



FACULTAD DE ECONOMIA Y CIENCIAS EMPRESARIALES

**TEMA: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA DE PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE
JUEGOS DE CAMA “TALIT”**

**TRABAJO DE TITULACIÓN QUE SE PRESENTA COMO
REQUISITO PREVIO A OPTAR EL GRADO DE INGENIERO EN
CIENCIAS EMPRESARIALES**

AUTOR:

GRACE NOEMÍ COLCHA ARÉVALO

SAMBORONDÓN, 5 DE DICIEMBRE DEL 2016

Índice General

1	JUSTIFICACIÓN	1
2	PROBLEMA A RESOLVER	2
3	OBJETIVO GENERAL	3
4	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	3
5	RESUMEN EJECUTIVO	4
6	MISIÓN Y VISIÓN	5
6.1	MISIÓN	5
6.2	VISIÓN	5
7	METAS	5
8	VIABILIDAD LEGAL (PERMISOS, LICENCIAS, REGISTRO DE MARCA) ...	6
8.1	REGISTROS LEGALES	6
8.2	REGISTROS INTELECTUALES.....	7
9	ANÁLISIS DE MERCADOS	9
9.1	MERCADO OBJETIVO	9
9.2	ANÁLISIS PESTAL (POLÍTICO, ECONÓMICO, SOCIAL, TECNOLÓGICO, AMBIENTAL)	10
9.2.1	Político.....	10
9.2.2	Económico	10
9.2.3	Social	11
9.2.4	Tecnológico	11
9.2.5	Ambiental	12
9.2.6	Legal	12
9.3	ANÁLISIS FODA (FUERZAS, OPORTUNIDADES, DEBILIDADES, AMENAZAS)	12
9.3.1	Fortaleza	12
9.3.2	Debilidades	12
9.3.3	Oportunidad	12
9.3.4	Amenazas.....	13
9.4	ANÁLISIS DE LAS 4 Ps (PLAZA, PRECIO, PRODUCTO Y PROMOCIÓN)	13
9.4.1	Producto.....	13
9.4.2	Precio	15
9.4.3	Plaza	16
9.4.4	Promoción.....	17
9.5	ANÁLISIS DE LA DEMANDA Y OFERTA	17
9.5.1	Demanda.....	17

9.5.2	Oferta.....	27
9.6	ESTRATEGIA DE DIFERENCIACIÓN	28
9.7	ACCIONES DE PROMOCIÓN	28
9.8	CANAL DE DISTRIBUCIÓN	29
10	ANÁLISIS OPERATIVO.....	30
10.1	LOCALIZACIÓN Y DESCRIPCIÓN DE LAS INSTALACIONES	30
10.2	MÉTODO DE PRODUCCIÓN.....	32
10.2.1	Características de maquinas.....	34
10.2.2	Distribución de áreas de trabajo.....	35
10.2.3	Distribución de la producción.....	37
10.3	CAPACIDAD INSTALADA.....	38
10.3.1	Planificación del personal de producción	39
10.4	CADENA DE ABASTECIMIENTO DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESOS, OTIDA (OPERACIÓN, TRANSPORTE, INSPECCIÓN, DEMORA, ALMACENAMIENTO).....	40
10.5	RECURSOS HUMANOS.....	42
11	ANÁLISIS FINANCIERO	45
11.1	ESTADOS DE RESULTADOS PROYECTADOS A CINCO AÑOS.....	45
11.2	FLUJO DE CAJA PROYECTADO A CINCO AÑOS.....	45
11.3	ANÁLISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO	46
11.4	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.....	47
11.5	ANÁLISIS DE LA TASA INTERNA DE RETORNO, ÍNDICE DE RENTABILIDAD, VALOR ACTUAL NETO, RETORNO DE LA INVERSIÓN	49
12	VIABILIDAD DEL PROYECTO.....	50
13	ANEXOS	52
14	REFERENCIAS	55

1 Justificación

El sector textil a pesar de afrontar en el 2015 un entorno económico complicado que se demostró en la caída de las importaciones y exportaciones de productos textiles y materia prima, mantuvo su aporte al PIB y generó plazas de trabajo de manera considerable (Revista Vistazo, 2016). Los principales productos que se elaboran en el país además de prendas de vestir son; sabanas, cobijas, toallas etc., teniendo 166.000 personas empleadas en el sector textil y confecciones de manera directa a septiembre del 2015 (INEC, 2015). El sector de textil-confecciones a pesar de ser muy explotado y competitivo, sigue generando plazas de trabajo y buscando medios para mejorar el producto nacional.

La creación de *TALIT* en el mercado ecuatoriano busca contribuir a la disminución de uno de los problemas más comunes de la sociedad ecuatoriana, el desempleo. Teniendo en cuenta que es uno de los sectores que más plazas de trabajo genera al año, pero se ha visto afectado por la competencia extranjera obligando al productor nacional a mejorar la calidad de sus productos.

La idea de *TALIT* nace del emprendimiento de dos hermanos Jorge y Grace Colcha, siendo un negocio familiar, con el deseo de querer contribuir a los hogares de las familias ecuatorianas, específicamente de Paraíso de la Flor, el sector norte de la ciudad de Guayaquil, con hombres y mujeres maestros en la confección que por la falta de un empleo estable se dedican a diversos quehaceres menos a su profesión, para levantar un taller donde se va a realizar la producción y comercialización de los juegos de cama. La mayoría de las personas del sector son comerciantes, quienes serán nuestra fuerza de venta. En otras palabras, *TALIT* es un proyecto inclusivo que brindará empleo a aquellas personas que no

cuentan con trabajo o quieren un ingreso adicional para sus hogares, mejorando la calidad de vida de sus familias.

2 Problema a resolver

El problema que se quiere resolver a través de este plan de negocios, es mejorar la capacidad productiva y comercial de la empresa *TALIT S.A* con responsabilidad social, según la Organización Internacional del Trabajo (OIT) existe una cifra significativa de 1,7 millones de nuevos desocupados en América Latina y el Caribe y que podrá seguir creciendo debido a la desaceleración en el mercado de trabajo (Forbes, 2015).

En Ecuador en el 2015 según el reporte del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) existen 7,098.584 personas con empleo de las cuales el 39,31% son informales (Revista Lideres, 2015). Es decir que no tienen un trabajo estable según la OIT hay 130 millones de personas en la informalidad, estas personas están expuestas a trabajos inseguros, ingresos irregulares pero son jornadas extensas de trabajo sin tener los beneficios laborales que por ley le corresponden. Además datos del Banco Central afirma que en el 2014 los trabajadores por cuenta propia tuvieron una renta mediana mensual de \$250, quiere decir \$90 menos que el salario básico de ese año (Banco Central del Ecuador, 2014).

El plan de negocios no intenta combatir la informalidad pero si generar fuentes de ingresos extras para los habitantes del sector ya antes mencionado, en la industria textil que genera varias plazas de trabajo en el país, es el segundo sector manufacturero que más mano de obra utiliza, datos presentados por la Asociación de Industrias Textiles del Ecuador (AITE) 50.000 personas laboran de manera directa en esta industria y más de 20.000 indirectamente (Asociación de Industrias Textiles del Ecuador, 2016).

La industria textil es un sector dinámico porque en el 2014 se evidencio un incremento del 4,30%, respecto al año anterior y representa el 0,9% del PIB nacional y el 7,24% DEL PIB manufacturero, es una industria que genera plazas de trabajo de manera directa e indirecta por lo tanto a medida que el proyecto avance se ira generando más plazas de trabajos debido a que es un sector con gran diversificación que al principio empieza elaborando un producto en particular, pero a medida que los ingresos aumentan se implementan más líneas de productos llevando a la contratación de más artesanos con diferentes habilidades (Revista EKOS, 2015).

3 Objetivo General

Desarrollar un plan de negocios de producción y comercialización de juegos de cama en la empresa familiar TALIT, con responsabilidad social en la ciudad de Guayaquil.

4 Objetivos Específicos

- Determinar la oferta y la demanda en el mercado.
- Determinar la operatividad para la producción y comercialización de juegos de cama de la empresa familiar Talit
- Elaborar el estudio financiero para determinar la viabilidad del proyecto

5 Resumen Ejecutivo

El plan de negocios para la creación de una empresa de producción y comercialización de juegos de cama *Talit*, se realizó con la finalidad de expandir el taller de confecciones de una empresa familiar, debido al aumento de la demanda y crear un compromiso más amplio con la sociedad en la que se desenvuelve, porque se pudo reflejar en el planteamiento del problema el sector textil es uno de los que más empleos apertura de manera directa e indirecta y debido a la cantidad de personas que trabajan de manera informal ganando menos del sueldo básico, permitirá a las familias tener un ingreso extra.

Empezando por el análisis de mercado, la ingeniería del proyecto que es la parte operativa y el análisis financiero, conocer el proceso de producción más adecuado con el objetivo de aprovechar los recursos. Por el momento se propone una línea de producción que es la ropa de cama.

Mediante el análisis operativo se identificó el mejor lugar para la localización de las instalaciones de *Talit* que sería en Tungurahua y Alcedo una de las principales vías de Guayaquil que une el norte con el sur. Según la localización del taller nos permitió establecer la demanda que son los habitantes de la parroquia Urdaneta que mediante el estudio de mercado empleando el método de las encuestas, revelo que las personas si estarían interesadas en tener un taller que se dedique exclusivamente a la elaboración de juegos de cama.

La investigación de campo arrojo que la producción al año de juegos de cama es de 12.708 y esto se divide en 405 de 1 plaza $\frac{1}{2}$, 435 de 2 plazas y 219 de 2 plazas $\frac{1}{2}$. Teniendo utilidades desde los \$15.750 y mediante el análisis financiero en donde se calculó el VAN,

la TIR y el Pay Back se determinó que el proyecto es viable y rentable para la puesta en marcha.

6 Misión y Visión

6.1 Misión

Ser una empresa que confecciona y comercializa juegos de cama con altos estándares de calidad, cubriendo las necesidades de y expectativas nuestros clientes, mejorando de manera continua junto con un gran capital humano.

6.2 Visión

Posicionarnos en el mercado de la confección de juegos de cama de alta calidad, que ofrezcan sensación de confort y confianza a los usuarios finales de un producto nacional, alcanzando rentabilidad y crecimiento para toda la empresa.

7 Metas

- ✓ Lograr participación en el mercado a través de la innovación y creación de nuevos productos que se ajusten a las necesidades de los clientes.
- ✓ Extender la operatividad del taller en otros puntos como por ejemplo Duran porque es uno de los nuevos parques industriales del país y por ende una nueva oportunidad de negocio.
- ✓ Ser proveedores de juegos de cama para grandes tiendas, hoteles, casas etc.

8 Viabilidad legal (permisos, licencias, registro de marca)

Talit es una empresa de carácter familiar que nace del emprendimiento de dos hermanos Jorge y Grace Colcha, ofrecerá gran variedad de juegos de cama, adaptándose a las tendencias que surgen en el mercado con altos estándares de calidad y a mejores precios. Además contamos con asesoramiento a nuestros clientes hasta la comodidad de su hogar para entender de manera más concreta sus necesidades. El nombre de la empresa viene del origen griego *Stole* que significa sabana o manto y se lo selecciono para llamar la atención de los clientes.

8.1 Registros legales

Antes de que *Talit* empiece sus actividades operativas debe cumplir con requisitos legales, permisos y registros para su debido funcionamiento. Para poder constituir una empresa se requiere una aprobación judicial. A continuación se detallan los pasos para constituir una empresa en el Ecuador (Superintendencia de Compañías, 2016).

1. Se debe decidir qué tipo de compañía será la empresa que se va a establecer. El emprendimiento será una compañía de tipo sociedad anónima.
2. Determinar el nombre que llevara la empresa y registrarlo en la Superintendencia de Compañía. El nombre comercial y la razón social del emprendimiento serán el mismo, *Talit S.A.*
3. Apertura de una cuenta de integración de capital en banco. La cantidad mínima para compañías anónimas es de ochocientos dólares americanos. Talit S.A abrirá su cuenta en el Banco Pichincha.
4. Desarrollar el acto constitutivo y estatutos de la compañía por medio de una notaría e instituir a la empresa a través de escritura pública.

5. Entregar tres copias de la escritura publicada firmada por un abogado y el certificado de cuenta de integración a la Superintendencia de Compañías.
6. Inscribir al representante legal y administrador de la empresa en el registro mercantil.
7. Presentar estos documentos a la Superintendencia de Compañías: escritura pública inscrita en el registro civil, copia de los nombramientos con las cédulas de identidad y el formulario de Registro Único de Contribuyente, RUC.
8. Una vez aprobada la documentación, entregarla en el Servicio de Rentas Internas (SRI), para obtener el RUC.
9. Registrar a la empresa en el Instituto de Seguridad Social (IESS) y afiliarse a sus colaboradores.
10. Adquirir el permiso de funcionamiento por parte del Municipio de Guayaquil y el permiso del Cuerpo de Bomberos.

8.2 Registros intelectuales

Después de tener en regla todos los documentos legales para la creación de la empresa. Hay que registrar la marca en el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual (IEPI) para que *Talit* no sea usada por terceros sin el consentimiento de sus titulares. La marca es un signo que diferencia que distingue un producto de otro de su misma línea. Puede ser logotipo, diseño, textura, palabra, sonido, o combinación. El registro de una marca hace que sea el activo intangible más valioso de una compañía (IEPI, 2014).

Pasos para registrar una marca en el IEPI son los siguientes:

1. Depositar doscientos ocho dólares americanos en la cuenta del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual.

2. Ingresar al sitio web del IEPI, entrar en “servicios en línea”, opción “formularios”
3. Descargar la solicitud de registro de signos distintivos, llenarla, firmarla, adjuntar dos copias del depósito bancario y una copia notariada del nombramiento del representante legal de la empresa.

Estos documentos deben ser entregados en el IEPI más seis artes a color de la marca impresos en papel adhesivo en tamaño de cinco centímetros de ancho por cinco centímetros de alto, una vez entregados esperar la respectiva aprobación.

9 Análisis de mercados

9.1 Mercado Objetivo

Talit aparte de producir los juegos de cama, también los va a comercializar llegando de manera directa al consumidor final o por minoristas que se acerquen a nuestras instalaciones adquirir los juegos de cama presentándole un precio inferior al precio de venta al público.

- Particulares: individuos que acuden a nuestras instalaciones a comprar de manera directa nuestro juegos de cama o quieren una atención más personalizada y puedan realizar sus pedidos de acuerdo a las dimensiones y al diseño de tela de su preferencia. Uno de nuestros colaboradores acudirá a la residencia del cliente para tomar las medidas de la cama, esto en ocasiones cuando el bien es mayor a dos plazas.
- Minoristas: son personas que dedican al comercio de puerta en puerta y tienen sus clientes fijos los cuales han quedado con un alto grado de satisfacción del producto tanto en diseño como en calidad.
- Empresas: una de nuestras metas es ser proveedores de juegos de cama a una escala mayor, para hoteles, locales comerciales, etc., pero uno de nuestros primeros enfoques son los hoteles porque de manera constante están renovando los juegos de cama, incluso pueden demandar otros productos como: cortinas, mantelerías, ropa de baños etc., lo que por supuesto nuestros artesanos están en toda la capacidad de hacerlo.

9.2 Análisis PESTAL (político, económico, social, tecnológico, ambiental)

9.2.1 Político

Por casi diez años el país ha estado gobernado por el Econ. Rafael Correa, en ese aspecto existe un grado de estabilidad política aunque en el próximo año con las elecciones presidenciales abra un nuevo mandatario lo que trae consigo una nueva forma de gobierno y constantes cambios en el país.

Las políticas implementadas por este gobierno son una de las causas que exista inestabilidad política en el Ecuador. Las constantes reformas que se han hecho en el presente periodo de gobierno, y en el ámbito empresarial manifiesta incertidumbre por el futuro del país. Las reformas tributarias que se han aplicado en este gobierno han ocasionado que el sector empresarial se prenuencie en diversas ocasiones argumentado que la carga fiscal está afectando la actividad privada en vez de incentivar la actividad productiva que es generadora de empleo.

9.2.2 Económico

El BCE afirma que ha existido un crecimiento económico en el país desde el 2007, una de las causas fue el alza del precio del petróleo por barril. Sin embargo, en el 2014 la economía del Ecuador tuvo un decrecimiento, debido a que el precio del barril de petróleo se redujo de manera considerable. En la actualidad, la contracción de la economía ha afectado a los ecuatorianos, provocando desempleo y con ello disminución del poder adquisitivo. Por otro lado, las reformas laborales impuestas en estos últimos años han cargado con más responsabilidades a los empleadores.

El país está atravesando por una transición económica, el gasto público generado en los últimos años ha incrementado como nunca antes, estos incrementos en el gobierno son

por la inversión en infraestructura y por costos burócratas que se han generado. Esto ha provocado que el gobierno cree impuestos para restablecer ese capital perdido. Los impuestos, las reformas políticas y el desastre natural ocurrido en este último año han causado que los empresarios no inviertan en nuevos proyectos.

9.2.3 Social

Según el INEC (2010), el sector textil y de confección es una importante fuente de empleo, en el 2007 el 11,5% del personal ocupado en la industria manufacturera fue por parte de este sector. Se puede demostrar que dentro de esas cifras se encuentran bastantes familias que dependen del sector textil y confección que les permite tener una fuente de ingreso. También se puede destacar el importante papel que cumple la mujer en esta industria ya que el 74,76% de los trabajadores son mujeres y significan en diversos casos un ingreso sustentable.

9.2.4 Tecnológico

Con adelantos en la tecnología que ayudan a la producción de bienes, se puede decir que para el sector textil y de confección también existen nueva tecnología con la que se puede obtener ventaja. La mayoría de estas herramientas están disponibles en el mercado nacional por lo que adquirirlas es mucho más fácil.

Para el implemento de las nuevas tecnologías se debe considerar la actualización que ofrece el operario, por ejemplo los nuevos sistemas de máquinas de coser que permiten optimizar tiempo, también el proceso de corte ha tenido diversos avances, las cuchillas cortan a velocidades sónicas que brinda precisión y ayudan a conservar la máquina. Es importante conocer que gran parte del sector es de concepto artesanal, por consiguiente la

brecha en la tecnología de si aporta o no valor a cada pieza debe ser correctamente evaluada.

9.2.5 Ambiental

La producción de juegos de cama no afecta al medio ambiente ni a sus colaboradores.

9.2.6 Legal

En el aspecto legal, en el Ecuador los trámites para constituir una empresa son largos, esto puede ocasionar desánimo en los emprendedores. Existen leyes que se deben cumplir una de ellas son: uso de marcas populares, uso de información de usuarios para acciones ilícitas, violación del copyright y demás.

9.3 Análisis FODA (Fuerzas, oportunidades, Debilidades, Amenazas)

9.3.1 Fortaleza

- ✓ Se cuenta con colaboradores que tienen más de 15 años de experiencia en el sector de confecciones.
- ✓ Clientes con altos de niveles de satisfacción en el poco tiempo de apertura del taller logrando fidelidad de parte de los mismos.
- ✓ Contamos con servicio a domicilio para comprender las necesidades del cliente de manera más concreta y así poder satisfacer sus necesidades.

9.3.2 Debilidades

- ✓ Desconocimiento de la empresa por el poco tiempo en el mercado
- ✓ Poca tecnificación en la producción de los juegos de cama
- ✓ Falta de personal para acelerar la producción

9.3.3 Oportunidad

- ✓ Políticas que apoyan y fomentan la producción nacional

- ✓ Fácil de adquirir maquinaria tecnificada para el taller en los diferentes locales de la ciudad.
- ✓ Los clientes en la actualidad prefieren la atención personalizada porque quieren que sus necesidades sean entendidas de manera correcta.

9.3.4 Amenazas

- ✓ Los principales competidores ya cuentan con la materia prima
- ✓ Posicionamiento y cobertura de la competencia, además de los productos sustitutos.
- ✓ Altos costos en publicidad y marketing

9.4 Análisis de las 4 Ps (Plaza, precio, producto y promoción)

9.4.1 Producto

El producto que se va a producir y comercializar es de fácil ubicación dentro del mercado, tendrá de portada una imagen visual, especificando lo siguiente:

- ✓ Las medidas de los juegos de cama
 - 1 ½ plazas 230x150 cm
 - 2 plazas 230x180 cm
 - 2½ plazas 230x200 cm
- ✓ Lo que contiene: 1 ajustable, 1 sobre-sabana, 2 fundas de almohadas
- ✓ La composición: 132 hilos, 35% algodón peinado y 65% poliéster
- ✓ Instrucciones de lavado
- ✓ El tipo de tela que se utiliza, es bramante
- ✓ El nombre de la empresa, en este caso *Talit*

El producto viene cubierto de una bolsa plástica con cierre para sacar de manera fácil el juego de cama del estuche, por el momento solo se producirá sabanas en varios diseños para telas estampadas y con bordado para telas llanas. En el caso de camas que son de 3 plazas, un colaborador de la empresa visitará el domicilio del cliente para tomar las medidas del bien con un catálogo y muestras de tela para que el cliente puede escoger el modelo y tela de su preferencia. Los juegos de cama están disponibles en varios diseños y se ajustan a las preferencias desde niños con estampados de caricaturas del momento, hasta adultos con diseños más convencionales, el tipo de tela que se utiliza para los juegos de cama se llama Bramante.



Figura 1. Portada de los juegos de cama Talit
Fuente: Autor



Figura 2. Empaque de los juegos de cama
Fuente: Autor



Figura 3. Modelos de los juegos de cama
Fuente: Autor

Los clientes podrán adquirir nuestro producto directamente en el taller de costura, donde existirá una área para exhibir los juegos de cama junto con catálogos o por medio de vendedores minoristas que se les entregará el producto a un precio menor al precio de venta para que ellos puedan obtener una ganancia, como se mencionó al principio de este plan de negocios son personas que dedican al comercio y tienen sus clientes fijos los cuales han quedado con un alto grado de satisfacción del producto tanto en diseño como en calidad.

9.4.2 Precio

Los productos se comercializan a un precio relacionado con el de la competencia porque es un producto existente y si los precios de los juegos de cama *Talit* son superiores a los de la competencia y no existe alguna ventaja alternativa que compense esta diferencia de precios podría bajar el nivel de ventas. Por el momento la producción es artesanal y se debe tener en cuenta el tiempo que se toma la elaboración de cada juego de cama para cumplir con los pedidos a tiempo. En la siguiente tabla se detalla una lista de precios de los juegos de cama por cada medida de cama.

Tabla 1
Precios de venta de los juegos de cama

Producto	Tamaño	Precio
	1 ½ plaza	\$22.00
Juegos de cama	2 plaza	\$28.00
	2½ plaza	\$30.00

Fuente: Autor

9.4.3 Plaza

Los canales de distribución, es la forma de que el producto llega al mercado tomando en cuenta que la empresa se dedicara a la producción y comercialización de juegos de cama, se utilizara el canal de distribución directa en el mismo taller existirá una área donde se exhiban los juegos de cama y se atenderá dentro del mismo a los clientes. El personal de ventas ofrecerá de manera directa a las casas los juegos de cama además del servicio personalizado que se atenderá vía telefónica separando un día de visita para satisfacer de manera más concreta las necesidades de los clientes.

Las ventas en la actualidad se efectúan de manera directa al consumidor final (Kotler & Armstrong, 2003), porque en la venta directa se da el asesoramiento, toma de medidas y la confección del producto con las especificaciones que el cliente solicita, lo que permite iniciar y concluir una venta, este medio se está empleando con bastante frecuencia en la actualidad. La venta que se dará dentro del taller es más para clientes de tipo empresarial como: hoteles, minoristas, etc. porque el pedido al ser de gran escala es más fácil la contabilización, revisión y entrega del producto y para las personas particulares la atención puede ser en taller o directamente en sus hogares.

Por el momento *Talit* tiene un solo proveedor nacional de materia prima que es Pintex, en el mercado las personas tienen buena referencia de las telas que ofrece Pintex

sobre toda la bramante que es la clase de tela que se utiliza para la confección de juegos de cama.

9.4.4 Promoción

Hasta el momento el taller está operando de manera más informal, no se han empleado conceptos de promoción y publicidad solo que se conoce como marketing viral o boca a boca. Una de las metas es expandirnos se debe empezar a invertir en publicidad con el fin de crecer y que la empresa *Talit* sea reconocida por los clientes generando ingresos.

Las redes sociales es uno de los medios para promocionar los juegos de cama, mostrando a las personas que visitan nuestras redes los diversos modelos y tendencias que ofrecemos. Otra de las opciones de promoción es introducir publicidad en revistas de hogar porque por lo general las clientes buscan nuevas tendencias en esta clase de publicidad lo que pondrá a disposición los contactos del taller para poder brindarles una solución.

Talit busca mantener una comunicación directa con el cliente por tanto las relaciones publicas que se manejan desde el asesoramiento hasta la entrega del producto refleja el interés por parte de la empresa en brindar una atención personalizada de calidad al cliente.

9.5 Análisis de la demanda y oferta

9.5.1 Demanda

Talit se encuentra ubicado en el centro de la ciudad de Guayaquil en las calles Tulcán y Pedro Pablo Gómez pero debido a la falta de espacio y con metas de expansión, la empresa se mudara a las calles Alcedo y Tungurahua en la parroquia Urdaneta debido a nuestra estrategia de diferenciación queremos apuntar a los hogares con la atención personalizada por eso se escogió el número de habitantes de la parroquia Urdaneta donde se

encuentra el taller y mediante una encuesta conocer el impacto que podría causar en los hogares la implementación del taller de juegos de cama.

La mayor parte de la parroquia Urdaneta son zonas residenciales que son hacia donde se quiere llegar y conocer de manera más exacta si a los hogares les interesa la idea de un taller de confecciones. Según el Consejo Nacional Electoral (CNE) en la parroquia Urdaneta existen 33.973 personas de las cuales 16.615 son mujeres y 17.358 son hombres, para sacar el tamaño de la muestra se escogió el total de personas dando como resultado 380 que son el número de personas a quienes se les va a realizar la encuesta.

A continuación se presentan los resultados que obtuvieron mediante la encuesta a los habitantes de la parroquia Urdaneta.

Pregunta N° 1

Número de camas que tiene en su hogar

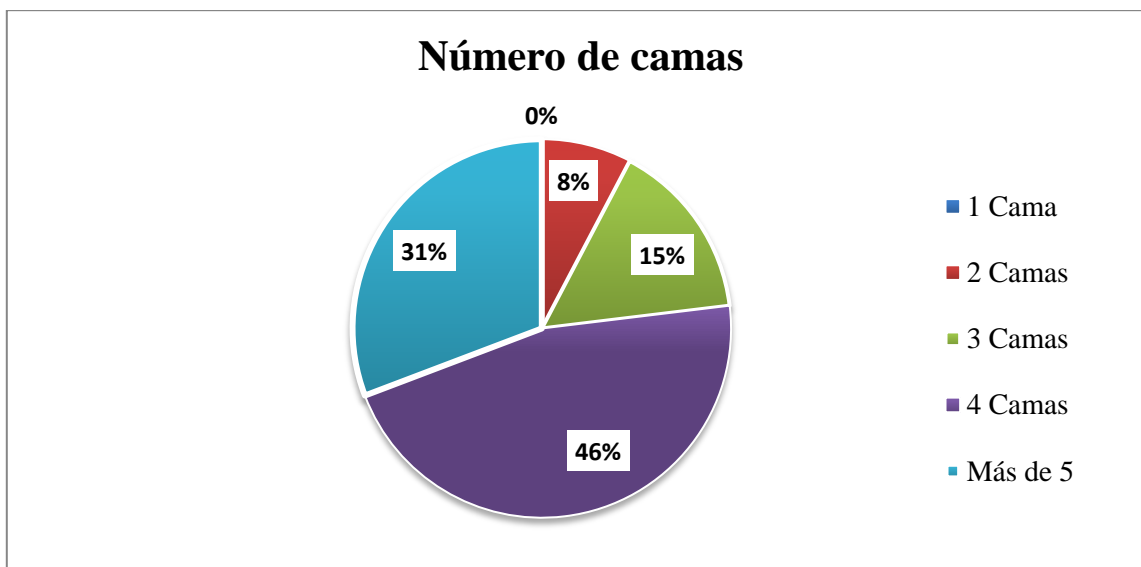


Figura 4. Número de camas
Fuente: Autor

En la encuesta que se realizó a las personas de la parroquia Urdaneta, presento que el 46% de las personas tienen en su hogar 4 camas, el 31% más de cinco camas, el 15% tres camas y el 8% dos camas.

Pregunta N° 2

¿Dónde usualmente compra los juegos de cama?

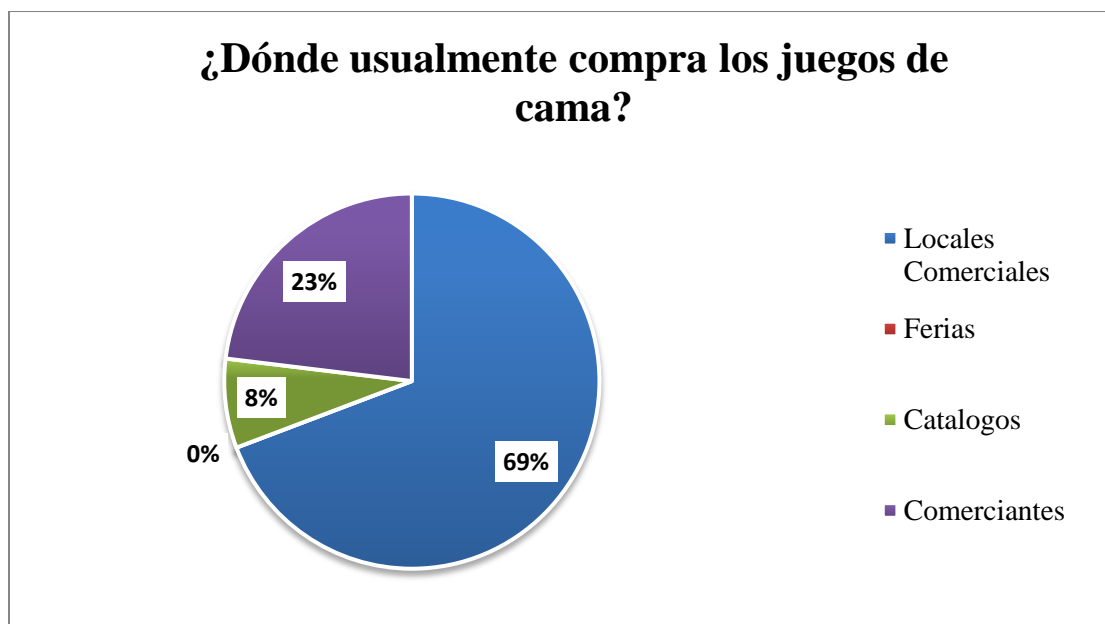


Figura 5. Lugar donde adquiere los juegos de cama
Fuente: Autor

La información obtenida en la encuesta revela que el 69% de las personas prefieren adquirir sus juegos de cama en locales comerciales, el 23% adquieren el producto a través de comerciantes, el 8% lo hacen por medio de catálogos. Las personas recalcan que prefieran comprar sus sabanas en locales comerciales porque pueden tener una atención más personalizada acerca del producto que está llevando a su hogar.

Pregunta N° 3

¿Con qué frecuencia adquiere juegos de cama?

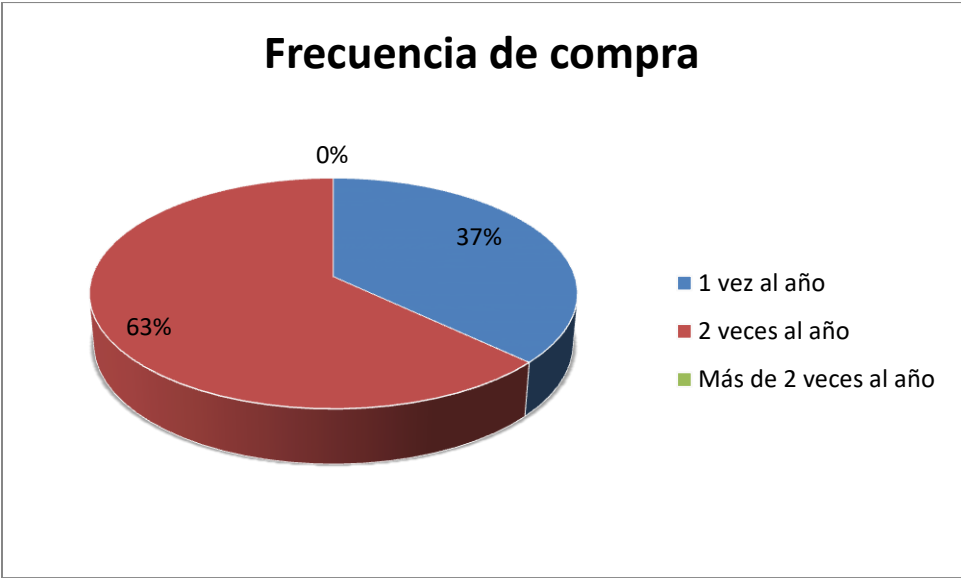


Figura 6. Frecuencia de compra de juegos de cama
Fuente: Autor

El 63% compra sus juegos de cama dos veces al año y el 37% una vez al año, por eso optan por productos de buena calidad.

Pregunta N° 4

¿Qué aspecto es el más importante al momento de comprar un juego de cama?

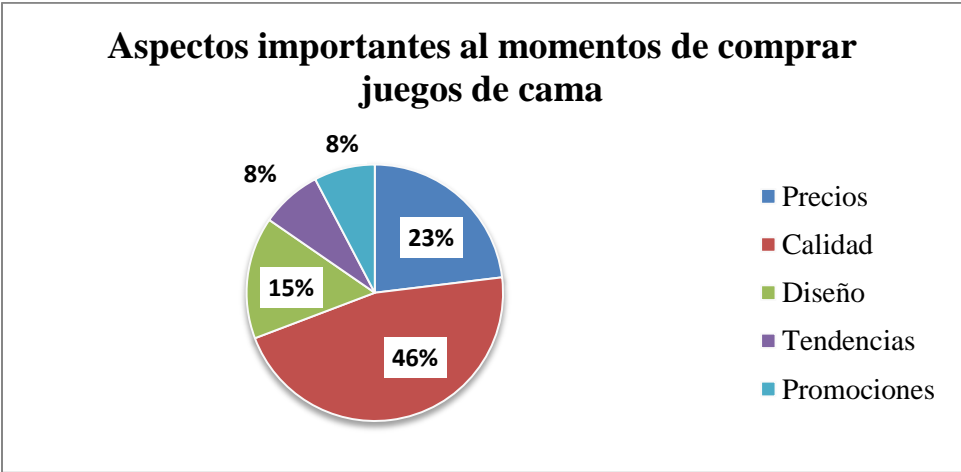


Figura 7. Aspectos importantes al comprar los juegos de cama
Fuente: Autor

Existen diversos aspectos que el consumidor toma en consideración al momento de adquirir un juego de cama. El más relevante para los encuestados es la calidad con el 46%,

lo que dio paso para que el cliente de su opinión sobre que tela es la que más les agrade para poner en sus camas, mencionaron que la bramante Pintex es la mejor calidad. La empresa *Talit* utiliza en la confección de las sabanas tela bramante Pintex que es la mejor calidad en tela llana y estampada.

El 23% afirmo que el precio es otro de los aspectos que toman en consideración al momento de comprar los juegos de cama, el 15% el diseño y el 8% considero que las promociones y las tendencias tambien son un aspecto importante al momento de comprar sus sabanas,

Pregunta N° 5

¿Conoce algún almacén especializado en juegos de cama?

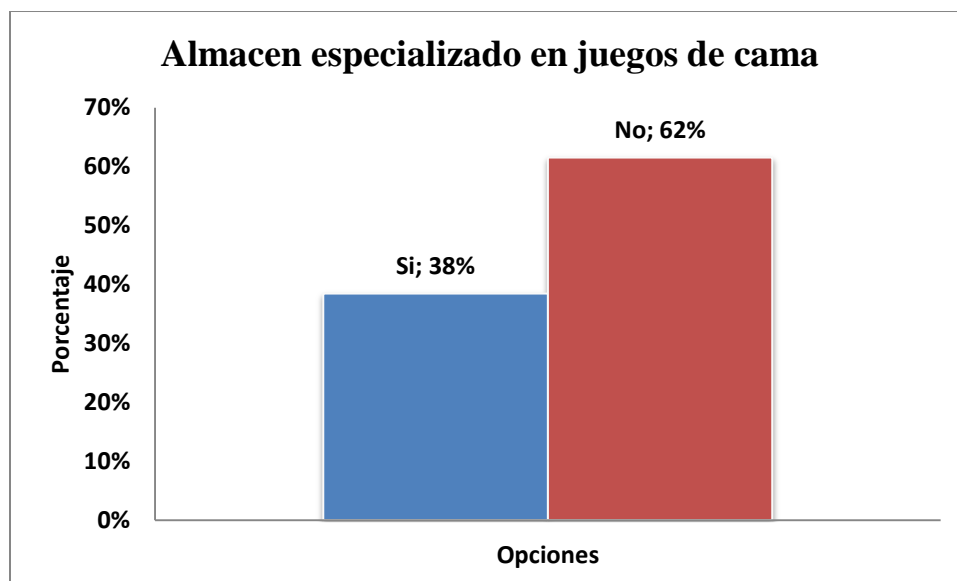


Figura 8. Almacén especializado en juegos de cama

Fuente: Autor

En Guayaquil existen diversos locales que se dedican a la comercialización de sabanas pero esta entre uno de los productos que ofrece, no se especializa en cada detalle de los juegos de cama ni ofrece atención personalizada en estos productos. Por tal motivo el 62% no conoce de algún almacén especializado en sabanas y 38% dijo que si conocia,

dando todos como respuestas que Pintex no solo ofrece telas a mayoristas sino tambien se especializa en sabanas y que la calidad es excelente, colocandose como uno de los mayores competidores para la empresa.

Pregunta N° 6

¿Qué dificultades se ha encontrado al momento de comprar un juego de cama?

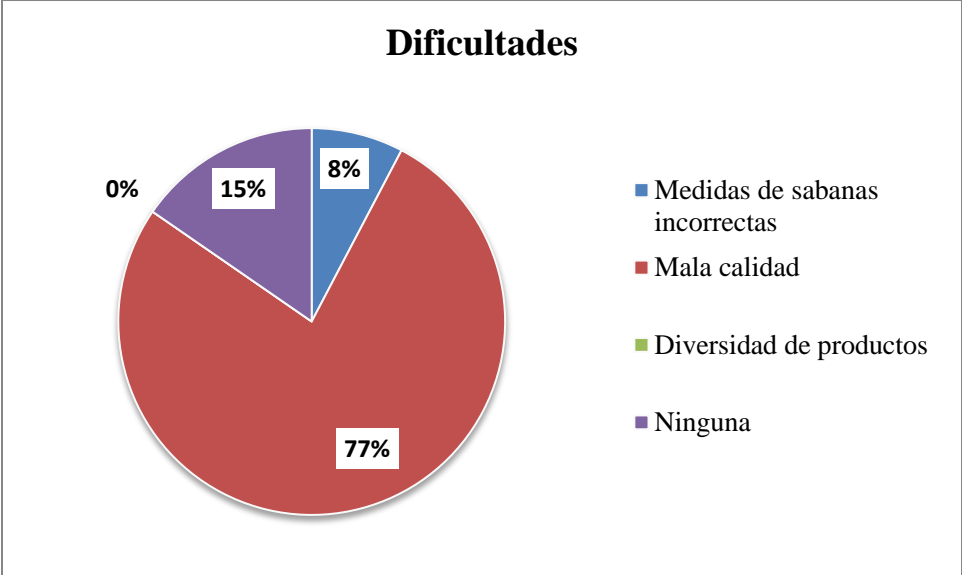


Figura 9. Dificultades al momento de comprar
Fuente: Autor

El 77% escogió la opción de mala calidad porque al momento de comprar los juegos de cama la tela que le han ofrecido se deteriora rápidamente, el 8% se han encontrado con medida de sabanas incorrectas y el 15% no ha tenido ninguna dificultad al momento de adquirir sus juegos de cama.

Pregunta N° 7

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un juego de cama?

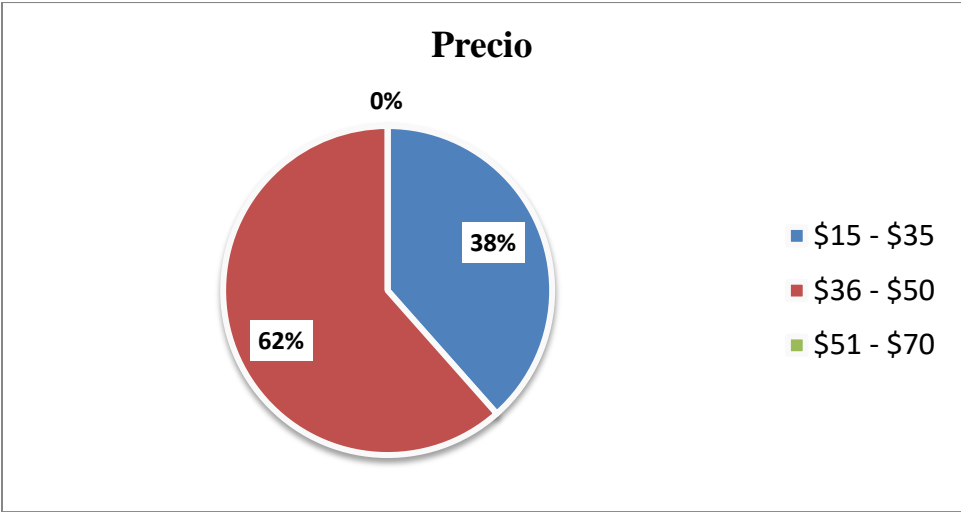


Figura 10. Precios que los consumidores están dispuestos a pagar
Fuente: Autor

En cuanto al precio el 62% de las personas están dispuestas a pagar por un juego de cama \$36-\$50 y el 38% de \$15-\$35. Estos precios están dentro el rango que *Talit* ofrece a los clientes por los juegos de cama.

Pregunta 8

¿Cuál es su ingreso familiar?

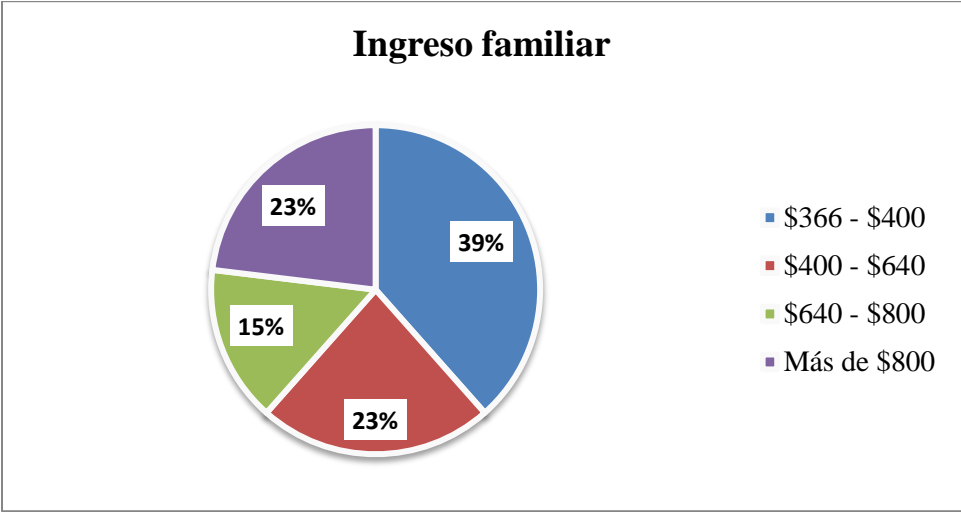


Figura 11. Ingreso familiar
Fuente: Autor

En los ingresos familiares el 39% cuenta con un ingreso de \$366-\$400, el 15% de \$640-\$800, el 23% con un ingreso de \$401-\$640 y más de \$800. Las personas al tener ingresos mayores pueden adquirir artículos que sean de mejor calidad algo que favorece a la empresa.

Pregunta N° 9

¿Le gustaría contar con un taller de confecciones de juegos de cama cerca de su zona residencial?

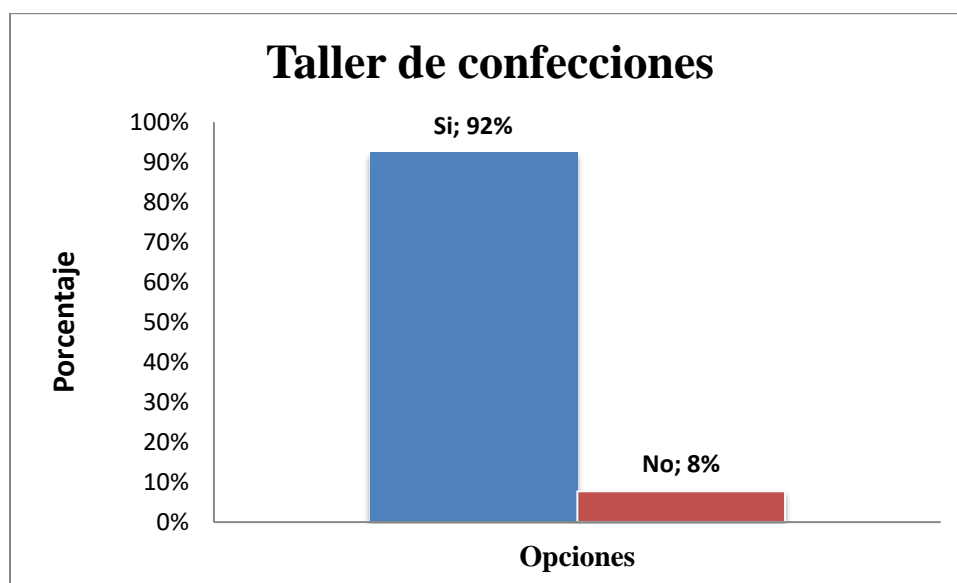


Figura 12. Aceptación del taller de confecciones Talit
Fuente: Autor

Para *Talit* es importante conocer que el 92% de las personas si les interesaría tener un taller cerca de su zona residencial que se especialice en juegos de cama y para el 8% no es algo relevante. Quiere decir que la meta de expansión de *Talit* podría tener buena aceptación de las personas de la parroquia Urdaneta.

Pregunta N° 10

¿Le gustaría tener atención personalizada al momento de comprar sus juegos de cama, donde puede elegir diseño, colores, calidad en sus juegos de cama?

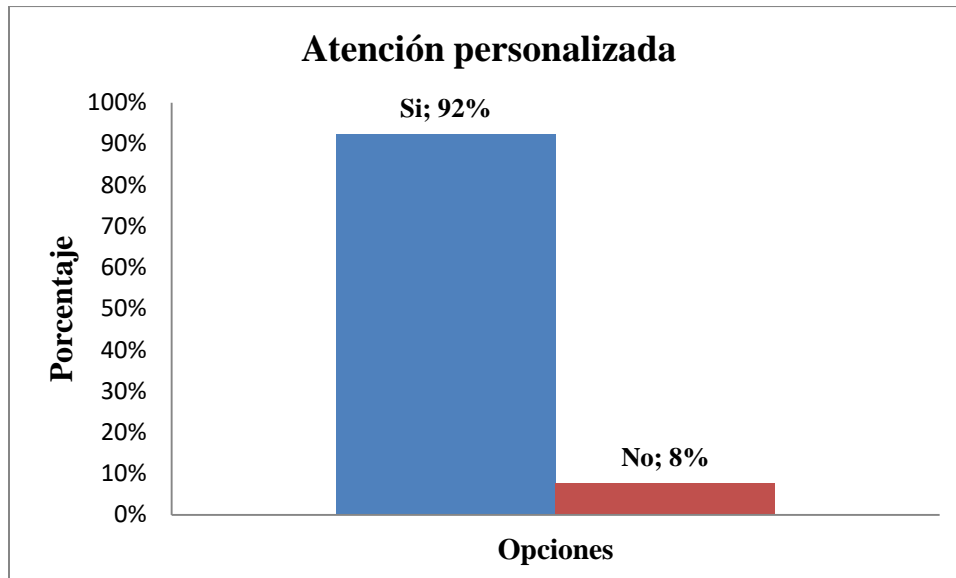


Figura 13. Preferencia por la atención personalizada
Fuente: Autor

El 92% de las personas les gustaría tener una atención más personalizada al momento de adquirir sus sábanas para poder elegir cada detalle como colores, diseño, calidad.

Pregunta N° 11

¿A través de qué medios le gustaría conocer de nuestra empresa que produce y comercializa juegos de cama?

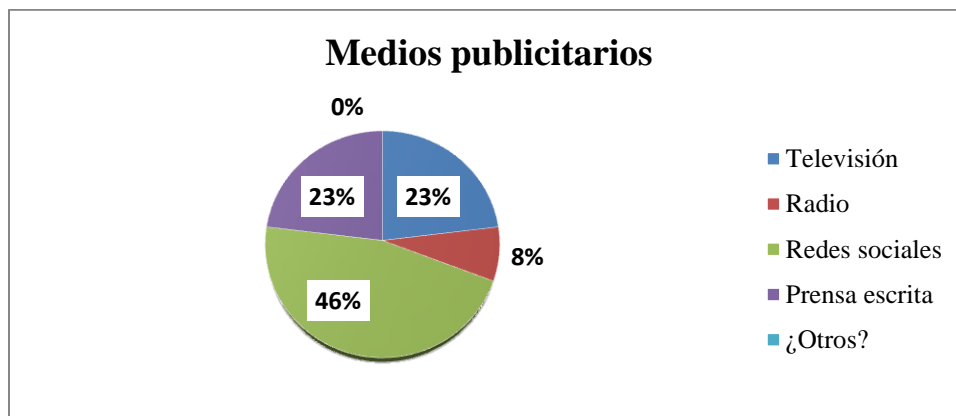


Figura 14. Medios publicitarios
Fuente: Autor

Es muy importante conocer porque medios resulta mejor dar a conocer el taller de confecciones *Talit*, en la encuesta el 46% prefiere enterarse por redes sociales que es uno de los medios que las empresas están optando en la actualidad para ofrecer sus productos, el 23% por prensa escrita y televisión y el 8% por radio.

Conclusión

El estudio de campo que se realizó en la parroquia Urdaneta mediante las encuestas permite concluir que las personas que habitan dentro de la parroquia son familias numerosas ya que 46% de las personas tienen más de cuatro camas en sus hogares y casi la mitad de la muestra renueva sus juegos de cama dos veces al año, donde el 69,2% los adquiere en los locales comerciales, porque prefiere elegir excelente calidad y estar en contacto directo con el producto.

Dentro de los aspectos al momento de comprar un juego de cama prevaleció la calidad, antes que el precio y promociones porque los consumidores buscan que sus juegos de cama duren más de un año y no se deshilachen produciendo incomodidad al usarlas, el 77% de los encuestados al momento de comprar se ha encontrado con problemas de mala calidad porque pagan por un producto de cierta clase de tela y termina siendo otra que en realidad es más barata.

Los precios que *Talit* ofrece a los consumidores son de \$33 a \$38 dependiendo de las dimensiones de las sabanas, el 62% de las personas están dispuestas a pagar de \$36 a \$50 por un juego de cama de tela bramante Pintex, que es la clase de tela que *Talit* utiliza. Esto indica que los consumidores están dispuestos a pagar un precio alto por sabanas de buena calidad, además que el ingreso familiar oscila de \$366 a 640.

Al 93% de las personas les interesa tener un taller de confecciones de sabanas cerca de su zona residencial, donde puedan personalizar de acuerdo a sus gustos y preferencias sus

sábanas. Esto nos permite conocer que la empresa Talit tendrá una buena acogida y que la estrategia de diferenciación que se quiere implementar puede tener éxito porque el 93% solicita una atención personalizada y conocer del taller por las redes sociales que es el medio publicitario más utilizado en la actualidad.

9.5.2 Oferta

Existen muchos competidores en el mercado de los juegos de cama con variedad de precios, modelos, calidad etc., pero al tener gran variedad de productos el cliente tiene más dificultad al elegir y en ocasiones termina comprando otras cosas en vez de las que en realidad estaba buscando, para competir en precios ofrecen de juegos de cama de baja calidad en donde la tela se deshilacha, se pierde el color y no satisface al cliente Aunque existen muchos competidores se van a mencionar a los que están más cerca del mercado que queremos apuntar y por ende cerca del taller *Talit*.

Nuestros principales competidores son:

Tabla 2
Lista de principales competidores

Competidores	Ubicación
Pin-tex	Chile 608 y 10 de agosto
El palacio de las sábanas	Av. Olmedo 411 y Chimborazo
Sábanas angelicales	Av. Quito 949

Son empresas que se especializan en la confección de juegos de cama y también se encuentran en el centro de la ciudad de Guayaquil en donde son reconocidos por nuestros posibles clientes existen más competidores pero no están solo enfocados en este producto.

9.6 Estrategia de diferenciación

Talit debe seguir una estrategia de diferenciación porque al no contar con una producción tecnificada los competidores pueden tener precios más bajos, una es la personalización lo que está caracterizando al taller se emplea el conocido “Customer Relationship Management” (García, 2001), por este medio se conocen más afondo las tendencias y necesidades del cliente de esta manera se entrega un producto más acorde a sus expectativas alcanzando un alto nivel de satisfacción.

Esta estrategia permite formar relaciones con el consumidor final en donde los minoristas y locales comerciales quedan fuera porque se pretende tener un contacto directo con el cliente y conocer su opinión y grado de satisfacción del producto.

La especialización del producto es esencial para esta estrategia, la confección de juegos de cama de manera artesanal permite conocer todas las sugerencias de los clientes, la toma de medida y el asesoramiento permite conocer los espacios en donde se colocaran los juegos de cama. El precio va ligado con la creación del diseño que el cliente solicite puede varias dependiendo de los materiales que se necesiten para su elaboración.

9.7 Acciones de promoción

Debido que nuestro mercado objetivo está dirigido a personas particulares que se acerquen de manera directa al taller y en un futuro para empresas como locales comerciales, hoteles entre otros, se proponen diferentes tipos de promoción. Se busca con las promociones que el cliente tipo hogar y mayorista puedan percibir la ventaja de producir sus juegos de cama en el taller y de esta manera fortalecer las ventajas competitivas frente a otros talleres que no ofrecen promociones.

Cientes particulares: la promoción para este tipo de clientes incluye forros de cojín o juego de baño por cada dos juegos de cama que se produzca en el taller, estos forros dependen de la temporada en esta ocasión se ofrecerán forros navideños para los clientes.



Figura 15. Forros de cojines navideños
Fuente: Autor



Figura 16. Juegos de baño navideños
Fuente: Autor

Cientes mayoristas y minoristas: para este tipo de clientes hay que tomar en cuenta el volumen del pedido para poder aplicar descuentos.

9.8 Canal de distribución

La distribución del producto para los clientes particulares o línea hogar la entrega se la realiza puerta a puerta y para los clientes tipo corporativo o minorista es preferible la entrega en el taller como se mencionó anteriormente la contabilización, revisión y entrega del producto es más fácil. En las redes sociales y publicidades que se realicen en revistas de hogar estarán los contactos de la empresa siendo una de los primeros pasos de interacción

con el cliente, hasta ponerse de acuerdo para una reunión y continuar con el proceso de venta.

10 Análisis Operativo

10.1 Localización y descripción de las instalaciones

Actualmente *Talit* funciona de manera artesanal en la vivienda de los hermanos Jorge y Grace Colcha, pero como el taller se encuentra en una etapa de expansión que busca tener una relación directa con los clientes por eso la empresa se va a cambiar a un lugar más grandes en las calles Tungurahua y Alcedo con todos sus colaboradores y maquinaria de trabajo.

La empresa cuenta con dos maquinarias rectas y una overlock, una mesa de corte y de planchado, dos planchas y demás materiales de confección como hijos, tela, tijera, metro, plásticos, cierres, etc., en las nuevas instalaciones se ha determinado instalar el taller, un espacio para recibir a los clientes, un área para exhibir los juegos de cama y las oficinas.

Como se mencionó la empresa estará instalada en Tungurahua y Alcedo, se eligió este lugar porque es una de las principales vías de Guayaquil que une el norte con el sur, es un conjunto comercial que trabaja con energía limpia ahorrando dinero en la electricidad aproximadamente \$150 en la factura según el estudio del fabricante y es algo beneficioso para la empresa porque se trabajara con máquinas que estarán funcionando ocho horas de lunes a viernes consumiendo mucha energía eléctrica.

A continuación se muestran las instalaciones del lugar donde se adecuara de acuerdo a la necesidad del taller de confecciones.

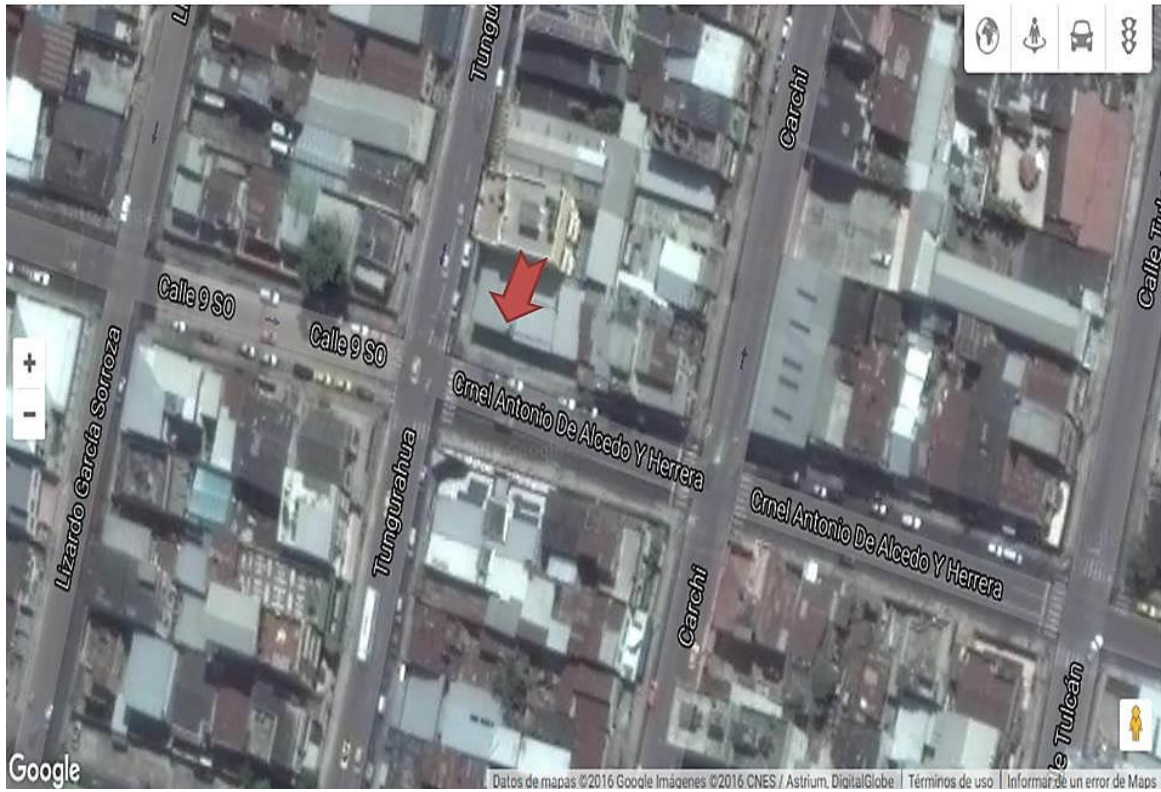


Figura 17. Imagen satelital de Tungurahua y Alcedo
Fuente: Google earth



Figura 18. Conjunto comercial
Fuente: Google earth



Figura 19. Instalaciones del local
Fuente: Autor

10.2 Método de producción

El método de producción es dar a conocer como se elaboran los juegos de cama, detallando la materia prima, las actividades y la presentación del producto terminado. En el diagrama que se presenta a continuación se muestra la secuencia de las actividades en el proceso de producción de los juegos de cama de las sábanas y las fundas de almohadas.

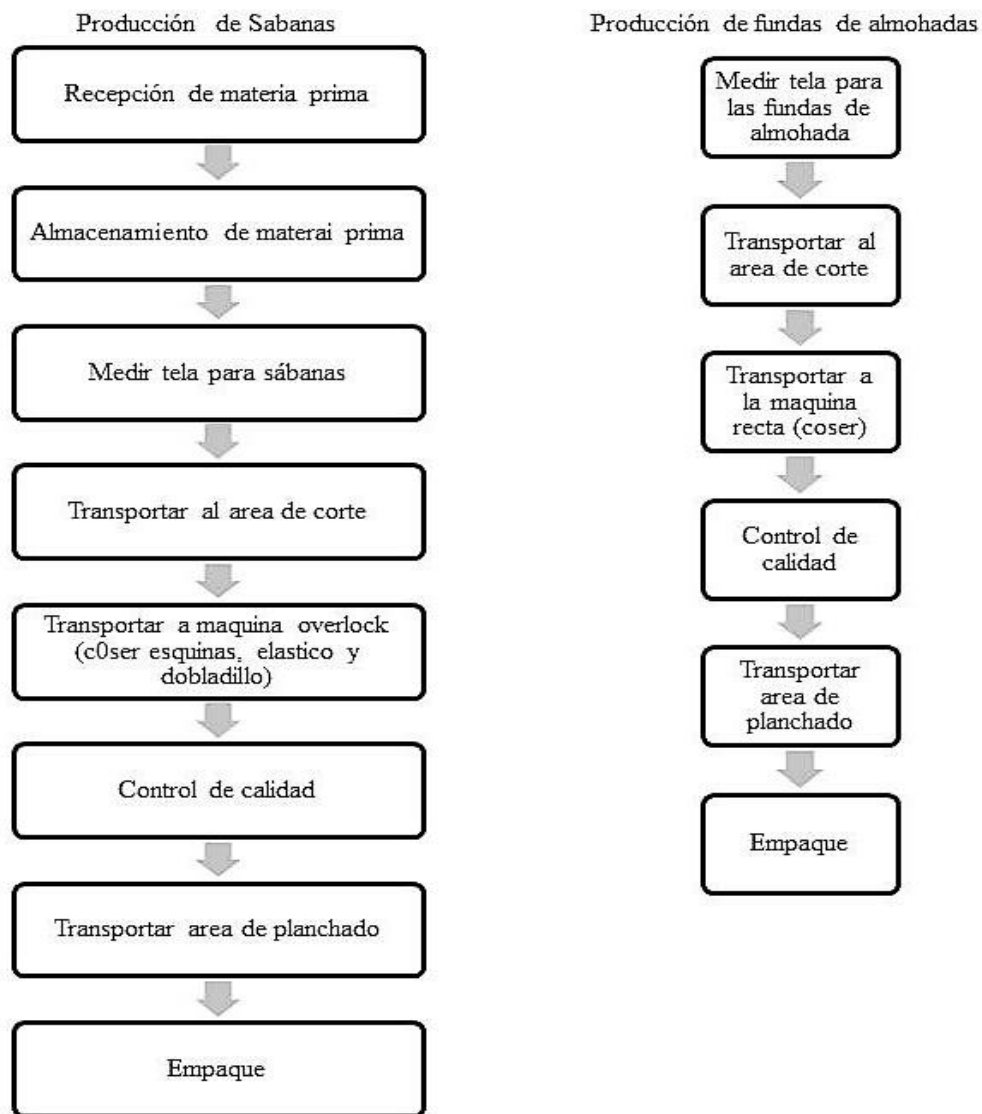


Figura 20. Diagrama del método de producción de los juegos de cama
Fuente: Autor

Las áreas de trabajo que se reflejan en los diagramas son las siguientes: bodegas de materia prima, área de corte y planchado, área de la maquina recta y overlock, área de control de calidad y empaque.

10.2.1 Características de maquinas

A continuación se detalla la maquinaria que se emplea en la elaboración de las sabanas:

- **Maquina recta industrial, modelo Juki mod DDL-8100e-h:** esta máquina es empleada en todo tipo de tela, debido a que es una maquina universal se puede coser todo tipo de ropa ejemplo: jeans, camisas polos, sabanas etc.

Tabla 3
Descripción de maquina recta

Maquina recta industrial, modelo Juki mod DDL-8100e-h			
Velocidad 4000 ppm	Lubricación automática	Tipo de aguja DBX1	Motor 1/2h.p-2850rpm

Fuente: Autor



Figura 21. Maquina recta industrial Juki
Fuente: Autor

- **Maquina overlock industrial cinco hilos, MO-6716S:** estas máquinas permiten formar bordes de manera rápida, encapsulan la costura para que tenga un mejor acabado. La overlock opera a grandes velocidades son

utilizadas mayormente para bordar, coser diferentes tipos de tela, decoración o refuerzo.

Tabla 4
Descripción de maquina overlock

Maquina overlock industrial cinco hilos, MO-6716S			
Velocidad	Lubricación	Sistema de aguja	Separación de aguja
7000 ppm	automática	DCx27	¼ pulgada

Fuente: Autor



Figura 22. Maquina overlock industrial
Fuente: Autor

10.2.2 Distribución de áreas de trabajo

La distribución del proceso de producción para la elaboración de las sábanas está dividida en las siguientes áreas:

Tabla 5
Distribución de áreas de trabajo

Áreas de trabajo	
1	Bodega de materia prima y demás insumos
2	Área de corte
3	Área de planchado
4	Maquina industrial recta
5	Máquina industrial overlock
6	Área de empaque
7	Exhibición del producto terminado

Fuente: Autor

- **Bodega de materia prima e insumos:** recepción de materia prima e insumos, es una pequeños cuarto (bodega) donde se almacenaran los rollos de tela, hilos y demás insumos para la fabricación de sabanas.
- **Área de máquinas industriales:** se encuentran las tres máquinas industriales que posee la empresa que son dos máquinas rectas y una overlock, están ubicadas de acuerdo al proceso de fabricación, primero las telas tienen que pasar por la maquina recta antes que la de overlock.
- **Área de corte:** en esta sección se miden las telas dependiendo de las dimensiones de la cama y se procede a cortarlas para pasarla al área de máquinas.

- **Área de planchado:** una vez terminada de coser las sabanas pasan al área e planchado donde se les da la forma dependiendo del empaque en el se introduce las sabanas.
- **Área de empaque:** en esta parte se doblan las sabanas y se colocan en el respectivo empaque junto con el diseño de la portadas de las sabanas.
- **Área de producto terminado:** en las instalaciones de la empresa se pondrán perchas donde se exhibirán los diferentes tipos de modelo de sabanas.

10.2.3 Distribución de la producción

- Productos que fabrica *Talit*: Juegos de cama
- Características del producto: cada juego de cama contiene, 1 ajustable, 1 sobre-sabana, 2 fundas de almohadas.

El proceso productivo comienza desde la recepción de la materia prima en el taller, la cual se guarda en la bodega. El jefe de producción realiza la inspección de control de calidad de la tela que llega al taller.

- **Líneas de producción de juegos de cama:** la materia prima e insumos son llevados por la línea de producción que tenemos y con las medidas correctas de las diferentes dimensiones de camas para su fabricación.
- **Producción y entrega:** la fabricación de cada juego de cama cumplirá con los parámetros de calidad que se promociona al cliente, los colaboradores de la empresa son personas preparadas en el área de la confección con vasta experiencia en las diferentes áreas de los procesos que se llevan a cabo.

10.3 Capacidad instalada

A través del tamaño de la muestra se pudo tener una idea que la población de la parroquia Urdaneta renueva al menos una vez al año sus juegos de cama, para poder calcular la producción anual de los juegos de sabana se cogió las 33.973 personas y se multiplico por el porcentaje de personas que renuevan sus juegos de cama al menos una vez años. La producción anual seria de 12708 juegos de cama y dentro de la encuesta se realizó una pregunta sobre las medidas de las sabanas que adquieren los porcentajes obtenidos se utilizaron para calcular la producción de las sabanas según su dimensión.

La empresa cuenta con dos máquinas industriales recta y overlock esto quiere decir que la capacidad de producción de 12708 juegos de cama al año es posible, se trabajara 8 horas diarias de lunes a viernes y sábados cuando existan pedidos grandes.

Tabla 6
Producción de juegos de cama

Plazas	1 1/2	2	2 1/2	TOTAL
Producción anual	4829	5337	2542	12708
Producción mensual	405	435	219	1059

Fuente: Autor

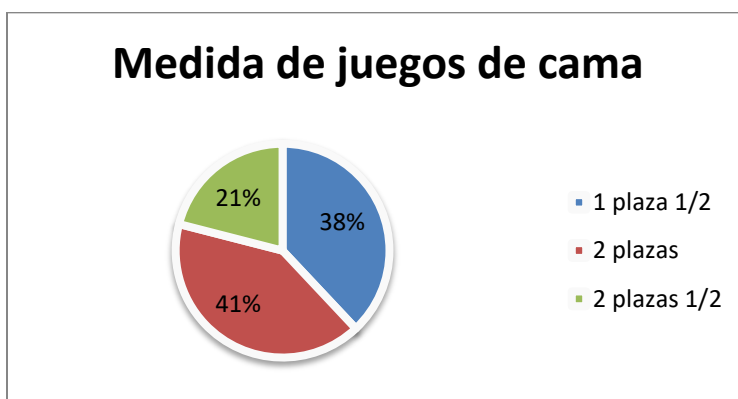


Figura 23. Medidas de juegos de cama

- Durante el primer año la empresa está trabajando a plena capacidad.
- En el transcurso del primer año se irán implementando los ajustes necesarios en el proceso de producción.
- De lunes a sábado es un solo turno de ocho horas laborables, sábados cuando existan pedidos grandes.
- El jefe de producción distribuye el trabajo y delega responsabilidad para que todo lo establecido se lleve a cabo.

10.3.1 Planificación del personal de producción

En el área de producción todos los trabajadores cumplen con tareas específicas desde el área de recepción de materia prima hasta el producto terminado. Esta área comprende de seis colaboradores con las siguientes obligaciones:

Bodega de materia prima e insumos

- Receta la materia prima y demás insumos, supervisando la calidad y que el pedido de telas sea el correcto.
- Llevar un control de las entregas y hacerlas firmar por los proveedores al momento de dejar el pedido
- Almacenar la materia prima e insumos de manera correcta para que no sufran deterioro o cualquier otro incidente.
- Entregar materia prima e insumos a los costureros cuando lo requieren que esté justificado
- Mantener al día el inventario de todas las telas e insumos para realizar los respectivos pedidos cuando se requiera.

Área de producción

- En esta área están trabajando 5 costureros.
- Se dedican a la confección de los juegos de cama.
- Deberán cumplir con los horarios establecidos, descansos, almuerzos, hora de salida.
- Tener cuidado de las máquinas, materia prima e insumos que se emplean en la confección.

Área de empaque

- Planchar las sabanas confeccionadas para guardarlas en los plásticos de presentación.
- Almacenar el producto para entregarlo al cliente

Jefe de producción

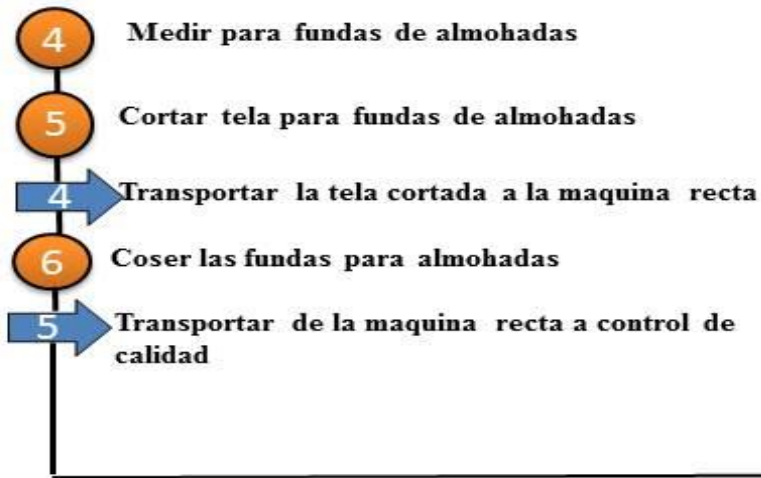
- Supervisa los proceso de producción y el control de calidad de cada juegos de sabanas confeccionado.
- Verifica el correcto uso de las maquinas
- Controla que la materia prima, insumos y demás materiales sean usados para la confección exclusiva de las sabanas.

10.4 Cadena de abastecimiento Diagrama de flujo de procesos, OTIDA

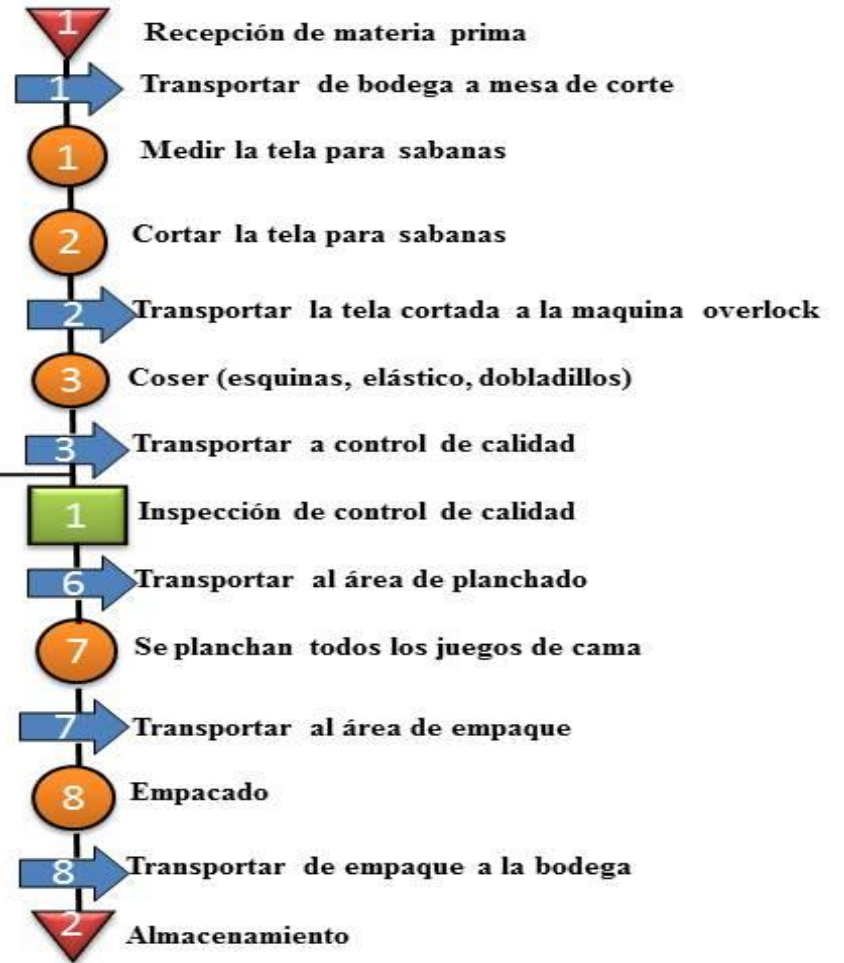
(Operación, Transporte, Inspección, Demora, Almacenamiento)

En el diagrama de operaciones se presenta mediante símbolos las diferentes actividades que se llevan a cabo en el proceso de producción incluyendo las distancias recorridas, el tiempo que se lleva cada operación.

Elaboración de fundas para almohadas



Elaboración de juegos de cama








Resumen				
Actividad	Símbolo	Cantidad	Tiempo (minutos)	Distancia (mm)
Operación		8	15	
Transporte		8	3	10
Inspección		1	1	
Almacenaje		2	2	
Demora		-----	-----	
Total		19	21	10

Figura 24. Diagrama de procesos OTIDA

Fuente: Autor

10.5 Recursos humanos

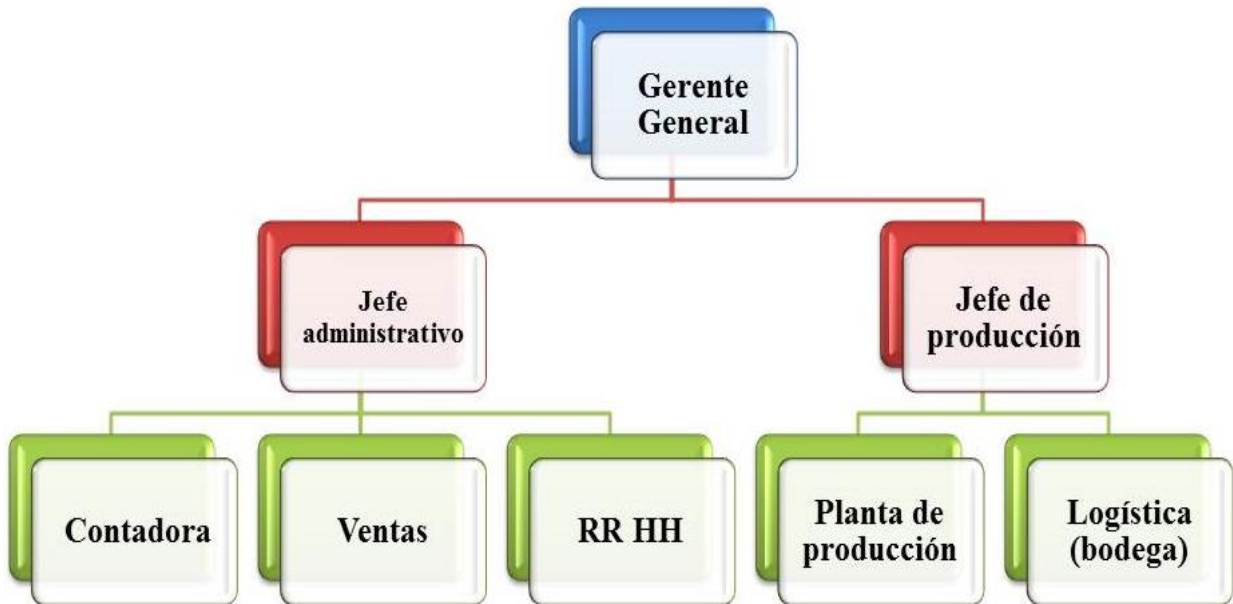


Figura 25. Organigrama estructural de la empresa Talit

Fuente: Autor

Gerente General:

- Evaluar los diferentes departamentos sobre el correcto cumplimiento de sus funciones.
- Desarrolla y planificar metas al corto y largo plazo y presentar dichas proyecciones a los jefes de los departamentos.
- Organizar reuniones con el jefe administrativo y de planta para verificar que todo se ejecute correctamente.
- Fomentar buenas relaciones con sus colaboradores, proveedores y clientes para el buen funcionamiento de *Talit*.

Jefe Administrativo:

- Estudio de los aspectos financieros de las decisiones de la empresa.
- Análisis de las inversiones que se realizan para lograr ventas deseadas.

- Análisis de los estados financieros de la empresa.

Jefe de producción:

- Responsabilidad sobre la producción de la empresa.
- Respetar las condiciones y especificaciones de calidad, verificar el correcto uso de la materia prima e insumos.
- En conjunto con el gerente general tratar las metas al corto, medio y largo plazo para buscar mejorar el área de producción acorde a las exigencias del mercado y la tecnología.
- Supervisar la efectividad del personal a su cargo y el cumplimiento en los tiempos de entregas de los pedidos.
- Delegar responsabilidades al personal a su cargo y verificar la calidad de la producción.

Contador:

- Clasificar, registrar, analizar e interpretar la información financiera.
- Preparar y presentar los estados financieros de manera mensual y entregar al gerente de la empresa.
- Realizar las declaraciones tributarias a las que está obligada la empresa.

Ventas:

- Marketing, publicidad, análisis de precios, planificación comercial, proyecciones de venta, distribución, estudio de la competencia.

RRHH:

- Administración de personal
- Identificar los perfiles de las personas que requiere la empresa y contratar para los puestos vacantes.

Logística (bodega)

- Receta la materia prima y demás insumos, supervisando la calidad y que el pedido de telas sea el correcto.
- Llevar un control de las entregas y hacerlas firmar por los proveedores al momento de dejar el pedido
- Almacenar la materia prima e insumos de manera correcta para que no sufran deterioro o cualquier otro incidente.
- Entregar materia prima e insumos a los costureros cuando lo requieren que esté justificado
- Mantener al día el inventario de todas las telas e insumos para realizar los respectivos pedidos cuando se requiera.
- Planear en conjunto con el área de ventas el plan de ventas
- Gestionar relación con proveedores

Planta de producción

- En esta área están trabajando 5 costureros.
- Se dedican a la confección de los juegos de cama.
- Deberán cumplir con los horarios establecidos, descansos, almuerzos, hora de salida.
- Tener cuidado de las máquinas, materia prima e insumos que se emplean en la confección.

11 Análisis financiero

11.1 Estados de Resultados proyectados a cinco años

Tabla7

Estado de Resultados Proyectado

ESTADOS DE RESULTADOS INTEGRALES PROYECTADOS						
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS		\$ 331.920,00	\$ 340.705,89	\$ 344.677,55	\$ 348.695,51	\$ 352.760,30
(-) Costo de Venta		\$ (235.532,33)	\$ (237.670,57)	\$ (239.833,74)	\$ (242.022,12)	\$ (242.022,12)
(=) Utilidad Bruta		\$ 96.387,67	\$ 103.035,32	\$ 104.843,81	\$ 106.673,39	\$ 110.738,18
(-) Gastos Administrativos		\$ (60.462,29)	\$ (59.462,29)	\$ (59.462,29)	\$ (59.462,29)	\$ (59.462,29)
(-) Gastos de Ventas		\$ (6.600,00)	\$ (6.600,00)	\$ (6.600,00)	\$ (6.600,00)	\$ (6.600,00)
(=) UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 29.325,38	\$ 36.973,03	\$ 38.781,53	\$ 40.611,10	\$ 44.675,89
(-) Gastos Financieros		\$ (5.582,16)	\$ (4.597,42)	\$ (3.487,80)	\$ (2.237,45)	\$ (828,52)
(=) UAIT		\$ 23.743,22	\$ 32.375,61	\$ 35.293,73	\$ 38.373,65	\$ 43.847,37
(-) Participación Trabajadores	15%	\$ (3.561,48)	\$ (4.856,34)	\$ (5.294,06)	\$ (5.756,05)	\$ (6.577,11)
(-) Impuesto a la Renta	22%	\$ (4.439,98)	\$ (6.054,24)	\$ (6.599,93)	\$ (7.175,87)	\$ (8.199,46)
UTILIDAD NETA		\$ 15.741,76	\$ 21.465,03	\$ 23.399,74	\$ 25.441,73	\$ 29.070,81

Fuente: Autor

En la tabla 7 se evidencia el estado de resultados integrales proyectado de cinco años, cada año existe un incremento del 1,2%, que es el porcentaje que crece cada año el sector de confecciones de lencería de hogar.

11.2 Flujo de caja proyectado a cinco años

Tabla 8*Flujo de caja proyectado*

FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSIÓN FIJA*	\$ (32.128,87)					
UAIT		\$ 23.743,22	\$ 32.375,61	\$ 35.293,73	\$ 38.373,65	\$ 43.847,37
Pago Part. Trab.		\$ -	\$ (3.561,48)	\$ (4.856,34)	\$ (5.294,06)	\$ (5.756,05)
Pago de IR		\$ -	\$ (4.439,98)	\$ (6.054,24)	\$ (6.599,93)	\$ (7.175,87)
EFFECTIVO NETO		\$ 23.743,22	\$ 24.374,14	\$ 24.383,15	\$ 26.479,67	\$ 30.915,45
(+) Deprec. Área Prod.		\$ 4.547,29	\$ 4.547,29	\$ 4.547,29	\$ 4.547,29	\$ 4.547,29
(+) Deprec. Área Adm.		\$ 1.209,20	\$ 1.209,20	\$ 1.209,20	\$ 1.209,20	\$ 1.209,20
(+) Aporte Accionistas	\$ -					
(+) Préstamo concedido	\$ 50.000,00	\$ (7.764,51)	\$ (8.749,25)	\$ (9.858,87)	\$ (11.109,22)	\$ (12.518,15)
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$ 17.871,13	\$ 21.735,20	\$ 21.381,38	\$ 20.280,76	\$ 21.126,93	\$ 24.153,79
(+) Saldo Inicial	\$ -	\$ 17.871,13	\$ 39.606,33	\$ 60.987,71	\$ 81.268,48	\$ 102.395,41
(-) FLUJO ACUMULADO	\$ 17.871,13	\$ 39.606,33	\$ 60.987,71	\$ 81.268,48	\$ 102.395,41	\$ 126.549,20

Fuente: Autor

La tabla 8 refleja el flujo de caja proyectado a cinco años (2017-2022), el cual tiene una variación de 1,2% en promedio anualmente. Los ingresos aumentan de acuerdo al mayor número de ventas.

11.3 Análisis del punto de equilibrio

Tabla 9*Punto de equilibrio de ventas anuales y mensuales*

PE = CF / (P - CVU)			
1 PLAZA 1/2			
PE =	5.328	unidades al año, o	\$ 117.214,20
PE =	444	unidades al mes, o	\$ 9.767,85
2 PLAZAS			
PE =	3.120	unidades al año, o	\$ 87.360,77
PE =	260	unidades al mes, o	\$ 7.280,06
2 PLAZAS 1/2			
PE =	1.364	unidades al año, o	\$ 40.919,90
PE =	114	unidades al mes, o	\$ 3.409,99
TOTAL			
PE=	9.812	unidades al año	245.494,87
PE=	818	unidades al mes	20.457,91

Fuente: Autor

El punto de equilibrio revela que para que no existan pérdidas ni ganancias, *Talit* deberá producir 9812 juegos de sábanas al año y 818 juegos de sábanas al mes.

11.4 Análisis de sensibilidad

Tabla 10*Análisis de sensibilidad escenario pesimista*

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSIÓN TOTAL	\$ (48.258,60)					
VENTAS		\$ 335.239,20	\$ 344.112,95	\$ 348.124,33	\$ 352.182,46	\$ 356.287,90
(-) Costo de Venta		\$ (240.242,98)	\$ (242.423,98)	\$ (244.630,41)	\$ (246.862,56)	\$ (246.862,56)
(=) Utilidad Bruta		\$ 94.996,22	\$ 101.688,97	\$ 103.493,91	\$ 105.319,90	\$ 109.425,34
(-) Gastos Administrativos		\$ (60.462,29)	\$ (59.462,29)	\$ (59.462,29)	\$ (59.462,29)	\$ (59.462,29)
(-) Gastos de Ventas		\$ (6.600,00)	\$ (6.600,00)	\$ (6.600,00)	\$ (6.600,00)	\$ (6.600,00)
(=) UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 27.933,93	\$ 35.626,68	\$ 37.431,63	\$ 39.257,61	\$ 43.363,05
(-) Gastos Financieros		\$ (5.582,16)	\$ (4.597,42)	\$ (3.487,80)	\$ (2.237,45)	\$ (828,52)
(=) UAIT		\$ 22.351,77	\$ 31.029,26	\$ 33.943,83	\$ 37.020,17	\$ 42.534,54
Pago Part. Trab.		\$ -	\$ (3.352,77)	\$ (4.654,39)	\$ (5.091,57)	\$ (5.553,03)
Pago de IR		\$ -	\$ (4.749,75)	\$ (6.593,72)	\$ (7.213,06)	\$ (7.866,79)
EFFECTIVO NETO		\$ 22.351,77	\$ 22.926,74	\$ 22.695,72	\$ 24.715,53	\$ 29.114,72
(+) Deprec. Área Prod.		\$ 4.547,29	\$ 4.547,29	\$ 4.547,29	\$ 4.547,29	\$ 4.547,29
(+) Deprec. Área Adm.		\$ 1.209,20	\$ 1.209,20	\$ 1.209,20	\$ 1.209,20	\$ 1.209,20
(+) Valor Residual de Act. Tang.						\$ 3.346,43
(+) Recuperación Cap. Trabajo						\$ 15.129,73
(+) Préstamo concedido		\$ (7.764,51)	\$ (8.749,25)	\$ (9.858,87)	\$ (11.109,22)	\$ (12.518,15)
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$ (48.258,60)	\$ 20.343,75	\$ 19.933,98	\$ 18.593,34	\$ 19.362,79	\$ 40.829,23
TIR	35,25%		VARIACIÓN			
VAN	\$ 19.043,72		1,00%	sector		
Pay Back	3,27	años	2%	inflación		

Fuente: Autor

Suponiendo que el sector textil disminuya sus actividades en 1% y inflación aumente en 2%, los flujos de efectivo se mantienen positivos mientras que la TIR disminuye en 35,25% y la tasa de retorno aumenta a 3 años. Este es el mejor escenario que puede tener la empresa.

Tabla 11
Análisis de sensibilidad escenario optimista

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSIÓN TOTAL	\$ (48.258,60)					
VENTAS		\$ 341.877,60	\$ 350.927,07	\$ 355.017,88	\$ 359.156,37	\$ 363.343,11
(-) Costo de Venta		\$ (238.735,57)	\$ (240.902,89)	\$ (243.095,48)	\$ (245.313,62)	\$ (245.313,62)
(=) Utilidad Bruta		\$ 103.142,03	\$ 110.024,18	\$ 111.922,40	\$ 113.842,75	\$ 118.029,49
(-) Gastos Administrativos		\$ (60.462,29)	\$ (59.462,29)	\$ (59.462,29)	\$ (59.462,29)	\$ (59.462,29)
(-) Gastos de Ventas		\$ (6.600,00)	\$ (6.600,00)	\$ (6.600,00)	\$ (6.600,00)	\$ (6.600,00)
(=) UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 36.079,74	\$ 43.961,89	\$ 45.860,11	\$ 47.780,47	\$ 51.967,20
(-) Gastos Financieros		\$ (5.582,16)	\$ (4.597,42)	\$ (3.487,80)	\$ (2.237,45)	\$ (828,52)
(=) UAIT		\$ 30.497,58	\$ 39.364,47	\$ 42.372,31	\$ 45.543,02	\$ 51.138,68
Pago Part. Trab.		\$ -	\$ (4.574,64)	\$ (5.904,67)	\$ (6.355,85)	\$ (6.831,45)
Pago de IR		\$ -	\$ (6.480,74)	\$ (8.364,95)	\$ (9.004,12)	\$ (9.677,89)
EFFECTIVO NETO		\$ 30.497,58	\$ 28.309,09	\$ 28.102,70	\$ 30.183,05	\$ 34.629,34
(+) Deprec. Área Prod.		\$ 4.547,29	\$ 4.547,29	\$ 4.547,29	\$ 4.547,29	\$ 4.547,29
(+) Deprec. Área Adm.		\$ 1.209,20	\$ 1.209,20	\$ 1.209,20	\$ 1.209,20	\$ 1.209,20
(+) Valor Residual de Act. Tang.						\$ 3.346,43
(+) Recuperación Cap. Trabajo						\$ 15.129,73
(+) Préstamo concedido		\$ (7.764,51)	\$ (8.749,25)	\$ (9.858,87)	\$ (11.109,22)	\$ (12.518,15)
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$ (48.258,60)	\$ 28.489,56	\$ 25.316,33	\$ 24.000,31	\$ 24.830,32	\$ 46.343,84
TIR	50,14%		VARIACIÓN			
VAN	\$ 37.551,60		3,00%	sector		
Pay Back	2,83 años		1,36%	inflación		

Fuente: Autor

Suponiendo que el sector textil aumenta sus actividades en 3% y inflación se mantienen constante, los flujos de efectivo se mantienen positivos mientras que la TIR aumenta 50,14% y la tasa de retorno se mantiene en dos años. Este es el mejor escenario que puede tener la empresa.

11.5 Análisis de la tasa interna de retorno, índice de rentabilidad, valor actual neto, retorno de la inversión

Tabla 12
TIR, VAN, PAY BACK

TIR	38,86%	
VAN	\$23.759,35	
Pay Back	2,24 años	

La tasa interna de retorno (TIR) revela que se necesita una tasa de 38,86% para que no existan pérdidas ni ganancias, el valor actual neto del proyecto es de \$23.759,35, son los flujos de efectivo triados al presente para conocer cuánto cuesta esta idea de negocio, cuando el VAN de un proyecto es positivo se acepta el negocio y el *pay-back* que es tiempo en el que se recuperara la inversión en este caso es de dos años.

12 Viabilidad del proyecto

El sector textil es uno de los que más mano de obra emplea creando plazas de trabajo, a pesar de ser un mercado con bastante competencia y diversificación en los productos en cuanto a lencería de hogar en donde están incluida la ropa de cama. No existen muchos locales comerciales, talleres de confección que se dediquen exclusivamente a la perfección de los juegos de cama.

Primera conclusión según el análisis de mercado de *Talit* las personas están dispuestas a pagar un poco más por un producto de calidad que dure con el tiempo y sea agradable a su vista, en este producto para los futuros clientes la palabra promoción es sinónimo de mala calidad, la empresa presenta promociones pero lo que prefieren las personas es atención personalizada y los detalles en la elaboración de la ropa de cama que es la estrategia de diferenciación con la cual *Talit* pretende agregar valor al producto, en las encuesta el 92% de los encuestados optan por una atención personalizada “Customer Relationship Management” para poder elegir colores, diseño, calidad en su ropa de cama antes de adquirirla.

La investigación de mercado también reveló que las personas si estarían interesadas en tener un taller de confecciones de ropa de cama cerca de su zona residencial porque existen

lugares con tantos productos que no les permite elegir el que más se acomoden a sus necesidades. El mercado objetivo son directamente el consumidor final, empresas (hoteles) y minoritas, dentro de este sector no se puede competir con estrategias de precios ya que el grado de informalidad dentro del mismo es grande aparte del precio de la competencia ya establecido.

Segunda conclusión en el análisis operativo, se determinó la capacidad de producción por el número de personas de la parroquia Urdaneta 33.973 y se multiplico por el porcentaje de personas que renuevan sus juegos de cama al menos una vez años. La producción anual sería de 12708 juegos de cama. El taller estará instalado en Tungurahua y Alcedo, se eligió este lugar porque es una de las principales vías de Guayaquil que une el norte con el sur, tambien se realizó un adecuado estudio de la producción que se ajusta a la maquinaria que se empleara en el taller. Cabe recalcar que este proyecto es de responsabilidad social debido a que los colabores en la parte operativa son maestros en la confección que por la falta de un trabajo estable han tenido que dedicarse a otras cosas.

Como tercera conclusión el estudio económico muestra que el costo de producir cada juego de cama es de \$14,43 y el precio de venta al público de las sabanas de 1 plaza $\frac{1}{2}$, 2 plazas y 2 plazas $\frac{1}{2}$ es de \$22, \$28 y \$30 respectivamente. Esto nos presentara ingresos desde \$15720.00 anualmente, el VAN y la TIR que se presentan en la parte financiera muestran que el proyecto es viable para la puesta en marcha.

13 Anexos

**UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES ESPIRITU SANTO
FACULTAD DE ECONOMÍA Y CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ENCUESTA PARA EVALUAR LA CREACION DE UNA EMPRESA DE PRODUCCION
Y COMERCIALIZACION DE JUEGOS DE CAMA EN GUAYAQUIL**

OBJETIVO: CONOCER EL IMPACTO QUE TENDRA LA CREACION DE UNA EMPRESA DE PRODUCCION Y COMERCIALIZACIÓN DE JUEGOS DE CAMA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

1. Número de camas que tiene en su hogar

1	<input type="text"/>
2	<input type="text"/>

3	<input type="text"/>
4	<input type="text"/>

MÁS DE 5

2. ¿Dónde usualmente compra los juegos de cama?

Locales comerciales

<input type="text"/>
<input type="text"/>

Ferias

Catálogos

Otro lugar, ¿Dónde? _____

3. ¿Con qué frecuencia adquiere juegos de cama?

Una vez al año

Dos veces al año

Más de dos veces al año

<input type="text"/>
<input type="text"/>
<input type="text"/>

4. ¿Qué medidas de juegos de cama para su hogar?

1 Plaza 1/2

2 Plazas

2 Plazas 1/2

<input type="text"/>
<input type="text"/>
<input type="text"/>

5. ¿Qué aspectos toma en cuenta al momento de comprar los juegos de cama?

Ordene del 1 al 5 según el grado de importancia, siendo 1 la mejor calificación

	1	2	3	4	5
Precios					
Calidad					
Diseño					
Tendencias					
Promociones					

6. ¿Conoce algún almacén especializado en juegos de cama?

Sí ¿Cuál? _____

No

7. ¿Qué dificultades se ha encontrado al momento de comprar un juego de cama?

Medidas de sabanas incorrectas

Mala atención

Diversidad de productos

¿Otros?

8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un juego de cama?

\$15 - \$35

\$36 - \$50

\$51 - \$70

9. ¿Cuál es su ingreso familiar?

\$366 - \$400

\$400 - \$640

\$640 - \$800

Más de \$800

10. ¿Le gustaría contar con un taller de confecciones de juegos de cama cerca de su zona residencial?

Sí

No

11. ¿Le gustaría tener una atención personalizada al momento de comprar sus juegos de cama, donde puede elegir diseño, colores, calidad?

Sí

No

12. ¿A través de qué medios le gustaría conocer de nuestra empresa que comercializa juegos de cama?

Televisión

--

Radio

--

Redes sociales

--

Prensa escrita

--

¿Otros?

--

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

14 Referencias

- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (Septiembre de 2015). *Informe de Economía Laboral*. Recuperado el 26 de Mayo de 2016, de Sitio web del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos: [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2015/Septiembre-2015/Informe%20de%20Economia%20Laboral_septiembre2015%20\(final\).pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2015/Septiembre-2015/Informe%20de%20Economia%20Laboral_septiembre2015%20(final).pdf)
- Asociación de Industrias Textiles del Ecuador. (Septiembre de 2016). *AITE*. Obtenido de <http://www.aite.com.ec/industria-textil.html>
- Banco Central del Ecuador. (18 de marzo de 2014). *Coyuntura del mercado laboral*. Recuperado el noviembre de 2016, de sitio web del BCE: <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorReal/Previsiones/IndCoyuntura/Empleo/mle200511.pdf>
- Bossu, R., Laurin, M., Mazet-Roux, G., Roussel, F., & Steed, R. (2015). The importance of smartphones as Public Earthquake-Information tools and tools for the rapid engagement with eyewitnesses. *Seismological Research Letters*, 86(6), 1587-1592.
- Forbes. (10 de diciembre de 2015). *OIT advierte que desempleo en América Latina seguirá a la alza en 2016 - Read more at: <http://scl.io/-pkGnZj7#gs.Na0vHNs>*. Recuperado el 5 de noviembre de 2016, de sitio web de Forbes: <http://www.forbes.com.mx/oit-advierde-que-desempleo-en-america-latina-seguira-a-la-alza-en-2016/#gs.Na0vHNs>
- IAB. (Septiembre de 2014). *Manual de App Store Optimization (ASO)*. Obtenido de Sitio web de la IAB Spain: <http://www.iabspain.net/wp-content/uploads/downloads/2014/09/Manual-ASO-2014.pdf>
- IAB. (08 de Noviembre de 2016). *How Ad Tech Startups and SMBs Strategically Invest in Training*. Obtenido de Sitio web de la IAB: <http://www.iab.com/news/ad-tech-startups-smb-strategically-invest-in-training/>
- IEPI. (29 de septiembre de 2014). *¿Cómo registro una marca?: Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual*. Recuperado el 5 de noviembre de 2016, de Sitio web del Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual: <http://www.propiedadintelectual.gob.ec/como-registro-una-marca/>
- IEPI. (01 de Agosto de 2016). *¿Cómo registro una marca?: Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual*. Obtenido de Sitio web del Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual: <http://www.propiedadintelectual.gob.ec/como-registro-una-marca/>
- INEC. (Diciembre de 2015). *Encuesta nacional de empleo, desempleo, y subempleo*. Recuperado el 5 de noviembre de 2016, de sitio web de Ecuador en cifras:

http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2015/Diciembre-2015/Presentacion_Empleo_dic_15.pdf

Luxford, A., & E., D. J. (2015). The role of mobile applications in the consumer experience at music festivals. *Event Management*, 19, 33-46.

Organización Internacional del Trabajo. (15 de Agosto de 2015). *Medición de la Economía Informal*. Recuperado el 26 de Mayo de 2016, de Sitio web de la :
http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_policy/documents/publication/wcms_229450.pdf

Revista EKOS. (2 de septiembre de 2015). *Inteligencia de mercados*. Recuperado el 5 de noviembre de 2016, de redaccion Ekos:
<http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=6446>

Revista Lideres. (26 de julio de 2015). *La informalidad laboral, una condición arraigada en Ecuador*. Recuperado el 5 de noviembre de 2016, de sitio web de Revista lideres:
<http://www.revistalideres.ec/lideres/informalidad-laboral-condicion-ecuador.html>

Revista Líderes Ecuador. (26 de Julio de 2015). *La informalidad laboral, una condición arraigada en el Ecuador*. Recuperado el 26 de Mayo de 2016, de Sitio web de la Revista Líderes de Ecuador: <http://www.revistalideres.ec/lideres/informalidad-laboral-condicion-ecuador.html>

Revista Vistazo. (12 de febrero de 2016). *El sector textil en cifras*. Recuperado el 5 de noviembre de 2016, de sitio web de la Revista Vistazo: <http://vistazo.com/seccion/pais/el-sector-textil-en-cifras>

Ryan, D., & Jone, C. (27 de Abril de 2014). *Understanding Digital Marketing*. Obtenido de Sitio web de Petra Christian University: <http://www3.petra.ac.id/toro2/Tugas%2004c%20-%20Understanding%20Digital%20Marketing.pdf>

Superintendencia de Compañías. (01 de Agosto de 2016). *Privado-Marco Legal: Codificación de la ley de compañías*. Obtenido de Sitio web de la Superintendencia de Compañías:
<https://www.supercias.gov.ec/web/privado/marco%20legal/CODIFIC%20%20LEY%20DE%20COMPANIAS.pdf>

Superintendencia de Compañías. (2016). *Privado-Marco Legal: Codificación de la ley de compañías*. Recuperado el 5 de Noviembre de 2016, de Sitio web de la Superintendencia de Compañías:
<https://www.supercias.gov.ec/web/privado/marco%20legal/CODIFIC%20%20LEY%20DE%20COMPANIAS.pdf>