

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA “INDOAMÉRICA”

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
Y ECONÓMICAS**

**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS Y NEGOCIOS**

TEMA:

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE
UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN
Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA DEPORTIVA
UBICADA EN LA PROVINCIA DE SUCUMBÍOS
CIUDAD DE SHUSHUFINDI”**

Trabajo de investigación para la obtención del Título
de Ingeniera en Administración de Empresas y
Negocios.

AUTORA:

Isabel Susana Zurita Lalangui

TUTORA:

Ing. Ibeth Molina

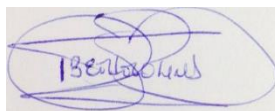
AMBATO-ECUADOR

2017

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director del Proyecto “**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA DEPORTIVA UBICADA EN LA PROVINCIA DE SUCUMBÍOS CIUDAD DE SHUSHUFINDI**” presentado por Isabel Susana Zurita Lalangui para optar por el título de Ingeniera en Administración de Empresas y Negocios, **CERTIFICO**, que dicho proyecto de Monografía ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, Febrero de 2017.

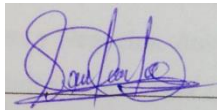


Ing. Ibeth Molina

TUTORA

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

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



Isabel Susana Zurita Lalangui

C.I. 2100600846

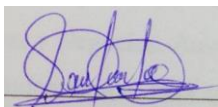
AUTORA

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

Yo Isabel Susana Zurita Lalangui, declaro ser autora de la Monografía titulado **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA DEPORTIVA UBICADA EN LA PROVINCIA DE SUCUMBÍOS CIUDAD DE SHUSHUFINDI”**, como requisito para optar para el título de Ingeniería en Administración de Empresas y Negocios. Autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI).

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

Del mismo modo, acepto que los derechos de autor, morales y patrimoniales, sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Tecnológica Indoamericana, y que no tramitare la publicación de esta obra en ningún otro medio sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial de generación de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales donde se acuerden los términos de adjudicación de dichos beneficios, para constancia de esta autorización en la ciudad de Ambato, el mes de febrero del año 2017 firmo conforme.



Autora: Sra. Isabel Susana Zurita Lalangui
Número de Cédula: 2100600846
Dirección: Sucumbíos - Shushufindi.
Correo electrónico: isabela_geminis@hotmail.es
Teléfono. 0981697475

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, quiero agradecer a mi Dios por darme la fuerza y sabiduría, a mis padres, hermanos, a mi querido esposo y en lo personal a mi hija por el apoyo moral y económico.

Agradezco de manera especial a mi tutora Ing. Ibeth Molina, por toda la paciencia para llevar a cabo el presente trabajo.

Gracias

DEDICATORIA

El presente trabajo de dedico a todas personas que de una u otra manera han estado conmigo, apoyándome, dedico a mis tutores de la Universidad Indoamérica por empujarme a continuar con mis estudios, por la paciencia y enseñanza. Y dedico a mis padres, esposo por estar conmigo en todo momento.

Isabel.

ÍNDICE GENERAL

Portada.....	i
Certificación.....	ii
Declaración de Autenticidad.....	iii
Autorización por parte del Autor	iv
Agradecimiento.....	v
Dedicatoria.....	vi
Índice General.....	vii
Índice de Tablas.....	xi
Índice de Gráficos.....	xiv
Índice de Imágenes.....	xv
Sumario Investigativo.....	xvi
Abstract.....	xvii
Introducción.....	1
CAPÍTULO I.....	3
AREA DE MARKETING.....	3
1.1 Definición del producto o servicio.....	3
1.1.1 Especificación del servicio o producto.....	3
1.1.2. Aspectos innovadores (diferenciadores) que proporciona.....	5
1.2 Definición del mercado.....	5
1.2.1 Qué mercado se va a tocar en general.....	6
1.2.1.1 Categorización de sujetos.....	6
1.2.1.2 Estudio de Segmentación.....	6
1.2.1.3 Plan de muestreo.....	8
1.2.1.4 Diseño y recolección de información.....	11
1.2.1.4.1 Elaboración de instrumentos y formatos.....	12
1.2.1.5. Análisis e Interpretación.....	13
1.2.2 Demanda Potencial.....	15
1.3. Análisis del macro y micro ambiente.....	17
1.3.1 Análisis del micro ambiente.....	17

1.3.2 Análisis del macro ambiente	23
1.3.3 Proyección de la oferta.	25
1.4. Demanda potencial insatisfecha.....	27
1.5 Promoción y publicidad que se realizará. (canales de comunicación).....	28
1.6 Sistema de distribución a utilizar. (canales de distribución).....	29
1.7 Seguimiento de clientes.....	30
1.8 Especificar mercados alternativos.....	31
CAPÍTULO II.....	32
ÁREA DE PRODUCCIÓN (OPERACIONES)	32
2.1 Descripción del proceso	32
2.1.1 Descripción de proceso de transformación del bien o servicio.	32
2.1.2 Descripción de instalaciones, equipos y personas.....	38
2.1.3. Tecnología a aplicar.	47
2.2.1 Ritmo de producción.	47
2.2.2 Nivel de inventario promedio.....	49
2.2.3 Número de trabajadores.....	50
2.3 Capacidad de Producción.....	51
2.3.1 Capacidad de Producción Futura.....	51
2.4 Definición de recursos necesarios para la producción	52
2.4.1 Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar.	52
2.5 Calidad	53
2.5.1 Método de Control de Calidad.	53
2.6 Normativas y permisos que afectan su instalación.	55
2.6.1 Seguridad e higiene ocupacional.....	55
CAPÍTULO III.....	62
ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN	62
3.1 Análisis estratégico y definición de objetivos.....	62
3.1.1 Visión de la Empresa.....	62
3.1.2 Misión de la Empresa:.....	62

3.1.3	Análisis FODA	62
3.2	Organización funcional de la empresa	66
3.2.1	Realizar organigrama de su empresa para definir la organización interna.....	66
3.2.2	Describa brevemente los cargos del organigrama.....	67
3.3	Control de gestión	74
3.3.1	Haga un listado de los indicadores de gestión necesarios.....	74
3.4	Necesidades de personal	75
CAPÍTULO IV		76
ÁREA JURÍDICO LEGAL.....		76
4.1	Determinación de la forma jurídica.....	76
4.2	Patentes y marcas	79
4.3	Detalle todo tipo de licencias necesarias para funcionar y documentos legales (Patentes, Inicio de Actividades, etc.).....	81
CAPITULO V.....		86
AREA FINANCIERA.....		86
5.1	Plan de inversiones.....	86
5.2	Plan de financiamiento.....	89
5.3	Cálculo De Costos Y Gastos	91
A)	Detalle De Costos	91
B)	Proyección De Costos.....	92
C)	Detalle De Gastos	93
d)	Proyección de gastos	94
e)	Mano de obra	95
5.4	Cálculo de Ingresos	96
5.5	Flujo de Caja	99
5.6	Punto de Equilibrio	100
5.7	Estado de Resultados Proyectado.....	101
5.8	Evaluación Financiera.....	102
a)	Indicadores.....	102
a.1)	Valor actual neto	102

a.2) Tasa interna de retorno.....	103
a.3) Beneficio costo.....	104
a.4) Periodo de recuperación.....	104
b) Razones.....	105
b.1) Liquidez	105
b.2) Rentabilidad.....	106
BIBLIOGRAFÍAS	107
ANEXOS.....	109

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N°1. Categorización de Sujetos.....	6
Tabla N°2. Dimensión Conductual.....	7
Tabla N°3. Dimensión Geográfica	7
Tabla N°4. Dimensión Demográfica	7
Tabla N°5. Población de edades.....	8
Tabla N°6. Muestro de la población.....	9
Tabla N°7. Cuadro de necesidades objetivo 1	10
Tabla N°8. Cuadro de necesidades objetivo 2.....	11
Tabla N°9. Cuadro de necesidades objetivo 3.....	11
Tabla N°10. Análisis interpretación	13
Tabla N°11. Datos para el cálculo de la demanda.....	16
Tabla N°12. Proyección de demanda en personas (TCP).....	16
Tabla N°13. Matriz del EFI.....	22
Tabla N°14. Matriz del EFE.....	23
Tabla N°15. Dimensiones políticas de la provincia sucumbíos	25
Tabla N°16. Datos para la oferta	26
Tabla N°17. Proyección de la oferta en personas.....	26
Tabla N°18. Demanda potencial Insatisfecha.	27
Tabla N°19. Área de la empresa.....	38
Tabla N°20. Tiempo por actividad en el proceso de confección de ropa deportiva 1.....	40
Tabla N°21. Tiempo por actividad en el proceso de confección de ropa deportiva 2.	40
Tabla N°22. Producción de camisetas básicas cuello v o redondo.....	42
Tabla N°23. Producción de camisetas cuello polo	42
Tabla N°24. Producción de pantalonetas con diseños personalizados	42
Tabla N°25. Producción de licras con diseños personalizados	43
Tabla N°26. Producción de media largas con diseños personalizados.....	43
Tabla N°27. Producción de calentadores con diseños personalizados	43
Tabla N°28. Producción de chompas con diseños personalizados.....	44

Tabla N°29. Producción de medias cortas.....	44
Tabla N°30. Capacidad instalada de ropa deportiva 1	44
Tabla N°31. Capacidad instalada de ropa deportiva 2	45
Tabla N°32. Capacidad de la maquinaria industrial para la confección de ropa deportiva.....	46
Tabla N°33. Mano de obra directa	46
Tabla N°34. Ritmo de producción.....	48
Tabla N°35. Nivel de inventario promedio	49
Tabla N°36. Número de trabajadores	50
Tabla N°37. Capacidad de producción futura	51
Tabla N°38. Proveedores.....	53
Tabla N°39. Análisis de FODA.....	63
Tabla N°40. Matriz de Vulnerabilidad	64
Tabla N°41. Calculo de factores claves (Matriz de vulnerabilidad).	64
Tabla N°42. Matriz de Aprovechabilidad	65
Tabla N°43. Calculo de factores claves (Matriz de Aprovechabilidad).....	65
Tabla N°44. Descripción de cargo del gerente general	67
Tabla N°45. Descripción de cargo del asesor jurídico	68
Tabla N°46. Descripción de cargo de la secretaria - contadora	69
Tabla N°47. Descripción de puesto del jefe de producción	70
Tabla N°48. Descripción de puesto de operarios	71
Tabla N°49. Descripción de puesto jefe de ventas	72
Tabla N°50. Descripción de puesto del vendedor	73
Tabla N°51. Indicadores de gestión.....	74
Tabla N°52. Necesidad de personal.....	75
Tabla N°53. Capital social.....	77
Tabla N°54. Permiso de operación.....	83
Tabla N°55. Maquinaria y equipo	86
Tabla N°56. Muebles y enseres	87
Tabla N°57. Suministro de oficina	87
Tabla N°58. Adecuaciones	88
Tabla N°59. Equipo de computación.....	88

Tabla N°60. Equipo de oficina	88
Tabla N°61. Plan de inversiones	89
Tabla N°62. Forma de financiamiento	90
Tabla N°63. Detalle de costos	91
Tabla N°64. Proyección de costos.....	92
Tabla N°65. Gastos administrativos, gastos de ventas y financieros	93
Tabla N°66. Proyección de gastos.....	94
Tabla N°67. Mano de obra	95
Tabla N°68. Depreciación	96
Tabla N°69. Proyección de depreciación	96
Tabla N°70. Cálculo de ingreso.....	97
Tabla N°71. Proyección de ingresos	98
Tabla N°72. Flujo de caja.....	99
Tabla N° 73. Estado de resultados.....	101
Tabla N° 74. Tasa Mínima aceptable de rendimiento	103
Tabla N° 75. Datos para la Tasa interna de retorno	103
Tabla N° 76. Periodo de recuperación.....	104
Tabla N° 77. Liquidez	105
Tabla N° 78. Rentabilidad.....	106
Tabla N° 79. Pregunta 1	110
Tabla N°80. Pregunta 2.....	111
Tabla N°81. Pregunta 3.....	112
Tabla N°82. Pregunta 4.....	113
Tabla N°83. Pregunta 5.....	114
Tabla N°84. Pregunta 6.....	115
Tabla N°85. Pregunta 7.....	116
Tabla N°86. Pregunta 8.....	117
Tabla N°87. Pregunta 9.....	118
Tabla N°88. Pregunta 10.....	119
Tabla N°89. Tabla de amortización	120
Tabla N°90. Rol administrativo	122
Tabla N°91. Rol de operarios.....	123

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Grafico N°1: Porcentaje de encuestas	14
Grafico N°2: Proyección de la demanda.....	17
Grafico N°3: Análisis del micro ambiente	18
Gráfico N°4. Análisis del macro ambiente	23
Gráfico N°5. Proyección de la oferta	26
Gráfico N°6. Proyección de la oferta	27
Gráfico N°7. Canales de comunicación	28
Gráfico N°8. Canales de distribución	29
Gráfico N°9. Seguimiento de clientes.....	30
Gráfico N°10. Mercados alternativos.....	31
Grafico N°11. Mapa de procesos	33
Gráfico N°12. Simbología del diagrama de flujo de procesos.....	34
Gráfico N°13. Diagrama de flujo de proceso de producción.	35
Gráfico N°14. Diagrama de flujo de Recepción de materia prima	36
Gráfico N°15. Proceso de comercialización	37
Gráfico N°16. Distribución física de la empresa	39
Gráfico N°17. Layout de las prendas deportivas	41
Gráfico N°18. Diagrama causa efecto.....	54
Gráfico N°19. Organigrama Estructural	66
Gráfico N°20. Punto de equilibrio	100
Gráfico N°21. Pregunta 1	110
Gráfico N°22. Pregunta 2.....	111
Gráfico N°23. Pregunta 3.....	112
Gráfico N°24. Pregunta 4.....	113
Gráfico N°25. Pregunta 5.....	114
Gráfico N°26. Pregunta 6.....	115
Gráfico N°27. Pregunta 7.....	116
Gráfico N°28. Pregunta 8.....	117
Gráfico N°29. Pregunta 9.....	118
Gráfico N°30. Pregunta 10.....	119

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen N°1: Mapa de la provincia Sucumbíos	24
--	----

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVA Y ECONÓMICA

SUMARIO INVESTIGATIVO

TEMA: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA DEPORTIVA UBICADA EN LA PROVINCIA DE SUCUMBÍOS CIUDAD DE SHUSHUFINDI”.

AUTORA: Isabel Susana Zurita Lalangui

TUTORA: Ing. Ibeth Molina

La presente investigación trata de un plan de negocios para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de ropa deportiva como: uniformes interiores, exteriores, de excelente calidad a través de un servicio eficaz y eficiente que satisfaga las necesidades de los clientes del Cantón Shushufindi, este producto está dirigido a hombre y mujeres deportistas, con las edades comprendidas entre los 25 a 49 años, cuyo objetivo de la prenda es que los deportistas se sientan cómodos para practicar su deporte favorito. Para un estudio a fondo de este proyecto se planteó una encuesta dirigida al mercado potencial, en la cual, manifestaron con un alto porcentaje (66%) de aceptación para la creación de la nueva fábrica de elaboración de ropa deportiva, además las prendas deportivas brindarían comodidad, ya que muchos de los encuestados dijeron con un 51% que un beneficio para utilizar dichas prendas será la comodidad, las personas están dispuestas a utilizar ropa deportiva con tela de alta calidad, donde que la empresa está muy enfocada en ese ámbito. Para que el cliente pueda informarse sobre los productos que ofrece la empresa, se elaboraron medio gráficos para estimular las ventas, además se colocará anuncios publicitarios en lugares estratégicos, otro medio que llama la atención a los clientes es las redes sociales, y se elaborará una página web para que el cliente tenga acceso todo tipo de información de los productos. En cuanto a la adquisición de la materia prima se contará con proveedores de calidad entre ellos están Textil ATE, Sintofil, y la empresa DIN, además la fábrica contará con métodos de control de calidad para determinar los fallos de producción, y de esta manera tener una mejora continua en la organización. En el estudio financiero se determinó que el proyecto será factible con un valor del VAN de 30.898,93 dólares, una tasa interna de retorno del 46%, la recuperación de la inversión será en 2 años con 3 meses y 7 días.

DESCRIPTORES: ropa deportiva, mercado potencial, empresa, clientes, anuncios publicitarios, materia prima.

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVA Y ECONÓMICA**

ABSTRACT

THEME: "BUSINESS PLAN FOR THE CREATION OF A COMPANY DEDICATED TO THE PRODUCTION AND MARKETING OF SPORTSWEAR LOCATED IN THE PROVINCE OF SUCUMBÍOS SHUSHUFINDI CITY".

AUTHOR: Isabel Susana Zurita Lalangui
TUTHOR: Ing. Ibeth Molina

The present investigation treats of a business plan for the creation of a company dedicated to the production and commercialization of sports clothes as: interior, exterior uniforms, of excellent quality across an effective and efficient service that satisfies the needs of the clients of the Canton Shushufindi, this product is directed man and sports women, with the ages understood between the 25 to 49 years, which aim of the article is that the sportsmen feel comfortable to practise his favorite sport. For an in-depth study of this project there appeared a survey directed the potential market, in which, they demonstrated with a high percentage (66 %) of acceptance for the creation of the new factory of production of sports clothes, in addition the sports articles were offering comfort, since many of the polled ones said with 51 % that a benefit to use the above mentioned articles will be the comfort, the persons are ready to use sports clothes with fabric of high quality, where that the company is very focused in this area. In order that the client could find out on the products that it offers the company, way was elaborated graphs to stimulate the sales, in addition advertising announcements will be placed in strategic places, another way that calls the attention to the clients is the social networks, and a web page was elaborated in order that the client has access all kinds of information of the products. As for the acquisition of the raw material one will possess qualit suppliers between them they are Textile I TIED, Sintofil, and the company CASH, in addition the factory was possessing methods of quality control to determine the failures of production, and hereby to have a constant improvement in the organization. In the financial study one determined that the project will be feasible with a value of THEY GO of 30.898,93 dollars, a rate hospitalizes of return of 4 %, the recovery of the investment will be in 2 years with 3 months and 7 days.

DESCRIPTORS: Sports clothes, potential market, company, clients, advertising announcements, raw material.

INTRODUCCIÓN

TEMA: “Plan de Negocios para la creación de una Empresa dedicada a la Producción y Comercialización de Ropa Deportiva ubicada en la Provincia de Sucumbíos ciudad de Shushufindi”.

A fines del siglo XIX hubo un cambio radical, la fuerza humana y animal fue sustituida por la máquina y más tarde por la energía eléctrica, así surgió la gran industria y los grandes inventos. (Arèvalo, 2012)

Según (Brestovansky L. , 2008), la importancia de las prendas deportivas por su elasticidad, comodidad y de fácil movimiento, ya que se fabrican en diferentes colores sólidos con listas y distintos dibujos. Son importantes ya que se utilizan al practicar la danza, gimnasia, atletismo, natación, ciclismo de competencia, aeróbicos, esquí u otras actividades similares.

Para el desarrollo del proyecto se basa en cinco capítulos que se detallan a continuación:

Capítulo I Área de Marketing, donde se halla las especificaciones del producto, los aspecto innovadores de la idea de negocios, la definición del mercado, el plan de muestreo, diseño y recolección de información, un análisis e interpretación, la demanda potencia, un análisis de macro y micro ambiente, la proyección de la oferta, la demanda potencial insatisfecha, la promoción y publicidad, el sistema de distribución, el seguimiento de clientes, y por ultima una especificación de mercados alternativos.

Capítulo II el Área de producción está conformado por la descripción de proceso de transformación del producto, la descripción de instalaciones, equipos y personas, tecnologías a aplicar, factores que afectan el plan de operaciones, la capacidad de producción, la definición de recursos necesarios para la producción,

calidad, la utilización de métodos de control de calidad, normas y permisos que afectan su instalación.

Capítulo III Área de organización y gestión, donde se determina un análisis estratégico y definición de objetivos, la organización funcional de la empresa, el control y gestión del proyecto, y las necesidades de personal.

Capítulo IV Área jurídico legal, se desarrolla la forma jurídica legal de la empresa, las patentes y marcas, detalles de todo tipo de licencias necesarias para su funcionamiento y documentos legales (patentes, inicio de actividades, etc.)

Capítulo V Área financiera que está conformado por un plan de inversiones, plan de financiamiento, cálculo de costos y gastos, cálculo de ingresos, flujo de caja, el punto de equilibrio, el estado de resultados proyectado, y la evaluación financiera.

CAPÍTULO I

AREA DE MARKETING

1.1 DEFINICIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

1.1.1 Especificación del servicio o producto

El producto que va ofrecer es ropa deportiva para hombres y mujeres, con estándares de calidad altamente especializados, con prendas modernas, cuyo objetivo principal de la prenda es que cada deportista se sienta cómodo con la vestimenta y de tal forma se sienta satisfecho.

Telas que se utilizara para la confección de prendas deportivas (Camisetas cuello V, Camisetas cuello redondo, camisetas cuello polo, pantalonetas, calentadores, chompas, licras y medias cortas y largas).

Se detalla que tipo de telas se utilizara para la confección de prendas deportivas:

Según (Madehow.com, 2014), el elastano, licra o spandex es una fibra sintética conocida por su gran elasticidad y resistencia. Científicamente se le conoce por ser un copolímero uretano-urea formado en un 95% por poliuretanos segmentados (Spandex).

Se utilizará un tejido **Elastano o Spandex**, para damas con estilos que se acopla al molde del cuerpo, buenas para el consumidor:

- Secado rápido.
- Resistente al sudor.

- Tejido más duradero.
- Se puede estirar gran número de veces y volverá a tomar su forma original.

A más de ello se utilizará algodón para las prendas deportivas, El algodón es la fibra natural más importante que se produce en el mundo, su importancia empezó en el siglo XIX con el proceso de industrialización y hoy en día todavía representa casi la mitad del consumo mundial de fibras textiles. No todas las especies del género *Gossypium* tienen valor comercial, las fibras se obtienen de la semilla de unas pocas especies, la longitud y el grueso de la fibra dependen de su procedencia. (Ensminger & Konlande, 2012)

El tejido **DRI-FIT**, esta ayuda a controlar la humedad, el sudor generado durante el ejercicio, esta tela tiene como característica de poseer pequeños poros que permiten la ventilación del cuerpo para que de esta forma se pueda realizar ejercicio de una forma más cómoda para los deportistas. El poliéster es muy resistente a la humedad, a los productos químicos y a las fuerzas mecánicas. (wikipedia.org, 2014)

La ropa deportiva de calidad la misma que será resistente, pero al mismo tiempo cómoda, cumpliendo con las necesidades del cliente, asegurando que el transcurso de confección de la misma sea rápido. Además de ello se empleará descuentos exclusivos para clientes potenciales que requieran nuestro producto o servicio.

La tela poliéster: es muy resistente a la humedad, a los productos químicos y a las fuerzas mecánicas.

El algodón: es la fibra natural más importante que se produce en el mundo, su importancia empezó en el siglo XIX con el proceso de industrialización y hoy en día todavía representa casi la mitad del consumo mundial de fibras textiles. No todas las especies del género *Gossypium* tienen valor comercial, las fibras se obtienen de la semilla de unas pocas especies, la longitud y el grueso de la fibra dependen de su procedencia.

1.1.2. Aspectos innovadores (diferenciadores) que proporciona.

Para ofertar un producto de calidad, es necesario enfocarse en la materia prima que se utilizará para la confección de ropa deportiva, en vista que es una nueva empresa en el cantón Shushufindi se pondrá a disposición del cliente aspectos innovadores etiquetas con el nombre de la empresa, empaque exclusivo de identificación de la empresa, con telas de alta calidad que brinde comodidad, frescura a los clientes cuando realice su actividad física, además el cliente podrá escoger sus diseños personalizados, modelos exclusivos y también con una imagen corporativa que lo identifique, contaremos con telas de colores a la moda y telas de acuerdo al clima donde se ofrecerá prendas ya que el cantón Shushufindi es lugar tropical.

1.2 Definición del mercado

Para Philip Kotler, Gary Armstrong, Dionisio Cámara e Ignacio Cruz, autores del libro "Marketing", un mercado es el "conjunto de compradores reales y potenciales de un producto. Estos compradores comparten una necesidad o un deseo particular que puede satisfacerse mediante una relación de intercambio"

El mercado potencial está dirigido a los deportistas del Cantón Shushufindi, donde se podrá cubrir con los objetivos y metas planteadas de los productos que se ofrecerán a los clientes por lo que dado esto se tiene que identificar el producto.

- Camisetas (Cuello redondo, cuello V, y cuello polo, estampado personalizado si el cliente lo requiere)
- Pantalónetas (con diseños personalizados con bolsillo al costado para mejor comodidad que se estampará en la pretina la casa comercial quien labora.
- Calentadores (con estampado personalizado)
- Chompa (con imagen corporativa y diseños como el cliente desee)
- Medias cortas y largas

- Licras (contará con la imagen de la empresa a lado izquierdo en tamaño miniatura)

1.2.1 Qué mercado se va a tocar en general.

El mercado donde la empresa pretende poner el servicio de confección de ropa deportiva es en la ciudad de Shushufindi a deportistas hombres y mujeres entre las edades 25 a 49 años, donde las personas tienen mucha inclinación por el deporte y debido a esto se crean permanentes actividades vinculadas a éste.

1.2.1.1 Categorización de sujetos.

Tabla N°1. *Categorización de Sujetos*

Categoría	Sujeto
¿Quién compra?	Los deportistas.
¿Quién usa?	Los deportistas.
¿Quién decide?	Dirigentes, presidentes de los deportistas.
¿Quién influye?	Los entrenadores de los deportistas.

Fuente: Investigación

Elaborado por: Isabel Zurita

1.2.1.2 Estudio de Segmentación

La segmentación de mercado “es un proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos. La esencia de la segmentación es conocer realmente a los consumidores”. (Stantion, 1999, pág. 170)

Dimensión conductual: se divide de acuerdo a las conductas, beneficios pretendidos, lealtad a la marca y actitud frente al producto.

Tabla N°2. Dimensión Conductual

Variable	Descripción
Tipo de necesidad	Seguridad y Protección
Tipo de compra	Comparación
Relación con la marca	No
Actitud frente al producto	Positiva

Fuente: Investigación

Elaborado: Isabel Zurita

El tipo de necesidad para la ropa deportiva para hombres y mujeres según la pirámide de Maslow es de seguridad y protección, el tipo de compra es la comparación con otra marca de ropa deportiva, no tendrá la relación con la marca porque aún no sale al mercado, la actitud frente al producto será positiva.

Dimensión geográfica: se divide por países, regiones, ciudades o barrios.

Tabla N°3. Dimensión Geográfica

Variable	Descripción
País	Ecuador
Región	Oriente
Ciudad urbana	Shushufindi
Tamaño	16.355

Fuente: Investigación

Elaborado: Isabel Zurita

Dimensión demográfica: Se dividen por edad, etapa del ciclo de vida y por género.

Tabla N°4. Dimensión Demográfica

Variable	Descripción	Población
Edad	25 a 49 años	11.470
Sexo	Mujeres / Hombres	6614 - 4856
Socioeconómico	PEA	11.470
Ocupación	<ul style="list-style-type: none">Federación de Liga deportiva del Cantón ShushufindiClub deportivos Parroquiales y barrialesClub deportivo amigables y familiares	2616

Fuente: Investigación

Elaborado: Isabel Zurita

Tabla N°5. Población de edades

Grupo por edades	Sexo		Total
	Hombres	Mujeres	
De 0 – 5 años	3141	3144	6285
De 6 – 14 años	4872	4595	9467
De 15 – 28 años	6565	5629	12194
De 25 – 49 años	6614	4856	11470
De 50 – 65 años	2194	1367	3561
De 66 y mas	769	582	1351
Total	24155	20173	44328

Fuente: Municipio de Shushufindi

Elaborado por: Isabel Zurita

1.2.1.3 Plan de muestreo

“En estadística se conoce como muestreo a la técnica para la selección de una muestra a partir de una población” (Martinez, 2012)

Muestreo Aleatorio Simple

Forman parte de este tipo de muestreo todos aquellos métodos para los que se puede calcular la probabilidad de extracción de cualquiera de las muestras posibles. Este conjunto de técnicas de muestreo es el más aconsejable, aunque en ocasiones no es posible optar por él. (Cochran, 1980)

Muestreo Estratificado

Consiste en la división previa de la población de estudio en grupos o clases que se suponen homogéneos con respecto a alguna característica de las que se van a estudiar. A cada uno de estos estratos se le asignaría una cuota que determinaría el número de miembros del mismo que compondrán la muestra. Dentro de cada estrato se suele usar la técnica de muestreo sistemático, una de las técnicas de selección más usadas en la práctica. (Cochran, 1980)

Población:

Una población está determinada por sus características definitorias. Por lo tanto, el conjunto de elementos que posea esta característica se denomina población o universo. Población es la totalidad del fenómeno a estudiar, donde las unidades de población poseen una característica común, la que se estudia y da origen a los datos de la investigación. (Tamayo y Tamayo, 1997)

La población estudiada será los hombres y mujeres de 25 a 49 años de edad 11.470, es el número de habitantes de acuerdo a su ocupación que son deportistas.

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{Z^2 * P * Q + N * e^2}$$

n=tamaño de la muestra

Z=nivel de confiabilidad

p=probabilidad de ocurrencia

q=probabilidad de no ocurrencia

n=población o universo

e=error de la muestra (5% - 7%)

Tabla N°6. Muestro de la población

N=	11470			
Z=	1,96			
P=	0,95	95%		
Q=	0,05	5%		
D=	0,05	5%	Error	máximo
			admisible	
n=	$(1,96)^2 * 0,5 * 0,5 * 11470$ $(1,96)^2 * 0,5 * 0,5 + 11470$ $(0,05)^2$			
n=	$3,84 * 0,25 * 11470$ $3,84 * 0,25 + 11470$ $(0,0025)$			
n=	11011,2 29,635	= 372		

Fuente: Población del Cantón Shushufindi INEN

Elaborado: Isabel Zurita

Con el cálculo de la muestra con una población de 11.470 hombres y mujeres deportistas, se obtiene un total de 372 personas a quienes se les aplicará una encuesta para conocer inquietudes y requerimientos de los mismos para poner en funcionamiento el proyecto.

OBJETIVO GENERAL

Determinar la demanda o cantidad actual que los consumidores que desean adquirir los productos que fabrican actualmente en las casas comerciales de ropa deportivas y conocer la oferta, cantidad de productos de ropa deportiva que la empresa deberá disponer para la venta, los precios y varios costos de producción.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- **Objetivo específico 1:** Establecer el nivel de aceptación de la nueva fábrica dedicada a la producción y comercialización de ropa deportiva de en el mercado.

Tabla N°7. Cuadro de necesidades objetivo 1

Necesidades de información	de	Tipo de información	de Fuentes	Instrumentos
Gustos y preferencias	y	Primaria	Clientes	Encuestas
Ajustes de precios		Primaria	Clientes	Encuestas
Mayor promoción		Primaria	Clientes	Encuestas
Aceptación en el mercado de la nueva fábrica de ropa deportiva		Primaria	Clientes	Encuestas

Fuente: Investigación

Elaborado: Isabel Zurita

- **Objetivo específico 2:** Analizar y desarrollar estrategias de penetración de mercado y la demanda potencial.

Tabla N°8. Cuadro de necesidades objetivo 2

Necesidades de Información	Tipo de información	Fuentes	Instrumentos
Determinar la demanda potencial del producto	Primaria	Clientes	Encuestas
La marca que más llama la atención en la ropa deportiva	Primaria	Clientes	Encuestas
Frecuencia que compra la ropa deportiva	Primaria	Clientes	Encuestas
Cualidades que ve en la prenda deportiva antes de comprarla	Primaria	Clientes	Encuestas

- **Objetivo específico 3:** Determinar la factibilidad operativa, técnica y económica para el proyecto.

Tabla N°9. Cuadro de necesidades objetivo 3

Necesidades de Información	Tipo de información	Fuentes	Instrumentos
Factibilidad operativa. Personal requerido por la empresa	Secundaria	Bibliografía especializada	Gestión de proyectos / Juan José Miranda M. / 2012
Factibilidad Técnica. Maquinaria y equipos para el funcionamiento del sistema de la empres	Secundaria	Internet	Proformas a proveedores
Factibilidad financiera. Necesidades totales del capital, requerimiento total de activos.	Secundaria	Bibliografía	Gestión de proyectos / Juan José Miranda M. / 2012

Fuente: Investigación

Elaborado por: Isabel Zurita

1.2.1.4 Diseño y recolección de información

La información primaria y secundaria se recopila mediante la elaboración de instrumentos para el levantamiento de información y formatos que se adjunta a la presente investigación.

1.2.4.1 Elaboración de instrumentos y formatos

INFORMACIÓN SECUNDARIA

- **Banco de datos de otras organizaciones**
- **Necesidad 1.** Para la determinación del mercado, se realizaron consultas respectivas en la página del INEC y Gobierno Autónomo municipal del Cantón Shushufindi.
- **Necesidad 2.** Las necesidades de los clientes es un factor clave para la determinación del objetivo de la empresa, para finalizar un cliente no es solo una persona es una oportunidad para el sector empresarial.
- **Necesidad 3.** Se procede a la solicitud de proformas para la determinación de los costos de maquinarias y equipos para la confección de ropa deportiva. Y investigación de precios de la competencia.

INFORMACIÓN PRIMARIA

Encuesta

Es una fuente que el investigador crea en un momento concreto para resolver un problema concreto. Se refiere a los portadores originales de la información que no la han retransmitido, grabado o transcrito en cualquier medio de soporte. (Grande Esteban, 2012)

Elaborar una encuesta dirigido al mercado meta compuesto por hombres y mujeres deportistas de 25 a 49 años de edad.

1.2.1.5. Análisis e Interpretación.

De acuerdo a las encuestas hemos podido analizar criterios diferentes a los encuestados.

Tabla N°10. Análisis interpretación

N° Preguntas	Opciones	Porcentaje	Respuesta número de personas
1	SI	66%	7570
	NO	34%	3900
2	Siempre	56%	6423
	A veces	43%	4932
	Nunca	1%	115
3	Siempre	63%	7226
	A veces	33%	3785
	Nunca	4%	459
4	Comodidad	51%	5850
	Resistencia	14%	1606
	Marca de la ropa deportiva	35%	4015
5	Nike	63%	7226
	Adidas	34%	3900
	Umbro	3%	344
6	Quincenal	15%	1721
	Trimestral	29%	3326
	Semestral	56%	6423
7	Camisetas	36%	4129
	Chompas y calentadores	23%	2638
	Pantalónetas	9%	1032
	Licras	32%	3670
8	15.00	38%	4359
	17.00	36%	4129
	20.00	17%	1950
	25.00	9%	1032
9	SI	62%	7111
	NO	38%	4359
10	Diseño	36%	4129
	Precio	26%	2982
	Calidad	38%	4359

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Isabel Zurita

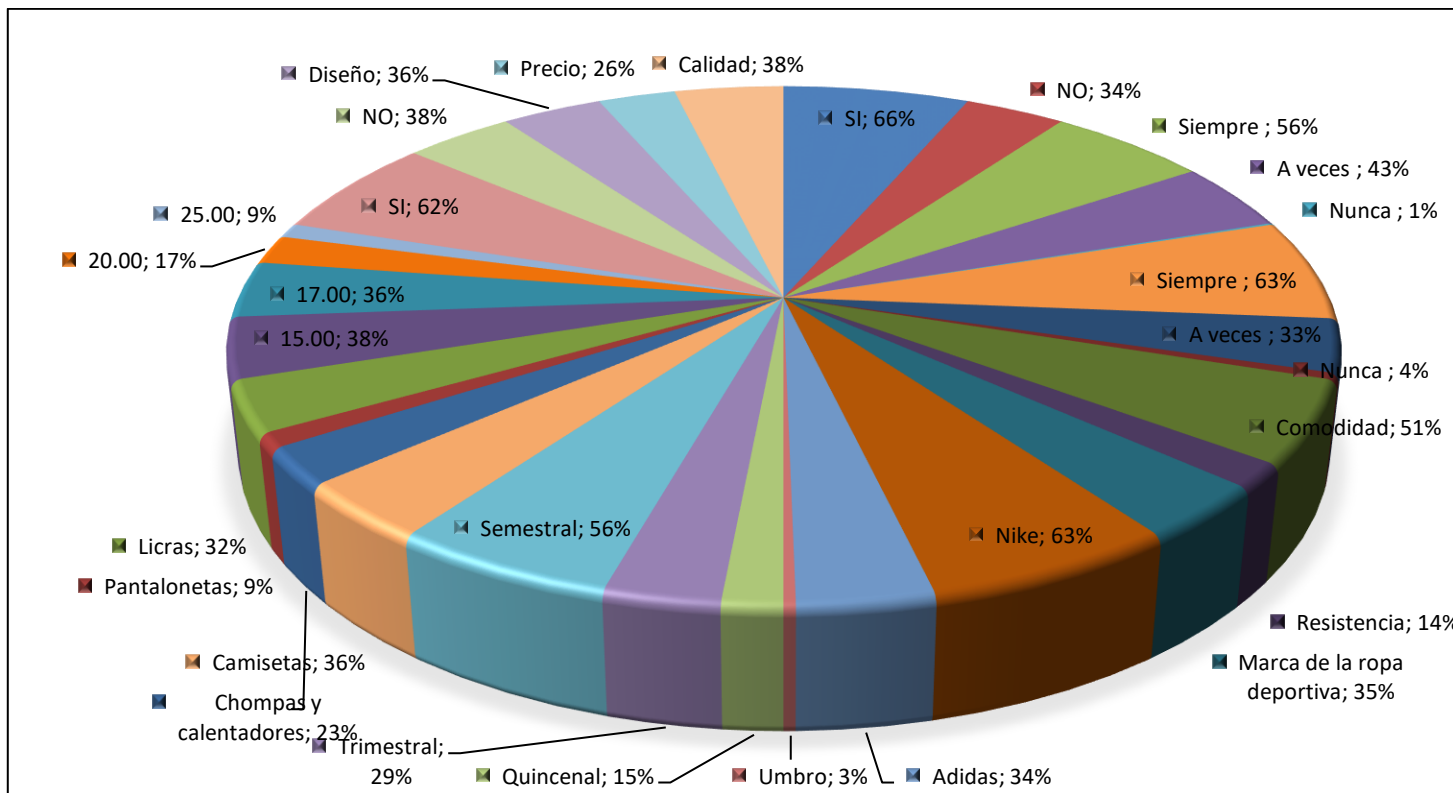


Grafico N°1: Porcentaje de encuestas
Fuente: Elaboración propia

Análisis:

En la **primera pregunta** tenemos que el 66% están de acuerdo con la creación de la nueva empresa de ropa deportiva, mientras que el 34% no respondieron; la **segunda pregunta** el 56%, siempre les gusta usar ropa deportiva cuando realizan algún tipo de deporte, el 43% a veces y el 1% nunca; la **tercera pregunta** el 63%, siempre compran ropa deportiva para practicar algún tipo de deporte, mientras que el 33% a veces y el 4% nunca. La **cuarta pregunta** el 51% dicen que el beneficio que encuentran en la ropa deportiva es la comodidad, el 14% los colores a la moda, y el 35% la marca de ropa. La **quinta pregunta**, la marca que más le llama la atención es Nike con un 63%, el 34% Adidas, el 3% Umbro. La **sexta pregunta**, la frecuencia con la que más compran la ropa deportiva es semestral con el 56%, el 29% es trimestral, el 15 % quincenal. La **séptima pregunta**, las prendas que más utilizan son las camisetas con un 36%, seguido de las licras con un 32%, el 23% chompas y calentadores, y el 9% pantalonetas. La **octava pregunta**, el valor que les gustaría pagar a los encuestados es de 15 dólares con un 38%, mientras que el 36% dicen 17 dólares, el 17% 20 dólares, y el 9% 25 dólares. La **novena pregunta**, a la mayoría de la población encuestada con el 62%, les gustaría utilizar ropa deportiva con telas de alta calidad, por el contrario, el 38% no. La **décima pregunta**, las cualidades que ven al momento de comprar la ropa deportiva son, la calidad con el 38%, el 36% el diseño, y el 26% el precio.

1.2.2 Demanda Potencial

El principal propósito que se persigue con el análisis de la demanda es determinar y medir cuáles son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado respecto a un bien o servicio, así como establecer la posibilidad de participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda. La demanda está en función de una serie de factores, como son la necesidad real que se tiene del bien o servicio, su precio, el nivel de ingreso de la población, y otros, por lo que en el estudio habrá que tomar en cuenta información proveniente de fuentes primarias y secundarias. (URBINA, 2010).

Se realizó el análisis de la demanda de acuerdo a la encuesta realizada tomando en cuenta que está dirigido a las personas 25 a 49 años, dando un total de 11.470 personas, para ello se realiza con la primera pregunta con la respuesta **SI**.

¿Si se crea una nueva fábrica de elaboración de ropa deportiva, de existir calidad y precios competitivos, usted estaría dispuesto a adquirir los productos en esta nueva empresa?

Tabla N°11. Datos para el cálculo de la demanda

Opción	Cantidad	porcentaje	N° Personas
<u>SI</u>	<u>245</u>	<u>66%</u>	<u>7570</u>
NO	127	34%	3900
Total	372	100%	11.470

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Isabel Zurita

Proyección de la demanda (TCP)

Para el primer año se obtiene un total de 7.570 personas y para las proyecciones de los siguientes años se ha tomado en cuenta con la tasa de crecimiento poblacional que es el 1.56%, según el INEC.

Tabla N°12. Proyección de demanda en personas (TCP)

Año	Demanda
2017	7570
2018	7688
2019	7808
2020	7930
2021	8054

Fuente: INEC 1.56%

Elaborado por: Isabel Zurita

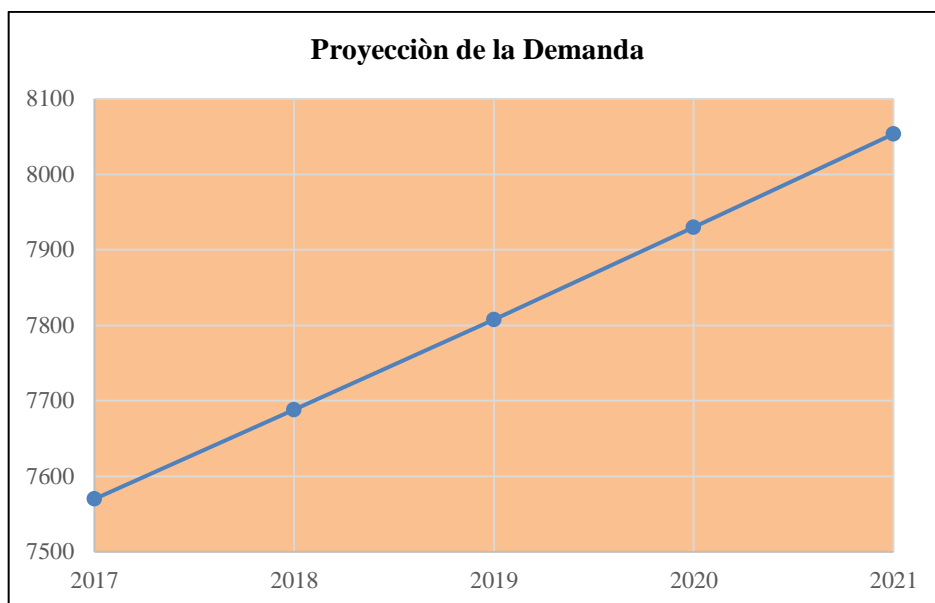


Grafico N°2: Proyección de la demanda

Fuente: Elaboración propia

Mediante el resultado del cálculo de la proyección de la demanda para la fábrica de producción y comercialización de ropa deportiva, tomando en cuenta la tasa de crecimiento poblacional según el INEC (2015) se estima una demanda de 7570 personas para el 2017, que podrán adquirir el producto, obteniendo un incremento para el año 2021 de 8054 personas.

1.3. ANÁLISIS DEL MACRO Y MICRO AMBIENTE

1.3.1 Análisis del micro ambiente

Según Porter (2003), existen cinco fuerzas que determinan las consecuencias de rentabilidad a largo plazo de un mercado o de algún segmento de este. La empresa debe reconocer estas fuerzas y saber cómo influirlas en su favor por medio de estrategias y recursos que les represente mayores oportunidades frente a sus competidores.

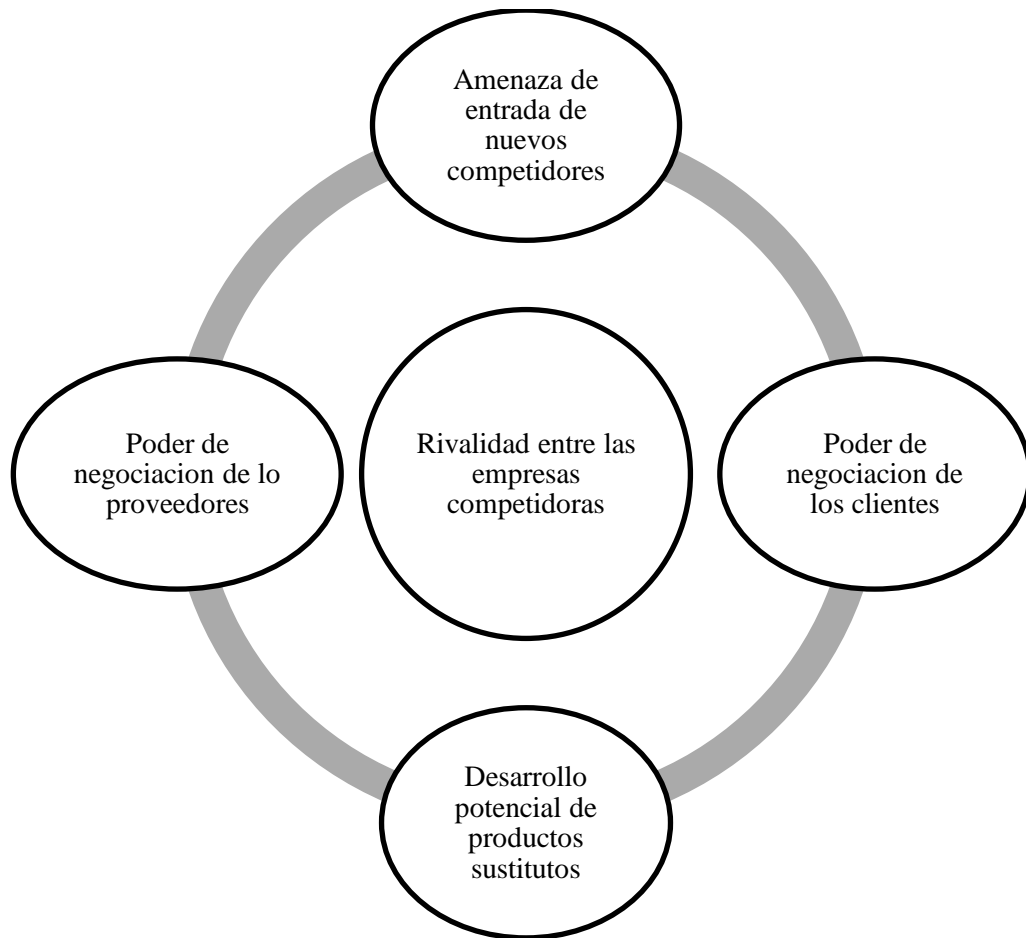


Grafico N°3: Análisis del micro ambiente

Fuente: 5 Fuerzas de Porter

Elaborado por: Isabel Zurita

Poder de negociación de los clientes

“La competencia en un sector industrial está determinada en parte por el poder de negociación que tienen los compradores o clientes con las empresas que producen el bien o servicio”. El análisis de esta fuerza debe hacerse en dos dimensiones: Sensibilidad al precio y poder de negociación. Los principales factores en el poder de negociación: (Porter M. , 2003).

- **Concentración de clientes**

Se trata de identificar si existen pocos clientes que demandan la mayor parte de las ventas del sector o si existen muchos. Cuando el número de clientes no es elevado se afecta la palanca de negociación puesto que pueden exigir más.

- **Volumen de compra**

Si el cliente realiza compras de elevado valor económico podrá forzar mejores condiciones ante sus proveedores, teniendo en cuenta los siguientes factores:

- **Diferenciación**

Si los productos o servicios ofrecidos no están diferenciados los clientes tendrán más poder de negociación. Los productos diferenciados, como ya se ha dicho, son los que el cliente identifica por su diseño, marca y calidad superior a los demás.

- **Información acerca del proveedor**

“Si el cliente dispone de información precisa sobre los productos, calidades y precios, que le permita compararlos con la competencia, podrá tener mayor argumento de importancia en el poder”. (Porter M. , 2003)

Poder de negociación de los proveedores

El poder negociador de los proveedores dependerá de:

- Las condiciones del mercado
- Del resto de los proveedores y,
- La importancia del producto que proporcionan.

Su fuerza se verá disminuida si el producto que ofrecen es estándar y puede obtenerse en el mercado con facilidad, es decir, existe un gran número de proveedores. En este caso el comprador estará en una buena posición para elegir la mejor oferta. Por el contrario el proveedor estará en posición ventajosa si el producto que ofrece escasea y los compradores necesitan adquirirlo para sus procesos. (Porter M. , 2003)

Rivalidad entre empresas

Este es el elemento más determinante del modelo de Porter. Es la fuerza con que las empresas emprenden acciones, de ordinario, para fortalecer su posicionamiento en el mercado y proteger así su posición competitiva a costa de sus rivales en el sector. Los principales factores que contribuyen en mayor medida a incrementar la rivalidad entre los competidores son los relacionados a continuación: (Porter M. , 2003)

- **Diversidad de los competidores:** diferencia en cuanto a los orígenes, objetivos, costos y estrategias de las empresas.
- **Costos fijos elevados:** si los costos fijos son elevados respecto al valor de los productos o servicios, las empresas se verán forzadas a mantener altas cifras de negocios.
- **Diferenciación entre los productos:** son las características del producto que lo hacen diferente, incluso hasta ser percibido como único en el mercado por su uso o aplicación. Puede ser por características propias del diseño, de la presentación, del servicio al cliente, etc. (Porter M. , 2003)

Amenaza de productos sustitutos

Los bienes sustitutos son los productos que realizan las mismas funciones del producto en estudio. Representan una amenaza para el sector, si cubren las mismas necesidades a un precio menor, con rendimiento y calidad superior. Las empresas de un sector industrial, pueden estar en competencia directa con las de un sector diferente, si los productos pueden sustituir al otro bien. La presencia de productos sustitutos competitivos en precio puede hacer que los clientes cambien de producto, con lo cual se puede presentar una pérdida en la cuota de mercado. Los factores que normalmente permiten saber si realmente constituyen una amenaza son (Porter M. E., 2003)

- **Disponibilidad de sustitutos:** se refiere a la existencia de productos sustitutos y a la facilidad de acceso.
- **Precio relativo entre el producto ofrecido y el sustituto:** se refiere a la relación entre el precio del producto sustituto y el analizado. Un bien sustituto con un precio competitivo establece un límite a los precios que se pueden ofrecer en un sector. (Porter M. , 2003)

Nuevos Entrantes.

El ingreso de nuevos competidores al sector depende del tipo y nivel de barreras para la entrada. Como es obvio, las compañías que entran en el mercado incrementan la capacidad productiva en el sector. En el caso de que haya beneficios superiores a la media en el sector, atraerá mayor número de inversionistas, aumentando la competencia y, en consecuencia, bajando la rentabilidad media del sector. El número de competidores potenciales estará condicionado a las de otro, puede tratarse de atributos propios del diseño, la presentación, servicios al cliente. (Porter M. , 2003)

- **Barreras gubernamentales** Pueden ser subvenciones a ciertos grupos, creación de monopolios estatales. Además, existen también restricciones que impone el gobierno en sus leyes y otras normas (licencias, requisitos de capital, controles del medio ambiente y salud, etc.) para el ingreso de nuevas empresas al mercado. La amenaza de entrada de nuevos competidores depende principalmente de las barreras de entrada y de la reacción de las compañías que ya están establecidas dentro del sector, ante los recién llegados. (Porter M. E., 2003)

Tabla N°13. Matriz del EFI

Ord.	Fortalezas	Priorización		
		Alta 5	Media 3	Baja 1
F1	Precios bajos que los de la competencia	X		
F2	Confección de prendas con telas de alta calidad para los clientes	X		
F3	Infraestructura y ubicación adecuada del local	X		
F4	Personal de producción capacitado	X		
F5	Capital de trabajo disponible para inversión		X	
Debilidades				
D1	Poco reconocimiento del logotipo de la empresa	X		
D2	No contar con la suficiente tecnología para llevar un control de inventario	X		
D3	No existe una buena segmentación de mercado.	X		
D4	Escasa red de distribución	X		
D5	Poca anuncios publicitarios	X		

Fuente: Investigación

Elaborado: Isabel Zurita

1.3.2 Análisis del macro ambiente



Gráfico N°4. Análisis del macro ambiente
Fuente: Mercadotecnia
Elaborado por: Isabel Zurita

Tabla N°14. Matriz del EFE

Ord.	Oportunidades	Alta 5	Media 3	Baja 1
O1	Estabilidad económica en los últimos años	X		
O2	Disminución de la pobreza a nivel nacional	X		
O3	Bajos costos de interés activo en préstamos empresariales		X	
O4	Incremento de la productividad nacional (PIB)		X	
O5	Mayor apertura del gobierno para promover el deporte.	X		
Amenazas				
A1	Materia prima nacional deficiente	X		
A2	Alto costos de importación de telas		X	
A3	Ingreso de nuevos competidores al mercado	X		
A4	Escasa mano de obra con experiencia	X		
A5	Aumento de la delincuencia en el país		X	

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Isabel Zurita

El Cantón Shushufindi es una municipalidad de la provincia de Sucumbíos. Su cabecera cantonal es la ciudad de Shushufindi. Su población es de 44.328 habitantes, 1 tiene una superficie de 2.463 km². Su alcalde actual para el período 2009 - 2014 es Augusto Espinoza Lema. La fecha de cantonización fue el 7 de agosto de 1984, de la provincia de Napo y desde 1989 de la provincia recién creada de Sucumbíos. (INEC, 2014)

Clima

En la parte alta del territorio el clima es de páramo y, a medida que desciende a la selva amazónica, va modificándose debido a la altitud, humedad y viento, que lo convierten en un clima tropical húmedo, muy caluroso. La temperatura promedio es de 28 °C.



Imagen N°1: Mapa de la provincia Sucumbíos

Fuente: Municipio de Shushufindi

Elaborado: Isabel Zurita

Tabla N°15. Dimensiones políticas de la provincia sucumbíos

	Cantón	Pob. (2010)	Área (km²)	Cabecera Cantonal
	Cáscales	11.104	1.248	El Dorado de Cáscales
	Cuyabeno	7.133	3.875	Tarapoa
	Gonzalo Pizarro	8.599	2.223	Lumbaquí
	Lago Agrio	91.744	3.139	Nueva Loja
	Putumayo	10.174	3.559	Puerto El Carmen de Putumayo
	Shushufindi	44.328	2.463	Shushufindi
	Sucumbíos	3.390	1.502	La Bonita

Fuente: Portal del municipio de Shushufindi

Elaborado: Isabel Zurita

1.3.3 Proyección de la oferta.

Para el cálculo de la oferta se hace mediante la primera pregunta ¿Si se crea una nueva fábrica de elaboración de ropa deportiva, de existir calidad y precios competitivos, usted estaría dispuesto a adquirir los productos en esta nueva empresa? de la encuesta planteada a las personas hombres y mujeres deportistas de 25 a 49 años de edad con la respuesta **NO**.

Tabla N°16. Datos para la oferta

Opción	Cantidad	porcentaje	N° Personas
SI	245	66%	7570
<u>NO</u>	<u>127</u>	<u>34%</u>	<u>3900</u>
Total	372	100%	11.470

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Isabel Zurita

Tabla N°17. Proyección de la oferta en personas

Año	Oferta
2017	3900
2018	3961
2019	4023
2020	4085
2021	4149

Fuente: INEC 1.56%

Elaborado por: Isabel Zurita

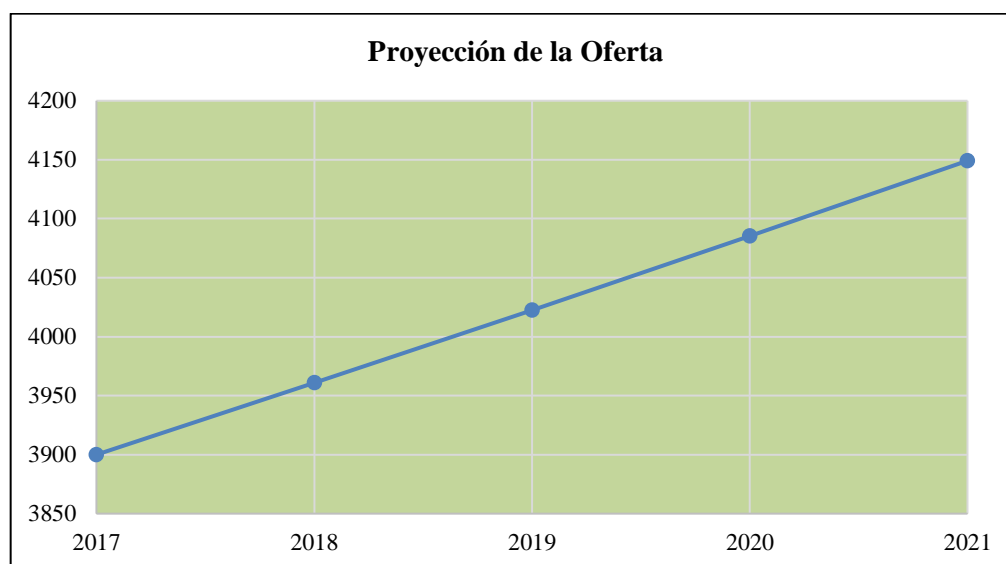


Gráfico N°5. Proyección de la oferta

Fuente: Tabla N°17

Elaborado por: Isabel Zurita

Se ha tomado en cuenta en base a las personas encuestadas que no está de acuerdo a las con la nueva empresa se confección de ropa deportiva, lo cual mediante el cálculo con el total del mercado objetivo se obtuvo un total de 3900 personas para

el año 2017, para las respectivas proyecciones se ha utilizado la tasa crecimiento poblacional 1.56% para la proyección, para el año 2021 serán 4149 personas.

1.4. DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA

Es el resultado de la diferencia entre la demanda y la oferta mostrada en el siguiente cuadro:

Tabla N°18. *Demanda potencial Insatisfecha.*

Año	Demanda	Oferta	DPI / Año	DPI / día
2017	7570	3900	3670	10
2018	7688	3961	3727	10
2019	7808	4023	3785	10
2020	7930	4085	3844	11
2021	8054	4149	3904	11

Fuente: Tabla N°12 y 17

Elaborado por: Isabel Zurita

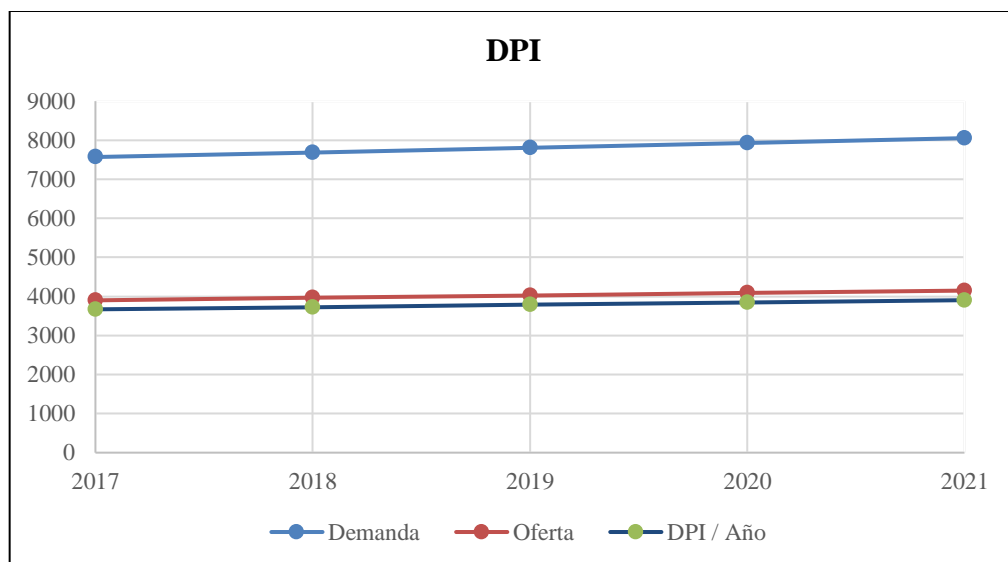


Gráfico N°6. Proyección de la oferta

Fuente: Tabla N°18

Elaborado por: Isabel Zurita

Con los resultados del cálculo de la DPI, la nueva fábrica de producción y comercialización de prendas deportivas, podrá cubrir una demanda potencial

insatisfecha en el mercado de 3670 en el año 2017, y mientras que para el último año proyectado que es el 2021 será de 3904.

1.5 PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD QUE SE REALIZARÁ. (CANALES DE COMUNICACIÓN)

La mezcla de promoción de la empresa es la combinación específica de herramienta de comunicación que utiliza la empresa para alcanzar objetivos de marketing y lograr, en última instancia, convencer a los clientes meta de comprar los productos de la empresa. Las principales herramientas de la mezcla de promoción son la publicidad, las ventas personales, la promoción de ventas, las relaciones públicas y el marketing directo. (ARMSTRONG, 2001)

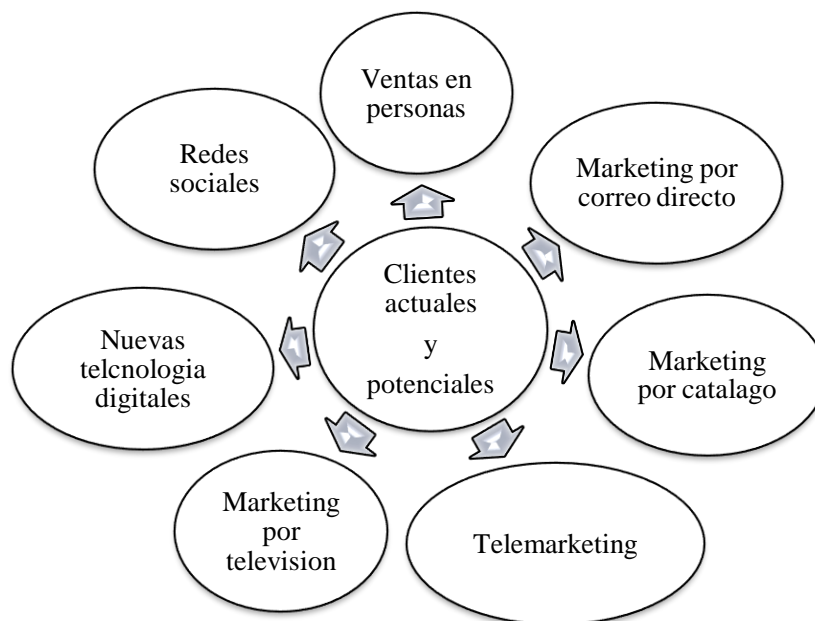


Gráfico N°7. Canales de comunicación

Fuente: Diseño de una estrategia y mezcla de marketing

Elaborado por: Isabel Zurita

Estrategias de promoción y publicidad

- Elaboración de un presupuesto adecuado para todo lo que con lleva la publicidad.

- Se colocará anuncios publicitarios en lugares estratégicos donde el cliente pueda informarse.
- Elaboración de medios gráficos para estimular las ventas de los productos establecidos.
- Utilizar estrategias de patrocinios a deportistas y negociar con los mismos las formas de promoción de los productos.
- Colocación de productos por redes sociales y página web para la venta.

1.6 SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN A UTILIZAR. (CANALES DE DISTRIBUCIÓN)

El punto de partida del canal de distribución es el productor. El punto final o de destino es el consumidor. El conjunto de personas u organizaciones que están entre productor y usuario final son los intermediarios. En este sentido, un canal de distribución está constituido por una serie de empresas o personas que facilitan la circulación del producto elaborado hasta llegar a las manos del comprador o usuario y que se denominan genéricamente intermediarios. (Díez de Castro, 1997)

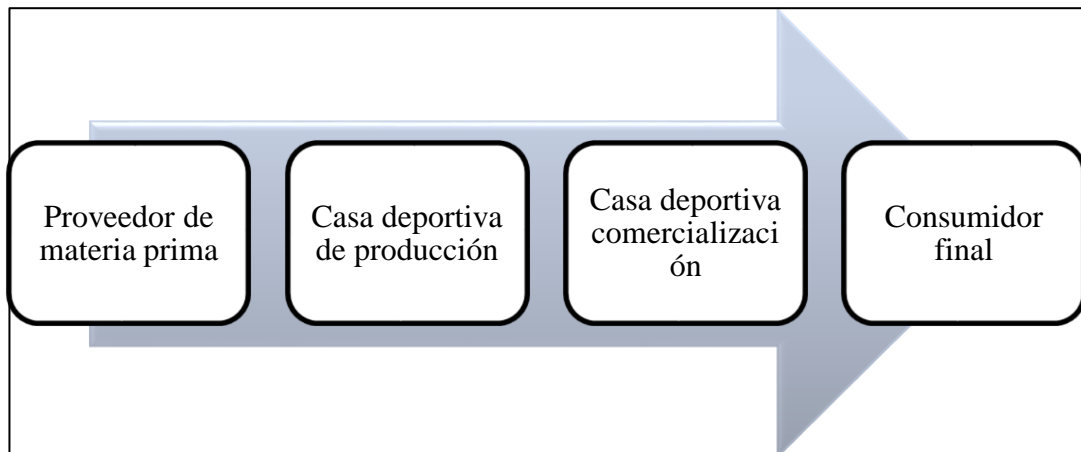


Gráfico N°8. Canales de distribución
Fuente: Canales de marketing de negocios
Elaborado por: Isabel Zurita

1.7 SEGUIMIENTO DE CLIENTES

El cliente es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria los productos o servicios que requiere ya sea para otra persona o para una empresa u organización; es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios, en el Cantón Shushufindi existen diferentes equipos pertenecientes a la Liga Cantonal, Parroquial, barriales entre otras, al cual nos podemos enfocar como nuestros posibles clientes potenciales.

Los clientes de las ligas entre otros:

- Federaciones de Liga deportiva del Cantón
- Club deportivo Parroquiales
- Club deportivos Barriales
- Club deportivo amigables
- Juegos deportivos Familiares

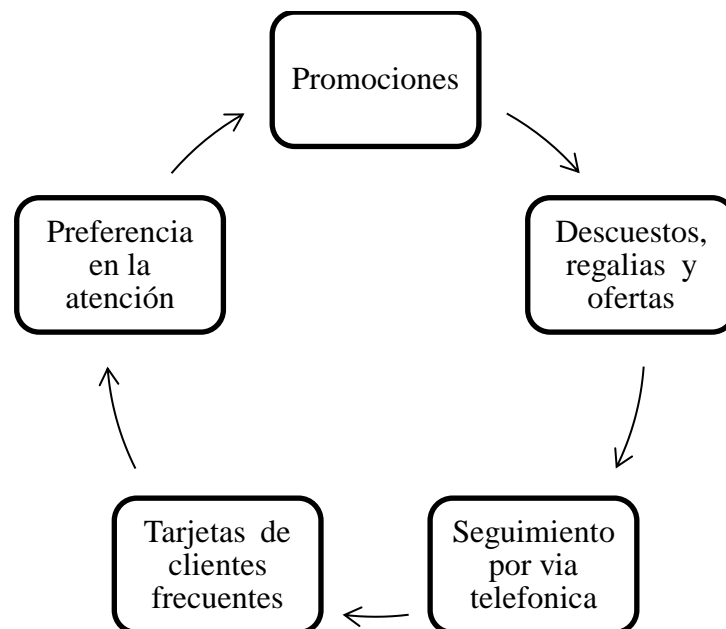


Gráfico N°9. Seguimiento de clientes

Fuente: Marketing

Elaborado por: Isabel Zurita

1.8 ESPECIFICAR MERCADOS ALTERNATIVOS.

Entendemos por mercado alternativo, una propuesta de construcción de redes de comercio y consumo con criterios alternativos al actual mercado convencional. Nuestro mercado va a tener el compromiso de brindar un buen producto dentro del entorno y las economías locales, la promoción del empleo y de oportunidades económicas para personas.

Se trata, de impulsar la creación de redes de producción, distribución y de consumo, constituida tanto por empresas y productores sociales y solidarios, como por consumidores responsables individuales y colectivos.

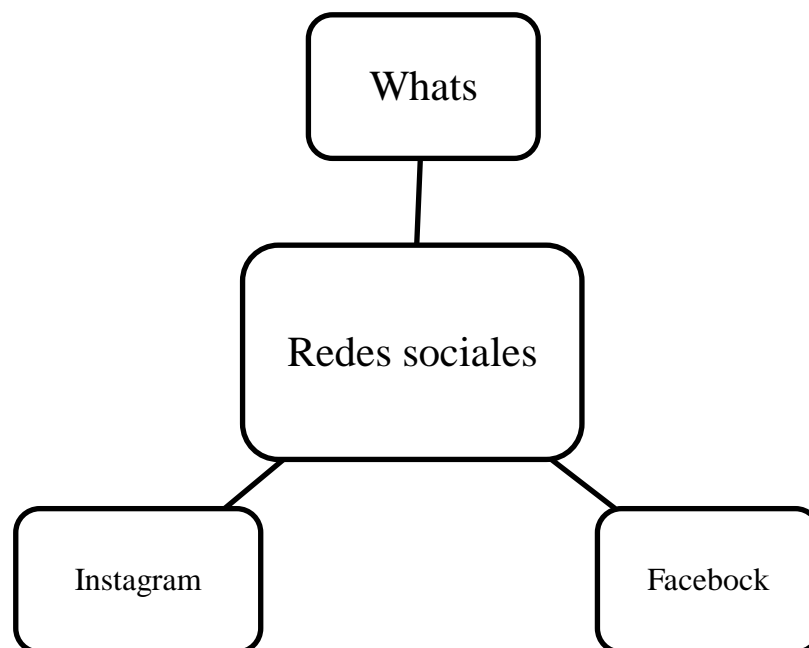


Gráfico N°10. Mercados alternativos

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Isabel Zurita

Otro de los mercados alternativos para el presente proyecto será el cantón Sucumbíos donde existe una población alta, y de esta manera expandir el mercado a otros lugares, donde se desea promocionar los productos de la nueva fábrica de prendas deportivas.

CAPÍTULO II

ÁREA DE PRODUCCIÓN (OPERACIONES)

2.1 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

2.1.1 Descripción de proceso de transformación del bien o servicio.

El proceso del producto de ropa deportiva, está estructurado correctamente para la creación del bien o servicio, esto llevará a la logística de la empresa para reducir costo y aumentar ganancias.

Comprenden cada uno de los elementos que intervienen en el proceso productivo a desarrollarse de manera eficiente y eficaz.

- **Disponibilidad de materia prima para la confección:** la persona encargada de recibir la materia prima debe estar pendiente que no falte materia prima en la empresa.
- **Cumplir con los parámetros de selección de la materia prima:** de acuerdo a los pedidos se va separando en colores, cuanto se va utilizar de acuerdo a la talla entre otros
- **Clasificación y elaboración de secciones:** telas, tallas, prendas, precios, colores entre otros
- **Enfundado y presentación:** la presentación con identificación de la empresa
- **Inventario de mercadería.** Llevar el control de los materiales de confección.
- **Clasificación en las perchas:** serán clasificadas de acuerdo a la talla, modelos requerido por los clientes.

- **Bodega al departamento de ventas:** se elaborará prendas adicionales para mantener en stock.

Mapa de procesos de entrada y salida

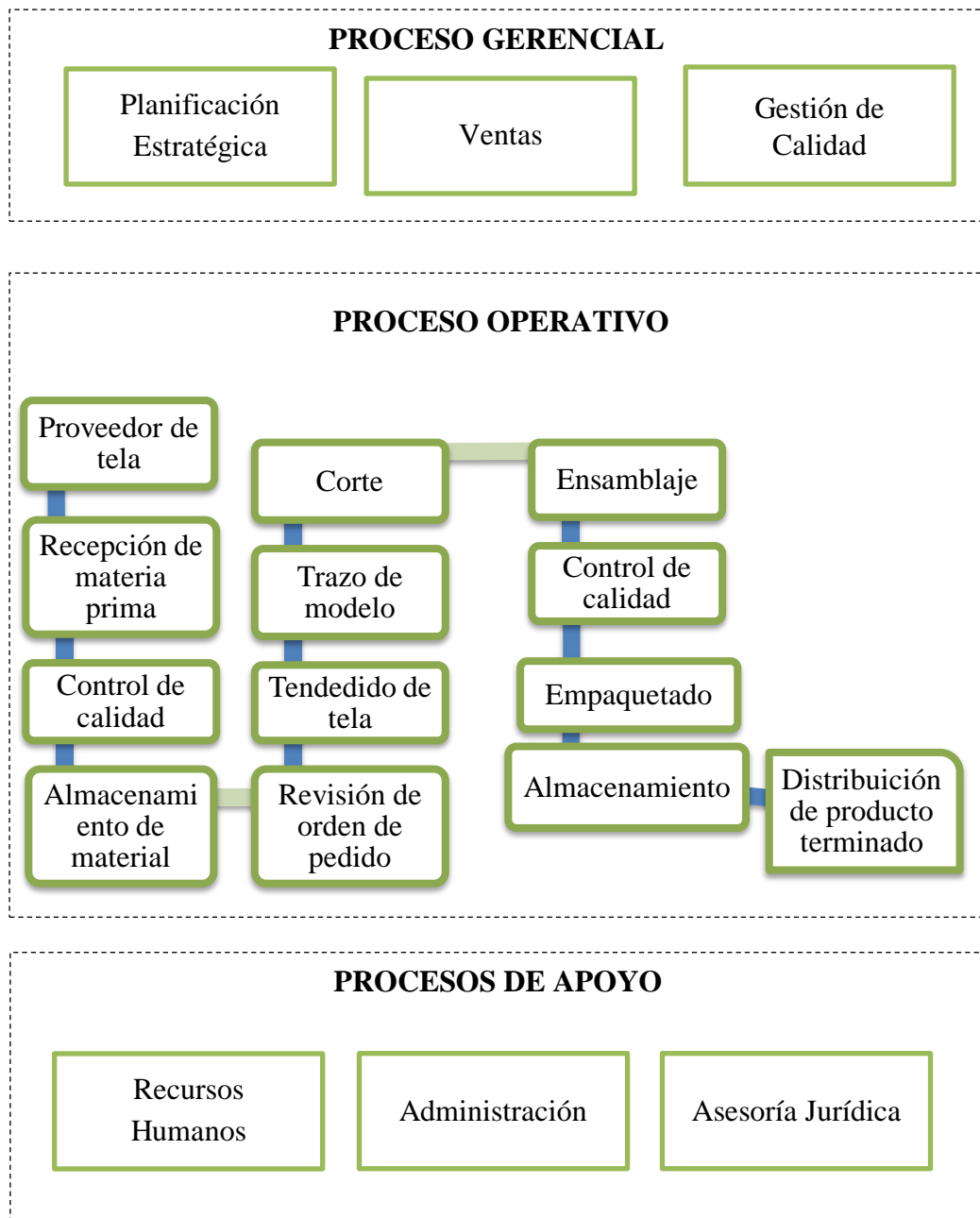


Grafico N°11. Mapa de procesos
Fuente: Investigación
Elaborado: Isabel Zurita

Diagrama de Flujo


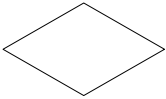



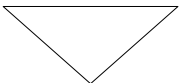
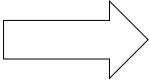
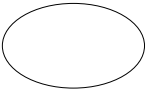
Simbología	Significado
	Inicio del proceso
	Decisor
	Proceso
	Verificación
	Demora
	Almacenamiento
	Transporte
	Conector

Gráfico N°12. Simbología del diagrama de flujo de procesos
Elaborado: Isabel Zurita

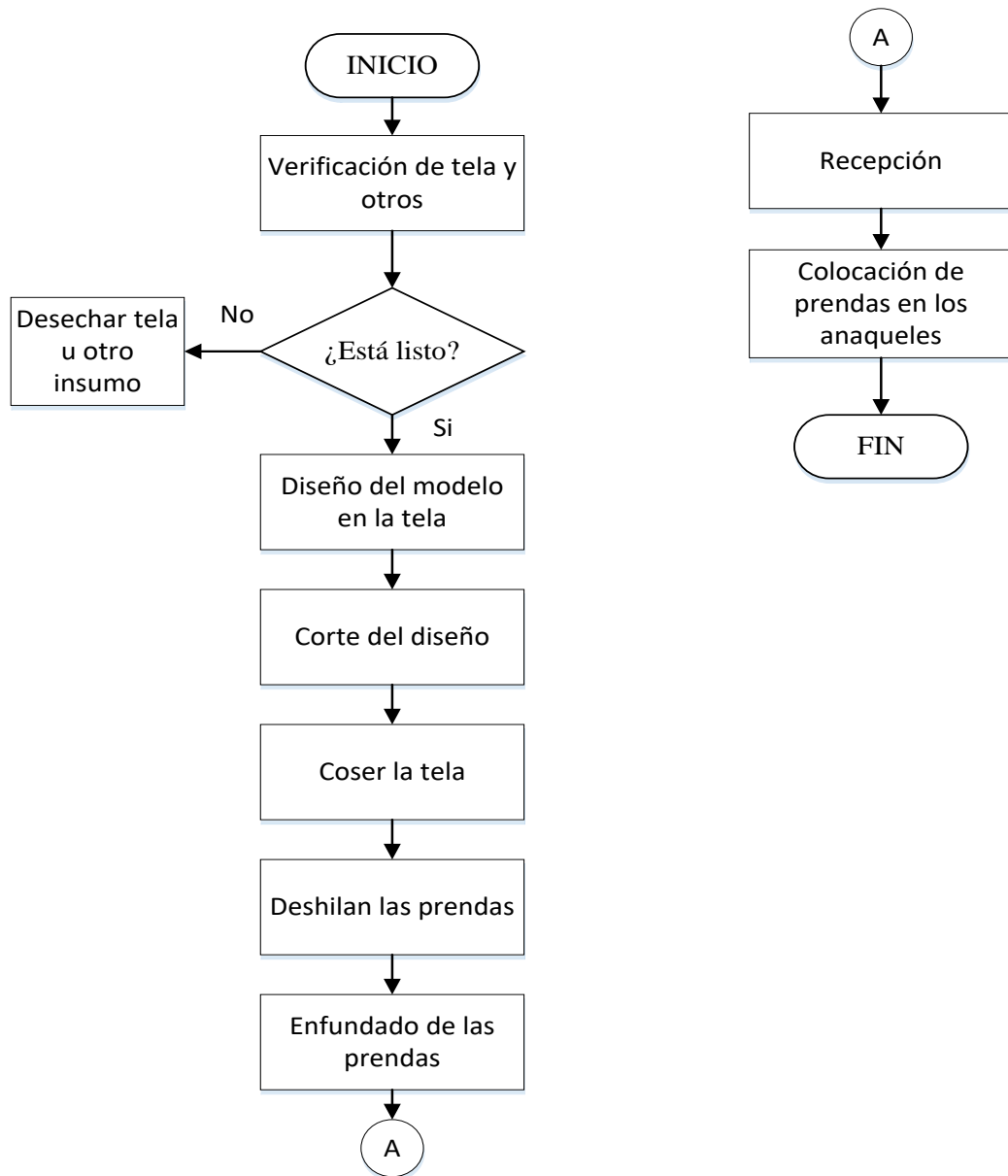


Gráfico N°13. Diagrama de flujo de proceso de producción.

Fuente: Diagrama de procesos

Elaborado por: Isabel Zurita

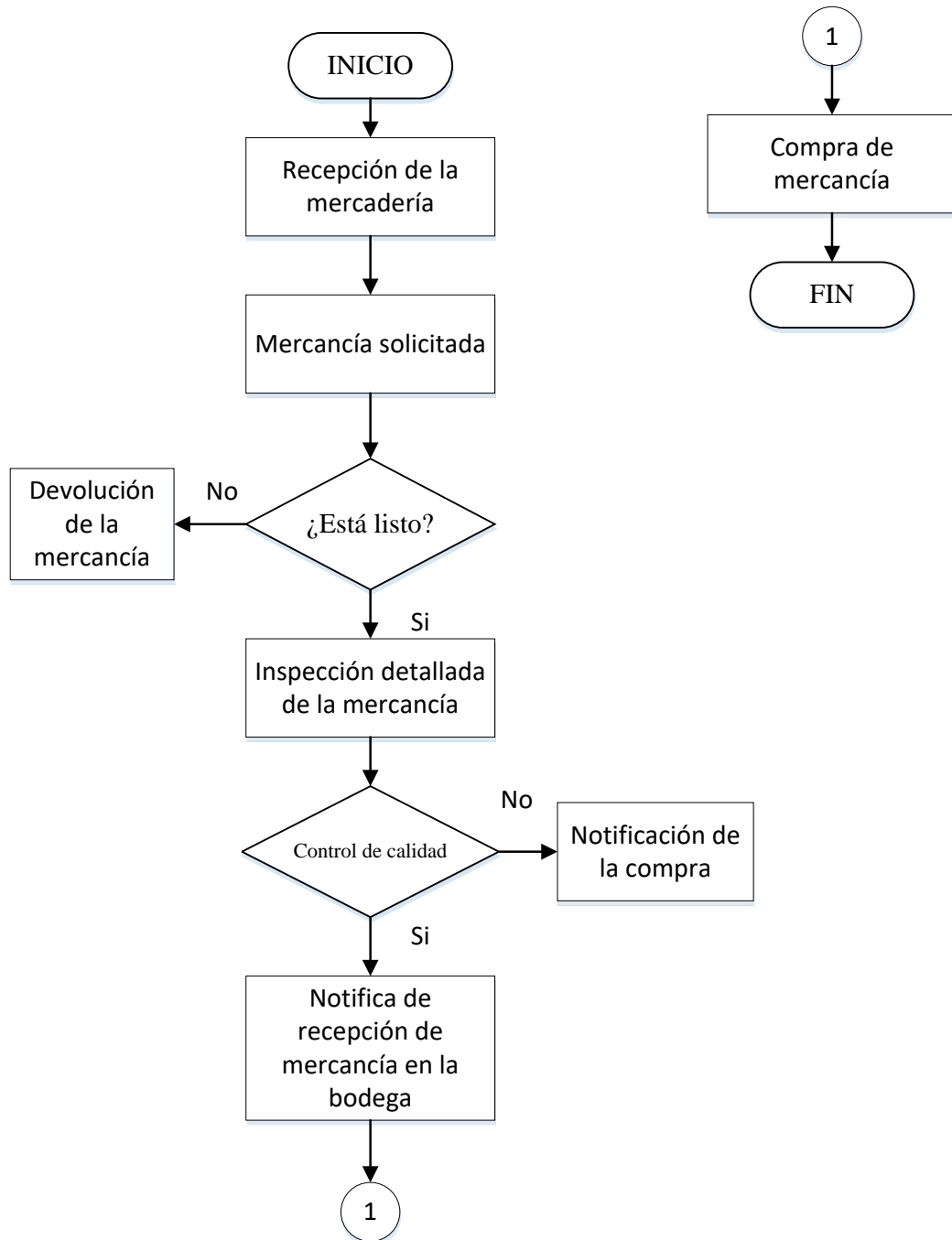


Gráfico N°14. Diagrama de flujo de Recepción de materia prima
Fuente: Proceso de producción
Elaborado por: Isabel Zurita

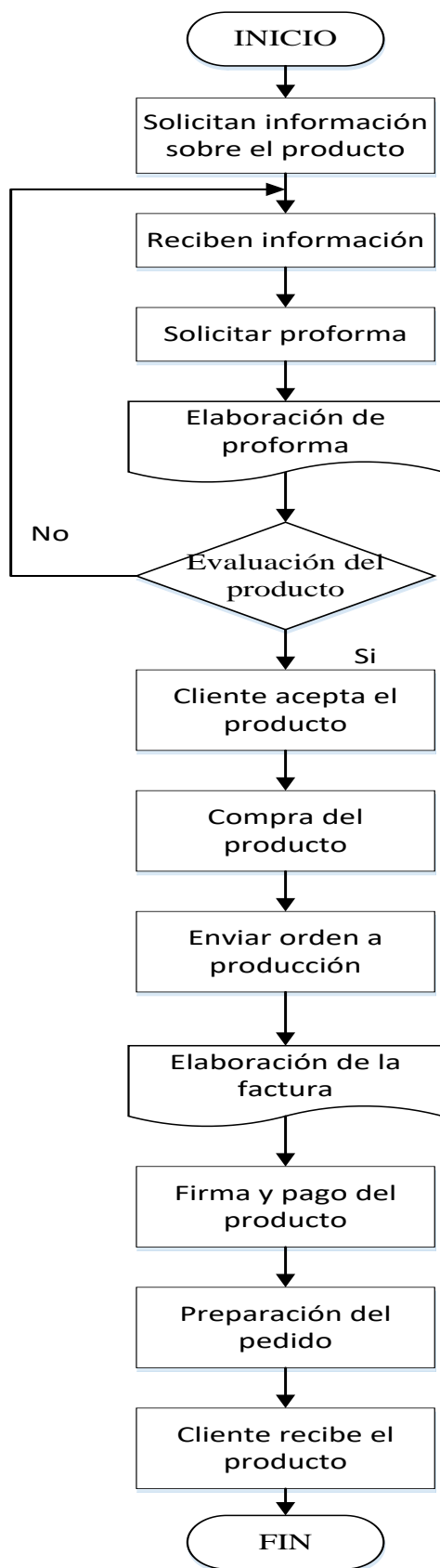


Gráfico N°15. Proceso de comercialización
Fuente: Proceso de comercialización
Elaborado por: Isabel Zurita

2.1.2 Descripción de instalaciones, equipos y personas.

Con el afán de aprovechar eficazmente el equipo, el tiempo y las aptitudes de los trabajadores es necesaria la distribución interna de la planta.

- Coordinación de los factores que intervienen en la distribución.
- Envío mínimo de la mercadería.
- Cumplir estrictamente con los procedimientos de la planta.
- Aprovechar el espacio físico disponible.
- Integración de un sistema de seguridad para los trabajadores.
- Organización de documentos.
- Evitar largos recorridos de localización de la mercadería.
- Organización adecuada para la localización de la mercadería.
- Transito libre en los pasillos.

El área total de producción es de 128m², en el cual se distribuyen de manera equitativa cada una de las áreas que conforman la empresa.

Tabla N°19. Área de la empresa

N°	Área medidas de superficie de la empresa		
1	Almacén de materiales	4x3	12m ²
2	Área de ensambla y costura	4x5	20m ²
3	Área de comedor	3x3	9m ²
4	Servicio medico	2x3	6m ²
5	Sanitarios	2x2	4m ²
6	Oficinas administrativas	4x4	16m ²
7	Área de estacionamiento	2x3	6m ²
8	Servicio de acabado	4x4	16m ²
9	Área de planchado y empaque	4x4	16m ²
10	Almacén de producto terminado	4x4	16m ²
TOTAL			121m²

Fuente: Investigación

Elaborado: Isabel Zurita

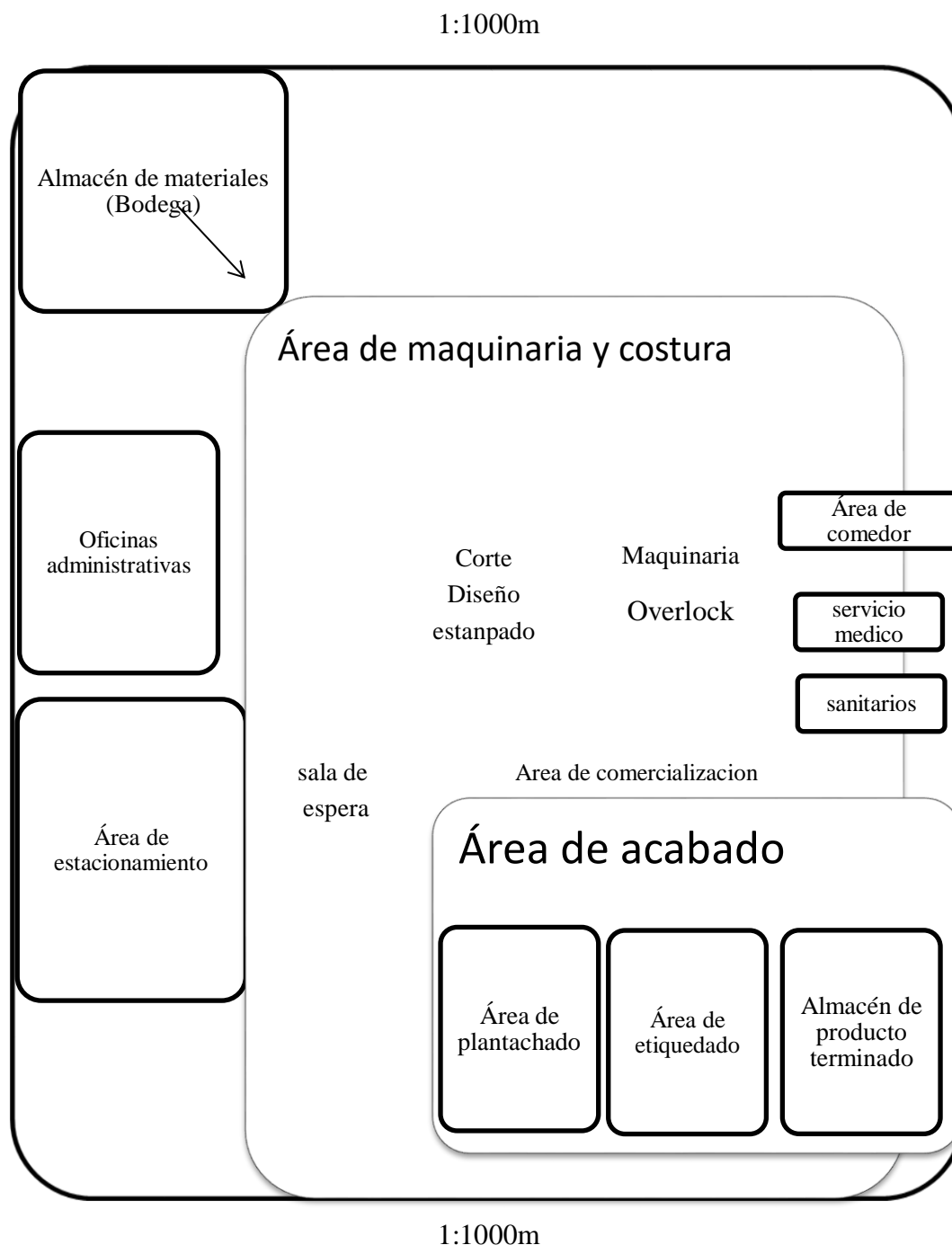


Gráfico N°16. Distribución física de la empresa

Fuente: elaboración propia

Elaborado: Isabel Zurita

La capacidad instalada o de producción que tendrá una empresa durante un periodo de tiempo, que se mide en unidades de salida por unidad de tiempo. La capacidad instalada de la microempresa Productora y Comercializadora de Ropa Deportiva confeccionará: uniforme interior (camiseta, pantaloneta, calentadores, Licras y media), dispondrá de maquinaria nueva y personal adiestro.

Tabla N°20. *Tiempo por actividad en el proceso de confección de ropa deportiva 1.*

Descripción	Camisetas básicas	Camisetas estampadas con modelos personalizados	Pantalonetas con diseños personalizados	Licras	Medias largas
Moldes	15mts	20mts	10mts	15mts	10mts
Cortado	15mts	20mts	10mts	15mts	
Costura	15mts	15mts	15mts	20mts	15mts
planchado	5mts	7mts	5mts		
Estampado / bordes	10mts	25mts	15mts	15mts	20mts
Etiquetado	5mts	5mts	5mts	5mts	3mts
Empacado	5mts	5mts	5mts	5mts	3mts
TOTAL	1:10 mts	1:17mts	1:05mts	1:15mts	46mts

Fuente: Investigación

Elaborado por: Isabel Zurita

Tabla N°21. *Tiempo por actividad en el proceso de confección de ropa deportiva 2.*

Descripción	Calentadores	Chompas con diseños personalizados	Medias cortas
Moldes	15 mts	15 mts	10mts
Cortado	15 mts	20 mts	
Costura	20 mts	25 mts	15mts
planchado	5 mts	7 mts	
Estampado / bordes	15 mts	20 mts	20mts
Etiquetado	7 mts	10 mts	3mts
Empacado	5 mts	5 mts	3mts
Total	1h:12	1h:42	0h:51

Fuente: Investigación

Elaborado por: Isabel Zurita


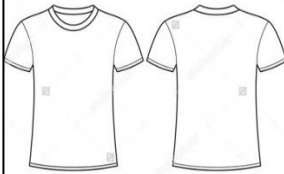





Modelos de prendas deportivas	Características
	<p>Camisetas cuello V Algodón pima 100% Algodón prémium 100% Tela poliéster 75% Tela viscosa 12%</p>
	<p>Camisetas cuello redondo Algodón pima 100% Algodón premium 100% Tela poliéster 75% Tela viscosa 12%</p>
	<p>Camisetas cuello polo Algodón pima 100% Algodón prémium 100% Tela poliéster 75% Tela viscosa 12%</p>
	<p>Licras 58% de algodón 32% poliéster 10% elastano</p>
	<p>Camisetas personalizas como cliente desee. Algodón prémium 100% Tela poliéster 75% Tela viscosa 12%</p>
	<p>Pantalonetas Tela poliéster 100% Medias Algodón</p>
	<p>Chompas y calentadores Tela nylon Algodón</p>

Gráfico N°17. Layout de las prendas deportivas

Fuente: Revistas de ropa deportiva

Elaborado por: Isabel Zurita

Se tomará en consideración las 8 horas de la jornada laboral diaria por los días laborables por semana (lunes – viernes), multiplicado por 4 semanas del mes y la por 12 meses para obtener la producción anual, para el tiempo empleado en el proceso de costura de cada producto a confeccionar.

Tabla N°22. Producción de camisetas básicas cuello v o redondo

Producción de camisetas básicas cuello v o redondo por unidad de tiempo.

Proceso: 1h:02

Diarias	8 unidades camisetas básicas
Semanal	8 unidades * 5 días = 40 camisetas básica
Mensual	40 camisetas básicas * 4 semanas = 160 camisetas básicas
Anual	160 camisetas básicas * 12 meses = 1920

Elaborado por: Isabel Zurita

Tabla N°23. Producción de camisetas cuello polo

Producción de camisetas cuello polo con diseños personalizados por unidad de tiempo

Proceso: 1h: 37 mts

Diarias	6 unidades
Semanal	6 unidades * 5 días= 30 camisetas producidas
Mensual	30 unidades * 4 semanas = 120 camisetas producidas
Anual	120 unidades * 12 meses = 1440

Elaborado por: Isabel Zurita

Tabla N°24. Producción de pantalonetas con diseños personalizados

Producción de pantalonetas con diseños personalizados por unidad de tiempo

Proceso : 1h:05

Diarias	8 unidades camisetas básicas
Semanal	8 unidades * 5 días = 40 pantalonetas
Mensual	40 unidades * 4 semanas = 160 pantalonetas
Anual	160 unidades * 12 meses = 1920

Elaborado por: Isabel Zurita

Tabla N°25. Producción de licras con diseños personalizados

Producción de licras con diseños personalizados por unidad de tiempo

Proceso : 1h:20

Diarias	6 unidades
Semanal	6 unidades * 5 días= 30 licras producidas
Mensual	30 unidades * 4 semanas = 120 licras producidas
Anual	120 unidades * 12 meses = 1440

Elaborado por: Isabel Zurita

Tabla N°26. Producción de media largas con diseños personalizados

Producción de media largas con diseños personalizados por unidad de tiempo

Proceso: 0h: 51

Diarias	8 unidades
Semanal	8 unidades * 5 días = 40 medias largas
Mensual	40 unidades * 4 semanas = 160 medias
Anual	160 unidades * 12 meses = 1920

Elaborado por: Isabel Zurita

Tabla N°27. Producción de calentadores con diseños personalizados

Producción de calentadores con diseños personalizados por unidad de tiempo

Proceso : 1h:12

Diarias	7 unidades
Semanal	7 unidades * 5 días = 35 calentadores
Mensual	35 unidades * 4 semanas = 140
Anual	140 unidades * 12 meses = 1680

Elaborado por: Isabel Zurita

Tabla N°28. Producción de chompas con diseños personalizados

Producción de chompas con diseños personalizados por unidad de tiempo	
Proceso : 1h:42	
Diarias	5 unidades
Semanal	5 unidades * 5 días = 25 unidades
Mensual	25 unidades * 4 semanas = 100 chompas
Anual	100 unidades * 12 meses = 1200
Elaborado por: Isabel Zurita	

Tabla N°29. Producción de medias cortas

Producción de medias cortas por unidad de tiempo	
Proceso: 0h:51 min.	
Diarias	8 unidades
Semanal	8 unidades * 5 días = 40 medias cortas
Mensual	40 unidades * 4 semanas = 160 medias
Anual	160 unidades * 12 meses = 1920
Elaborado por: Isabel Zurita	

Tabla N°30. Capacidad instalada de ropa deportiva 1

Ropa deportiva	Camisetas básicas	Camisetas personalizado	Camisetas con diseños	Pantalonetas	Licras	Medias largas
Número de trabajadores	1	1	1	1	1	1
Tiempo de confección	1h:02	1h:37	1h:05	1h:20	0h:51	
Producción hora	1	1	1	1	1	
Producción diaria hora laborables	8	6	8	6	8	
Producción semanal 5 días	40	30	40	30	40	
Producción mensual	160	120	160	120	160	
Producción anual	1920	1440	1920	1440	1920	

Fuente: Elaboración propia
 Elaborado por: Isabel Zurita

Tabla N°31. Capacidad instalada de ropa deportiva 2

Ropa deportiva	personalizados	Calentadores con diseños	personalizados	Chompas son diseños	Medias cortas
Número de trabajadores	1		1		1
Tiempo de confección	1h:12		1h:42		0h:51
Producción hora	1		1		1
Producción diaria hora laborables	7		5		8
Producción semanal 5 días	35		25		40
Producción mensual	140		100		160
Producción anual	1680		1200		1920

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Isabel Zurita

Tabla N°32. *Capacidad de la maquinaria industrial para la confección de ropa deportiva*

Equipo	Actividad	Velocidad Nominal	Costo
Maquina overlock	Se puede coser desde telas gruesas a las más livianas dar forma a las prendas, con costuras angostas y cerradas en caso de prendas deportivas.	6000 rpm	1200,00
Maquina recta	Permite realizar distintas puntadas, como puntadas utilitarias, el zigzag y también hacer ojales, puntadas flexibles, se utiliza para tejidos elásticos por ejemplo licras	2800rpm	800,00
Maquina recubridora	Se puede utilizar sobre cualquier tipo de tela, sea para pegar tiras o mangas en las prendas	2800rpm	500,00
Maquina elasticadora	Cose elástico para pantalonetas, calentadores y chompas.	3200rpm	800,00
Maquina cortadora	Es maquina ideal para cortar cualquier tipo de tela	2800rpm	400,00
Maquina tejedora de medias	Realiza me días de cualquier tamaño.	2800rpm	1100,00
Maquina estampadora de camisetas	Realizada cualquier tipo de diseños.	3200rpm	700,00
Plancha Industrial	Plancha prendas deportivas de cualquier tipo.	110 v	200,00
Total			5700,00

Elaborado por: Isabel Zurita

Tabla N°33. *Mano de obra directa*

Actividad	Tiempo	N° personas	Horas - hombre
Operarios	8 horas laborables	7	40 horas / hombre

Elaborado por: Isabel Zurita

2.1.3. Tecnología a aplicar.

Dentro de la tecnología es importante analizar la tecnología de equipos que van utilizar para la confección de ropa deportiva, y de tal forma implementar la tecnología en duración del proyecto; también se logrará mantener una buena tecnología en el programa de ventas para brindar el mejor servicio a los clientes.

Para largo plazo se implementará lo siguiente:

- **Tecnología por unidad:** consiste en que el empleado interviene en los procesos, manejar diferentes herramientas, un producto a la vez y se va modificando a medida que se va fabricando las prendas deportivas. Esta tecnología va dirigida para el departamento de producción.

- **Tecnología mecanizada:** esta herramienta permite que el trabajador realice varias operaciones en líneas. Esta herramienta es para el departamento de ventas para profundizar el producto de ropa deportiva.

- **Tecnología automatizada:** es un proceso en que el trabajador solo controle y vigile el proceso de producción.

2.2 FACTORES QUE AFECTAN EL PLAN DE OPERACIONES

2.2.1 Ritmo de producción.

Se ha realizado los tiempos de producción de cada operario diario y mensual en minutos, el total de minutos diarios se ha multiplicado por los 30 días del mes y se obtiene los minutos mensuales que labora cada operario.

Tabla N°34. Ritmo de producción

Actividad	N° personas	Tiempo promedio		Tiempo normal		Ritmo de trabajo
		Diario	Mensual	Diario	Mensual	
		(Min)	(Min)			
Recepción						
verificación y						
deducción de	2	7	210	15	450	NORMAL
la materia						
prima.						
Diseño,						
trazado y	1	15	450	20	600	NORMAL
corte.						
Ensamblado	1	10	300	15	450	NORMAL
Acabado	-					
etiquetado	1	20	600	25	750	NORMAL
Control de						
calidad	1	7	210	15	450	NORMAL
Embalaje y						
entrega	1	7	210	15	450	NORMAL
Total		66	1980	105	3150	NORMAL
		mts	mts	mts	mts	

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Isabel Zurita

2.2.2 Nivel de inventario promedio.

Para el nivel de inventarios de los productos se espera vender el 80% de la producción de cada producto el sobrante quedara en stock.

Tabla N°35. *Nivel de inventario promedio*

Producto	Stock mensual
Camisetas básicas cuello V y cuello redondo	$160*90\%=144$ $160-144=16$
Camisetas polo con diseños personalizados	$120*90\%=108$ $120-108=12$
Pantalinetas con diseños	$160*90\%=144$ $160-144=16$
Licras personalizada	$120*90\%=108$ $120-108=12$
Medias Largas y cortas	$320*90\%=288$ $320-288=32$
Calentadores con diseños	$140*90\%=126$ $140-126=14$
Chompas con diseños	$100*90\%=90$ $100-90=10$
Total productos en stock	112 productos en stock mensuales

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Isabel Zurita

Se espera vender el 90% de los productos producidos, para lo cual se obtendrá un total de 112 productos en stock mensuales que se determinará estrategias de ventas diferentes para poder sacar dichos productos a la venta.

2.2.3 Número de trabajadores.

Tabla N°36. Número de trabajadores

N°	Puesto	Funciones	Contrato
1	Administradora	<ul style="list-style-type: none"> • Es la persona encargada a vigilar los procedimientos de la empresa para dar cumplimiento con las actividades establecidas. • La administradora debe tener la capacidad de tomar decisiones que orienten efectivamente a las empresas y que utilicen eficazmente los recursos que posee. • Controlar y vigilar todos los movimientos de la empresa. • La operaria será encargada de la recepción e inspección de la materia prima existente en la empresa. 	FIJO
1	Operarios de planta	<ul style="list-style-type: none"> • Llevar un control e inventario de los productos para confección; de tal forma no falte materia prima para la empresa. • Se encarga de brindar información de la prenda deportivas modelos, diseños tipo de telas que van hacer utilizadas. 	FIJO
1	Vendedor	<ul style="list-style-type: none"> • El objetivo de una vendedora es retener a los clientes. • Registro de cliente que visitan • Brindar información cuando haya descuento, ofertas y promociones. • Supervisar el trabajo del vendedores. 	FIJO
1	Jefe de Ventas	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar reportes mensuales de las ventas. • Desarrollar investigaciones de mercado, y planificar estrategias de ventas. • Desarrollar las labores relacionadas con el proceso de producción de las prendas deportivas. 	Variable
7	Operarios	<ul style="list-style-type: none"> • Manejar de forma adecuada y cuidadosa la maquinaria. • Comunicar al jefe superior sobre irregularidades dentro del departamento de producción. • Mantener excelente relación con su jefe superior. • Redactar documentos como certificados, oficios, actas memorándum. 	FIJO
1	Secretaria/Contadora	<ul style="list-style-type: none"> • Brindar excelente atención a los clientes. • Llevar mensualmente los libros generales contables. • Verificar que las facturas recibidas contengan correctamente los datos. • Defender los intereses de la empresa. 	FIJO
1	Asesor	<ul style="list-style-type: none"> • Estudiar y resolver los problemas legales relacionados con la empresa. • Emitir informes jurídicos. • Negociar y redactar contratos. 	Variable

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Isabel Zurita

2.3 CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

2.3.1 Capacidad de Producción Futura.

La producción se realizará en base a la capacidad de producción demanda. Para el primer año se espera producir 13.440 unidades, totalizado en todas las prendas deportivas en producción que se incrementará año a año, en el orden del 1.56% en base al crecimiento del PEA. Correspondiente a la ciudad de Shushufindi.

Tabla N°37. *Capacidad de producción futura*

Producto	Años				
	1	2	3	4	5
Camisetas básicas cuello redondo y cuello V	1.920	1.950	1.980	2.011	2.043
Camiseta cuello polo con diseños personalizados.	1.440	1.462	1.485	1.508	1.532
Pantalinetas	1.920	1.950	1.980	2.011	2.043
Licras	1.440	1.462	1.485	1.508	1.532
Medias Largas	1.920	1.950	1.980	2.011	2.043
Calentadores	1.680	1.706	1.733	1.760	1.787
Chompas	1.200	1.219	1.238	1.257	1.277
Medias cortas	1.920	1.950	1.980	2.011	2.043
Totales	13.440	13.650	13.863	14.079	14.298

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Isabel Zurita

2.4 DEFINICIÓN DE RECURSOS NECESARIOS PARA LA PRODUCCIÓN

2.4.1 Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar.

En la confección de prendas se emplean los principales materiales como:

- Telas (algodón pima, algodón premiún poliéster y viscosa)
- Hilos natural y sintético
- Elástico
- Papel para moldes
- Tijeras pequeña y grande
- Cinta métrica
- Tizas de sastre
- Agujas para las maquinas
- Cierres
- Cordones deportivos
- Etiquetas de marcas

El portal de muchas empresas textiles da la excelencia permitiendo a los participantes anunciar y promocionar sus productos y servicios con el propósito de captar de manera efectiva una importante participación en el competitivo mercado empresarial e incrementar la productividad de compradores y vendedores a través de un portal accesible y eficiente. No existe un algún grado de sustitución para la materia prima porque los tipos de telas mencionados se ajustan al nivel adecuado para la confección de la ropa deportiva.

Tabla N°38. Proveedores

Productos	Proveedores	Contacto o lugar
Telas de algodón	Textil AITE	Quito. av. amazonas Celular: 593-9-274 4232
Telas de algodón y poliéster	Guía textil Ecuador SINTOFIL almacén de telas	Panamericana los bancos Teléf. (593-23832375)
Hilos, cierres y agujas entre otros.	Empresa DIN	Guayaquil Teléf. (04) 2322591

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Isabel Zurita

2.5 CALIDAD

2.5.1 Método de Control de Calidad.

Se realiza una inspección de la calidad de la tela y las características necesarias para que el producto terminado sea el deseado.

- **Líneas de producción de Ropa Deportiva.** La materia prima es llevada para las diferentes líneas de producción que tenemos, ya con las medidas exactas para su respectiva confección.
- **Producción y entrega del producto terminado.** La transformación de cada producto cumplirá los requisitos de calidad que se oferte, para que de esa forma de cumplimiento con las expectativas que tiene el usuario, el personal que trabaja dentro de la empresa debe tener buena preparación y deberá cumplir varias actividades que serán necesarias para los diferentes procesos que se realicen, siendo estos de la mejor calidad.
- Herramientas para el control de calidad de producción de Ropa deportiva, esta herramienta ayudara analizar el comportamiento de los diferentes procesos y poder prever posibles fallos de producción.

Diagrama de causa – efecto.

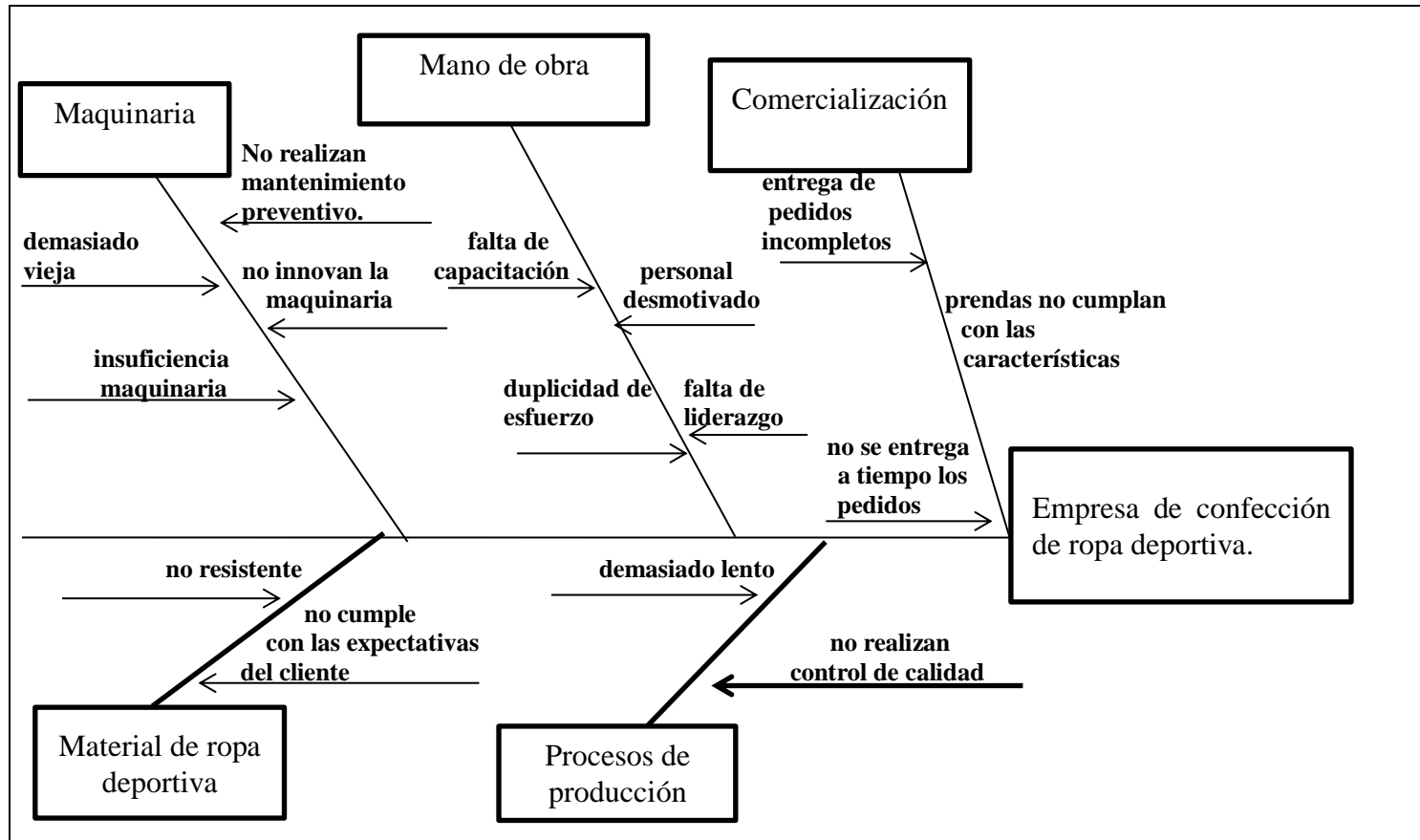


Gráfico N°18. Diagrama causa efecto

Fuente: Investigación

Elaborado por: Isabel Zurita

2.6 NORMATIVAS Y PERMISOS QUE AFECTAN SU INSTALACIÓN.

2.6.1 Seguridad e higiene ocupacional

En un área multidisciplinaria que se encarga de minimizar los riesgos en la industria. Parte del supuesto de que toda actividad industrial tiene peligros inherentes que necesitan de una correcta gestión.

Los principales riesgos en la industria están vinculados a los accidentes, que pueden tener un importante impacto ambiental y perjudicar a regiones enteras, aún más allá de la empresa donde ocurre el siniestro.

Objetivos

- a) Optimizar las condiciones y el medio ambiente de trabajo y por ende favorecer una mejor calidad de vida.
- b) Prevenir los efectos a la salud ocasionada por el factor de riesgo. C) Cumplir con los aspectos legales.

Importancia. Todo el personal que labora en la empresa. Los puntos a definir en este manual estarán acordes a las descripciones de trabajo de cada trabajador, asimismo las notificaciones de riesgos inherentes a su puesto de trabajo.

Declaración de la política. Se realizará mediante un sistema de gestión laboral que vigile el cumplimiento de los elementos contemplados en ella, los cuales se detallan a continuación:

El empleador deberá establecer por escrito los lineamientos mínimos siguientes:

- Asegurar la ejecución de las diferentes actividades en condiciones óptimas de Higiene y Seguridad Industrial, considerando los riesgos asociados al

tipo de operación, con el objeto de garantizar la integridad física de los trabajadores, proteger las instalaciones y evitar riesgos a las propiedades de terceros y al ambiente.

- Evaluar periódicamente el estado de salud de nuestros empleados para identificar y controlar oportunamente los riesgos de salud relacionados con el trabajo.
- Crear planes estratégicos de motivación al personal en las actividades de

Seguridad e Higiene Laboral.

- Designar y apoyar al Órgano de Seguridad Laboral de la empresa, que, reportando el nivel más alto, deberá asesorar, soportar, facilitar, controlar, y planificar todo lo relacionado con el programa.
- Asegurar el estricto cumplimiento de leyes, reglamentos, normas y procedimiento relacionados en materia de Higiene y Seguridad Industrial.

La gerencia tendrá la responsabilidad de:

- Generar los recursos que se necesiten para llevar a cabo la aplicación del presente programa.
- Cumplir y hacer cumplir las observaciones y recomendaciones realizadas de forma escrita por el Comité de Seguridad y Salud Laboral (CSSL).

El departamento de higiene y seguridad de la empresa:

- Establecer el cronograma de capacitación anual y ubicar los recursos y logística para el cumplimiento del mismo.
- Aplicar las sanciones y premiaciones de aplicación del programa de seguridad de acuerdo al plan de motivación y la sección de sanciones que estipula el presente programa.

- Observar, conforme a la ley, el cumplimiento específico del horario de trabajo, descansos, vacaciones y demás derechos que tiene el trabajador en la institución.

El comité de salud y seguridad laboral tendrá las siguientes atribuciones:

- Participar en la elaboración, aprobación, puesta en práctica y evaluación del programa de seguridad y salud en el trabajo. A tal efecto, en su seno considerará antes de la puesta en práctica y en lo referente a su incidencia en la Seguridad y salud en el trabajo, los proyectos en materia de planificación, organización del trabajo e introducción de nuevas tecnologías, organización y desarrollo de las actividades de promoción, prevención y control de los riesgos, así como la recreación, utilización del tiempo libre, descanso o turismo social y dotación, mantenimiento y protección de la infraestructura de las áreas destinadas para esos fines y del proyecto de organización y formación en esta materia.
- Promover iniciativas sobre métodos y procedimientos para el control efectivo de las condiciones peligrosas de trabajo, proponiendo la mejora de controles existentes o la corrección de las deficiencias detectadas

El comité de salud y seguridad laboral tendrá las siguientes facultades:

- Aprobar el proyecto de programa de seguridad y salud en el trabajo de la empresa y la vigilancia de su cumplimiento.
- Vigilar las condiciones de seguridad y salud en el trabajo y conocer directamente la situación relativa a la prevención de accidentes de trabajo y enfermedades ocupacionales y la promoción de la seguridad y salud, así como la ejecución de los programas de la recreación, utilización del tiempo libre, descanso, turismo social, y la existencia y condiciones de la infraestructura de las áreas destinadas para esos fines, realizando a tal efecto las visitas que estime oportunas

- Supervisar los servicios de salud en el trabajo de la empresa, centro de trabajo o explotación.
- Prestar asistencia y asesoramiento al empleador o empleadora y a los trabajadores y trabajadoras.
- Denunciar las condiciones inseguras y el incumplimiento de los acuerdos que se logren en su seno en relación a las condiciones de seguridad y salud en el trabajo.
- Conocer y analizar los daños producidos a la salud, al objeto de valorar sus causas y proponer las medidas preventivas.
- Conocer y aprobar la memoria y programación anual del servicio de seguridad y salud en el trabajo.

PROCEDIMIENTO PARA LA EVALUACIÓN DE RIESGOS.

Objetivo

Evaluar los riesgos a los que están expuestos los trabajadores en su lugar de trabajo y en las distintas actividades que realizan, mediante la identificación del tipo de riesgo, ubicación y el nivel de consecuencia que estos originan, para así tomar las medidas preventivas necesarias con la finalidad de minimizar los riesgos.

Alcance

La evaluación de los riesgos por puesto de trabajo y actividades a ejecutar, deberá ser realizada a todo el personal.

Responsabilidades

Es responsabilidad del delegado o delegada de prevención elaborar la notificación de riesgos por puesto de trabajo y aplicar las medidas preventivas necesarias. Estos análisis deben ser avalados por el comité y la gerencia.

Procedimiento de aplicación

La evaluación de riesgo por puesto de trabajo y cada actividad que desempeña el trabajador, será identificado por el tipo de consecuencia que éstos originan. Se le dará al trabajador las normas y procedimientos para prevenir los riesgos al que está expuesto. La revisión de los procedimientos a establecer debe ser llevada a cabo en conjunto con el comité de seguridad y salud laboral.

Evaluación de riesgos

El método utilizado para la evaluación y detección de riesgos es la observación directa del área de cada trabajo, así como de las tareas desempeñadas. La evaluación del riesgo comprende las siguientes etapas:

- Identificar los riesgos a los que están expuestos los trabajadores
- Evaluar cualitativa y/o cuantitativamente los riesgos existentes.
- Ver si es necesario adoptar nuevas medidas para prevenir o reducir el riesgo.
- D) Análisis del riesgo, comprendiendo las fases de identificación de riesgos y estimación de los riesgos.
- E) Indicar si los riesgos detectados resultan tolerables.

Clasificación de las actividades de trabajo:

Elaborar una lista en la que se incluyan las diferentes actividades de trabajo (áreas externas a las instalaciones de la institución, trabajos planificados y de mantenimiento, y el suministro de un servicio o tareas definidas). Para cada actividad de trabajo se debe tener información de:

- Medidas de control existentes.
- Lugares donde se realiza la tarea y capacitación que ha recibido.

- La labor que desempeña (duración y con qué frecuencia la realiza) instalaciones donde la realiza, herramientas manuales y equipos utilizados.
- Sustancias y productos utilizados para las actividades realizadas.

Análisis de riesgos

Se puede realizar mediante la utilización de una lista en la que se identifiquen los peligros existentes como, por ejemplo:

- A) Golpes y cortes
- B) Espacio inadecuado.
- C) Incendios y explosiones.
- D) Sustancias que puedan inhalarse.

Control de riesgos

Finalizada la evaluación deberán establecerse las medidas de control que se van a adoptar, también como su forma de implantación y seguimiento.

Procedimiento de aplicación

El aviso de riesgo por puesto de trabajo se entregará al trabajador y al mismo tiempo que se le entrega la descripción del cargo que ocupa. El trabajador en conjunto con la gerencia revisará la notificación de riesgo y de estar de acuerdo con la misma, la firmará. Si cualquiera de las partes considerara que algún riesgo no está contemplado dentro de la notificación o que un riesgo dentro de la notificación de riesgos no está presente deberá informar al comité de seguridad para que éste haga la revisión.

¿Dónde está el riesgo?

- Errores.

- Falta de formación e información del personal.
- Averías, defectos de Maquinarias, equipos.
- Hábitos o costumbres incorrectas.
- Incidentes.

Puntos a valorar para la prevención de riesgos.

- La seguridad es cosa de todos. Tanto empresarios como trabajadores debemos velar por la misma.
- Los empresarios están obligados legalmente a garantizarte una protección eficaz en materia de seguridad y salud en el trabajo.
- Tú también este obligado con tu actitud a salvaguardar tu seguridad y la de tus compañeros.
- En el trabajo tu actitud debe ser responsable.

Señalización: Las señales de seguridad que se utilizan en los lugares de trabajo están normalizadas e indican:

- Prohibición.
- Advertencias.
- Obligaciones.
- Salvamento y socorro.
- Lucha contra incendios.

CAPÍTULO III

ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN

3.1 ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS

3.1.1 Visión de la Empresa.

“Ser la empresa líder en el mercado de Ropa deportiva reversible en ventas tanto por mayor como al por menor dentro del Cantón Shushufindi, contando con los mejores precios del mercado y llevando la innovación constante, competir con las más grandes empresas de ropa deportiva y así ser reconocidos mundial mente.”

3.1.2 Misión de la Empresa:

“Diseñar, fabricar y comercializar ropa deportiva de muy buena calidad para satisfacer las necesidades de los clientes del cantón Shushufindi, para ofrecer prendas deportivas de colores a la moda, precios competitivos, diseños innovadores como desee el cliente, fomentando la producción la mano de obra y materia prima con producción de alta calidad.”

3.1.3 Análisis FODA

Una vez apreciados los factores internos y externos, se da paso a la medición de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (F.O.D.A) de la empresa es necesario comprender la situación de la empresa se ha considerado de vital importancia realizar un análisis de los puntos fuertes y débiles que tiene que enfrentar la misma, para a ello a continuación se expone en análisis FODA.

Tabla N°39. Análisis de FODA

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> • Contar con maquinaria que estén en un buen estado • Precios bajos que los de la competencia. • Confección de prendas con telas de alta calidad para los clientes • Personal de producción capacitado. • Capital de trabajo disponible para inversión 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de experiencia • Desconocer otras plazas de la provincia • Poco reconocimiento del logotipo de la empresa. • No contar con la suficiente tecnología para llevar un control de inventario • No existe una buena segmentación de mercado.
<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Preferencia más calidad a menor precio. • Estabilidad económica en los últimos años. • Bajos costos de interés activo en préstamos empresariales. • Mayor apertura del gobierno para promover el deporte. • Clima favorable 	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Incremento en los aranceles e importaciones de las maquinarias industriales para la confección de ropa deportiva. • Materia prima nacional deficiente. • Alto costos de importación de telas. • Ingreso de nuevos competidores al mercado. • Escasa mano de obra con experiencia

Fuente: Investigación
Elaborado: Isabel Zurita

Tabla N°40. Matriz de Vulnerabilidad

AMENAZAS	Incremento en los aranceles e importaciones de las maquinarias industriales para la confección de ropa deportiva.	Materia prima nacional deficiente.	Alto costos de importación de telas.	Ingreso de nuevos competidores al mercado	Escasa mano de obra con experiencia	TOTAL	PRIORIDAD
Falta de experiencia	3	5	3	3	3	17	2 ^{to}
Desconocer otras plazas de la provincia	5	3	5	5	3	21	1 ^{do}
Poco reconocimiento del logotipo de la empresa.	3	3	3	5	3	17	3 ^{ero}
No contar con la suficiente tecnología para llevar un control de inventario	5	3	3	3	3	17	4 ^{to}
No existe una buena segmentación de mercado.	1	3	3	5	3	15	5 ^{to}
TOTAL	17	17	17	21	15	87	
PRIORIDAD	2 ^{do}	4 ^{to}	3 ^{ero}	1 ^{ero}	5 ^{to}		

Fuente: Investigación

Elaborado: Isabel Zurita

Nota: la calificación está compuesta por los siguientes parámetros:

Alto=5

Medio=3

Bajo=1

Tabla N°41. Calculo de factores claves (Matriz de vulnerabilidad).

TOTAL	AMENAZAS	DEBILIDADES
87	$87/5 = 17$	$87/5 = 17$
	CONCLUSIÓN	CONCLUSIÓN
	Las amenazas claves serán únicamente las que están sobre los 17 puntos.	Las debilidades claves serán únicamente las que estén sobre los 17 puntos.

Fuente: Investigación

Elaborado: Isabel Zurita

La principal amenaza que resalta como prioridad en la nueva fábrica de confección de prendas deportivas es el Ingreso de nuevos competidores al mercado, para lo esto impide crecimiento y posicionamiento de la empresa, se podrá crear estrategias de barrera de entrada frente a la competencia para contrarrestar, esta amenaza.

Tabla N°42. Matriz de Aprovechabilidad

OPORTUNIDADES							TOTAL	PRIORIDAD
Preferencia más calidad a menor precio	Estabilidad económica en últimos años.	los	Bajos costos de interés activo en préstamos empresariales.	Mayor apertura del gobierno para promover el deporte	Clima favorable			
FORTALEZAS								
Contar con maquinaria que estén en un buen estado	5	3	5	3	1	17	2 ^{to}	
Precios bajos que los de la competencia.	5	5	3	5	1	19	1 ^{do}	
Confección de prendas con telas de alta calidad para los clientes	3	3	3	3	3	15	3 ^{ero}	
Personal de producción capacitado.	3	3	3	3	1	13	5 ^{to}	
Capital de trabajo disponible para inversión	3	3	3	5	1	15	4 ^{to}	
TOTAL	19	17	17	19	7	79		
PRIORIDAD	1 ^{ero}	4 ^{to}	3 ^{ero}	2 ^{do}	5 ^{to}			

Tabla N°43. Calculo de factores claves (Matriz de Aprovechabilidad).

TOTAL	OPORTUNIDADES	FORTALEZAS
79	79/5 =16	79/5 =16
	CONCLUSIÓN	CONCLUSIÓN
	Las oportunidades claves serán únicamente las que están sobre los 16 puntos.	Las fortalezas claves serán únicamente las que estén sobre los 16 puntos.

Fuente: Investigación

Elaborado: Isabel Zurita

La fortaleza con mayor prioridad es los precios bajos que los de la competencia, será una de las ventajas ante la competencia, ya que los clientes ven una de las cualidades para adquirir sus productos.

3.2 ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA

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

Dentro de toda organización, aunque sea pequeña, existen funciones que se deben realizar. Aunque muchas funciones pueden ser realizadas por la misma persona, es necesario diferenciar las distintas funciones que se cumplen dentro de una empresa.

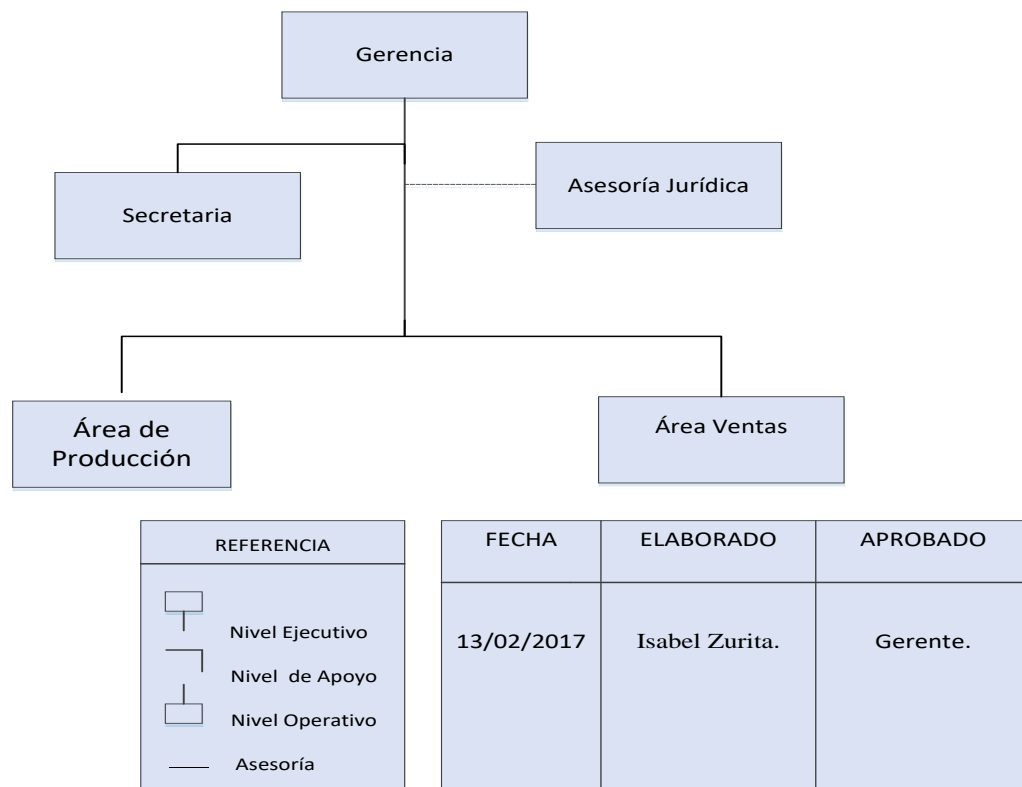


Gráfico N°19. Organigrama Estructural

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Isabel Zurita

3.2.2 Describa brevemente los cargos del organigrama.

Se debe describir brevemente las funciones expuestas en el organigrama de acuerdo a su currículum y experiencia.

Tabla N°44. Descripción de cargo del gerente general

I. Información básica	
Puesto	Gerente
Jefe inmediato superior	Junta de Socios
Supervisar a	Administración
II. Naturaleza del Puesto	
Planificación, dirección, ejecución y control de las actividades generales de la empresa, así como el manejo de información estratégica que sirva para la toma de decisiones en beneficio de la empresa.	
III. Funciones	
<ul style="list-style-type: none">• Ejercer la representación legal de la empresa.• Cumplir con las disposiciones dadas por la junta general de socios.• Motivar a los empleados de la empresa con incentivos.• Supervisar todos los departamentos.• Realizar transacciones necesarias en beneficio de la empresa.• Llevar un correcto orden todos los documentos de la empresa.	
IV. Requisitos para el puesto	
Título profesional	Gerencia empresarial
Experiencia	Por lo menos 1 a 3 años
Habilidades	Habilidades humanísticas con el personal que laboran en la empresa
Formación	Tercer nivel

Fuente: Elaboración propia

Elaborado: Isabel Zurita

Tabla N°45. Descripción de cargo del asesor jurídico

I. Información básica	
Puesto	Asesor Jurídico
Jefe inmediato superior	Junta de Socios
Supervisar a	Ninguno
II. Naturaleza del Puesto	
Informar, asesorar sobre asuntos legales de la empresa a cargo, esto permitirá adelantarse a los problemas y situaciones negativas que surjan en nuestro entorno legal.	
III. Funciones	
<ul style="list-style-type: none">• Asesorar a la empresa sobre los asuntos de carácter legal.• Asesorar jurídicamente a nivel directivo, auxiliar y operativo de la empresa.• Defiende los intereses de nuestra empresa en todo tipo de procedimientos judiciales.• Estudia y resuelve los problemas legales relacionados con la empresa, sus contratos, convenios y normas legales.• Negocia y redacta contratos.	
IV. Requisitos para el puesto	
Título profesional	Abogado
Experiencia	Por lo menos 1 a 3 años
Habilidades	Asesorar a la empresa.
Formación	Tercer nivel

Fuente: Elaboración propia

Elaborado: Isabel Zurita

Tabla N°46. Descripción de cargo de la secretaria - contadora

I. Información básica	
Puesto	Secretaria - Contadora
Jefe inmediato superior	Gerente general
Supervisar a	Ninguno
II. Naturaleza del Puesto	
Ejercer el control de la actividad contable de la producción y comercialización y registros documentos, actas y otras actividades de secretaria.	
III. Funciones	
<ul style="list-style-type: none">• Registrar los movimientos de reuniones en libros de actas.• Atender llamada de clientes, proveedores entre otros.• Registrar movimientos contables y estar al día con la contabilidad y disposiciones tributarias.• Elaborar estados financieros.• Elaborar roles de pago.• Mantener informado al gerente de las transacciones diarias.	
IV. Requisitos para el puesto	
Título profesional	Contador
Experiencia	Por lo menos 1 a 2 años
Habilidades	Buen manejo de sistemas contables
Formación	Tercer nivel

Fuente: Elaboración propia

Elaborado: Isabel Zurita

Tabla N°47. Descripción de puesto del jefe de producción

I. Información básica	
Puesto	Jefe de producción
Jefe inmediato superior	Gerente general
Supervisar a	Producción
II. Naturaleza del Puesto	
Realizar la función de control de producción de los productos terminados de ropa deportiva.	
III. Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Controlar el desempeño de los operarios. • Verificar las necesidades de materia prima, insumos y otros materiales. • Realizar controles técnicos del producto terminado. • Proponer alternativas para mejorar la producción. • Programar o planificar el trabajo del día. • Evaluar constantemente para detectar en qué grado los planes están obtenidos. 	
IV. Requisitos para el puesto	
Título profesional	Control de calidad
Experiencia	Por lo menos 6 meses a 1 año
Habilidades	Trabajo en equipo, controlar la producción de forma eficiencia
Formación	Tercer nivel

Fuente: Elaboración propia

Elaborado: Isabel Zurita

Tabla N°48. Descripción de puesto de operarios

I. Información básica	
Puesto	Operarios
Jefe inmediato superior	Jefe de producción
Supervisar a	Producción
II. Naturaleza del Puesto	
Prestar un servicio eficiente de desempeño laboral y de calidad que satisfaga el bienestar de la empresa y a los clientes.	
III. Funciones	
<ul style="list-style-type: none">• Almacenar la materia prima• Operar las máquinas y equipos bajo a su cargo.• Evitar el desperdicio de la materia prima.• Dar uso a las herramientas y equipos utilizados.• Velar por el cuidado y el buen uso de las instalaciones y elementos de la empresa.• Almacenar los productos terminados.	
IV. Requisitos para el puesto	
Título profesional	Artesano de sastrería
Experiencia	Por lo menos 6 meses
Habilidades	Trabajo en equipo, verificar la producción en los procesos a elaborarse
Formación	Artesano

Fuente: Elaboración propia

Elaborado: Isabel Zurita

Tabla N°49. Descripción de puesto jefe de ventas

I. Información básica	
Puesto	Jefe de ventas
Jefe inmediato superior	Gerente
Supervisar a	Ninguno
II. Naturaleza del Puesto	
Prepara planes y presupuesto de ventas, investigar constantemente el mercado.	
III. Funciones	
<ul style="list-style-type: none">• Capacitar a los vendedores.• Establecer con gerencia políticas en cuanto a publicidad.• Relaciones públicas.• Precios, promoción, descuentos entre otros.• Presentación del producto.• Establecer con contabilidad el estado crediticio de los clientes.	
IV. Requisitos para el puesto	
Título profesional	Marketing
Experiencia	Por lo menos 6 meses a 1 año
Habilidades	Trabajo en equipo, buena relación con los futuros clientes.
Formación	Tercer nivel

Fuente: Elaboración propia

Elaborado: Isabel Zurita

Tabla N°50. Descripción de puesto del vendedor

I. Información básica	
Puesto	Vendedor
Jefe inmediato superior	Jefe de ventas
Supervisar a	Ninguno
II. Naturaleza del Puesto	
Su objetivo principal es de comercializar el producto a los clientes que lo requieren, ofreciéndoles una atención de buena calidad, predisposición y sobre todo comprender bien al cliente siempre tiene razón.	
III. Funciones	
<ul style="list-style-type: none">• Comercializar el producto adquiridos por los clientes.• Llevar el registro de ventas.• Entregar pedidos• Revisar constantemente el libro de costos para actualizar precios.• Generar una buena relación entre los clientes.	
IV. Requisitos para el puesto	
Título profesional	Ing. Comercial
Experiencia	Por lo menos 1 año
Habilidades	Conocimiento en área de ventas
Formación	Tercer nivel

Fuente: Elaboración propia

Elaborado: Isabel Zurita

3.3 CONTROL DE GESTIÓN

3.3.1 Haga un listado de los indicadores de gestión necesarios.

Indique y justifique los indicadores de gestión en todas las áreas de su empresa. Los indicadores de gestión son aquellos a través de los cuales el empresario puede medir cuantitativamente el cumplimiento de los objetivos. Por ejemplo: Aumento en las Ventas Mensuales, Numero de Personas trabajando, etc.

Tabla N°51. Indicadores de gestión

INDICADORES			DESCRIPCION
Indicadores de comercial	de	área	<ul style="list-style-type: none">• Porcentaje de ventas• Cartera de clientes• Faltante por despacho• Satisfacción del cliente – indicador de reclamos o devoluciones• Clasificación de proveedores.
Indicadores de calidad	de	área de	<ul style="list-style-type: none">• Cumplimiento con el programa d auditorias.• Cumplimiento del programa de entrega de producto.• Capacitación al personal.
Indicadores del planificación	del	área de	<ul style="list-style-type: none">• Cumplimiento con la producción programada.• Utilización capacidad instalada• % de Eficiencia general• % de Eficiencia operativa• % de Materia prima procesada
Indicadores del producción	del	área de	<ul style="list-style-type: none">• Nivel de Productividad en actividades reales• Costo de producto no conforme• Tiempos de montaje
Indicadores del mantenimiento	del	área de	<ul style="list-style-type: none">• Cumplimiento de solicitudes• Disponibilidad de maquinaria• Confiabilidad de la maquinaria

Fuente: Elaboración propia

Elaborado: Isabel Zurita

3.4 NECESIDADES DE PERSONAL

Especificar cuánto personal necesitará hasta un horizonte de duración del proyecto.

Tabla N°52. *Necesidad de personal*

Orden	Descripción	N° de personal requerido
1	Operarios para corte de tela y moldes	2
2	Confección	2
3	Etiquetado, estampado o bordado	1
4	Publicidad de ventas	1

Fuente: Elaboración propia

Elaborado: Isabel Zurita

CAPÍTULO IV

ÁREA JURÍDICO LEGAL

4.1 DETERMINACIÓN DE LA FORMA JURÍDICA.

La empresa se denominará “**PRODUCTORA & COMERCIALIZADORA SPORT IS LIFE**”, nombre que será inscrito en el Servicio de Rentas Internas y el IEPS (Instituto de Economía Popular y Solidaria) para que el nombre sea exclusivo.

TÍTULO I

DENOMINACIÓN, DOMICILIO, OBJETO Y DURACIÓN

ARTÍCULO PRIMERO: La sociedad se denominará “**PRODUCTORA & COMERCIALIZADORA SPORT IS LIFE**”, su domicilio es el cantón Shushufindi, parroquia Shushufindi en el Barrio Los Toritos, Av. Secoya y Atahualpa a lado del Técnico Shushufindi.

ARTÍCULO SEGUNDO: El objeto social de la sociedad es la producción y comercialización de ropa deportiva, en las que se podrá realizar actividades de comercio permitidas por la Ley.

ARTÍCULO TERCERO: La duración será de 10 años a partir de la fecha de inscripción en el Registro Mercantil, pudiendo esta prorrogarse por un lapso igual, superior o inferior, con mutuo acuerdo de la junta general de socios.

TÍTULO II CAPITAL SOCIAL

ARTÍCULO CUARTO: El capital social será de diez mil ciento veinte y cinco dólares americanos (USD \$ 10.125,00), dividido en nueve mil participaciones sociales de un dólar americano cada uno, distribuidos de la siguiente manera.

Tabla N°53. Capital social

Socios	Capital pagado	Porcentaje
JOHANA BEATRIZ MUÑOZ	1.875,00	18,52
KAREN PAOLA VELARDE	2.250,00	22,22
NATALIA ALEJANDRA GARÓFALO	1.875,00	18,52
ISABEL SUSANA ZURITA	2.250,00	22,22
SLENDY GABRIELA PAUCAR	1.875,00	18,52
TOTAL	10.125,00	100%

TÍTULO III DE LAS ASAMBLEAS

ARTÍCULO QUINTO: La administración de la sociedad estará compuesta por la Junta General de Socios siendo su máximo organismo y administrada por su presidente y gerente, legalmente constituida, en forma ordinaria o extraordinaria.

ARTÍCULO SEXTO: La junta general de socios es de parte de la microempresa y está integrada por los socios en las circunstancias que la ley, el estatuto y reglamento lo estipulen.

ARTÍCULO SÉPTIMO: La convocatoria será para la junta general de socios la cual estará válidamente constituida para deliberar, los socios estarán convocados por lo menos con una semana antes de anticipación a la fecha que será la reunión.

ARTÍCULO OCTAVO: La clase de juntas será ordinarias las cuales se reunirán una vez al año dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico y las extraordinarias se reunirán en cualquier momento que lo convoque el gerente o el presidente, las reuniones se realizarán en la microempresa mismo.

ARTÍCULO NOVENO: Los socios asistirán a las Juntas Generales la cual debe ser personal o por medio de un representante teniendo un escrito de representación y con carácter general especial para cada junta.

ARTÍCULO DÉCIMO: La representación legal estará representada por lo legal, judicial y extrajudicial por su gerente para realizar cualquier gestión, actos, contratos.

TÍTULO IV

DE LA ADMINISTRACIÓN DE LA ASOCIACIÓN

ARTÍCULO DÉCIMO PRIMERO: El presidente será elegido por la Junta General por un periodo de dos años, pudiendo ser reelegido.

ARTÍCULO DÉCIMO SEGUNDO: El gerente es la máxima autoridad ejecutiva de la microempresa representará la administración de los negocios para el ejercicio, para este cargo será designado un socio o uno de la sociedad, tendrá un periodo de dos años pudiendo ser reelegido.

TÍTULO V

DE LA DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN

ARTÍCULO DÉCIMO TERCERO: La disolución y liquidación se efectuará por las causas establecidas por la ley y por el acuerdo de los socios tomado de la Junta General, estando dispuesto en la Ley de sociedades para lo relativo a su remuneración.

DISPOSICIONES GENERALES

ARTÍCULO DÉCIMO CUARTO: Los socios autorizaran a la Srta. Isabel Zurita, para que realice todos los actos necesarios y se comparezca ante las autoridades respectivas. Usted Señor notario designara agregar las demás cláusulas de rigor y validez para este instrumento.

Hasta aquí la minuta, determina que los señores comparecientes están de acuerdo en todo su contenido, la misma que se encuentra firmada por el Señor Doctor Carlos Tapia, abogado con matrícula Número 21-2009-26 del Foro de Abogados de Shushufindi. Firman como constancia conmigo en unidad de acto dando fe.

.....

Srta. Isabel Zurita

.....

Srta. Patricia Velarde

.....

Dr. Carlos Tapia

4.2 PATENTES Y MARCAS

Requisitos de Patentes por primera vez:

- Obtener el formulario para la Patente en la Sección de Recaudación y presentar en la Jefatura de Rentas y llenarlo a máquina o con letra imprenta legible.
- Copia de la constitución de la compañía, para el caso de las personas jurídicas.
- Copia del Nombramiento del Representante Legal actualizado en caso de serlo.
- Matrícula de Comercio otorgado por la autoridad correspondiente (para personas

- extranjeras) Copia del nombramiento del representante legal residente permanente.
- Copia a colores de la cédula de ciudadanía y certificado de votación vigente.
- Certificado de Uso de Suelo emitido por la Dirección de Planificación Territorial.
- Copia del permiso del Cuerpo de Bomberos actualizado, excepto a los de la feria de productos amazónicos quienes no tengan establecimiento fijo en actividades de comisionistas previo a la obtención del RISE
- Contrato de arriendo en caso de no poseer local propio.
- Certificación original de calificación otorgado por la Junta Nacional del Artesano (en caso de serlo)
- Certificado de no adeudar al GAD Municipal. (en caso de compañías deberá presentar. Para el caso de las personas naturales o jurídicas que llevan contabilidad deberán presentar el balance financiero y/o la declaración del impuesto a la renta del año inmediato anterior.
- Presentar certificación ambiental otorgada por la Dirección de Ambiente, Higiene y Salubridad del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Shushufindi, si el caso amerita.
- Informe de Inspección sanitaria otorgado por la Dirección de Ambiente, Higiene y Salubridad del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Shushufindi, en todos los casos y deberá ser emitido en el formato que para el efecto deberá adquirirse en las ventanillas de recaudación.
- Para el caso de las personas naturales o jurídicas que llevan contabilidad deberán
- Presentar copia de la patente del Contador(a) actualizaste certificado por cada accionista).

Pasos para registrar una marca

- Depositar USD 116,00 en efectivo en la cuenta corriente No. 7428529 del Banco del Pacífico a nombre del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual.
- Ingresar al sitio web del IEPI en www.iepi.gob.ec , hacer click en la opción “Servicios en Línea” y dentro de esta en “Formularios”.
- Descargar la Solicitud de Registro de Signos Distintivos, llenarla en computadora, imprimirla y firmarla. En esta solicitud se debe incluir el número de comprobante del depósito realizado.
- Adjuntar a la solicitud tres copias en blanco y negro de la solicitud, original y dos copias de la papeleta del depósito realizado.
- Si la solicitud se hace como persona natural, adjuntar dos copias en blanco y negro de la cédula de identidad.
- Si la solicitud se hace como persona jurídica, adjuntar una copia notariada del nombramiento de la persona que es Representante Legal de la organización.
- Si la marca es figurativa (imágenes o logotipos) o mixta (imágenes o logotipos y texto), adjuntar seis artes a color en tamaño 5 centímetros de ancho por 5 centímetros de alto impresos en papel adhesivo.
- Entregar estos documentos en la oficina del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI) más cercana.

4.3. Detalle todo tipo de licencias necesarias para funcionar y documentos legales (Patentes, Inicio de Actividades, etc.).

Elección de la Forma Jurídica de la Empresa

Para tomar una decisión al respecto es necesario, en primer lugar, conocer los distintos tipos de forma jurídica que la ley recoge, sus requisitos, ventajas e inconvenientes. Además, deberán valorarse otros factores. Consultar el apartado elección de la forma jurídica de la Empresa.

Trámites para la Constitución de la Empresa y/o Puesta en marcha de la empresa.

Para una mejor comprensión de todos ellos suele distinguirse entre trámites de constitución, es decir, aquellos que dan como resultado el nacimiento de la empresa como entidad, y trámites de puesta en marcha, que normalmente son comunes a todas las formas jurídicas.

Datos de Identificación de la Empresa.

Concluidos los trámites descritos anteriormente, en el caso de ser sociedad, es conveniente identificar ésta con sus datos básicos. Los datos de identificación de la Empresa serían los siguientes:

- Razón social
- NIF
- Forma Jurídica: Empresario Individual,
- Capital social
- % desembolsado
- Fecha de ampliación
- Participación capital extranjero: No, Sí, Porcentaje, Nacionalidad
- Relación de socios: Nombre y apellidos o razón social, y porcentaje
- Órganos de administración y gestión

Estructura Legal

Una empresa para iniciar sus actividades debe cumplir los siguientes documentos Legales los cuales se muestran a continuación:

- Copia certificada de la Escritura de Constitución, aumento de Capital o reforma de Estatutos, tratándose de personas jurídicas.
- Nombramiento del representante Legal, debidamente inscrito en la Oficina del registro Mercantil, tratándose de personas jurídicas.

- Fotocopia del título de propiedad o contrato de arrendamiento del local, registrado en un juzgado del inquilinato.
- Copia del registro único de Contribuyentes (RUC.)

Para la creación de una nueva empresa se debe obtener el RUC:

Requisitos para obtener el RUC:

- Original y copia de la cédula de identidad.
- Fotocopia de la última papeleta de votación.
- Fotocopia de un documento que certifica la dirección del local donde se desarrolla su actividad económica: recibo de luz, agua o teléfono.

Tabla N°54. Permiso de operación

Ord.	Especie
1	Copia certificada de la escritura de constitución
2	Nombramiento del representante legal
3	Registro único del contribuyente (RUC)
4	Fotocopia del título de propiedad
5	Documentos de facturación
6	Contratos laborales
7	Autorización municipal

Fuente: Elaboración propia
 Elaborado por: Isabel Zurita

Requisitos para obtener el permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos:

Requisitos Primera vez

- Adquirir solicitud de Inspección del Cuerpo de Bomberos (Secretaría).
- Copia de RUC (en caso de no tener RUC copia de la cédula de ciudadanía).
- Copia del Certificado del Uso de suelo.
- Copia del formulario de la inspección realizada.

Para la suscripción del contrato de trabajo en MRL, el aspirante seleccionado deberá presentar los siguientes documentos actualizados:

- Hoja de vida actualizada.
- Al menos dos (2) certificados de honorabilidad.
- Exhibir originales y entregar 2 copias legibles y a color de la cédula de ciudadanía; certificado de votación; y, licencia de manejo cuando corresponda.
- Presentar los originales y entregar copias de los certificados o títulos legalmente conferidos, con el correspondiente registro de la autoridad pública competente.
- Partida de matrimonio y de nacimiento de sus hijos según el caso.
- Dos fotografías actualizadas tamaño carné.
- Formulario de Retenciones en la Fuente del Impuesto a la Renta (No. 107), conferido por el último empleador.
- Certificados de trabajo y honorabilidad.

En lo posterior, el trabajador informará, por escrito y en un plazo máximo de cinco días laborables, al departamento de Recursos Humanos respecto de cambios sobre la información consignada en la compañía, de no hacerlo dentro del plazo señalado se considerará falta grave.

La alteración o falsificación de documentos presentados por el aspirante o trabajador constituye falta grave que faculta al empleador a solicitar visto bueno ante el Inspector del Trabajo competente; sin perjuicio, de la obligatoria remisión de la información y documentos a las autoridades penales que corresponda.

Disponibilidad de Servicios Básicos

El sector del Cantón Shushufindi (Barrio Los Toritos, Av. Secoya y Atahualpa) dispone de todos los servicios básicos, como energía eléctrica, agua,

alcantarillado, teléfono, transporte. Los mismos que tienen un costo distribuido por categorías y que más dependerá del consumo por parte de la empresa.

Posibilidad de Eliminación de Desechos

Los desechos producidos por la empresa no son tóxicos ni de gran cantidad, son desechos sólidos como retazos, papeles los mismos que serán almacenados en fundas de basura negra, las cuales deben ser depositadas en centro de acopio del sector para luego ser recogida por el carro recolector.

Matriz de Localización

A fin de determinar la localización más apropiada para la nueva línea deportiva se utilizará la matriz de localización, con el método cualitativo por puntos es decir todos los criterios de selección se les asignará factores cuantitativos de acuerdo a su relevancia.

CAPITULO V

AREA FINANCIERA

5.1 PLAN DE INVERSIONES

El plan de negocios es un documento formal elaborado por escrito que sigue un proceso lógico, progresivo, realista, coherente y orientado a la acción, en el que se incluyen en detalle las acciones futuras que habrán de ejecutar tanto el dueño como los colaboradores de la empresa para, utilizando los recursos de que disponga la organización, procurar el logro de determinados resultados (objetivos y metas) y que, al mismo tiempo, establezca los mecanismos que permitirán controlar dicho logro. (Borrello, p.34)

Maquinarias y Equipos

La maquinaria y equipos de producción que utilizaran los operarios para completar el proceso productivo.

Tabla N°55. *Maquinaria y equipo*

Cant.	Equipos	Valor unitario	Valor total
3	Maquina overlock	1200,00	3.600,00
3	Maquina recta	750,00	2.250,00
2	Maquina recubridora	500,00	1.000,00
2	Maquina elasticadora	800	1.600,00
2	Maquina cortadora	400,00	800,00
2	Maquina tejedora de medias	1100	2.200,00
3	Maquina estampadora de camisetras	700	2.100,00
3	Plancha Industrial a vapor	100	600,00
20	Total		14.150,00

Fuente: Investigación

Elaborado por: Isabel Zurita

Muebles y enseres: son muebles destinados a las diferentes áreas para el funcionamiento de la empresa.

Tabla N°56. *Muebles y enseres*

Cantidad	Descripción	Valor unitario	Valor Total
4	Escritorios	150,00	600,00
2	Archivadores	110,00	220,00
2	Mesas	120,00	240,00
2	Basureros	20,00	40,00
3	Maniquís	80,00	240,00
2	Perchas	60,00	120,00
2	Mostrador	250,00	500,00
10	Total		1.960,00

Fuente: Investigación

Elaborado por: Isabel Zurita

Tabla N°57. *Suministro de oficina*

Cantidad	Descripción	Valor unitario	Valor total
100	Carpetas	0,50	50,00
5	Cartuchos B/N	22,00	110,00
5	Cartucho a color	25,00	125,00
2	Perforadoras	6,00	12,00
5	Caja de grampas	1,25	6,25
2	Esferos	3,50	7,00
	Total		310,25

Fuente: Investigación

Elaborado por: Isabel Zurita

Adecuaciones: son gastos que también forma parte del activo diferido de la empresa.

Tabla N°58. Adecuaciones

Descripción	Valor total
Área administrativa	500,00
Área de producción	1.000,00
Área de venta	250,00
Total	1.750,00

Fuente: Investigación

Elaborado por: Isabel Zurita

Equipo de computación: para el correcto funcionamiento de las áreas es necesario la adquisición de equipos de computación.

Tabla N°59. Equipo de computación

Cantidad	Descripción	Valor unitario	Valor total
4	Computadoras	600,00	2.400,00
2	Impresoras	110,00	220,00
	Total		2620,00

Fuente: Investigación

Elaborado por: Isabel Zurita

Equipo de oficina: comprende cada uno de los instrumentos a utilizarse en el área administrativa.

Tabla N°60. Equipo de oficina

Cantidad	Descripción	Valor unitario	Valor total
2	Teléfonos inalámbrico	17,00	150,00
2	Sumatorias	40,00	80,00
2	Aires acondicionado	600	1200,00
	Total		1.430,00

Fuente: Investigación

Elaborado por: Isabel Zurita

Pla de inversiones general

Tabla N°61. *Plan de inversiones*

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Total (USD)
20	Maquinaria y equipo		14.150,00
10	Muebles y enseres		1.960,00
119	Suministro de oficina		310,25
3	Adecuaciones		1.750,00
6	Equipo de computación		2.620,00
6	Equipo de oficina		1.430,00
	Inventarios		2.000,00
	Costos de Constitución		400,00
	Capital de trabajo		2.700,00
Total			27.320,25

Fuente: Elaboración propia

Elaboración por: Isabel Zurita

Para el presente proyecto se obtendrá una inversión inicial de 27.320,25 dólares

5.2. Plan de financiamiento

El plan de financiamiento es “La obtención de recursos de fuentes internas o externas, a corto, mediano o largo plazo, que requiere para su operación normal y eficientes una empresa pública, privada, social” (Perdomo, 1998).

a) **Forma de financiamiento**

El tema del financiamiento está relacionado a la actividad del proyecto, de ahí que la mayor o menor cuantía de su valor, dependerá de la necesidad de dinero externo en la medida de no poderlo cubrir con dinero propio. El cuadro que se presenta a continuación, establece los parámetros que puede utilizar el proponente para financiar su proyecto.

Financiamiento Interno.

El financiamiento interno se refiere al capital con que deben contar los accionistas o el futuro propietario, donde la inversión es de \$ 2.7000,00 para el proyecto.

Financiamiento Externo.

El financiamiento del proyecto en un 100% a largo plazo se lo realizará con BAN Ecuador, que presta facilidad para su realización.

El financiamiento se llevará a cabo por medio del Banco Nacional de Fomento ahora llamado BAN Ecuador, por un monto de \$ 24.620,25 con una tasa anual del 16% a 5 años plazo, en pagos anuales.

BAN Ecuador ofrece Crédito para Microempresarios – Sector Confecciones.

Destinado para:

- Financiamiento de proyectos de inversión del Sector Confecciones.
- Activos Fijos (equipamiento y maquinarias, muebles productivos, mejoramiento de infraestructura)
- Para personas físicas o jurídicas cuyas unidades productivas se encuentren Registradas.

Tabla N°62. Forma de financiamiento

Descripción	Total (USD)	Total (%)
Recursos propios	2.700,00	9,88%
Préstamo bancario	24.620,25	90,12%
Total	27.320,25	100%

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Isabel Zurita

Para el financiamiento de la empresa de producción de prendas deportivas el 9,88% será recursos propios, y el 90,12%, se obtendrá un préstamo bancario, con una tasa de interés mensual de 1,33%.

5.3 CÁLCULO DE COSTOS Y GASTOS

a) Detalle de costos

El costo de un producto está formado por el precio de la materia prima, el precio de la mano de obra directa empleada en su producción, el precio de la mano de obra indirecta empleada para el funcionamiento de la empresa y el costo de amortización de la maquinaria y de los edificios. (Perèz, 2008, pág. 1) Se ha detallado los costos de materia prima los cuales realizaran las prendas de ropa deportiva.

Tabla N°63. *Detalle de costos*

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD MENSUAL REQUERIDA	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Tela poliéster	metros	250	2,50	625,00	7.500,00
Tela algodón	metros	350	5,50	1.925,00	23.100,00
Tela viscosa	metros	150	4,50	675,00	8.100,00
Tela Elastano	metros	100	3,00	300,00	3.600,00
Tejido DR-FIT	metros	50	2,75	137,50	1.650,00
Total en telas				3.662,50	43.950,00
Hilos de varios colores	gramos	3000	0,050	150,00	1.800,00
Hilo natural	gramos	1500	0,020	30,00	360,00
Hilo nylon	gramos	1500	0,020	30,00	360,00
Hilo spandex Elastano	gramos	1500	0,020	30,00	360,00
Total de hilos				240,00	2.880,00
Cordón de varios colores	metros	500	0,300	150,00	1.800,00
Elástico	metros	300	0,200	60,00	720,00
forro	metros	500	0,900	450,00	5.400,00
etiqueta	unidad	1000	0,300	300,00	3.600,00
Total				960,00	11.520,00
Servicios básicos					
Energía Eléctrica	kw	1100	0,120	132,00	1.584,00
Agua	m3	5	0,900	4,50	54,00
Teléfono	unidad	150	0,050	7,50	90,00
Internet	unidad	1	18,000	18,00	216,00
Total				162,00	1.944,00
Depre. Maquinaria Y Equipo	año			-	1.924,58
Mano de Obra Directa	unidad	5	442,250	2.211,250	26.535,00
Alquiler del Local	mensual	1	150,000	150,00	1.800,00
Total				2.361,25	30.259,58
TOTAL DE C.G				7.385,75	90.553,58

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Isabel Zurita

b) Proyección de costos

Se realizó esta proyección de acuerdo a la tasa de inflación del mes de mayo del 2016 1,63%, para costos fijos y variables.

Tabla N°64. Proyección de costos

Descripción	Costo mensual	costos		Total año 1	Total año 2	Total año 3	Total año 4	Total año 5				
		Fijos	variables									
Tela poliéster	625,00		625,00	7.622,25	7.746,49	7.872,76	8.001,09	8.131,50				
Tela algodón	1.925,00		1.925,00	23.476,53	23.859,20	24.248,10	24.643,35	25.045,03				
Tela viscosa	675,00		675,00	8.232,03	8.366,21	8.502,58	8.641,17	8.782,02				
Tela elastano	300,00		300,00	3.658,68	3.718,32	3.778,93	3.840,52	3.903,12				
Tejido DR-FIT	137,50		137,50	1.676,90	1.704,23	1.732,01	1.760,24	1.788,93				
Hilos de varios colores	150,00		150,00	1.829,34	1.859,16	1.889,46	1.920,26	1.951,56				
Hilo natural	30,00		30,00	365,87	371,83	377,89	384,05	390,31				
Hilo nylon	30,00		30,00	365,87	371,83	377,89	384,05	390,31				
Hilo spandex elastano	30,00		30,00	365,87	371,83	377,89	384,05	390,31				
cordón de varios colores	150,00		150,00	1.829,34	1.859,16	1.889,46	1.920,26	1.951,56				
elástico	60,00		60,00	731,74	743,66	755,79	768,10	780,62				
forro	450,00		450,00	5.488,02	5.577,47	5.668,39	5.760,78	5.854,68				
etiqueta	300,00		300,00	3.658,68	3.718,32	3.778,93	3.840,52	3.903,12				
Energía Eléctrica	132,00		132,00	1.609,82	1.636,06	1.662,73	1.689,83	1.717,37				
Agua	4,50		4,50	54,88	55,77	56,68	57,61	58,55				
Teléfono	7,50		7,50	91,47	92,96	94,47	96,01	97,58				
Internet		18,00		216,00	219,52	223,10	226,74	230,43				
Depre. Maquinaria Y Equipo		3.381,42		40.577,04	41.238,45	41.910,63	42.593,78	43.288,05				
Mano de Obra Directa				-	-	-	-	-				
Alquiler del Local		150,00		1.802,45	1.831,82	1.861,68	1.892,03	1.922,87				
TOTAL	5.006,50	3.549,42	5.006,50	103.652,76	43.289,79	62.052,50	43.995,42	63.063,96	44.712,54	64.091,90	45.441,35	65.136,60

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Isabel Zurita

c) Detalle de gastos

Un gasto es un pago en curso, como ocurre con los servicios públicos, la renta o alquiler y el marketing, los gastos no se realizan con el propósito de generar posteriores ingresos que sean deducibles de los mismos; sino que se incurre en los gastos por necesidad. (Valvasuata, 2014)

Tabla N°65. Gastos administrativos, gastos de ventas y financieros

Detalle	Unidad de medida	Valor unitario	Valor mensual	Valor anual
Materiales de Oficina				
Papel bond	2	5,00	10,00	120,00
Carpetas	100	0,5	50,00	600,00
Cartuchos B/N	5	22	110,00	1.320,00
Cartucho a color	5	25	125,00	1.500,00
Perforadoras	2	6	12,00	144,00
Caja de grampas	5	1,25	6,25	75,00
Esferos caja	2	3,5	7,00	84,00
Total M.O			320,25	3.843,00
Sueldos Administrativos				
Gerente	1	450	586,93	7.043,16
Secretaria / Contadora	1	450	586,93	7.043,16
Jefe de ventas	1	366	483,06	5.796,72
Jefe de producción	1	366	483,06	5.796,72
Vendedor	1	366	483,06	5.796,72
Asesor	1		50,00	600,00
Total S.A			2.673,04	32.076,48
Materiales de Limpieza				
Desinfectante Fresklin 1 galón	3	3,8	11,40	136,80
Fundas plásticas largas	2	7,5	15,00	180,00
Fundas plásticas industriales	2	3	6,00	72,00
Escobas	4	3	12,00	144,00
Recogedores	2	2,5	5,00	60,00
Cestos para basura	4	8	32,00	384,00
Total M.L			81,40	976,80
Servicios básicos				
Energía eléctrica Kw	1100	0,12	132,00	1.584,00
Agua potable m3	5	0,9	4,50	54,00
Teléfono (minutos)	150	0,05	7,50	90,00
Internet (tarifa)	1	18	18,00	216,00
Total S.B			162,00	1.944,00
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS			3.236,69	38.840,28
Gastos ventas				
Transporte para ventas / Alquiler	2	25	50,00	600,00
Gasto Publicidad				
Propagandas	2	35	70,00	840,00
TOTAL GASTOS VENTAS	4	60	120,00	1.440,00
Gastos financieros				
Gastos interés	Año	16% de interés	327,45	3.929,40
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	-		327,45	3.929,40
TOTAL GASTOS			3.684,14	44.209,68

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Isabel Zurita

d) Proyección de gastos

Tabla N°66. Proyección de gastos

Descripción	gastos			Gastos			Gastos			Gastos			gastos			
	Gastos mensual	fijos	variables	Total año 1	Fijos	Variables	Total año 2	fijos	variables	Total año 3	fijos	variables	Total año 4	fijos	variables	Total año 5
Gastos Administrativos																
Materiales de Oficina	320,25		320,25	3.843,63			3.906,28			3.969,95			3.969,95			3.969,95
Sueldos Administrativos	2.673,04	2.673,04		32.081,71	32.604,64			33.136,10	-	33.676,21	-		34.225,14	-		-
Materiales de Limpieza	81,40		81,40	976,96			992,88			1.009,07			1.009,07			1.009,07
Servicios básicos	162,00		162,00	1.944,32			1.976,01			2.008,22			2.008,22			2.008,22
Gastos ventas	120,00		120,00	1.440,23			1.463,71			1.487,57			1.487,57			1.487,57
Gastos Financieros	327,45		327,45	3.930,04			3.994,10			4.059,20			4.059,20			4.059,20
TOTAL	3.684,14	2.673,04	1.011,10	44.216,89	32.604,64		12.332,98	33.136,10		12.534,01	33.676,21		12.534,01	34.225,14		12.534,01

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Isabel Zurita

e) Mano de obra

Se detalla el rol de operarios mano de obra directa

Tabla N°67. Mano de obra

Especificaciones	Año 1						
	Moldes	Cortadora	Costurera	Planchado	Estampado /Etiquetado	Terminado	Empacado
Sueldo Básico	366,00	366,00	366,00	366,00	366,00	366,00	366,00
Décimo Tercero (S./12)	30,50	30,50	30,50	30,50	30,50	30,50	30,50
Décimo Cuarto (S.B./12)	30,50	30,50	30,50	30,50	30,50	30,50	30,50
Vacaciones (S./24)	15,25	15,25	15,25	15,25	15,25	15,25	15,25
Aporte Patronal IEES (11,15%)	40,81	40,81	40,81	40,81	40,81	40,81	40,81
Fondos de Reserva (8,33%)							
Total mensual	483,06	483,06	483,06	483,06	483,06	483,06	483,06
Total Anual	5.796,72	5.796,72	5.796,72	5.796,72	5.796,72	5.796,72	5.796,72
Total remuneración mensual por los 7 operarios			3.381,42				
Total remuneración anual			40.577,04				

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Isabel Zurita

Depreciación

La depreciación es la disminución del valor de propiedad de un activo fijo, producido por el paso del tiempo, desgaste por uso, el desuso, insuficiencia técnica, obsolescencia u otros factores de carácter operativo, tecnológico, tributario, etc. (Sunat, 2014)

Pérdida o disminución del valor de un activo fijo debido al uso, a la acción del tiempo o a la obsolescencia. La depreciación tiene por objeto ir separando y acumulando fondos para restituir un determinado bien, que va perdiendo valor por el uso.

Tabla N°68. Depreciación

DETALLE DEL BIEN	VIDA ÚTIL	VALOR	PORCENTAJE DE DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN ANUAL
Maquinaria y Equipos de Producción	10	14.150,00	10	1.415,00
Muebles y enseres	10	1.960,00	10	196,00
Muebles de Oficina	10	1.430,00	10	143,00
Adecuaciones	5	1.750,00	20	350,00
Equipo de Computación	3	2.620,00	33,33	873,25
TOTAL DEPRECIACIÓN				2.977,25

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Isabel Zurita

Proyección de depreciación

Tabla N°69. Proyección de depreciación

DETALLE DEL BIEN	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Maquinaria y Equipos de Producción	1.415,00	650,00	650,00	650,00	650,00
Muebles y enseres	196,00	196,00	196,00	196,00	196,00
Muebles de Oficina	143,00	88,00	88,00	88,00	88,00
Adecuaciones	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00
Equipo de Computación	873,25	836,58	836,58		
TOTAL					1.284,00

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Isabel Zurita

5.4. CÁLCULO DE INGRESOS

“Incrementos en el patrimonio neto de la empresa durante el ejercicio, ya sea en forma de entradas o aumentos en el valor de los activos, o de disminución de los pasivos, siempre que no tengan su origen en aportaciones, monetarias o no, a los socios o propietarios, en su condición de tales” (Rodríguez M, 2007)

Tabla N°70. Cálculo de ingreso

Productos	Unidad de medida	Gasto / costos mensual	Margen de utilidad		Ingresos mensuales	Unidades producidas	Precio de venta
			%	\$			
Camisetas							
básicas cuello redondo y cuello V	Unidad	846,65	70,08	593,35	1.440,00	160	9,00
Camiseta cuello polo con diseños personalizados	Unidad	872,00				120	12,00
Pantalinetas	Unidad	363,00	120,39	437,00	800,00	160	5,00
Lieras	Unidad	596,00	242,28	1.444,00	2.040,00	120	17,00
Medias Largas y cortas	Unidad	946,00	52,22	494,00	1.440,00	320	4,50
Calentadores	Unidad	931,00	95,49	889,00	1.820,00	140	13,00
Chompas	Unidad	884,00	35,75	316,00	1.200,00	100	12,00
Total en gasto / costo producto costos mensuales gastos mensuales		5.438,65	616,20	4.173,35	8.740,00	1.120,00	72,50
Total gasto / costo mensual		13.505,11	616,20	4.173,35	8.740,00	1.120,00	72,50

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Isabel Zurita

Proyección de ingresos

Tabla N°71. Proyección de ingresos

Productos	Cant.	Precio uni.	Total año 1	Cant.	Precio uni.	Total año 2	Cant.	Precio unit.	Total año 3	Cant.	Precio unit.	Total año 4	Cant.	Precio unit	Total año 5
Camisetas básicas cuello redondo y cuello V	160,00	9,00	17.280,00	162,50	9,15	17.835,63	165,03	9,30	18.409,12	167,61	9,45	19.001,05	170,22	9,60	19.612,01
Camiseta cuello polo con diseños personalizados	120,00	12,00	17.280,00	121,87	12,20	17.835,63	123,77	12,39	18.409,12	125,70	12,60	19.001,05	127,67	12,80	19.612,01
Pantalonetas Licras	160,00	5,00	9.600,00	162,50	5,08	9.908,68	165,03	5,16	10.227,29	167,61	5,25	10.556,14	170,22	5,33	10.895,56
Medias Largas cortas	120,00	17,00	24.480,00	121,87	17,28	25.267,14	123,77	17,56	26.079,58	125,70	17,84	26.918,15	127,67	18,14	27.783,69
Calentadores	320,00	4,50	17.280,00	324,99	4,57	17.835,63	330,06	4,65	18.409,12	335,21	4,72	19.001,05	340,44	4,80	19.612,01
Chompas	140,00	13,00	21.840,00	142,18	13,21	22.542,25	144,40	13,43	23.267,08	146,65	13,65	24.015,22	148,94	13,87	24.787,41
TOTALES	100,00	12,00	14.400,00	101,56	12,20	14.863,02	103,14	12,39	15.340,93	104,75	12,60	15.834,21	106,39	12,80	16.343,35
	1.120,00	72,50	122.160,00	1.137,47	73,68	126.087,97	1.155,22	74,88	130.142,23	1.173,24	76,10	134.326,86	1.191,54	77,34	138.646,05

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Isabel Zurita

5.5 FLUJO DE CAJA

Un flujo de caja es la presentación sobre un cuadro, en cifras, para diversos períodos hacia el futuro, y para diversos ítems o factores, de cuando va a entrar o salir, físicamente, dinero. (Botero, 2010)

Tabla N°72. Flujo de caja

	DESCRIPCION	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
A	INGRESOS OPERACIONALES		131.040,00	135.253,50	139.602,48	144.091,29	148.724,44
	Recuperación por ventas		131.040,00	135.253,50	139.602,48	144.091,29	148.724,44
B	EGRESOS OPERACIONALES						
	Pago a proveedores	123.617,04	125.632,00	127.679,80	129.760,98	131.876,08	123.617,04
	Mano de obra directa	59.100,00	60.063,33	61.042,36	62.037,35	63.048,56	59.100,00
	Mano de obra in directa	32.076,48	32.599,33	33.130,70	33.670,73	34.219,56	32.076,48
	Gastos de ventas	26.279,76	26.708,12	27.143,46	27.585,90	28.035,55	26.279,76
	Gastos de Administración	1.440,00	1.463,47	1.487,33	1.511,57	1.536,21	1.440,00
	Costo indirectos de fabricación	1.800,00	1.829,34	1.859,16	1.889,46	1.920,26	1.800,00
C	FLUJO OPERACIONAL A-B	-	7.422,96	9.621,50	11.922,68	14.330,31	16.848,36
D	INGRESOS NO OPERACIONALES	27.320,25	10.125,00				
	Créditos a contratar a corto plazo						
	Créditos a contratar a largo plazo	24.620,25					
	Aportes de Capital	2.700,00					
	Aportes para futuro capitalización		10.125,00				
	Recuperación de inversiones temporales						
	Recuperación de otros activos						
	Otros ingresos						
E	EGRESOS NO OPERACIONALES	-	7.303,63	7.755,63	8.228,38	8.705,10	11.376,15
	Pago de intereses		3.680,87	3.079,98	2.375,86	1.550,75	583,89
	Pago de créditos a corto plazo						
	Pago de créditos a largo plazo		3.497,45	4.098,34	4.802,47	5.627,57	6.594,45
	Pago de participación de utilidades 15%		75,31	487,31	930,05	1.406,78	1.921,20
	Pago de impuestos impuesto SRI		50,00	90,00	120,00	120,00	120,00
	Reparto de dividendos						2.156,61
	Adquisición de inversiones temporales						
	Adquisición de activos fijos						
	Otros egresos						
	Inversión	27.320,25					
F	FLUJO NO OPERACIONAL D-E	27.320,25	2.821,37	(7.755,63)	(8.228,38)	(8.705,10)	(11.376,15)
G	FLUJO NETO GENERADO C-F	(27.320,25)	4.601,59	17.377,13	20.151,06	23.035,41	28.224,51
H	SALDO INICIAL DE CAJA	2.700,00	2.700,00	7.301,59	24.678,72	44.829,77	67.865,19
I	SALDO FINAL DE CAJA G+H	-	7.301,59	24.678,72	44.829,77	67.865,19	96.089,70

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Isabel Zurita

5.6 PUNTO DE EQUILIBRIO

Para poder comprender mucho mejor el concepto de PUNTO DE EQUILIBRIO, se deben identificar los diferentes costos y gastos que intervienen en el proceso productivo. Para operar adecuadamente el punto de equilibrio es necesario comenzar por conocer que el costo se relaciona con el volumen de producción y que el gasto guarda una estrecha relación con las ventas. Tantos costos como gastos pueden ser fijos o variables. (Vàquiro, 2015)

Punto de Equilibrio U = Costos Fijos / (Precio de venta unitario - Costo variable unitario)

P.E. u = 50.636,36 1,44

P.E. u = 35.120 unidades vendidas al año

Punto de Equilibrio % = Punto de Equilibrio \$ * 100 / Ingresos Totales

% P.E. = 112.248,88 * 100 / 112.320,00

% P.E. = 99,94%

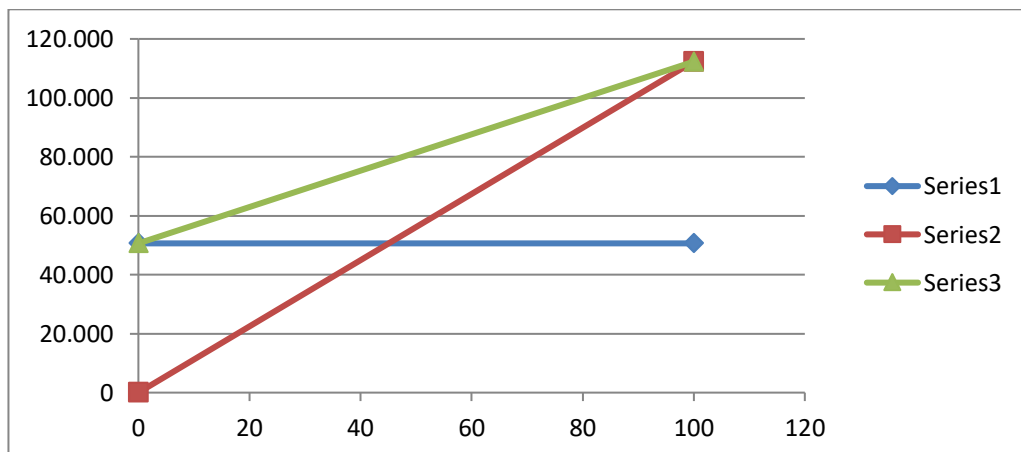


Gráfico N°20. Punto de equilibrio

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Isabel Zurita

Para obtener un punto de equilibrio se deberá, producir 50.636 unidades con, ventas de 112.248,88, anuales, para que la empresa no pierda ni gane, se mantenga estable, de tal manera que la empresa sea capaz de sustentar sus costos fijos y variables.

5.7 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

Es el resultado final de los ingresos y costos operativos como las ventas, costo de ventas, costo de operación, costos financieros, etc. (Gómez M. , 2015)

Tabla N° 73. Estado de resultados

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingreso por ventas	131.040,00	135.253,50	139.602,48	144.091,29	148.724,44
(-) Costo de ventas	128.689,56	130.787,20	132.919,03	135.085,61	137.287,51
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	2.350,44	4.466,30	6.683,44	9.005,68	11.436,94
(-) Gastos de ventas	1.440,00	1.463,47	1.487,33	1.511,57	1.536,21
(=) UTILIDAD NETA EN VENTAS	910,44	3.002,83	5.196,12	7.494,11	9.900,73
(-) Gastos Administrativos	1.800,00	1.829,34	1.859,16	1.889,46	1.920,26
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	(889,56)	1.173,49	3.336,96	5.604,65	7.980,47
(-) Gastos Financieros	3.680,87	3.079,98	2.375,86	1.550,75	583,89
(+) Otros ingresos					
(-) Otros egresos					
(=) UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES	(4.570,43)	(1.906,49)	961,10	4.053,90	7.396,58
(-) 15% Participación de trabajadores	(685,56)	(285,97)	144,16	608,08	1.109,49
(=) UTILIDAD ANTES IMPUESTOS	(3.884,87)	(1.620,52)	816,93	3.445,81	6.287,09
(-) Impuesto a la renta	-	-	-	587,84	2.156,61
(=) PERDIDA DEL EJERCIO	(3.884,87)	(1.620,52)	816,93	2.857,97	4.130,48

Elaboración: Elaboración propia

Elaborado por: Isabel Zurita

5.8 EVALUACIÓN FINANCIERA

“La Evaluación Financiera es un estudio analítico que contrasta la información económico-financiera de cada proyecto con los entornos social, económico y financiero.” (duis.gob, 2014)

a) Indicadores

a.1) Valor actual neto

El VAN o Valor Actual Neto, se conoce a esta herramienta financiera como la diferencia entre el dinero que entra a la empresa y la cantidad que se invierte en un mismo producto para ver si realmente es un producto (o proyecto) que puede dar beneficios a la empresa.

El VAN cuenta con una tasa de interés que se llama tasa de corte y es la que se usa para actualizarse constantemente. Dicha tasa de corte, la da la persona que va a evaluar dicho proyecto y que se hace en conjunto con las personas que van a invertir. (Urbano, 2015)

$$VAN = -Inv. Ini + \frac{(FNE1)}{(1+i)^1} + \frac{(FNE2)}{(1+i)^2} + \frac{(FNE3)}{(1+i)^3} + \frac{(FNE4)}{(1+i)^4} + \frac{(FNE5)}{(1+i)^5}$$

$$VAN - 27.320,25 + \frac{4.601,59}{(1+0,1646)^1} + \frac{17.377,13}{(1+0,1646)^2} + \frac{20.151,06}{(1+0,1646)^3} + \frac{23.035,41}{(1+0,1646)^4} + \frac{28.224,51}{(1+0,1646)^5}$$

$$VAN - 27.320,25 + \frac{4.601,59}{1,1646} + \frac{17.377,13}{1,0271} + \frac{20.151,06}{1,0031} + \frac{23.035,41}{1,0007} + \frac{28.224,51}{1,0001}$$

$$VAN - 27.320,25 + 4.014,30 + 13.224,56 + 13.378,36 + 13.341,44 + 14.260,51$$

$$VAN = \$ 30.898,93$$

Mediante el cálculo del VAN se obtiene un total de 30.898,93 dólares, lo cual su valor es mayor a cero, que significa que el proyecto será factible o viables para su respectiva aplicación.

TMAR

Tabla N° 74. Tasa Mínima aceptable de rendimiento

TMAR	VALOR	ESTRUCTURA	COSTO DE OPORTUNIDAD	PONDERACIÓN
RECURSOS PROPIOS	2.700,00	10%	21,00%	2,08%
RECURSOS AJENOS	24.620,25	90%	15,96%	14,38%
TOTAL	27.320,25	100%	36,96%	16,46%

Elaboración: Elaboración propia

Elaborado por: Isabel Zurita

a.2) tasa interna de retorno

La Tasa Interna de Retorno es aquella tasa que está ganando un interés sobre el saldo no recuperado de la inversión en cualquier momento de la duración del proyecto. En la medida de las condiciones y alcance del proyecto estos deben evaluarse de acuerdo a sus características, con unos sencillos ejemplos se expondrán sus fundamentos. (Gómez G. , 2001)

Tabla N° 75. Datos para la Tasa interna de retorno

FLUJO NO OPERACIONAL (D-E)	0,00	2.821,37	-7.755,63	-8.228,38	-8.705,10	-11.376,15
FLUJO NETO GENERADO (C-F)	-27.320,25	4.601,59	17.377,13	20.151,06	23.035,41	28.224,51
SALDO INICIAL DE CAJA	0,00					
SALDO FINAL DE CAJA (G+H)	27.320,25	7.301,59	17.377,13	20.151,06	23.035,41	28.224,51
FLUJO ACUMULADO MESES DEL AÑO	27.320,25	7.301,59	24.678,72	44.829,77	67.865,19	96.089,70
	12					

Elaboración: Elaboración propia

Elaborado por: Isabel Zurita

TIR= 46%

VAN0= 0

Se obtuvo una tasa interna de retorno de 46%, que quiere decir que es mayor a la tasa mínima aceptable, que significa que el proyecto es aceptable para su funcionamiento.

a.3) beneficio costo

Al aplicar la relación Beneficio/Costo, es importante determinar las cantidades que constituyen los Ingresos llamados “Beneficios” y qué cantidades constituyen los Egresos llamados “Costos”. (Gómez G. , 2001)

Beneficio/Costo= 0,88

Con el resultado del cálculo de beneficio/costo se determina que al invertir un dólar la empresa recuperará 0,88 centavos.

a.4) periodo de recuperación

Tabla N° 76. Periodo de recuperación

Inversión inicial	Flujos Netos	Saldo
27.320,25		
Año 1	4.601,59	-22.718,66
Año 2	17.377,13	-5.341,53
Año 3	20.151,06	14.809,52
Año 4	23.035,41	37.844,94
Año 5	28.224,51	66.069,45

Elaboración: Elaboración propia

Elaborado por: Isabel Zurita

$$PRI = \text{Año que supera la inversión} \frac{\text{Inversión} - \text{suma primeros Flujos}}{\text{Flujo Neto del año que supera la inversión}}$$

$$PRI = 3 \frac{27.320,25 - 42.129,77}{20.151,06}$$

$$PRI = 2,27$$

$$PRI \text{ AÑO} = 2 \text{ años}$$

$$PRI \text{ meses} = 0,27 * 12 = 3,24$$

$$PRI \text{ días} = 0,24 * 30 = 7$$

La inversión del proyecto se recuperará en dos años con tres meses y siete días.

b) Razones

b.1) liquidez

De acuerdo Sepúlveda (p.120) se entiende por liquidez como la facilidad con que un activo puede transformarse en dinero. La liquidez depende de dos factores: el tiempo requerido para convertir el activo en dinero y la certidumbre de no incurrir en pérdidas al efectuar la transformación, por lo tanto, el dinero es el más líquido de todos los bienes.

Tabla N° 77. Liquidez

INDICADOR		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Razón Corriente =	Activo Corriente Pasivo Corriente	-1,06	-0,53	0,34	1,84	7,07

Elaboración: Elaboración propia

Elaborado por: Isabel Zurita

De acuerdo al resultado desde el tercer año se un porcentaje posible de liquidez para la empresa, ya que en el cuadro de estados de resultados los dos primeros año refleja perdida del ejercicio.

b.2) rentabilidad

Miden la capacidad de generación de utilidad por parte de la empresa.

Tabla N° 78. Rentabilidad

INDICADOR		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
Rentabilidad = sobre ventas	Utilidad del Ejercicio Ventas	*100	-3%	-1%	1%	2%	3%

Elaboración: Elaboración propia

Elaborado por: Isabel Zurita

En el año 1 y 2 no se obtendrá una rentabilidad, durante el año, empezará a reflejar porcentajes válidos para la rentabilidad de la empresa.

BIBLIOGRAFÍAS

- Arèvalo, S. (31 de Mayo de 2012). *Historia de la ropa deportiva*. Obtenido de Historia de la ropa deportiva: <http://arevaloorejuelasarapatricia7am.blogspot.com/2012/05/historia-de-la-ropa-deportiva.html>
- ArmstronG, P. K. (2001). *MARKETING*. Obtenido de MARKETING: <https://profdariomarketing.files.wordpress.com>
- Botero, M. (2010). *Flujo de Caja*. Obtenido de Flujo de Caja.
- Brestovansky, L. (2008). *Prendas deportivas*. Mèxico : Esic Editorial .
- Cochran, W. G. (1980). *Técnicas de muestreo*. México: CECSA. Obtenido de [https://es.wikipedia.org/wiki/Muestreo_\(estad%C3%ADstica\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Muestreo_(estad%C3%ADstica))
- Comercial., M. E. (s.f.). *Marketing Estratégico especializado en Potenciar las Ventas a través de la Innovación y Diferenciación Comercial*.
- Díez de Castro, E. C. (1997). *istribución Comercial (Segunda edición, 1ª impresión edición)*. Madrid (España): : McGraw-Hill / Interamericana de España, S.A.U.
- duis.gob. (13 de 02 de 2014). *Evaluación Financiera*. Obtenido de <http://www.duis.gob.mx/proceso/Pages/Evaluacion-Financiera.aspx>
- Ensminger, A., & Konlande, J. E. (2012). *oods and Nutrition Encyclopedia, Second Edition*. Mèxico : Esic .
- Gòmez, G. (11 de 10 de 2001). *Evaluaciòn Financiera*. Obtenido de Evaluacion Financiera: <http://www.gestiopolis.com/evaluacion-financiera-de-proyectos-caue-vpn-tir-bc-pr-cc/>
- Gòmez, M. (13 de 06 de 2015). *Estado de resulatdo*. Obtenido de Estado de resulatdo: https://prezi.com/e_fbicpbjsgf/estado-de-resultados-proyectado/
- Grande Esteban, I. (30 de junio de 2012). *Fundamentos y técnicas de investigación comercial*. Obtenido de Fundamentos y técnicas de investigación comercial.: <http://www.tiposde.com/ciencia/fuentesinformacion/tipos-de-fuentes-informacion>.

- INEC. (13 de 02 de 2014). *Cantón Shushufindi*. Obtenido de <http://www.inec.gob.ec>
- madehow.com. (10 de 02 de 2014). *How productos are made*. Obtenido de <http://www.madehow.com/Volume-7/index.html>
- Martinez, B. (2012). *Estadística y Muestreo*. Bogota: Ecoe. Obtenido de [https://es.wikipedia.org/wiki/Muestreo_\(estadística\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Muestreo_(estadística))
- Orejuela, S. P. (MAYO de 2012). <http://arevaloorejuelasarapatricia7am.blogspot.com/2012/05/historia-de-la-ropa-deportiva.html>. Obtenido de <http://arevaloorejuelasarapatricia7am.blogspot.com/2012/05/historia-de-la-ropa-deportiva.html>.
- Perdomo, A. (1998). *Planeación Financiera cuarta edicion*, . México : ECAFSA.
- Perèz, J. (2008). *Difinición de costo*. Obtenido de Difinición de costo: <http://definicion.de/costo/>
- Porter, M. (2003). *Las Cinco Fuerzas Competitivas*. México: Ediciones Deusto .
- Rodríguez M, A. (2007). *Concepto de ingreso*. Obtenido de Concepto de ingreso.
- Stantion, e. a. (1999). *"Fundamentos de Marketing" 11ª ed.* México: Ed. McGrawHill.
- Tamayo, & Tamayo. (13 de 02 de 1997). *investigación*. Obtenido de <http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2014/07/como-se-debe-citar-un-blog-como.html>.
- Urbano, M. (16 de 11 de 2015). *Economía Finanzas*. Obtenido de Economía Finanzas: <https://www.economiafinanzas.com/que-son-van-tir/>
- URBINA, G. V. (2010). *EVALUACION DE PROYECTOS SEXTA EDICION*. Obtenido de EVALUACION DE PROYECTOS SEXTA EDICION: <https://loslibrosquenecesitogratiss.files.wordpress.com>
- Valvasuata. (13 de 02 de 2014). *Costo Gasto* . Obtenido de <http://diferenciaentre.info/diferencia-entre-costo-y-gasto/>
- Vàquiro, J. (2015). *Punto de Equilibrio*. Obtenido de Punto de Equilibrio.
- wikipedia.org. (13 de 02 de 2014). *Que es poliester*. Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki/Poliéster>.

ANEXOS

Anexo N°1: Acta Constitutiva

Hoy xxx del mes de xxx de 2016, se reunieron en el cantón Shushufindi personas con interés de crear una actividad que genere estabilidad financiera, en la cual se establecerán disposiciones legales redactadas con máxima eficiencia que den testimonio en esta Acta Constitutiva:

- CARLA LORENA MACÍAS, con cédula de identidad 210019193-7 soltera, mayor de edad, libre de ejercer comercio bajo cualquier razón social.
- JOHANA BEATRIZ MUÑOZ, con cédula de identidad 210064575-9 soltera, mayor de edad, libre de ejercer comercio bajo cualquier razón social.
- KAREN PAOLA VELARDE, con cédula de identidad 210059102-9 soltera, mayor de edad, libre de ejercer comercio bajo cualquier razón social.
- NATALIA ALEJANDRA GARÓFALO, con cédula de identidad 2100510128 casada, mayor de edad, libre de ejercer comercio bajo cualquier razón social.
- ISABEL SUSANA ZURITA, con cédula de identidad 210060084-6 unión libre, mayor de edad, libre de ejercer comercio bajo cualquier razón social.
- SLENDY GABRIELA PAUCAR con cédula de identidad 160059636-3 soltera, mayor de edad, libre de ejercer comercio bajo cualquier razón social.

Anexo N°2: Encuestas

1. ¿Si se crea una nueva fábrica de elaboración de ropa deportiva, de existir calidad y precios competitivos, usted estaría dispuesto a adquirir los productos en esta nueva empresa?

Tabla N° 79. Pregunta 1

Opción	Cantidad	porcentaje	N° Personas
SI	245	66%	7570
NO	127	34%	3900
Total	372	100%	11.470

Fuente: Encuestados

Elaborado por: Isabel Zurita

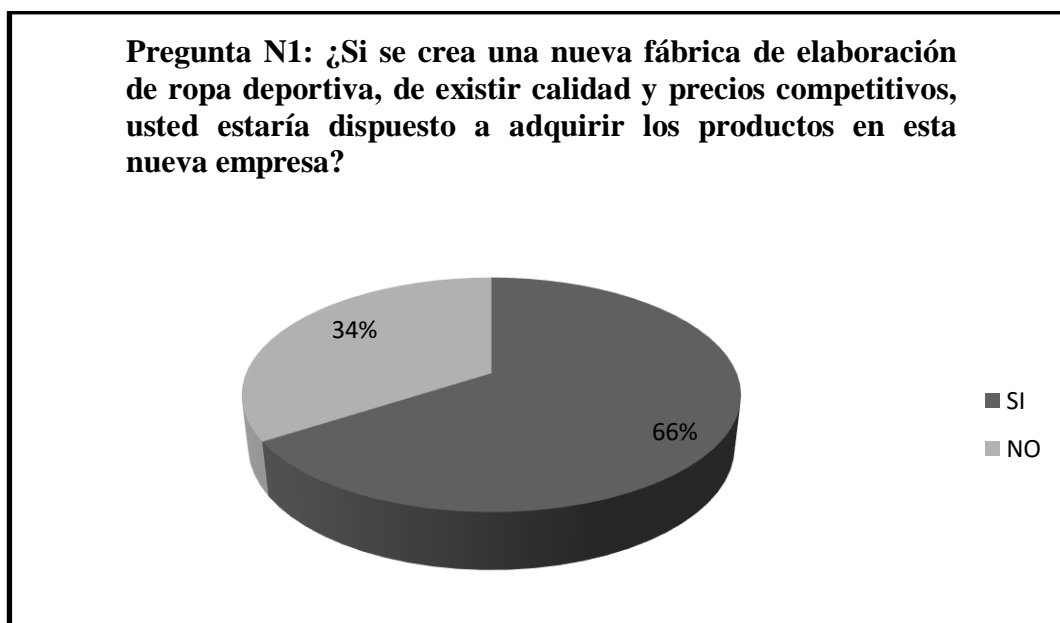


Gráfico N°21. Pregunta 1

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Isabel Zurita

Análisis

A la mayor parte de la población les gusta la idea de otra empresa de ropa deportiva, el porcentaje que respondió que SI es el 66%; y mientras 34% no le parecía.

2. ¿Le gusta vestir prendas deportivas cuando realiza algún tipo de deporte?

Tabla N°80. Pregunta 2

Opción	Cantidad	porcentaje	N° Personas
Siempre	209	56%	6423
A veces	160	43%	4932
Nunca	3	1%	115
Total	372	100%	11.470

Fuente: Encuestados

Elaborado por: Isabel Zurita

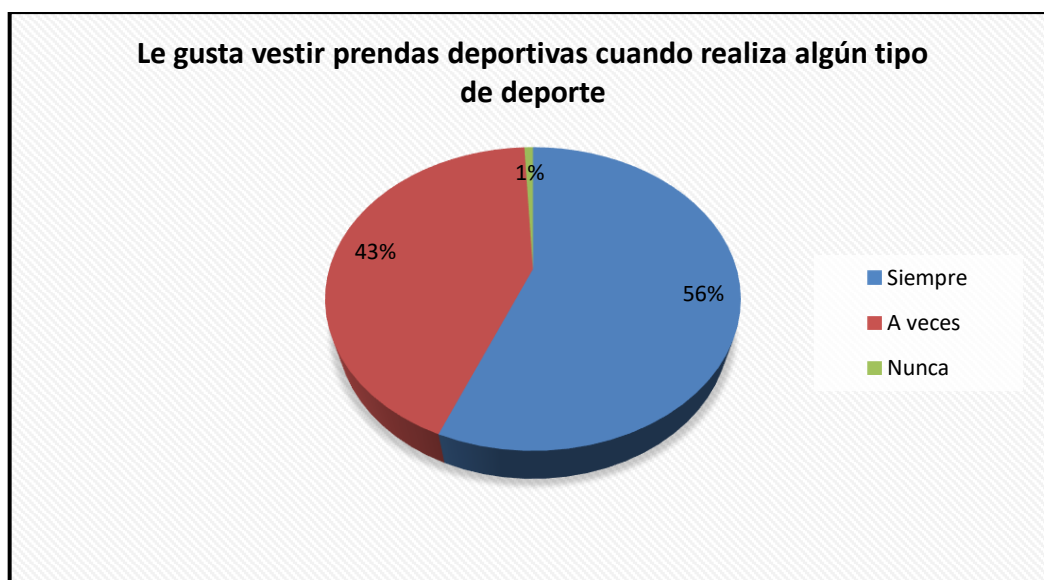


Gráfico N°22. Pregunta 2

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Isabel Zurita

Análisis

Del total de la población el 56% siempre les gusta utilizar prendas deportivas, el 43% a veces y nunca un 1%, la mayoría de las personas les gusta utilizar ropa deportiva, ya sea por sentirse cómodos al momento de realizar algún tipo de deporte.

3. ¿Compra usted prendas deportivas para realizar algún tipo de deporte?

Tabla N°81. Pregunta 3

Opción	Cantidad	Porcentaje	N° personas
Siempre	235	63%	7226
A veces	124	33%	3785
Nunca	16	4%	459
Total	375	100%	11.470

Fuente: Encuestados

Elaborado por: Isabel Zurita



Gráfico N°23. Pregunta 3

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Isabel Zurita

Análisis

Con los datos obtenidos el 63% de los encuestados mencionan que siempre compran ropa deportiva para realizar algún tipo de deporte, mientras que un 33% compran a veces y un 4% nunca. Con esto se dice que la mayoría de la población encuestada pueden ser clientes potenciales para el presente proyecto.

4. ¿Cuál es el beneficio que encuentras en una Ropa deportiva?

Tabla N°82. Pregunta 4

Opción	Cantidad	Porcentaje	N° personas
Comodidad	190	51%	5850
Colores a la moda	53	14%	1606
Marca de la ropa deportiva	129	35%	4015
Total	372	100%	11.470

Fuente: Encuestados

Elaborado por: Isabel Zurita

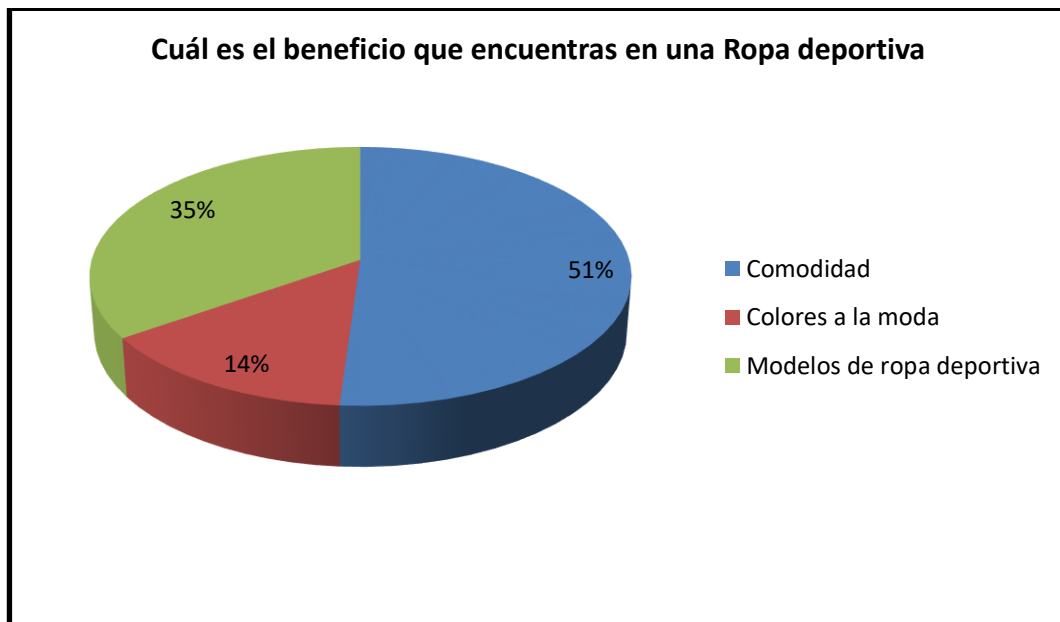


Gráfico N°24. Pregunta 4

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Isabel Zurita

Análisis

Muchas de las personas buscan algunas opciones en las prendas deportivas aquí tenemos que el 51% busca comodidad; mientras que el 35% buscan marcas de ropa deportiva y el 14% colores que estén a la moda.

5. ¿Cuál es la marca que más te llama la atención en ropa deportiva?

Tabla N°83. Pregunta 5

Opción	Cantidad	porcentaje	N° personas
Nike	235	63%	7226
Adidas	126	34%	3900
Umbro	11	3%	344
Total	372	100%	11.470

Fuente: Encuestados

Elaborado por: Isabel Zurita

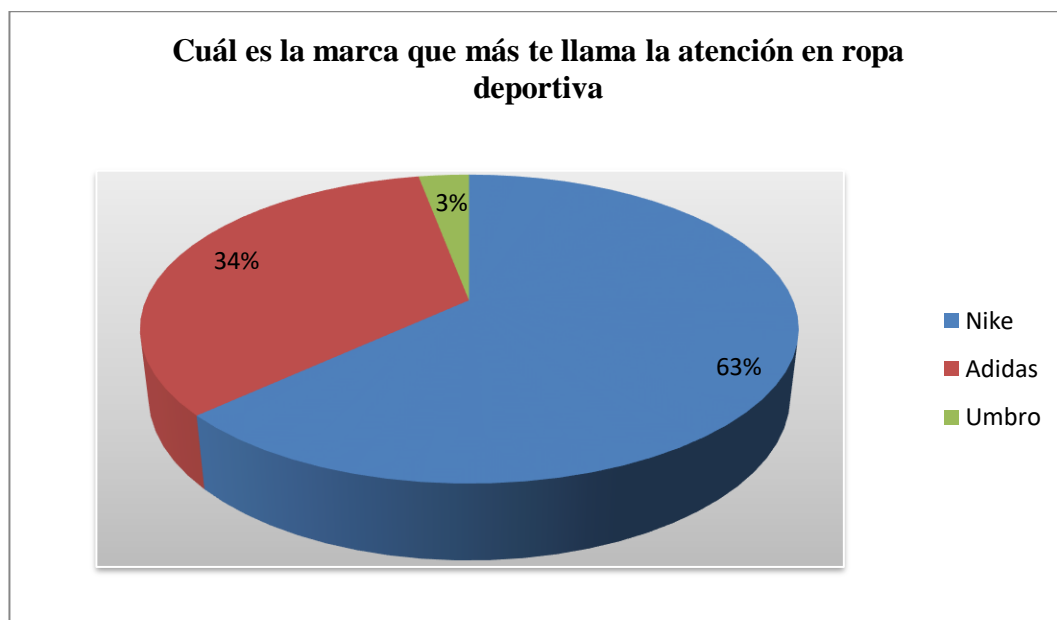


Gráfico N°25. Pregunta 5

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Isabel Zurita

Análisis

Hoy en día las personas utilizan la marca Nike en ropa, dando el 63% de las personas utilizan en vestimenta; y el 34% en Adidas y 3 % en umbro.

6. ¿Con que frecuencia compra ropa deportiva?

Tabla N°84. Pregunta 6

Opción	Cantidad	Porcentaje	N° personas
Quincenal	52	15%	1721
Trimestral	110	29%	3326
Semestral	210	56%	6423
Total	372	100%	11.470

Fuente: Encuestados

Elaborado por: Isabel Zurita

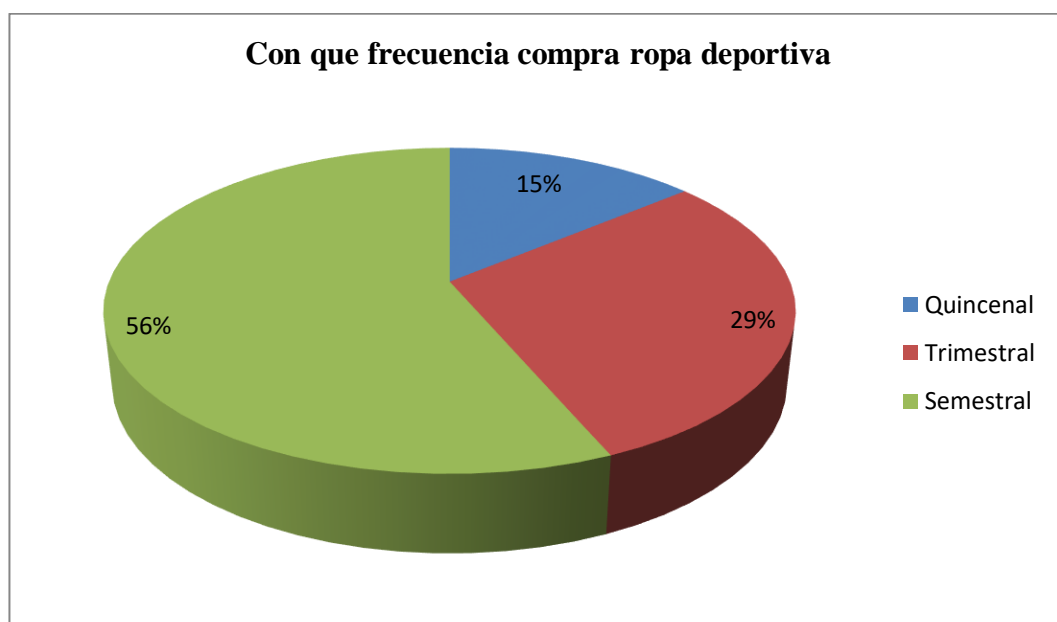


Gráfico N°26. Pregunta 6

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Isabel Zurita

Análisis:

Sabes que no todas las personas compra ropa quincenal, trimestral o semestral, se realizó esta pregunta porque ahí personas que realizan campeonatos de futbol cada tres meses o semestral en este caso tenemos 56% utilizan semestral; el 29% trimestral y 15% quincenal.

7. ¿Cuáles son las prendas deportivas que más utilizas?

Tabla N°85. Pregunta 7

Opción	Cantidad	Porcentaje	N° personas
Camisetas	135	36%	4129
Chompas y calentadores	86	23%	2638
Pantalonetas	34	9%	1032
Licras	117	32%	3670
Total	372	100%	11.470

Fuente: Encuestados

Elaborado por: Isabel Zurita

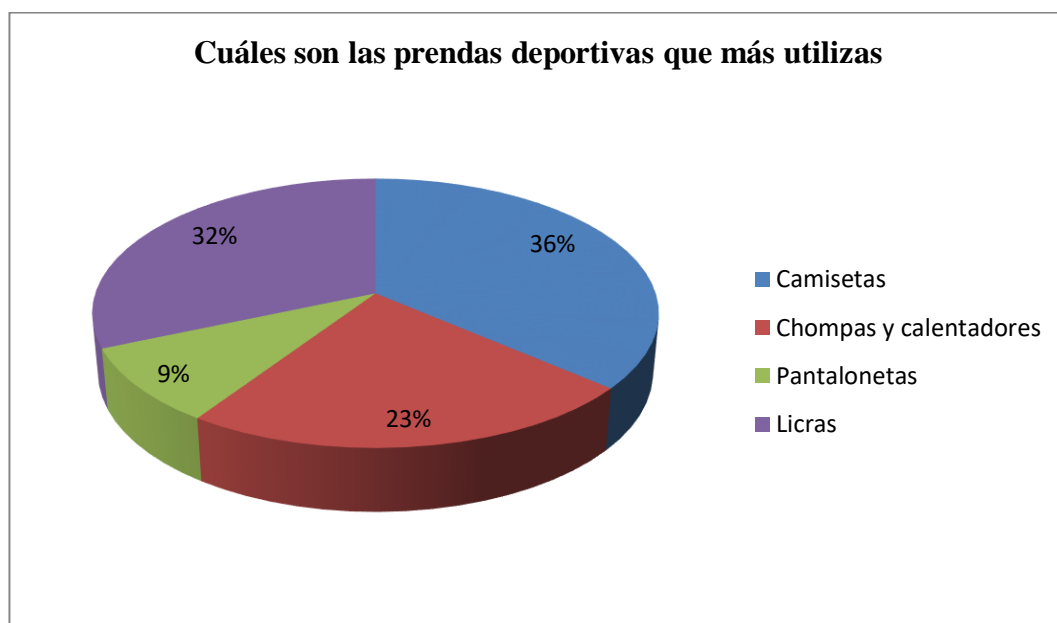


Gráfico N°27. Pregunta 7

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Isabel Zurita

Análisis

Tenemos que el 36% de las personas utilizan camisetas; el 32% licras; y el 23 % chompas y calentadores y con un 9% utilizan pantalonetas.

8. ¿Cuál es el valor que te gustaría pagar por las prendas deportivas?

Tabla N°86. Pregunta 8

Opción	Cantidad	Porcentaje	N° personas
15.00	143	38%	4359
17.00	132	36%	4129
20.00	64	17%	1950
25.00	33	9%	1032
Total	372	100%	11.470

Fuente: Encuestados

Elaborado por: Isabel Zurita

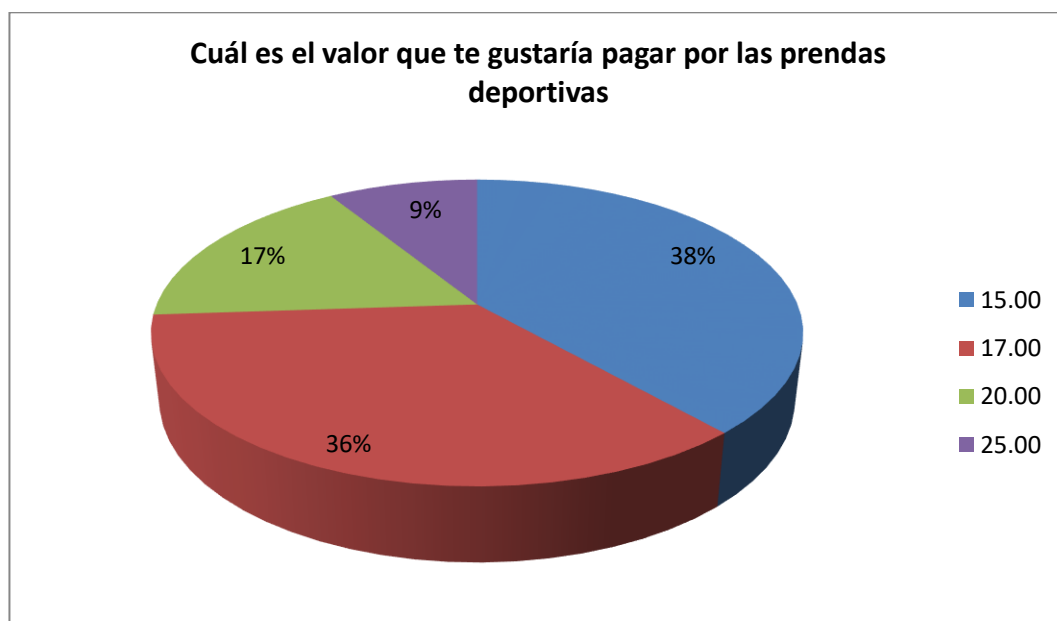


Gráfico N°28. Pregunta 8

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Isabel Zurita

Análisis

La mayoría de personas les intereso el precio de 15,00 dólares, con un porcentaje de 38%; mientras que el 36% el valor de 17,00; y el 17% del valor de 20,00 y el 9% 25,00.

9. ¿Te gustaría utilizar ropa deportiva con telas de alta calidad?

Tabla N°87. Pregunta 9

Opción	Cantidad	Porcentaje	N° personas
SI	232	62%	7111
NO	140	38%	4359
Total	372	100%	11.470

Fuente: Encuestados

Elaborado por: Isabel Zurita



Gráfico N°29. Pregunta 9

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Isabel Zurita

Análisis.

La mayoría de las personas contestaron que SI con un porcentaje del 62%; y el 38% que no toman en cuenta la calidad.

10. ¿Cuáles son las cualidades que usted ve antes de comprar ropa deportiva (Camisetas, Licras, pantalonetas y Chompa y calentador)?

Tabla N°88. Pregunta 10

Opción	Cantidad	Porcentaje	N° personas
Diseño	132	36%	4129
Precio	97	26%	2982
Calidad	143	38%	4359
Total	372	100%	11.470

Fuente: Encuestados

Elaborado por: Isabel Zurita

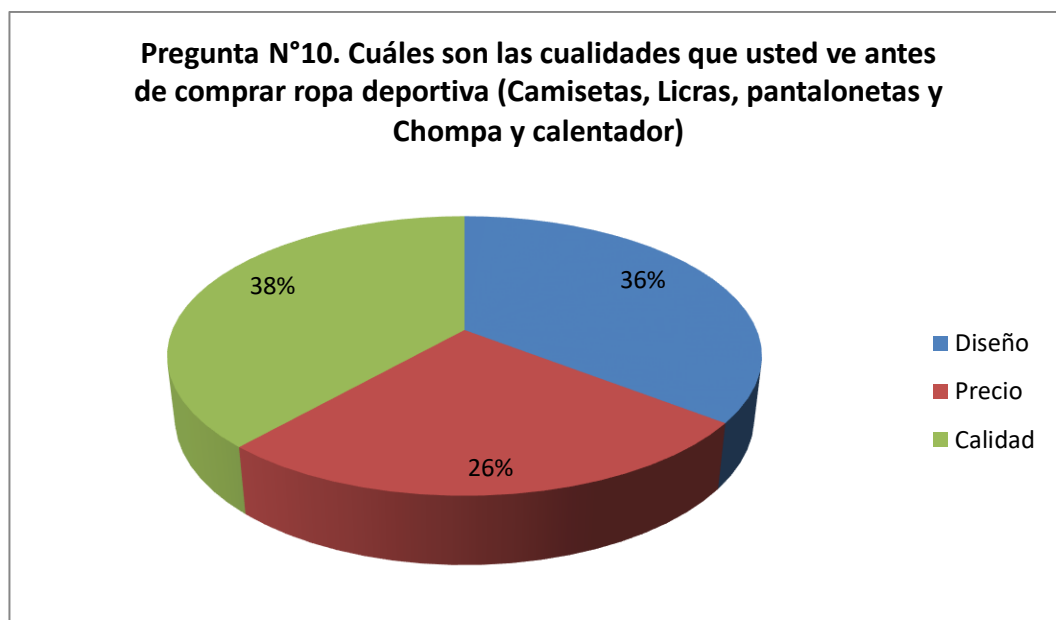


Gráfico N°30. Pregunta 10

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Isabel Zurita

Análisis

Hoy en día las personas se fijan en la calidad de la ropa deportiva, con un porcentaje 38% dijeron que antes de comprar miran la calidad; y tenemos que el 36% observan diseños de las prendas y por ultimo tenemos el precio con un porcentaje de 26%.

Anexo N°3: Tabla de amortización

Monto: 24.620,25

Tasa de interés mensual: 1,330%

N: 60

Tabla N°89. Tabla de amortización

Periodos	Inicial	Interés	Amort.	Cuota	final
0					24.620,25
1	\$24.620,25	\$327,45	\$270,74	\$598,19	24.349,51
2	\$24.349,51	\$323,85	\$274,35	\$598,19	24.075,16
3	\$24.075,16	\$320,20	\$277,99	\$598,19	23.797,17
4	\$23.797,17	\$316,50	\$281,69	\$598,19	23.515,48
5	\$23.515,48	\$312,76	\$285,44	\$598,19	23.230,04
6	\$23.230,04	\$308,96	\$289,23	\$598,19	22.940,80
7	\$22.940,80	\$305,11	\$293,08	\$598,19	22.647,72
8	\$22.647,72	\$301,21	\$296,98	\$598,19	22.350,74
9	\$22.350,74	\$297,26	\$300,93	\$598,19	22.049,82
10	\$22.049,82	\$293,26	\$304,93	\$598,19	21.744,88
11	\$21.744,88	\$289,21	\$308,99	\$598,19	21.435,90
12	\$21.435,90	\$285,10	\$313,10	\$598,19	21.122,80
13	\$21.122,80	\$280,93	\$317,26	\$598,19	20.805,54
14	\$20.805,54	\$276,71	\$321,48	\$598,19	20.484,06
15	\$20.484,06	\$272,44	\$325,76	\$598,19	20.158,31
16	\$20.158,31	\$268,11	\$330,09	\$598,19	19.828,22
17	\$19.828,22	\$263,72	\$334,48	\$598,19	19.493,74
18	\$19.493,74	\$259,27	\$338,93	\$598,19	19.154,81
19	\$19.154,81	\$254,76	\$343,43	\$598,19	18.811,38
20	\$18.811,38	\$250,19	\$348,00	\$598,19	18.463,38
21	\$18.463,38	\$245,56	\$352,63	\$598,19	18.110,75
22	\$18.110,75	\$240,87	\$357,32	\$598,19	17.753,43
23	\$17.753,43	\$236,12	\$362,07	\$598,19	17.391,35
24	\$17.391,35	\$231,30	\$366,89	\$598,19	17.024,46
25	\$17.024,46	\$226,43	\$371,77	\$598,19	16.652,70
26	\$16.652,70	\$221,48	\$376,71	\$598,19	16.275,98
27	\$16.275,98	\$216,47	\$381,72	\$598,19	15.894,26
28	\$15.894,26	\$211,39	\$386,80	\$598,19	15.507,46
29	\$15.507,46	\$206,25	\$391,94	\$598,19	15.115,52
30	\$15.115,52	\$201,04	\$397,16	\$598,19	14.718,36
31	\$14.718,36	\$195,75	\$402,44	\$598,19	14.315,92
32	\$14.315,92	\$190,40	\$407,79	\$598,19	13.908,13
33	\$13.908,13	\$184,98	\$413,22	\$598,19	13.494,91
34	\$13.494,91	\$179,48	\$418,71	\$598,19	13.076,20
35	\$13.076,20	\$173,91	\$424,28	\$598,19	12.651,92
36	\$12.651,92	\$168,27	\$429,92	\$598,19	12.222,00

37	\$12.222,00	\$162,55	\$435,64	\$598,19	11.786,36
38	\$11.786,36	\$156,76	\$441,43	\$598,19	11.344,92
39	\$11.344,92	\$150,89	\$447,31	\$598,19	10.897,62
40	\$10.897,62	\$144,94	\$453,26	\$598,19	10.444,36
41	\$10.444,36	\$138,91	\$459,28	\$598,19	9.985,08
42	\$9.985,08	\$132,80	\$465,39	\$598,19	9.519,69
43	\$9.519,69	\$126,61	\$471,58	\$598,19	9.048,10
44	\$9.048,10	\$120,34	\$477,85	\$598,19	8.570,25
45	\$8.570,25	\$113,98	\$484,21	\$598,19	8.086,04
46	\$8.086,04	\$107,54	\$490,65	\$598,19	7.595,39
47	\$7.595,39	\$101,02	\$497,17	\$598,19	7.098,22
48	\$7.098,22	\$94,41	\$503,79	\$598,19	6.594,43
49	\$6.594,43	\$87,71	\$510,49	\$598,19	6.083,94
50	\$6.083,94	\$80,92	\$517,28	\$598,19	5.566,67
51	\$5.566,67	\$74,04	\$524,16	\$598,19	5.042,51
52	\$5.042,51	\$67,07	\$531,13	\$598,19	4.511,38
53	\$4.511,38	\$60,00	\$538,19	\$598,19	3.973,19
54	\$3.973,19	\$52,84	\$545,35	\$598,19	3.427,84
55	\$3.427,84	\$45,59	\$552,60	\$598,19	2.875,24
56	\$2.875,24	\$38,24	\$559,95	\$598,19	2.315,28
57	\$2.315,28	\$30,79	\$567,40	\$598,19	1.747,88
58	\$1.747,88	\$23,25	\$574,95	\$598,19	1.172,94
59	\$1.172,94	\$15,60	\$582,59	\$598,19	590,34
60	\$590,34	\$7,85	\$590,34	\$598,19	-0,00
		\$11.271,36	\$24.620,25		

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Isabel Zurita

Anexo N°4: Rol de Pagos

Tabla N°90. Rol administrativo

especificaciones	Gerente	Secretario – contador	Jefe de ventas	Jefe de producción	Vendedor	Asesor
Sueldo Básico	450,00	450,00	366,00	366,00	366,00	
Décimo Tercero (S./12)	37,50	37,50	30,50	30,50	30,50	
Décimo Cuarto (S.B./12)	30,50	30,50	30,50	30,50	30,50	
Vacaciones (S./24)	18,75	18,75	15,25	15,25	15,25	
Aporte Patronal IEES (11,15%)	50,18	50,18	40,81	40,81	40,81	50,00
Fondos de Reserva (8,33%)						
Total Remuneración mensual	586,93	586,93	483,06	483,06	483,06	50,00
Total Anual	7.043,16	7.043,16	5.796,72	5.796,72	5.796,72	600,00

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Isabel Zurita

Tabla N°91. rol de operarios

Especificaciones	Operario de moldes	Operario cortadora	Operario costurera	Operario de planchando	Operario de estampado / etiquetado	Operario de producto terminado
Sueldo Básico	366,00	366,00	366,00	366,00	366,00	366,00
Décimo Tercero (S./12)	30,50	30,50	30,50	30,50	30,50	30,50
Décimo Cuarto (S.B./12)	30,50	30,50	30,50	30,50	30,50	30,50
Vacaciones (S./24)	15,25	15,25	15,25	15,25	15,25	15,25
Aporte Patronal IEES (11,15%)	40,81	40,81	40,81	40,81	40,81	40,81
Fondos de Reserva (8,33%)						
Total Remuneración mensual	483,06	483,06	483,06	483,06	483,06	483,06
Total Anual	5.796,72	5.796,72	5.796,72	5.796,72	5.796,72	5.796,72

Fuente: Elaboración propia
 Elaborado por: Isabel Zurita