136.590,00</b>
<b>Activos Fijos</b>	<b>7.450,00</b>
<b>Activos Diferidos</b>	<b>2.900,00</b>
<b>Capital de Trabajo</b>	<b>126.240,00</b>

### FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

<b>Inversión Total</b>	<b>136.590,00</b>
<b>Activos Fijos</b>	<b>7.450,00</b>
<b>Activos Diferidos</b>	<b>2.900,00</b>
<b>Capital de Trabajo</b>	<b>126.240,00</b>

<b>Inversión Total</b>	<b>136.590,00</b>	<b>1,000</b>
<b>Financiamiento</b>	<b>650,00</b>	<b>0,005</b>
<b>Aporte Propio</b>	<b>135.940,00</b>	<b>0,995</b>

Se estima que los futuros accionistas deben aportar el 99,50% de la inversión, sea está vía financiamiento o de recursos propios de cada uno de ellos.

### CALCULOS DE LOS COSTOS

<b>UNIDADES A PRODUCIR =</b>	<b>200</b>	<b>DIARIAS</b>
<b>UNIDADES A PRODUCIR =</b>	<b>4000</b>	<b>MENSUALES</b>
<b>UNIDADES A PRODUCIR =</b>	<b>48000</b>	<b>ANUALES</b>

### COSTOS DIRECTOS

<b>MATERIA PRIMA</b>				
<b>PRODUCTOS</b>	<b>UNIDADES</b>	<b>UNIDADES</b>	<b>COSTO</b>	<b>TOTAL</b>
	<b>MENSUALES</b>	<b>ANUALES</b>	<b>UNITARIO</b>	<b>ANUAL</b>
Tela Chalis	6.000	72.000	0,60	43.200,00
Botones	4.000	48.000	0,02	960,00
Elástico	4.000	48.000	0,05	2.400,00
Hilo	4.000	48.000	0,30	14.400,00
Etiqueta	4.000	48.000	0,05	2.400,00
Cordones	4.000	48.000	0,06	2.880,00
<b>TOTALES</b>				<b>66.240,00</b>



<b>INSUMOS DIRECTOS</b>				
<b>PRODUCTOS</b>	<b>UNIDADES</b>	<b>UNIDADES</b>	<b>COSTO</b>	<b>TOTAL</b>
	<b>MENSUALES</b>	<b>ANUALES</b>	<b>UNITARIO</b>	<b>ANUAL</b>
Insumos A1	4.000	48.000	0,05	2.400,00
Insumos A2	4.000	48.000	0,05	2.400,00
Insumos A3	4.000	48.000	0,02	960,00
<b>TOTALES</b>				<b>5.760,00</b>

<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>				
<b>DESCRIPCION</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>INGRESO</b>	<b>OTROS</b>	<b>TOTAL</b>
		<b>MENSUAL</b>	<b>BENEFICIOS</b>	<b>ANUAL</b>
Gerente de producción	1	400,00	1.200,00	6.000,00
Operadores	3	264,00	792,00	10.296,00
Modistas	3	264,00	792,00	10.296,00
<b>TOTALES</b>				<b>26.592,00</b>

<b>RESUMEN COSTOS DIRECTOS</b>	<b>TOTALES</b>
Materia Prima	66.240,00
Insumos Directos	5.760,00
Mano de Obra Directa	26.592,00
<b>TOTAL COSTOS DIRECTOS</b>	<b>98.592,00</b>

## **COSTOS INDIRECTOS**

<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS - MANO DE OBRA INDIRECTA</b>				
<b>DESCRIPCION</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>INGRESO</b>	<b>OTROS</b>	<b>TOTAL</b>
		<b>MENSUAL</b>	<b>BENEFICIOS</b>	<b>ANUAL</b>
Gerente General	1	400,00	1.200,00	6.000,00
Gerente de Marketing	1	400,00	1.200,00	6.000,00
Gerente Financiero	1	400,00	1.200,00	6.000,00
<b>TOTALES</b>				<b>18.000,00</b>

<b>GASTOS GENERALES</b>		
<b>DESCRIPCION</b>	<b>VALOR</b>	<b>TOTAL</b>
	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>
Energía Eléctrica	15,00	180,00
Agua Potable	10,00	120,00
Teléfono	25,00	300,00
Materiales de limpieza	20,00	240,00
internet	25,00	300,00
Web	40,00	480,00
Publicidad y Propaganda	629,00	7.548,00
Suministros de oficina	40,00	480,00
<b>TOTALES</b>	<b>804,00</b>	<b>9.648,00</b>



<b>PUBLICIDAD Y PROPAGANDA</b>			
<b>ACTIVIDAD</b>	<b>C/UNITARIO</b>	<b>MESES</b>	<b>C/TOTAL</b>
<b>CUÑAS RADIALES</b>	180,00	12	2.160,00
<b>GIGANTOGRAFIA</b>	199,00	12	2.388,00
<b>ANIMADOR</b>	150,00	12	1.800,00
<b>TRIPTICOS Y OTROS</b>	100,00	12	1.200,00
<b>TOTAL</b>	<b>629,00</b>		<b>7.548,00</b>

<b>RESUMEN COSTOS INDIRECTOS</b>	<b>TOTALES</b>
<b>Gastos Administrativos</b>	<b>18.000,00</b>
<b>Gastos Generales</b>	<b>9.648,00</b>
<b>TOTAL COSTOS INDIRECTOS</b>	<b>27.648,00</b>

#### **RESUMEN DE COSTOS DIRECTOS + INDIRECTOS**

<b>RESUMEN DE COSTOS</b>	<b>TOTALES</b>
<b>COSTOS DIRECTOS</b>	<b>98.592,00</b>
<b>COSTOS INDIRECTOS</b>	<b>27.648,00</b>
<b>TOTAL DE COSTOS ANUALES</b>	<b>126.240,00</b>

<b>PRECIO DE COSTO POR UNIDAD</b>	
COSTOS ANUALES	126.240,00
UNIDADES PRODUCIDAS ANUALES	48.000,00
PRECIO DE COSTO POR UNIDAD	2,63

<b>PRECIO DE VENTA POR UNIDAD</b>	
PRECIO DE COSTO POR UNIDAD	2,63
MARGEN DE UTILIDAD	0,40
MARGEN DE UTILIDAD POR UNIDAD	1,05
PRECIO DE VENTA AL PUBLICO	3,68



## INVERSION Y VENTAS

“SEXYMODA CÍA. LTDA.”

### PROGRAMA Y CALENDARIO DE INVERSIONES

Descripción	Valor	AÑO 0
Máquina de coser industrial	1.500,00	1.500,00
Maquina de Coser oberlon	1.200,00	1.200,00
Maquinas de Coser normal	800,00	800,00
Máquina de pegar botones	800,00	800,00
Implementos de coser	100,00	100,00
Herramientas de coser	900,00	900,00
Mesas para máquina de coser	650,00	650,00
Linea Telefonica	200,00	200,00
Teléfono-Fax	100,00	100,00
Computadora	650,00	650,00
Impresora	100,00	100,00
Escritorios	200,00	200,00
Sillas	250,00	250,00
<b>Total de Inversiones</b>	<b>7.450,00</b>	<b>7.450,00</b>

“SEXYMODA CÍA. LTDA.”

### PROGRAMA DE PRODUCCION Y VENTAS

PRODUCCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Unidades producidas	48000	52800	58080	63888	70277
Precio de Costo	2,63	2,63	2,63	2,63	2,63
Total Costo de Producción	126.240,00	138.864,00	152.750,40	168.025,44	184.827,98

VENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Unidades vendidas	38400	42240	46464	51110,4	56221,44
Precio de Venta	3,68	3,68	3,68	3,68	3,68
<b>Total de ingresos</b>	<b>141.388,80</b>	<b>155.527,68</b>	<b>171.080,45</b>	<b>188.188,49</b>	<b>207.007,34</b>

“SEXYMODA CÍA. LTDA.”

### VENTAS O INGRESOS OPERACIONALES

VENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Unidades vendidas	38400	42240	46464	51110	56221
Precio de Venta	3,68	3,68	3,68	3,68	3,68
<b>Total de ingresos</b>	<b>141.388,80</b>	<b>155.527,68</b>	<b>171.080,45</b>	<b>188.188,49</b>	<b>207.007,34</b>

### INGRESOS NO OPERACIONALES

EL CAPITAL DE TRABAJO APORTADO POR LOS ACCIONISTAS



**“SEXYMODA CÍA. LTDA.”**  
**FLUJO DE CAJA**

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
DESCRIPCION	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS		141.388,80	155.527,68	171.080,45	188.188,49	207.007,34
(-) COSTOS DIRECTOS		98.592,00	108.451,20	119.296,32	131.225,95	144.348,55
(-) COSTOS INDIRECTOS		27.648,00	30.412,80	33.454,08	36.799,49	40.479,44
(-) DEPRECIACION		917,50	917,50	917,50	669,50	669,50
(-) AMORTIZACION		2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00
APORTE PROPIO	136.590,00					
<b>FLUJO OPERATIVO</b>	<b>136.590,00</b>	<b>11.731,30</b>	<b>13.246,18</b>	<b>14.912,55</b>	<b>16.993,55</b>	<b>19.009,86</b>
EGRESOS NO OPERATIVOS						
INVERSIONES	136.590,00					
PARTICIPACION TRABAJADORES (15%)		1.759,70	1.986,93	2.236,88	2.549,03	2.851,48
IMPUESTO A LA RENTA (25%)		2.492,90	2.814,81	3.168,92	3.611,13	4.039,59
(+) DEPRECIACION		917,50	917,50	917,50	669,50	669,50
(+) AMORTIZACION		2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00
<b>FLUJO NO OPERATIVO</b>	<b>136.590,00</b>	<b>7.670,10</b>	<b>8.219,24</b>	<b>8.823,30</b>	<b>9.329,66</b>	<b>10.060,57</b>
<b>FLUJO NETO</b>	<b>-</b>	<b>4.061,20</b>	<b>5.026,94</b>	<b>6.089,25</b>	<b>7.663,89</b>	<b>8.949,28</b>
FLUJO ACUMULADO	-	4.061,20	9.088,14	15.177,39	22.841,28	31.790,57

<b>VAN</b>	<b>\$ 295,06</b>
<b>TASA DE DESCUENTO</b>	<b>14%</b>



**“SEXYMODA CÍA. LTDA.”**  
**ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS**

	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
<b>DESCRIPCION</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
VENTAS	141.388,80	155.527,68	171.080,45	188.188,49	207.007,34
(-) COSTOS DIRECTOS	98.592,00	108.451,20	119.296,32	131.225,95	144.348,55
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	42.796,80	47.076,48	51.784,13	56.962,54	62.658,79
(-) COSTOS INDIRECTOS	27.648,00	30.412,80	33.454,08	36.799,49	40.479,44
UTILIDAD OPERATIVA	15.148,80	16.663,68	18.330,05	20.163,05	22.179,36
(-) DEPRECIACION ACTIVOS FIJOS	917,50	917,50	917,50	669,50	669,50
(-) AMORTIZACION DIFERIDOS	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00
UTILIDAD ANTES DE PART. TRAB. E IMPUESTOS	11.731,30	13.246,18	14.912,55	16.993,55	19.009,86
PARTICIPACION TRABAJADORES (15%)	1.759,70	1.986,93	2.236,88	2.549,03	2.851,48
IMPUESTO A LA RENTA (25%)	2.492,90	2.814,81	3.168,92	3.611,13	4.039,59
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>7.478,70</b>	<b>8.444,44</b>	<b>9.506,75</b>	<b>10.833,39</b>	<b>12.118,78</b>
<b>RESERVA LEGAL 10%</b>	<b>747,87</b>	<b>844,44</b>	<b>950,67</b>	<b>1.083,34</b>	<b>1.211,88</b>
<b>UTILIDAD PARA ACCIONISTAS</b>	<b>6.730,83</b>	<b>7.600,00</b>	<b>8.556,07</b>	<b>9.750,05</b>	<b>10.906,91</b>



**“SEXYMODA CÍA. LTDA.”**  
**BALANCE GENERAL**

	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
<b>DESCRIPCION</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>ACTIVOS</b>	<b>82.693,70</b>	<b>82.641,94</b>	<b>82.686,75</b>	<b>83.483,89</b>	<b>84.599,28</b>
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>76.061,20</b>	<b>77.026,94</b>	<b>78.089,25</b>	<b>79.663,89</b>	<b>80.949,28</b>
CAJA - BANCOS	4.061,20	5.026,94	6.089,25	7.663,89	8.949,28
INVENTARIOS	72.000,00	72.000,00	72.000,00	72.000,00	72.000,00
<b>ACTIVOS FIJOS</b>	<b>6.232,50</b>	<b>5.315,00</b>	<b>4.397,50</b>	<b>3.720,00</b>	<b>3.050,00</b>
EQUIPOS DE OFICINA	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00
MUEBLES Y ENSERES	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00
EQUIPOS DE COMPUTACION	750,00	750,00	750,00	7,00	-
VAJILLA Y MENAJE	1.550,00	1.550,00	1.550,00	1.550,00	1.550,00
MAQUINARIA Y EQUIPOS	2.800,00	2.800,00	2.800,00	2.800,00	2.800,00
DEPRECIACION ACUMULADA	(917,50)	(1.835,00)	(2.752,50)	(2.687,00)	(3.350,00)
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>400,00</b>	<b>300,00</b>	<b>200,00</b>	<b>100,00</b>	<b>600,00</b>
GASTOS DE CONSTITUCION	400,00	300,00	200,00	100,00	-
ARRIENDOS PRE-PAGADOS	-	-	-	-	600,00
<b>PASIVOS</b>	<b>4.252,60</b>	<b>4.801,74</b>	<b>5.405,80</b>	<b>6.160,16</b>	<b>6.891,07</b>
<b>DEUDA A CORTO PLAZO</b>	<b>4.252,60</b>	<b>4.801,74</b>	<b>5.405,80</b>	<b>6.160,16</b>	<b>6.891,07</b>
PARTICIPACION TRABAJADORES	1.759,70	1.986,93	2.236,88	2.549,03	2.851,48
IMPUESTO A LA RENTA (25%)	2.492,90	2.814,81	3.168,92	3.611,13	4.039,59
<b>PATRIMONIO</b>	<b>78.441,11</b>	<b>77.840,20</b>	<b>77.280,95</b>	<b>77.323,73</b>	<b>77.708,21</b>
<b>CAPITAL</b>	<b>70.962,40</b>	<b>68.647,89</b>	<b>66.181,89</b>	<b>63.947,35</b>	<b>61.963,10</b>
CAPITAL SOCIAL	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00
CAPITAL ADICIONAL	70.312,40	67.997,89	65.531,89	63.297,35	61.313,10
<b>RESERVAS</b>	<b>747,87</b>	<b>1.592,31</b>	<b>2.542,99</b>	<b>3.626,33</b>	<b>4.838,21</b>
RESERVA LEGAL	747,87	1.592,31	2.542,99	3.626,33	4.838,21
<b>RESULTADOS</b>	<b>6.730,83</b>	<b>7.600,00</b>	<b>8.556,07</b>	<b>9.750,05</b>	<b>10.906,91</b>
UTILIDAD DEL EJERCICIO	6.730,83	7.600,00	8.556,07	9.750,05	10.906,91
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>82.693,70</b>	<b>82.641,94</b>	<b>82.686,75</b>	<b>83.483,89</b>	<b>84.599,28</b>



Al ser el VAN positivo en el resultado final del flujo de caja, significa que el proyecto de la instalación de la fabrica de ropa informal femenina, debe ser realizado.

## 1. INDICES FINANCIEROS

Descripción	(Inv. Inicial)	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujos Netos	(136.590,00)	4.061,20	5.026,94	6.089,25	7.663,89	8.949,28
<b>Flujo Acumulado</b>		<b>4.061,20</b>	<b>9.088,14</b>	<b>15.177,39</b>	<b>22.841,28</b>	<b>31.790,57</b>

Tasa de Descuento	14%
-------------------	-----

## INDICES NOMINALES

### Payback (Recuperación de la Inversión) (Menor al plazo)

Año de Recuperación de la Inversión	Año	5	
Diferencia con Inversión Inicial	136.590,00	<b>31.790,57</b>	104.799,43
Flujo Mensual Promedio Año Siguiente	<b>31.790,57</b>	12,00	<b>2.649,21</b>
Número de Meses	104.799,43	2.649,21	<b>40</b>

**PAYBACK**      **5**      Año (s)      **40**      Mes(es)

### Tasa de Rendimiento Promedio (Mayor a la T. Dcto)

Sumatoria de Flujos	31.790,57
Años	5
Inversión Inicial	136.590,00

**TRP**      **4,7%**



---

#### 4.6. CONCLUSIONES

Se ha ubicado cuáles son los pasos para crear una empresa que se dedique a la confección y comercialización de ropa informal para damas en la ciudad de Babahoyo y estos se han determinado y señalado conforme a lo que establece la superintendencia de compañías, para ello se establecieron uno a uno los pasos para lograr la futura creación de la empresa denominada **“SexyModa Cía. Ltda.”**. Esto se fundamenta en que los directivos de otros negocios (66,67%), los proveedores de materia prima y bienes (100%) y la ciudadanía que son nuestros futuros clientes (73%) indicaron que si es necesario contar con una empresa local que se dedique a la confección y comercialización de ropa informal para damas.

En lo que respecta a la realización de un estudio de mercado que permita establecer la necesidad de creación de una empresa que se dedique a la confección y comercialización de ropa informal para damas en la ciudad de Babahoyo, los directivos de otros negocios (77,78%), los proveedores de materia prima y bienes (75%) y la ciudadanía que son nuestros futuros clientes (68%) indicaron que si es necesario contar previamente con el mismo para la instalación de una empresa de esta naturaleza.

En lo relacionado a la elaboración de un proyecto de factibilidad para la creación de una empresa que se dedique a la confección y comercialización de ropa informal para damas en la ciudad de Babahoyo, estos se fundamentan la forma de creación de la empresa, en el estudio de mercado y en el análisis de rentabilidad



---

del proyecto, además debemos agregar que el 55,56% de los propietarios de los negocios consideran que la expectativa es buena, los proveedores indican el 75% de los sujetos de observación que si mejorarían sus ventas, el 75% de ellos consideran que la expectativa de este negocio es buena; la ciudadanía a quien se la aplico la encuesta en un 51% indica que nada conocen sobre los proyectos de factibilidad, sin embargo en un 57% indican que si es necesario la ejecución de un proyecto de factibilidad para la creación de la empresa.

Sobre la realización del análisis de rentabilidad económica-social para la creación de la empresa que se dedique a la confección y comercialización de ropa informal para damas en la ciudad de Babahoyo, los proveedores de materia prima en un 55,56% considera que si se debe hacerse un análisis de rentabilidad, lo que concuerda con la opinión de la ciudadanía-clientes en un 41% que considera necesario para crear una empresa hacer un análisis de rentabilidad; además, este sector estima entre un 81% que mucho y poco se incrementaría la tasa de empleo local, lo cual generaría fuentes de empleo a la comunidad, por lo tanto debe realizarse el análisis de rentabilidad.

El objetivo general de la presente investigación es la de diseñar un proyecto de factibilidad para la formación de una empresa dedicada a la confección y comercialización de ropa informal para damas en la ciudad de Babahoyo, con su respectivo análisis de rentabilidad económica-social, el mismo que en base a la repuesta de los actores consultados, si es factible realizarlo.



---

#### 4.7. RECOMENDACIONES

1.- Dentro de la investigación como propuesta final se han establecido los pasos para crear una empresa que se dedique a la confección y comercialización de ropa informal para damas en la ciudad de Babahoyo, que la hemos denominado: **“SexyModa Cía. Ltda.”**, la misma que debe ser revisada por los interesados en esta temática.

2.- En las alternativa de solución se presenta un estudio de mercado con el cual se valida la necesidad de creación de una empresa que se dedique a la confección y comercialización de ropa informal para damas en la ciudad de Babahoyo (**“SexyModa Cía. Ltda.”**), queda en los futuros directivos de la organización asumir y presentar un plan de marketing.

3.- En lo que respecta al proyecto de factibilidad para la creación de este tipo de empresa, que se dedique a la confección y comercialización de ropa informal para damas en la ciudad de Babahoyo, este se fundamente en los pasos para la creación de la empresa, su estudio de mercado y el análisis de rentabilidad del proyecto que se presenta en la propuesta de investigación como objetivos específicos a cumplirse.

4.- Se presenta en la propuesta el análisis de rentabilidad económico-financiero para la creación de la empresa que se dedique a la confección y comercialización



de ropa informal para damas en la ciudad de Babahoyo, le toca a los futuros directivos implementarlo o mejorarlo, en lo que respecta al aspecto social, este está dado por la creación en si de la nueva empresa, ya que generaría fuentes de trabajo que son escasa en la comunidad local.



---

## 4.8. BIBLIOGRAFÍA

### 4.8.1. Bibliografía.

- Consejo Provincial de Los Ríos. 2008. Datos proyectados sobre el último Censo de Población y Vivienda. Los Ríos. S/Ed. Babahoyo.
- SCHMELKES Corina. 1.997. Manual para la presentación de Anteproyectos e Informes de Investigación. Segunda Edición.
- BERNSTEIN, L.A. (1995): Análisis de estados financieros. Teoría, aplicación e interpretación, Ed. Irwin, Madrid.
- CUERVO, A. (1994): Análisis y planificación financiera de la empresa, Ed. Cívitas, Madrid.
- MARTÍNEZ GARCÍA, F.J. (1996): Análisis de estados contables: comentarios y ejercicios, Ed. Pirámide, Madrid.
- URÍAS VALIENTE, J. (1995): Análisis de estados financieros, Ed. McGraw-Hill, Madrid.
- Proexport Colombia y el Banco Interamericano de Desarrollo-Fondo Multilateral de Inversiones (BIDFOMIN). (2004). Estudio de mercado. PROGRAMA DE INFORMACION AL EXPORTADOR POR INTERNET - PROYECTO COOPERACIÓN TÉCNICA NO REEMBOLSABLE No. ATN/MT-7253-CO,



---

#### 4.8.2. Linkografía.

- <http://www.crecenegocios.com/formas-de-financiar-la-creación-de-un-negocio>.
- <http://www.5campus.com/leccion/anarenta>> Sánchez Ballesta, Juan Pedro (2002): "Análisis de Rentabilidad de la empresa", *Análisis contable*.
- <http://www.economia48.com/spa/d/coste-del-capital-ajeno/coste-del-capital-ajeno.htm>.
- <http://www.eco-finanzas.com/economía.htm>
- [http://www.wikipedia.org/wiki/rentabilida\\_social#p-search](http://www.wikipedia.org/wiki/rentabilida_social#p-search)

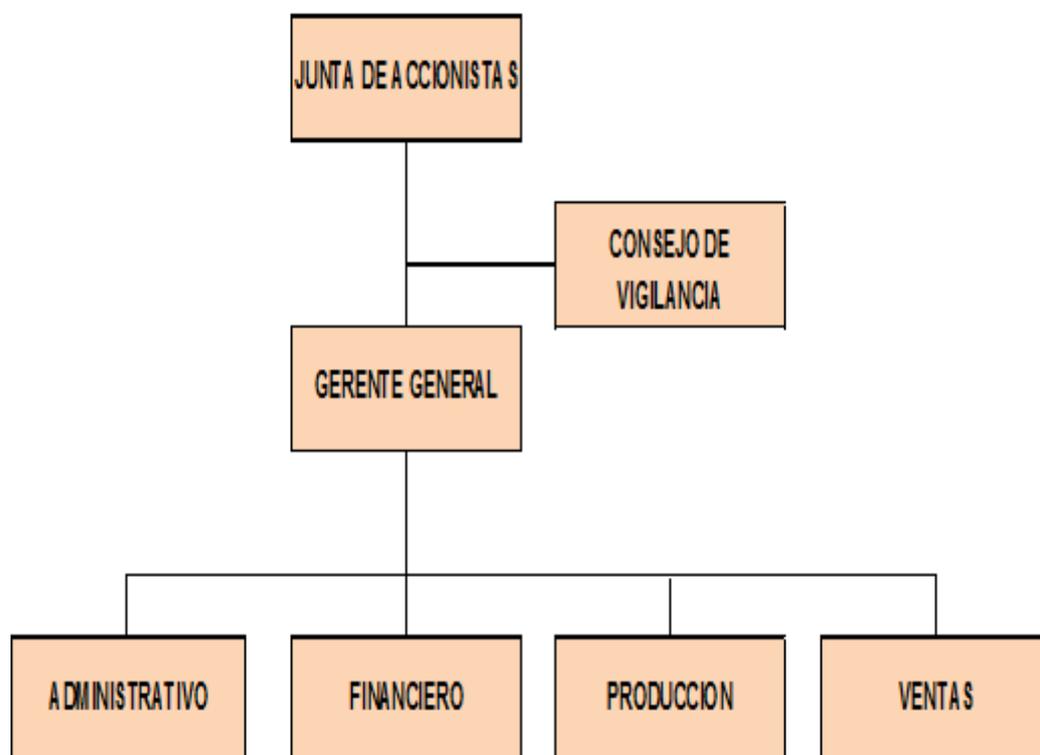


## 4.9. ANEXOS

# ANEXOS



**Anexo N°. 1.- Organigrama Estructural “SexyModa Cía. Ltda.”.**





---

**Anexo N°. 2.- Diseño cuestionario encuesta directivos.**



**UNIVERSIDAD TECNICA DE BABAHOYO  
FACULTAD DE ADMINISTRACION, FINANZAS E  
INFORMATICA  
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y GESTIÓN  
EMPRESARIAL  
Encuesta para la Tesis de Grado  
Previo a la obtención del Título de Ingeniero Comercial**

---

**DIRECTIVOS DE NEGOCIOS**

La presente encuesta busca información para implementar un proyecto de factibilidad de creación de una empresa dedicada a la confección y comercialización de ropa informal para damas, por lo cual agradecemos su colaboración y nos permitimos señalar que sus repuestas, son de carácter reservado.

En las siguientes preguntas, marque con una X, la alternativa que considere su repuesta:

1.- ¿Le gustaría contar con una empresa local que se dedique a la confección y comercialización de ropa informal para damas?

Si	
No	

2.- ¿Dónde compra usted los bienes que comercializa?

Localmente	
En otros cantones de la provincia	
En otras ciudades fuera de la provincia	
En otras ciudades fuera del País	

3.- ¿Para instalar una empresa considera usted que debe efectuarse previamente un estudio de mercado?

Si	
No	



---

4.- ¿Cree necesario que para crear una empresa debe hacerse un análisis de rentabilidad?

Si	
No	

5.- ¿Cuál es la expectativa que como propietario de un negocio tiene de una nueva empresa dedicada a la confección y comercialización de ropa informal para damas?

Buena	
Regular	
Insuficiente	



---

**Anexo N°. 3.- Diseño cuestionario encuesta proveedores.**



**UNIVERSIDAD TECNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACION, FINANZAS E INFORMATICA**  
**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y GESTIÓN**  
**EMPRESARIAL**  
**Encuesta para la Tesis de Grado**  
**Previo a la obtención del Título de Ingeniero Comercial**

---

**PROVEEDORES DE BIENES Y MATERIA PRIMA**

La presente encuesta busca información para implementar un proyecto de factibilidad de creación de una empresa dedicada a la confección y comercialización de ropa informal para damas, por lo cual agradecemos su colaboración y nos permitimos señalar que sus repuestas, son de carácter reservado.

En las siguientes preguntas, marque con una X, la alternativa que considere su repuesta:

1.- ¿Para instalar una empresa considera usted que debe efectuarse previamente un estudio de mercado?

Si	
No	

2.- ¿Conoce cuales son las normativas legales para la formación de una empresa industrial?

Mucho	
Poco	
Nada	

3.- ¿Le gustaría contar con una empresa local que se dedique a la confección y comercialización de ropa informal para damas?

Si	
No	



---

4.- ¿Una empresa local que se dedique a la confección y comercialización de ropa informal para damas mejoraría sus ventas?

Si	
No	

5.- ¿Cuál es la expectativa que como proveedor tiene de una nueva empresa dedicada a la confección y comercialización de ropa informal para damas?

Buena	
Regular	
Insuficiente	



---

**Anexo N°. 4.- Diseño cuestionario encuesta ciudadanía.**



**UNIVERSIDAD TECNICA DE BABAHOYO  
FACULTAD DE ADMINISTRACION, FINANZAS E INFORMATICA  
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y GESTIÓN  
EMPRESARIAL**

**Encuesta para la Tesis de Grado  
Previo a la obtención del Título de Ingeniero Comercial**

---

**CIUDADANÍA (CLIENTES)**

La presente encuesta busca información para implementar un proyecto de factibilidad de creación de una empresa dedicada a la confección y comercialización de ropa informal para damas, por lo cual agradecemos su colaboración y nos permitimos señalar que sus repuestas, son de carácter reservado.

En las siguientes preguntas, marque con una X, la alternativa que considere su repuesta:

1.- ¿Dónde compra usted los bienes que consume?

Localmente	
En otros cantones de la provincia	
En otras ciudades fuera de la provincia	
En otras ciudades fuera del País	

2.- ¿Conoce usted cuales son los pasos para crear una empresa industrial?

Mucho	
Poco	
Nada	

3.- ¿Conoce usted lo que es un estudio de mercado?

Mucho	
Poco	
Nada	



4.- ¿Para instalar una empresa considera usted que debe efectuarse previamente un estudio de mercado?

Si	
No	

5.- ¿Usted conoce lo que son los proyectos de factibilidad?

Mucho	
Poco	
Nada	

6.- ¿Cree necesario que para crear una empresa debe hacerse un análisis de rentabilidad?

Si	
No	

7.- ¿Conoce cuales son las normativas legales para la formación de una empresa?

Mucho	
Poco	
Nada	

8.- ¿Le gustaría contar con una empresa local que se dedique a la confección y comercialización de ropa informal para damas?

Si	
No	

9.- ¿Una nueva empresa en el cantón Babahoyo, incrementaría la tasa de empleo local?

Mucho	
Poco	
Nada	

10.- ¿Cree usted necesario la ejecución de un proyecto de factibilidad para la creación de una empresa de confección y comercialización de ropa informal para damas?

Si	
No	



11.- ¿Sería usted cliente de una nueva empresa que se dedique a la confección y comercialización de ropa informal para damas?

Si	
No	

**Anexo N°. 5.- Diseños de producción blusas.**

