UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Titulo:

"PROYECTO DE FACTIVILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA DE CONFECCIÓN DE ROPA DEPORTIVA Y SU COMERCIALIZACION EN LAS ESCUELAS Y COLEGIOS DE LA CIUDAD DE LOJA"

TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE **INGENIERO COMERCIAL**

AUTOR:

Milton Oswaldo Macas García

DIRECTOR:

Dr. Luis Quizhpe Salinas

LOJA – ECUADOR

2013

CERTIFICACIÓN

Dr.

Luis Quizhpe Salinas.

DOCENTE DE LA MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA.

CERTIFICA:

Haber dirigido el presente trabajo de investigación titulado: **"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA DE CONFECCION DE ROPA DEPORTIVA Y SU COMERCIALIZACION EN LAS ESCUELAS Y COLEGIOS DE LA CIUDAD DE LOJA"** elaborado por el aspirante al Título de Ingeniero Comercial, señor: Milton Oswaldo Macas García, y revisada bajo mi dirección, por lo tanto una vez cumplido con los requisitos de Ley y las Normas Generales para la Graduación en la Universidad Nacional de Loja, autorizo su presentación para la sustentación y defensa oral de grado.

Loja, Octubre de 2013

Atentamente.

Dr. Luis Quizhpe Salinas.
DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Yo Milton Oswaldo Macas García declaro ser autor(a) del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi tesis en el repositorio Institucional-biblioteca Virtual.

AUTOR: Milton Oswaldo Macas García

FIRMA: .....

CÉDULA: 1102810965

FECHA: Loja, Octubre de 2013

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.

Yo, Milton Oswaldo Macas García declaro ser autor de la Tesis titulada: **PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA DE CONFECCION DE ROPA DEPORTIVA Y SU COMERCIALIZACION EN LAS ESCUELAS Y COLEGIOS DE LA CIUDAD DE LOJA** Como requisito para optar al Grado de: **INGENIERO COMERCIAL**: autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional:

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia de la Tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 14 días del mes de octubre del dos mil trece, firma el autor.

FIRMA:.....
AUTORA: Milton Oswaldo Macas García
CÉDULA: 1102810965
DIRECCIÓN: Loja, calle Guatemala y estados Unidos
CORREO ELECTRÓNICO: macasmil_332@hotmail.com
TELÉFONO: 2587594 CÉLULAR: 0979680810

DATOS COMPLEMENTARIOS

DIRECTOR DE TESIS: Dr. Luis Quizhpe Salinas

TRIBUNAL DE GRADO:

Ing. Mg. Lolyta Hualpa Lima	**(Presidente)**
Ing. Mg. Edison Espinosa Bailón	**(Vocal)**
Ing. Mg. Carlos Rodríguez Armijos	**(Vocal)**

DEDICATORIA

El esfuerzo y la perseverancia son dos grandes recursos que me ha permitido llegar hasta la culminación de mis estudios superiores, en la cual existen y han existido personas que han contribuido significativamente en mis sueños.

Esta Tesis la dedico con todo mi amor, corazón y agradecimiento primeramente a **DIOS** por darme la vida y permitirme despertar cada mañana con el ánimo de continuar en la búsqueda de mis ideales, metas y propósitos de superación personal.

A mi esposa amada, por apoyarme a cada momento, los cuales han contribuido a la realización de este sueño tan anhelado.

A mis hijos queridos, por estar siempre a mi lado incondicionalmente, a todos ellos gracias por brindarme la confianza, la seguridad y el apoyo necesario, para llegar a fortalecerme como persona de manera intelectual y comprender que con esfuerzo y dedicación puedo forjar un futuro promisorio como profesional.

Milton Oswaldo Macas Gracia

AGRADECIMIENTO

Quiero dejar constancia de mi sincero agradecimiento a la Universidad Nacional de Loja, a la Modalidad de Estudios a Distancia “MED” en la Carrera de Administración de Empresas, por haberme permitido pertenecer y asistir a sus aulas, brindarme la oportunidad de obtener valiosos conocimientos, permitiéndome culminar con éxito mis estudios y preparación académica.

A la planta Docente de la Carrera, quienes me han orientado con sus sabios conocimientos y experiencias, brindándome compresión y ayuda en la formación superior y profesional.

Un especial agradecimiento al Sr. Dr. Luis Quizhpe Salinas, Director de Tesis, que con su apoyo supo regir adecuadamente el desarrollo de mi tesis hasta su culminación.

EL AUTOR

a) TITULO

"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONFECCION DE ROPA DEPORTIVA Y SU COMERCIALIZACION EN LAS ESCUELAS Y COLEGIOS DE LA CIUDAD DE LOJA"

b) RESUMEN

El proyecto presentado, se enmarca dentro de los lineamientos universitarios establecidos para el Décimo Módulo de la Carrera de Administración de Empresas, en este proyecto hemos tenido que poner en práctica muchos de los conocimientos adquiridos desde los primeros módulos de la misma, teniendo como objetivo claro la presentación de un proyecto de factibilidad para la implementación de una empresa productora de ropa deportiva para los estudiantes de escuelas, colegios y su posterior comercialización en la ciudad de Loja.

En la introducción presentamos un breve análisis de la situación económica de nuestro país en cuanto se refiere a la industria, a continuación en los Materiales y Métodos se presentan las técnicas de recolección de información y los métodos de investigación que nos sirvieron para presentar los resultados de nuestro trabajo.

En primer lugar, establecimos un estudio de mercado a 400 estudiantes, en donde se consideraron varios aspectos como es si estarían dispuestas a adquirir nuestro producto, situación que fue afirmativa, en cuanto a la oferta se realizó una entrevista a 15 propietarios de establecimientos productores de ropa deportiva, lo cual determinaron un valor promedio anual de consumo en ropa deportiva para los estudiantes de las escuelas y colegios de la ciudad.

En el Estudio Técnico efectuado se determinó el tamaño y localización, adjuntando un croquis de la ubicación del terreno y el plano de la distribución física de la planta, la ingeniería del proyecto presenta el proceso productivo con todas sus fases, además establecimos la ubicación de nuestra empresa en la

Urbanización San Rafael, cuyo espacio físico es de nuestra propiedad y cuenta con todos los servicios básicos para su normal funcionamiento.

En cuanto al Estudio Organizacional y Administrativo, se ha pensado en una empresa de Responsabilidad Limitada, cuyo nombre o razón social sería “DEPORLOJA S. A.”, estableciendo su organización jurídica con los aspectos legales, y tomando en cuenta las condiciones favorables que presenta este tipo de empresa.

En el Estudio Financiero, se presenta la inversión inicial con un capital propio de $ 47070,01 y el financiamiento mediante crédito bancario de $ 70000,00 obteniendo una inversión total de $ 117070,01; , para el primer año de funcionamiento se necesita la cantidad de $ 169105,88 dólares y detallo a continuación los indicadores de evaluación financiera del proyecto, como el VAN que es de 397004,75 el TIR de 79,94%, la Relación Beneficio Costo que determina que por cada dólar invertido se obtendrá 0,97 centavos de dólar, la inversión se recuperará en 6 años, 0 meses y 11 días; y el análisis de sensibilidad determina que con un incremento de los costos del 28% y un decremento de los ingresos del 14,50% no afecta a la empresa; estos indicadores determinan que es aconsejable la implementación de esta empresa.

Toda esta información ha permitido reflejar mi opinión, mediante el planteamiento de conclusiones y recomendaciones pertinentes en cuanto al presente trabajo de investigación.

SUMMARY

The presented project, it is framed inside the established university limits for the Tenth Module of the Career of Administration of Companies, in this project we have had to put into practice many of the acquired knowledge from the first modules of the same one, having as clear objective the presentation of a project of feasibility for the implementation of a company producer of sport clothes for the students of schools, schools and their later commercialization in the city of Loja.

In the introduction we present an economic brief analysis of the situation of our country as soon as he/she refers to the industry, next in the Materials and Methods are presented the techniques of gathering of information and the investigation methods that were good us to present the results of our work.

In the first place, we established a market study to 400 students where were considered several aspects like it is if they would be willing to acquire our product, situation that was affirmative, as for the offer was carried out an interview to 15 proprietors of establishments producing of sport clothes, that which you/they determined a value averages yearly of consumption in sport clothes for the students of the schools and schools of the city.

In the actual Technical Study it was determined the size and localization, attaching an outline of the location of the land and the plane of the physical distribution of the plant, the engineering of the project presents the productive process with all its phases, we also established the location of our company in the Urbanization San Rafael whose space physique is of our property and bill with all the basic services for its normal operation.

As for the Organizational and Administrative Study, it has been thought of a company of Limited Responsibility whose name or social reason would be "DEPORLOJA S. A.", establishing its artificial organization with the legal aspects, and taking into account the favorable conditions that it presents this company type.

In the Financial Study, the initial investment is presented with a capital characteristic of $47070,01 and the financing by means of bank credit of $70000,00 obtaining a total investment of $117070,01;, for the first year of operation the quantity is needed of $169105,88 dollars and I detail the indicators of financial evaluation of the project next, as the VAN that is of 397004,75 the TIR of 79,94%, the Relationship Benefits Cost that determines that for each overturned dollar it will be obtained 0,97 cents the dollar, the investment will recover in 6 years, 0 months and 11 days; and the analysis of sensibility determines that with an increment of the costs of 28% and a decrement of the revenues of 14,50% doesn't affect to the company; these indicators determine that it is advisable the implementation of this company.

This whole information has allowed to reflect my opinion, by means of the position of summations and pertinent recommendations as for the present investigation work.

c) INTRODUCCION

En los países del mundo se avanza a pasos agigantados, pese a los problemas económicos políticos y sociales que existen, la mejor forma es afrontarlos y buscar nuevas formas de desarrollo, competitivas en la innovación de buenos sistemas organizativos.

Nuestro país, no representa competencia alguna con los países desarrollados, ya que la pobreza económica por la que atraviesan es por la falta de producción nacional y no tiene relación con el crecimiento poblacional que existe, la población crece y no crece la productividad y por ello debemos de estar obligados a renovar, innovar y poner nuevos servicios a los clientes, mostrando a la sociedad una imagen fresca en responsabilidad, seguridad y productividad competitiva.

En la provincia de Loja, la mayor parte de las empresas de bienes y servicios, tienen poca creatividad y no muestran una producción eficiente, innovación o interés en satisfacer el bien social que se debe dar hacia la comunidad, en productos elaborados de buena calidad y a precios módicos y de esta forma no adquirir productos importados de otros países que no dejan impuestos a nuestro país.

Los problemas que atraviesan las empresas, en la ciudad de Loja; en lo relacionado a la confección de ropa deportiva y que afectan directamente a su desarrollo, es el de no contar con técnicas de producción eficientes, falta de capacitación al personal administrativo y obrero, una ineficiente cultura empresarial a la hora de invertir, poca o nada tecnología de punta, elevados impuestos, y falta de una buena preparación técnica y científica.

Las dificultades relacionados anteriormente crean una perspectiva relevante en las empresas de confección y comercialización de ropa deportiva, y previamente expuesto se determina el siguiente problema." La falta de una empresa productora y comercializadora de ropa deportiva, con calidad y servicio en la ciudad, no les permite a los estudiantes tener una excelente satisfacción, a la hora de adquirir el producto terminado".

Con el presente trabajo investigativo trataremos de brindar alternativas que contribuyan a una mejor elaboración del producto y un mejor desarrollo en el crecimiento empresarial, por lo consiguiente es necesario el de crear esta empresa productora y comercializadora de ropa deportiva la misma que coadyuvará a una buena calidad de vida de todos los estudiantes en las escuelas y colegios de nuestra ciudad y aportar con fuentes de trabajo a la sociedad lojana, lograr tener una menor fuga de mano de obra hacia otros países y con ello contrarrestar el monopolio empresarial y una elevada inflación de los productos elaborados en nuestra ciudad.

El documento de estudio consta de las siguientes partes: incluye una metodología utilizada, misma que se sustenta en la determinación del método de investigación utilizado, las técnicas investigativas aplicadas

en la exposición y discusión de resultados, se presenta en primer lugar un análisis situacional para conocer el entorno en donde funcionara la nueva idea de negocio, se detalla el estudio de mercado con el análisis de la oferta y la demanda, para luego presentar el estudio técnico que determina el tamaño, la localización y la ingeniería del proyecto, en el estudio administrativo se propone la organización legal y la organización administrativa conteniendo los organigramas y manual de funciones, en el estudio financiero se calcula las

inversiones, se establece las fuentes de financiamiento, los presupuestos, los estados financieros y con el flujo de caja se realizara la evaluación financiera aplicando los indicadores VAN, B/C, PRC, TIR, y análisis de sensibilidad.

Una vez realizada la investigación se presenta las conclusiones y recomendaciones a las que llego luego de su análisis, se hace constar un resumen de la presentación y discusión de resultados del proyecto propuesto, definiendo las partes más importantes, una biografía pertinente, los anexos requeridos y el índice del informe final.

La presente investigación contiene la Metodología utilizada que describe los métodos y técnicas empleados en la elaboración de este trabajo y que nos permite alcanzar la meta propuesta, luego se encuentra la Discusión de Resultados que comprende: Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Estudio Organizacional, Estudio Financiero.

Estudio de Mercado: Se pudo conocer una oferta de 45240 uniformes al año y una demanda efectiva de 66069 uniformes deportivos, como también la demanda insatisfecha de 27789 uniformes que requieren en el mercado.

Estudio Técnico: *C*ontiene la capacidad instalada de 31104 uniformes deportivos que representa la capacidad máxima del proyecto y una capacidad utilizada de 23328 que equivale al 75% de la capacidad instalada, así como también el tamaño y localización adecuada y la Ingeniería del Proyecto que permite acoplar los recursos físicos para los requerimientos óptimos de producción.

Estudio Organizacional: Se describe la organización jurídica y administrativa de la empresa; se propone su nombre y se sugiere un Manual de funciones de los puestos para el personal de la empresa.

Estudio Financiero: Se ordenó y sistematizó la información de carácter monetario estableciéndose una inversión de $117070,01 y se elaboró los cuadros de presupuestos.

Finalmente mediante una evaluación financiera con el uso de indicadores de evaluación.

Según los estudios realizados es factible la realización del proyecto, con lo cual se cumple el objetivo propuesto, con ello se pudo establecer las conclusiones y recomendaciones correspondientes.

d) REVISION DE LITERATURA

MARCO TEORICO REFERENCIAL

ANTECEDENTES

ROPA DEPORTIVA

Cada día, la ropa deportiva, gana un espacio más importante dentro de la industria, a medida que el deporte se ha ido masificando la ropa deportiva ha ido penetrando con mayor fuerza en los distintos segmentos de la población, en la actualidad existen variadas marcas en este rubro que obtiene ganancias importantes por este concepto, las campañas publicitarias por parte de estas organizaciones de ropa deportiva son bastante efectivas y tratan de impulsar a las personas a realizar ejercicio de manera frecuente como un verdadero estilo de vida a llevar; esto es un beneficio tanto para las personas como para las empresas.

Claramente existen países donde el deporte es una actividad realizada todo el tiempo y de manera constante por un porcentaje importante de la población; la ropa deportiva entonces cobra su importancia, no hay que dejar de tomar en cuenta que existe un número variado de deportes que se pueden practicar, basta con que una persona busque el que más le acomoda, y encuentre la ropa deportiva para practicarlo.

Existen deportes característicos de cada país, dependiendo de su posición geográfica y de su clima, están los deportes de invierno en la montaña, los que se practican en la ciudad, los que se realizan en el mar y para todos ellos existe una ropa adecuada, fabricada especialmente.

Cada día la ropa deportiva va más de la mano con las tecnologías imperantes, por medio de este proceso se pueden sacar prendas más eficientes para el deporte que se practica, con ello las marcas en el caso de los deportistas profesionales se pueden mejorar, para el resto de los mortales, estos avances en la ropa deportiva sirven para facilitar y hacer más agradable el deporte.

Es tanta la expansión de la ropa deportiva en la actualidad, que ya han abierto centros comerciales que venden exclusivamente estas prendas, por ello, si usted desea comenzar a realizar deporte o ya lo practica, no dude en buscar aquella prenda que lo haga sentir más cómodo al momento de ejercitarse

Historia de la ropa deportiva.

Historia de la ropa

A lo largo de la historia, la ropa siempre sirvió para identificar las filiaciones sociales, el primer diseño de ropa se dio en el jardín del Edén, cuando Eva compró una bonita hoja de parra muy "fashion", y le regaló otra igual a su novio Adán, este se sintió un poco avergonzado de que una prenda tan pequeña sirviera para tapar sus partes, y decidió ir a la tienda a cambiarla por una hoja de banano o algo así. El altísimo, dueño de la tienda, le explicó que no tenían nada más en existencias porque con las rebajas se habían agotado hasta los disfraces de serpiente, así que Adán pidió que le devolvieran el dinero, pero la única respuesta que obtuvo fue que, como mucho, se podía llevar un vale, ese día el hombre aprendió una valiosa lección.

En la edad de piedra, todo se hacía de dicho material, incluida la ropa, existían las camisetas de piedra, los zapatos de piedra (con sus respectivas piedras en los zapatos), las chaquetas de piedra (¿y tú pensabas que las de cuero eran pesadas?) y los calzoncillos de piedra, esta ropa no resultaba muy práctica para correr detrás de los dinosaurios, pero sí para protegerse de la radiación (muy importante en aquellos tiempos en que los duendes de plutonio aún no estaban extintos).

Durante la edad media, los cinturones de castidad, ideados por diseñadores Europeos, fueron grito y plata, tuvieron importantes peleas con Marco Polo, quien trajo ropa de China a muy bajo coste, los herreros exigieron medidas aduaneras contra las imitaciones orientales, pero la gente las siguió comprando a pesar de que las anillas de acero se deshilachaban a las pocas semanas de usarlas.

En el siglo XVIII, las pelucas extremas habían llegado a su tope en cuanto a la capacidad de innovación, los diseñadores de todo el mundo estaban

desesperados porque no sabían cómo decorar las cabezas de los nobles con algo que no fuese una de esas pelucas, finalmente, un diseñador francés llamado; Guillotin dio con la solución, como sin pelucas no quedaban bien, lo mejor era eliminar las cabezas, sus diseños causaron furor en Francia durante un período de tiempo breve, pero intenso, al menos para el mundo de la moda.

En la actualidad, la ropa sirve no sólo para vestirse y estar a la última, sino también para indicar un rol o status social, la gente que tiene un posición social más elevada, es decir, que vive desde la sexta planta hacia arriba, se viste con las ropas más novedosas de los grandes diseñadores, como los vaqueros desgastados artificialmente, la ropa hecha con poquísimas piezas de tela o el calzado *retro* de las grandes marcas, el resto de la gente, en cambio, tiene que conformarse con pantalones que parezcan nuevos o zapatos que no parezcan de hace treinta años, pobres.

Naturalidades de la ropa deportiva.

El deporte es un claro ejemplo de consumismo en el presente, este consumo de bienes y servicios deportivos está vinculado a la figura corporal y la apariencia, ya que ahora el hacer deporte implica moverse en espacios públicos donde se exhibe la indumentaria, también este consumo está unido a una puesta en juego del cuerpo, las prácticas, la ropa o los accesorios utilizados para el deporte implican una forma de utilizar y de presentar el cuerpo.

Reebok, Adidas y Niké (por orden de aparición) son grandes reyes del mundo deportivo y han conseguido que hoy no solo luchen los equipos en los campos, sino que también compitan las marcas, todas patrocinan a alguna selección, equipo, liga y/o deportista de diferentes disciplinas, que han llevado, mejor que

cualquier agencia de publicidad, la imagen de estas compañías a todo el mundo, actualmente es inconcebible que una estrella deportiva no tenga atrás a un supera gente, esa persona que en realidad le "fabrica" la imagen y le consigue otros negocios con firmas comerciales.

En Ecuador, muy lejos de los reyes del mercado, tenemos empresas nacionales con marcas deportivas propias, por ejemplo Maratón sport, Kao sport center, etc.; las más grandes del país.

CLASIFICACION DE LA ROPA DEPORTIVA.

Que es la ropa deportiva.

La ropa de deportiva es ropa diseñada para practicar deportes, es distinta dependiendo de la situación y el deporte. Es diseñada para darle una mayor comodidad al deportista y mayor facilidad a la hora de ejercer el deporte,

Ropa deportiva

Propiedades de la ropa deportiva.

Entre las principales propiedades de la ropa deportiva tenemos son; Las telas y los Hilos que son la base fundamental para su elaboración.

Las Telas

Definición

Se llama tejido al cuerpo obtenido en forma de lámina mediante el cruzamiento y enlace de dos series de hilos textiles, una longitudinal y otra transversal, hay tejidos que se han hecho con un solo hilo, que se enlaza consigo mismo, como en el caso de los géneros de punto por trama, el ganchillo, etc.

Otros están formados por una serie de hilos, como el género de punto por urdimbre y algunos encajes; ciertos tules, por ejemplo, se hacen con más de dos series de hilos, por lo general, llamamos *TELA* a toda obra hecha con telar. Si bien existen también telas no tejidas.

El tejido común, el más corriente y abundante, el más importante, está compuesto por dos series de hilos, longitudinal y transversal; la serie longitudinal se llama urdimbre y la transversal se llama trama, en la que cada una de sus unidades recibe el nombre de pasada. Los hilos de cada serie son paralelos entre sí.

TIPOS DE TELAS

Telas tejidas: de calada o a la plana, de punto o tricot, telas especiales.

Tipos de tela

Cada prenda tiene sus características específicas de acuerdo con el diseño y el material que se utilice, es importante conocer las propiedades de los materiales por varias razones, como por ejemplo para saber los cuidados que se le deben dar a la ropa, y no es fácil reconocerlas y diferenciarlas si no se tiene experiencia en el área, sin embargo, se puede tener alguna idea de los tipos principales y sus usos, lo importante es reconocer los grupos básicos como: algodones, linos, sedas y lanas, entre otras.

Aquí se presenta una lista de los nombres de telas que se pueden encontrar en el mercado, unas son más comunes que otras y puede que ciertos tipos no se consigan en todas partes.

Acetato	Nailon o Nilón (Nylon)
Acrílicos	Organdí
Alpaca	Oxford
Angora (Mohair)	Paño
Cachemira	Pelo de Camello
Castor	Pie de Pool (estrellado)
Cheli o chalis	Polar
Chifon o tul (Velo gasa de ceda)	Poliéster
Conejo Angora	Pongee
Crepé	Popelina
Damasco (Damask)	Quick Dry
Douppioni	Satín
Dril	Rayón (Viscosa)
Dry Feet	Rip Stop
Franela (Lanilla)	Satén
Gabardina	Seda Natural (Tussah)
Gasa	Tafetán
Georgette	Tela Elástica (Spandex)
Ignífuga	Terciopelo (Velvet)
Ipora	Tweed
Lona	Vellón
Mezclilla (Dril de algodón)	Velur

Los Hilos

Definición

Se denomina hilo al conjunto de fibras textiles, continuas o discontinuas, que se tuercen juntas alcanzando una gran longitud y que es directamente empleado para la fabricación de tejidos y para el cocido de estos. Si son fibras de filamento continuo se las denomina *HILO CONTINUO*, y si se trata de fibras discontinuas formarán el llamado *HILADO*.

Características generales de los hilos.

Son las características definitorias de los mismos; así su composición, grosor, elasticidad, regularidad, etc., se han de expresar con fórmulas estándar,

cuantificadas en unidades normalizadas internacionalmente y que son suficientes para que diferentes hilos tengan un nombre propio con el que se pueda definir y conocer.

Su composición.- Se analiza mediante el microscopio o mediante reactivos específicos que detectan la presencia de componentes determinados.

El diámetro o grosor.- De aquí se determina el titulo o número de ese hilo, y se estudia mediante el aspes y/o la balanza.

El índice de torsión y de retorsión.- Se estudia mediante un aparato específico para este examen, el torsiómetro, y fija el índice de torsión de ese hilo.

Su resistencia.- Su medida se expresa en el epígrafe longitud de rotura, que significa la longitud máxima que un hilo puede alcanzar para que, suspendido por uno de sus extremos, se rompa por su propio peso. Su fórmula es la siguiente:

$$\textbf{Lr (Km)= N} \quad \frac{\text{Resistenciamedia}}{1000}$$

El alargamiento.- Es la capacidad que un hilo tiene para sufrir un estiramiento sin romperse. Se da medido por un dinamómetro.

La elasticidad.- Es la capacidad para resistir un estiramiento y recuperar su longitud primitiva una vez cesa el estiramiento.

La regularidad.- Se llama regularidad a las variaciones de diámetro que experimenta un hilo a lo largo de su extensión lo mide el regularímetro y tiene en su expresión los siguientes puntos de referencia como, Gatas.- (gruesos y máximos); Xemics.- (gruesos y máximos) Y Neps.- (enmarañamiento de fibras)

Las fibras.- Referido en este indicativo respecto a la composición de cada hilo tenemos:

Longitud de las fibras que lo forman; Finura de estas fibras; Forma y orientación de ellas y a veces se añaden otros datos.

El acabado.- Indicado el coeficiente de fricción y medido por el frictómetro.

El aspecto.- Este dato da una idea del comportamiento del hilo en la prenda (FILOPLANO) supuesto de estudio.

Los usos de la ropa deportiva.

Cada tipo de deporte exige capacidades diferentes de su practicante, por lo tanto, cada cual acostumbra tener un tipo de vestuario más adecuado, que posibilite al practicante realizar todo lo que de él es exigido por la modalidad deportiva que practica.

Sin embargo, muy frecuentemente, las personas acaban olvidándose de la importancia de utilizar un vestuario propio para cada deporte y simplemente utilizan un único vestuario para todas esas prácticas, en la mayoría de las veces no hay muchos problemas en hacer eso, pero es siempre bueno poner atención para identificar posibles malestares o pequeños problemas que pueden ser resultados de esa práctica.

Que puedo utilizar como ropa deportiva

Lo ideal para una ropa deportiva adecuada es dejar al deportista confortable para practicar determinado deporte, por lo tanto, una ropa deportiva de calidad debe aprovisionar gran bienestar para el usuario, lo que implica en la

obligatoriedad de ser leve, lo que vale incluso para vestuarios deportivos de invierno, como calzas y abrigos.

Además de eso, algunas piezas de esos vestuarios tienen como objetivo ayudar al deportista a tener un desempeño mejor en lo que realiza, como es el caso de las zapatillas especiales para la práctica de deportes, que tienen funciones específicas para cada modalidad deportiva, como carreras, caminatas, gimnástica, etc.

MARCO TEORICO CONCEPTUAL

PROYECTO DE INVERSION

Concepto.- Al proyecto de inversión se lo debe considerar como un factor fundamental para la adopción de políticas de desarrollo ya que esta forma parte de programas y planes más amplios que contribuyen a un objetivo global del desarrollo, ya que el proyecto es el mecanismo para lograr los objetivos y propósitos generales, las políticas y planes.

Tiene como objeto de aprovechar los recursos para mejorar las condiciones de vida de una comunidad, llegando a ser a corto, mediano o largo plazo ya que comprende desde la intención o pensamiento de ejecutar algo hasta el término o puesta en operación normal.[1]

Los proyectos deben ser delimitados en cuatro aspectos fundamentales.

- Estudio de mercado
- Estudio técnico
- Estudio de organización

[1] .-Formulación y evaluación de proyectos de inversión "Manuel Enrique Pasaca hoja N.-17

- Estudio financiero

ESTUDIO DE MERCADO

Definición

El estudio de mercado es el que permite estudiar algunas variables sociales y económicas, que condicionan el proyecto aun siendo aparentemente ajenas a este, entre ella podemos mencionar, la tasa de crecimiento de la población, los niveles de ingreso de las mismas, el precio de los bienes competitivos, el precio de los bienes complementarios, el crecimiento de algún renglón estratégico de la economía.

En consecuencia se trata de la recopilación y análisis de antecedentes que permitan determinar la conveniencia o no de ofrecer un bien o servicio para atender una necesidad, ya sea que este se manifieste atreves de la disposición de la comunidad a cubrir los precios o tarifas, por lo que es necesario un diagnóstico de los principales factores que inciden sobre el producto en el mercado, esto es precio, calidad, canales de comercialización, publicidad, plaza, promoción etc.

Ya que todo esto permite conocer el posicionamiento del producto en su fase de introducción en el mercado.

Objetivos del estudio de mercado.

Su objetivo principal es el de conocer adecuadamente las necesidades del mercado en cantidad y calidad, de manera que nos permite ofertar productos tangibles o intangibles a los demandantes en el momento preciso y en condiciones óptimas y de esta manera satisfacer la necesidades de los clientes.

Análisis de la demanda.

Es el proceso mediante el cual se logra determinar las condiciones que afectan el consumo de un bien o servicio, que requiere el mercado para satisfacer una necesidad específica y se debe analizar su volumen presente y futuro y las variables relevantes para su estimación, como población objetiva, niveles de ingresos esperados, bienes complementarios y sustitutos que ya existan o estén en el mercado.

En un proyecto pude suceder que la demanda este cubierta en función de la cantidad, no así en cuanto a la calidad o el precio, por lo tanto seguirá existiendo la necesidad y por consiguiente la oportunidad para un nuevo proyecto."[2]

Análisis de la oferta.- Su objetivo principal es el de identificar la forma de cómo se han atendido y se atenderán en futuro, las demandas o necesidades de la comunidad, considerando que la cantidad de bienes o servicios que el productor está dispuesto a colocar en el mercado sea a un precio determinado.

Este punto es de vital importancia de la investigación sobre la situación de los oferentes del producto relacionado con el del proyecto ya que estos constituyen la competencia por tanto es fundamental el conocer aspectos tales como, su capacidad instalada a efectos de saber si se puede o no incrementar su producción, su producto en si para determinar la calidad del mismo, presentación, empaque su tecnología, etc.;

Para saber si puede mejorar la calidad del producto y para determinar las cantidades o volúmenes de la oferta existente o para proyectarla donde se puede utilizar los mismos métodos utilizados para el estudio de la demanda.

---

[2] .-Administración financiera de Este ven, Edit. Limusa, Vol. I, México. 1981

Comercialización del producto.- La comercialización es un proceso que hace posible que el productor haga llegar el bien o servicio proveniente de su unidad productiva al consumidor o usuario, en las condiciones óptimas de lugar y tiempo, y es importante conocer que para la comercialización se utilizan los canales de distribución los cuales están concebidos como" el camino que siguen los productos al pasar de manos del productor al consumidor o usuario final y en función del cual se puede incrementar su valor".

Existen varios canales de comercialización que se aplican para productos de consumo popular como para los de consumo industrial y su elección apropiada depende del productor, las rutas de cada uno de ellos son las siguientes.

PRODUCTOR EXPORTADOR
DISTRIBUIDOR MAYORISTA
DISTRIBUIDOR MINORISTA
SUPERMERCADOS
SECTOR INSTITUCIONAL
CONSUMIDOR FINAL

ESTUDIO TECNICO.

DEFINICION.- Se encamina a la definición de una función adecuada de producción que garantice la utilización óptima de los recursos disponibles, de aquí se desprende la identificación de procesos y del equipo, de los insumos materiales, y la mano de obra necesaria durante la vida útil del proyecto, este estudio técnico supone, la determinación del tamaño más conveniente, la identificación de la localización final apropiada, la selección del modelo tecnológico y administrativo que sea consecuente con el comportamiento del mercado y las restricciones de orden financiero.

Es decir tiene como objetivo determinar los requerimientos de recursos básicos para el proceso de producción, considerando los datos apropiados por el estudio de mercado, para efectos de determinar la tecnología adecuada, espacio físico y recurso humano.

Este debe responder a unas interrogantes: El cómo? El cuándo? El dónde? y con qué?:

TAMAÑO Y LOCALIZACION

TAMAÑO.- Hace relación a la capacidad de producción que tendrá la empresa durante un periodo de funcionamiento considerado normal para la naturaleza del proyecto de que se trate, se refiere a la capacidad instalada y se mide en unidades producidas por un año.

Para determinar adecuadamente el tamaño de la planta se debe considerar aspectos fundamentales como; Demanda existente, la capacidad a instalar, la capacidad a utilizar, el abastecimiento de materia prima, la tecnología disponible, la necesidad de mano de obra, etc. El tamaño óptimo elegido debe ser aceptado únicamente si la demanda es inmensamente superior a la capacidad de producción ya que ello implicaría menor riesgo de mercado para el proyecto.[3]

CAPACIDAD TEORICA.- Es aquella capacidad diseñada para el funcionamiento de la maquinaria, su rendimiento óptimo depende de algunos factores propios como la temperatura, altitud, humedad, etc.; que componen el medio ambiente en el que se instala, esta capacidad se denomina teoría por cuanto una vez salida de fábrica la maquinaria es muy difícil que se pueda instalar en lugares que reúnan las mismas condiciones en la que esta fue diseñada y construida.

---

[3] Formulación y evaluación de proyectos de inversión-Pagina-50

CAPACIDAD INSTALADA.- Está determinada por el rendimiento o producción máxima que pueda alcanzar el componente tecnológico en un periodo de tiempo determinado, está en función de la demanda a cubrir durante el periodo de vida de la empresa, se mide en el número de unidades producidas en una determinada unidad de tiempo.

CAPACIDAD UTILIZADA.- Constituye el rendimiento o nivel de producción con el que se hace trabajar la maquinaria, esta capacidad está determinada por el nivel de demanda que se desea cubrir durante un periodo determinado, en proyectos nuevos esta normalmente es inferior a la capacidad instalada en los primeros años y generalmente luego de transcurrido medio periodo de vida de la empresa esta se estabiliza y es igual a la capacidad instalada.

LOCALIZACION.- Significa ubicar geográficamente el lugar en el que se implementara la nueva unidad productiva, para lo cual debe analizarse ciertos aspectos que son fundamentales y constituyen la razón de su ubicación, estos factores no son solamente los económicos, sino también aquellos relacionados con el entorno empresarial y de mercado.

MICROLOCALIZACION.- En este punto y apoyados preferentemente en la presentación grafica (planos urbanísticos) se indica el lugar exacto en el cual se implementara la empresa dentro de un marco local.

MACROLOCALIZACION.- Tiene relación con la ubicación de la empresa dentro de un mercado a nivel local, frente a un mercado de posible incidencia regional, nacional e internacional, para su presentación se recurre al apoyo de mapas geográficos y políticos.[4]

---

[4] Formulación y evaluación de proyectos de inversión-Pagina-54

FACTORES DE LOCALIZACION.- Constituyen todos aquellos aspectos que permitirán el normal funcionamiento de la empresa, entre estos factores tenemos, abastecimiento de materia prima, vías de comunicación adecuadas, disponibilidad de mano de obra calificada, servicios básicos indispensables (agua, luz, Teléfono, alcantarillado, etc.) y fundamentalmente el mercado hacia el cual está orientado el producto.

INGENIERÍA DE EL PROYECTO.- Este estudio tiene como función de acoplar los recursos físicos para los requerimientos óptimos de la producción, y fundamentalmente con la construcción de la empresa industrial, su equipamiento y las características del producto de la empresa, el objetivo primordial es el de dar soluciones a lo relacionado con, instalación y funcionamiento de la planta, indicando el proceso productivo así como la maquinaria y equipo necesario.

INFRAESTRUCTURA FISICA DEL PROYECTO.- Esta se encuentra exclusivamente relacionada con la parte física de la empresa, y determina las aéreas requeridas para el cumplimiento de cada una de las actividades en su fase operativa, y debe siempre contarse con el asesoramiento de los profesionales de la construcción y al igual con la tecnología debe guardar relación con el mercado y sus posibilidades de expansión.

DISTRIBUCION DE LA PLANTA.- La distribución del área física así como de la maquinaria debe brindar las condiciones óptimas de trabajo, haciendo más económica la operación de la planta, cuidando además las condiciones de seguridad industrial para el trabajador, se debe considerar los siguientes aspectos muy importantes para su mejor desempeño como, control, movilización, distancia, seguridad, espacio, flexibilidad y globalidad.

PROCESO DE PRODUCCION.- En este proceso describiremos en forma inequívoca, el producto o productos o servicios objeto del proyecto, indicando entre otras, su nombre técnico, su nombre comercial, su composición, la forma de presentación, forma de almacenamiento, transporte, su vida útil estimada y todas las características que permitan reconocerlo y diferenciarlo.[5]

FLUJOGRAMA DE PROCESOS.- Este flujo grama constituye una herramienta por el medio del cual se describe paso a paso cada una de las actividades de que consta en el proceso de producción, los flujo gramas se diferencian en cuanto a su presentación ya que no se puede admitir un esquema rígido para su elaboración el mismo es criterio de la persona o personas que elaboran el proyecto a su imaginación y puede demostrar las actividades y su secuencia lógica.

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA EMPRESARIAL.

DEFINICION.-Toda organización empresarial posee un andamiaje jurídico que regula los derechos y deberes, en las relaciones entre sus diferentes miembros, este contexto jurídico e institucional parte desde la constitución, la ley, los derechos, las ordenanzas y los acuerdos hasta los reglamentos y las resoluciones y se expresa en forma prohibitiva o permisiva, de ahí que las personas o los profesionales que comienzan los procesos de formulación deben identificar con notable rigor en el ámbito institucional y legal sobre el cual operara el proyecto en sus diferentes fases.

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.- Es dar revisión a los diferentes aspectos que comprometen la formulación de estudios de preinverción, encontramos en cada paso un cuerpo de legislación, que mira atender una necesidad sentida,

[5] Gestión de proyectos de Juan José Miranda-Cuarta edición Hoja 135

tendrá una razón jurídica que la identifique y que determine sus metas y alcances y por ende la forma en que se financiara para lograr sus objetivos y las formas más frecuentes usadas en la organización son definidas y aceptadas en nuestra legislación.

BASE LEGAL.- Toda empresa para su libre operación debe reunir ciertos requisitos exigidos por la ley, entre ellos tenemos.

ACTA CONSTITUTIVA.- Es el documento certificatorio de la conformación legal de la empresa, en él se debe incluir los datos referenciales de los socios con los cuales se constituye la empresa.

LA RAZON SOCIAL O DENOMINACION.- Es el nombre bajo el cual la empresa operara, el mismo debe estar de acuerdo al tipo de empresa conformada y conforme lo establece la ley.

DOMICILIO.- Toda empresa en su fase de operación estará sujeta a múltiples situaciones derivadas de la actividad y el mercado, por lo tanto deberá indicar claramente la dirección domiciliaria en donde se la ubicara en caso de requerirlo los clientes u otra persona natural o jurídica.

OBJETO DE LA SOCIEDAD.- Al constituirse la empresa se lo hace con un objetivo determinado, ya sea producir o generar o comercializar bienes o servicios, ello debe estar claramente definido, indicando además el sector productivo en el cual emprenderá la actividad.

CAPITAL SOCIAL.- Debe indicarse cuál es el monto del capital con el que inicia sus operaciones la nueva empresa y la forma como esta se ha conformado.

TIEMPO DE DURACION DE LA SOCIEDAD.- Toda actividad tiene un tiempo de vida para el cual se planifica y sobre el cual se evalúa posteriormente para medir

los resultados obtenidos frente a los esperados, por ello la empresa debe así mismo indicar para que tiempo o plazo operara.

ADMINISTRADORES.- Ninguna sociedad podrá ser eficiente si la administración general no es delegada o encargada a un determinado número de personas que será quien responda por las acciones de la misma.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL.- Parte fundamental en la etapa de operación de la empresa es, la estructura organizativa con que esta cuenta, ya que una buena organización permite asignar funciones y responsabilidades a cada uno de los elementos que conforman la misma, esto hará posible, que los recursos, especialmente el talento humano sea manejado eficientemente, la estructura organizativa se representa por medio de los organigramas a los cuales se acompaña con el manual de funciones, en ella se establece los niveles jerárquicos de autoridad.

NIVELES JERARQUICOS DE AUTORIDAD.- Estos se encuentran definidos de acurdo al tipo de empresa y conforme lo que establece la ley de Compañías en cuanto a la administración, más las que son propios de toda organización productiva y la empresa tendrá los siguientes niveles.

NIVEL LEGISLATIVO-DIRECTIVO.- Es el máximo nivel de la dirección de empresa, son los que dictan las políticas y reglamentos bajo los cuales operara, está conformado por los dueños de la empresa, los cuales tomaran el nombre de la junta general de socios o junta general de accionistas, dependiendo del tipo de empresa bajo el cual se haya constituido, es el órgano máximo de dirección de la empresa, está integrado por los socios legalmente constituidos, para su actuación está representado por la presidencia.

NIVEL EJECUTIVO.- Este nivel está conformado por el gerente-Administrador, el cual será nombrado por nivel Legislativo-Directivo y será responsable de la gestión operativa de la empresa, el éxito o fracaso empresarial se deberá en gran medida a su capacidad de gestión.

NIVEL ASESOR.- Normalmente constituye este nivel el órgano colegiado llamado a orientar las decisiones que merecen un tratamiento especial en las situaciones de carácter laboral y las relacionadas con la empresa con otras organizaciones o clientes, generalmente toda empresa cuenta con un asesor Jurídico sin que por ello se descarte la posibilidad de tener asesoramiento de profesionales de otras aéreas en caso de requerirlo.

NIVEL DE APOYO.- Este nivel se lo conforma con todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con las actividades administrativas de la empresa.

NIVEL OPERATIVO.- Esta conformado por todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con la planta de producción, especialmente en las laboras de producción o el proceso productivo.

ORGANIGRAMAS.- En este punto podemos decir que los organigramas que tiene una empresa son tres ya que son los más esenciales para la distribución funcional de la empresa y son: Estructural; Funcional; De posición.

MANUAL.- Aunque en la formulación de un proyecto no es aspecto prioritario el detallar los puestos de trabajo ni las funciones a cumplir, puesto que esta parte de la normativa interna y sus regulaciones son de competencia de los inversionistas, es importante el plantear una guía básica sobre la cual los inversionistas establezcan sus criterios de acuerdo a sus intereses.

Un manual de funciones debe contener la información clara sobre los siguientes aspectos.

- Relación de dependencia(ubicación interna)
- Dependencia jerárquica (relaciones de autoridad)
- Naturaleza del trabajo
- Tareas secundarias
- Responsabilidades
- Requerimiento para el puesto

El proporcionar toda esta información permitirá al futuro empleado cumplir en forma adecuada su trabajo a información y permitirá al futuro empleado cumplir en forma adecuada su trabajo.

MANUAL DE FUNCIONES - FORMATO	
DEPARTAMENTO:	ADMINISTRACION GENERAL
TITULO DEL PUESTO:	GERENTE
SUPERIOR INMEDIATO:	DIRECTORIO
SUBALTERNOS:	TODO EL PERSONAL

NATURALEZA DEL TRABAJO.- Operatividad en el proceso administrativo en el ámbito de la gestión empresarial, se refiere a las principales características sobre la ejecución en el puesto de trabajo.

FUNCIONES PRINCIPALES.- Se incluye en detalle las funciones que debe desempeñar normalmente dentro de su puesto de trabajo, se refiere a las actividades que debe cumplir diariamente y en las cuales se basa su nivel de gestión empresarial.

FUNCIONES SECUNDARIAS.- Se refiere a aquellas actividades que debe cumplir ocasionalmente en determinados espacios de tiempo y son resultantes de las funciones principales como por ejemplo presentar informes a los directivos de la empresa, lo cual no puede ni debe hacerse diariamente.

REQUISITOS.- Edad y Experiencia. [6]

ESTUDIO FINANCIERO.

DEFINICION.- Es una síntesis cuantitativa que demuestra con un margen razonable de seguridad, la realización del proyecto con los recursos programados y la capacidad de pago de la empresa, la metodología para medir la rentabilidad de un proyecto, la estructura financiera futura de una empresa, tanto en un entorno de estabilidad económica como la inflación, considera los precios y costos constantes a menos que se indique lo contrario. [7]

Aquí se demuestra lo importante: ¿La idea es rentable?,. Para saberlo se tienen tres presupuestos: ventas, inversión, gastos. Que salieron de los estudios anteriores. Con esto se decidirá si el proyecto es viable, o si se necesita cambios, como por ejemplo, si se debe vender más, comprar Máquinas más baratas o gastar menos.

Hay que recordar que cualquier "cambio" en los presupuestos debe ser realista y alcanzable, si la ganancia no puede ser satisfactoria, ni considerando todos los cambios y opciones posibles entonces el proyecto será "no viable" y es necesario encontrar otra idea de inversión, así, después de modificaciones y cambios, y una vez seguro de que la idea es viable, entonces, se pasara al último estudio.

---

[6] .- Formulación y evaluación de proyectos/Manuel Enrique Pasaca. Hoja 63.
[7] Costos y evaluación de proyectos/José Eliseo Ocampo-hoja167

Las espectativas financieras de la empresa se basan en las condiciones financieras que se deben enlasar con los efectos esperados de el estudio de mercado y tecnico, asi como de los flujos de efectivo estimados del proyecto que la empresa pretenda implementar, si queremos que el estudio financiero sea util, se debe apoyar con espectativas reales de los problemas y resultados operativos de la empresa.

INVERCION Y FINANCIAMIENTO

INVERCIONES.- Para determinar las inversiones del proyecto, es organizar la documentación con el fin de identificar la magnitud de los activos que requiere la empresa para la transformación de insumos o prestación de servicios y la determinación del monto de capital de trabajo necesario para el funcionamiento normal del proyecto después del periodo de instalación.

Este proyecto tiene tres etapas perfectamente delineadas, en primer lugar la etapa de instalación o ejecución en la cual se hacen la mayor parte de las inversiones; la etapa de operación o funcionamiento en la cual se generan los costos y se producen los ingresos propios de la venta de la producción o prestación del servicio; y la tercera etapa en la cual se supone que el proyecto termina su actividad regular al no alcanzar a generar los beneficios de orden financiero, económico o social y se procede a la liquidación, la duración de las etapas depende de cada proyecto en particular.

El estudio financiero determina cual será el monto total de la inversión y el financiamiento que se puede realizar, esto se hace en función a los requerimientos de recursos humanos, materiales y físicos necesarios para poder cubrir la capacidad instalada de producción durante un ejercicio económico y a lo largo de la vida útil de la empresa.

Esta determinación cuantitativa de producción la obtenemos mediante el estudio de mercado realizado, para evaluar el proyecto se tiene que partir de indicadores económicos que servirán de base para determinar su implantación o no y en caso de la posibilidad, se determina la rentabilidad.

Las inversiones que el proyecto tendrá serán de tres tipos de activos:

- Activos Fijos
- Activos Intangibles y,
- Capital de Trabajo

ACTIVOS FIJOS.- Son todas las inversiones que se realizan en bienes tangibles y son de propiedad de la empresa, sirven de apoyo a las operaciones de la misma, son todos los bienes que se emplean tanto en producción, como en administración y ventas.

Para efectos contables, los activos fijos están sujetos a depreciaciones, los cuales se los hace de acuerdo a una tabla establecida por la contraloría, los terrenos no sufren depreciaciones, pero si se revalorizan por la plusvalía generada por el desarrollo urbanístico. Los activos fijos necesarios para el proyecto son los siguientes:

ACTIVOS INTANGIBLES O DIFERIDOS.- Estas inversiones se las realiza sobre activos constituidos para los servicios o derechos adquiridos necesarios para la marcha del proyecto y son susceptibles de amortización, afectando al flujo de caja indirectamente, incluyen los siguientes gastos:

ACTIVO CORRIENTE O CAPITAL DE TRABAJO.- Se considera el capital, en el presente caso, el proyecto para su funcionamiento normal de actividades y su recuperación económica mediante su comercialización, es necesario de un

tiempo máximo de un mes, esto garantizará la disponibilidad de recursos suficientes para cubrir los costos de producción y operación, tiempo que posiblemente demorará la recuperación de los fondos para ser utilizados nuevamente en el proceso.

FINANCIAMIENTO.

El monto de inversión en el proyecto se hará de las fuentes internas y externas de financiamiento bajo los siguientes aspectos:

a. FUENTES INTERNAS

El 30% del total de la inversión será financiado con aportaciones del socio.

b. FUENTES EXTERNAS

El restante de la inversión se lo buscara con alternativas en entidades financieras estatales y privadas.

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANACIAS.-

Si el plan de negocio pretende servir para iniciar el negocio, el pronostico del flujo de efectivo se torna importante, ya que presenta los detalles de las entradas y salidas de efectivo factibles, con lo cual muestra las nesecidades de dinero para limplementar el proyecto.[8]

Esto es un documento contable, que presenta los resultados obtenidos en un periodo economico, sean estos perdidas o ganancias para lo cual compara lo rubros de ingresos con los egeresos incurridos en un periodo, este es un principal ejercicio de operación del negocio, mostrando por consiguiente la utilidad o perdida sufridas en las operaciones realizadas.

---

[8] .- Costos y evaluación de proyectos/José Eliseo Ocampo-hoja175.

Este estando de perdidas o ganacias llamado tambien estados de resultados nos demuestra cual es la utilidad o perdida obtenida durante el periodo economico, que sirve obtener mediante un analisis las conclusiones que nos permite conocer como se desembuelve la empresa y hacer previciones para el futuro.

INGRESOS.- Estan conformados por los resultados de las ventas u otros ingresos.

EGRESOS.- Se forma por la sumatoria del costo primi, gastos de procesos de produccion, gastos de operación y gastos financieros, como podran observar en el ejemplo descrito a continuacion.

PUNTO DE EQUILIBRIO.- Se define como punto de equilibrio, el momento en el cual la empresa con un determinado nivel de producción no obtiene ni ganancia ni pérdida ya que también se lo denomina como punto muerto, porque en él no hay ni pérdidas ni ganancias.

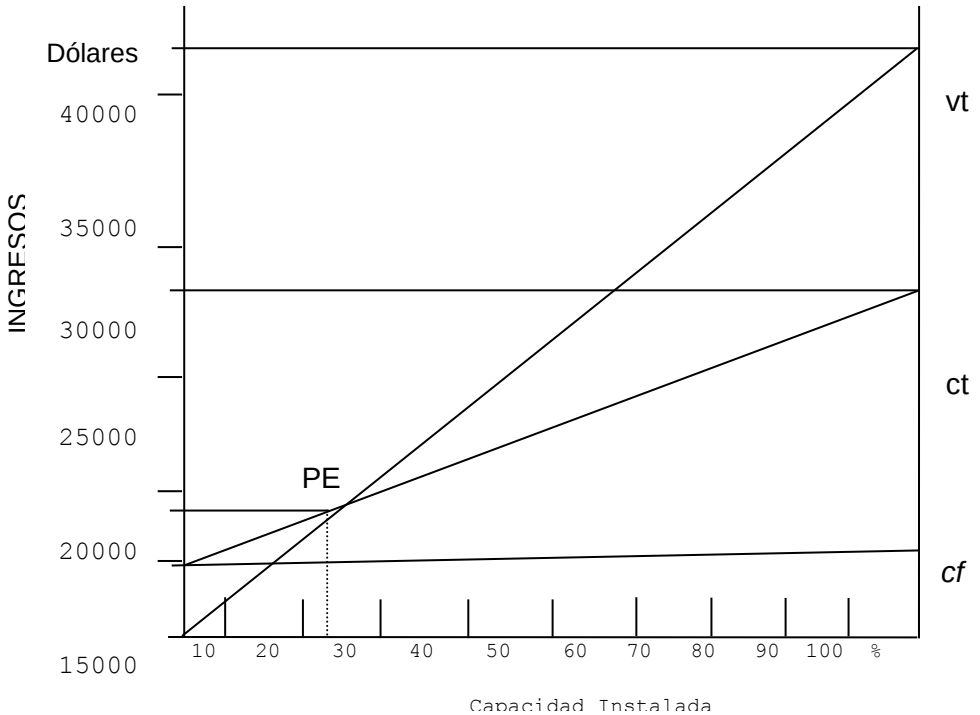
Cuando los ingresos y los gastos son iguales se produce el punto de equilibrio, cuyo significado es que no existen utilidades ni perdidas, si vendemos menos que el punto de equilibrio tendremos perdidas y se vendemos más que el punto de equilibrio tendremos utilidades.

Para realizar el cálculo es necesario clasificar los costos en fijos y variables, los mismos que se detallan en el cuadro que lleva su mismo nombre en los años de vida útil del proyecto.

COSTOS FIJOS Y VARIABLES.-

COSTOS FIJOS.- Son aquellos que se mantienen constantes durante el periodo completo de producción, se incurre en los mismos por el simple transcurso del tiempo y no varían como resultado directo de cambios en el volumen.

COSTOS VARIABLES.- Son aquellos que varían en forma directa con los cambios en el volumen de producción.



EVALUACION ECONOMICA.

Consiste en decir si el proyecto es factible o no cambiando operaciones matemáticas a fin de obtener coeficientes de evaluación, se basa en la obtención de valores actuales de los ingresos y gastos para luego proyectarlos al futuro, fundamentalmente en los criterios más utilizados como son: Valor Actual Neto Taza Interna de Retorno, Análisis de Sensibilidad.

FLUJO DE CAJA.-

Representa la diferencia entre los ingresos y los egresos, los flujos de caja inciden directamente en la capacidad de la empresa para pagar deudas o comprar activos, para su cálculo no se incluyen como egresos las depreciaciones ni las amortizaciones de activos diferidos ya que ellos no significan desembolsos económicos para la empresa.

La proyección del flujo de caja es la base fundamental para la evaluación del proyecto, la formulación clave para esta proyección está en el cálculo de los beneficios esperados, los estudios de mercado y técnicos, en los cuales se realiza la asignación de los recursos necesarios para el funcionamiento eficiente de cada área, así como se cuantifica los costos que ello demanda.

Existen dos tipos de flujo de caja, el financiero y el económico, el primero que se obtiene de restar a los ingresos totales los egresos totales, sirve para proporcionar información sobre la situación de la empresa a terceras personas, se basa en el movimiento de efectivo (ingreso y gastos), el flujo económico, en el que a la diferencia entre ingresos y egresos se suman los valores correspondientes a amortizaciones y depreciaciones ya que son valores que no egresan o no se pagan, se vasa en movimiento real de efectivo (ingresos y gastos pagables), sirve para la toma de decisiones en la gestión empresarial.

VALOR ACTUAL NETO.

El valor actual neto del proyecto representa el valor presente de los beneficios después de haber recuperado la inversión realizada en el proyecto más sus costos de oportunidad, los valores obtenidos en el flujo de caja, se convierten en valores actuales, mediante la aplicación de la fórmula matemática y luego se suman los resultados obtenidos.[9]

En términos matemáticos el VAN es la sumatoria de los beneficios netos multiplicado por el factor de descuento o descontados a una tasa de interés pagada por beneficiarse el préstamo a obtener.

[9] .- Formulación y evaluación de proyectos/Manuel Enrique Pasaca. Hoja 91

El VAN, representa en valores actuales, el total de los recursos que quedan en manos de la empresa al final de toda su vida útil, es decir, es el retorno liquido actualizado generado por el proyecto.

Si el VAN, es igual o mayor que cero, el proyecto o inversión es conveniente, caso contrario no es conveniente.

TASA INTERNA DE RETORNO.

Constituye la tasa de interés, a la cual debemos descontar los flujos de efectivo generados por el proyecto, a través de su vida económica para que estos se igualen con la inversión.

Se podría interpretar a la Tasa Interna de Retorno, como la más alta tasa de interés que se podría pagar por un préstamo que financiara la inversión, si el préstamo con los intereses acumulados a esta tasa dada, se fuera abonado con los ingresos provenientes del proyecto, a medida que estos van siendo generados a través de toda la vida útil del proyecto.

La Tasa Interna de Retorno se define como la tasa de descuento que hace que el valor presente neto sea cero, es decir, que el valor presente de los flujos de caja que genera el proyecto sea exactamente igual a la inversión neta realizada.

RELACION BENEFICIO COSTO

Permite medir el rendimiento que se obtiene por cada cantidad monetaria invertida, permite decidir si el proyecto se acepta o no en base al siguiente criterio.

- Si la relación ingresos/egresos es =1 el proyecto es indiferente

- Si la relación es > 1 el proyecto es rentable

- Si la relación es < 1 el proyecto no es rentable

Como ejemplo podemos decir que, si la relación beneficio-costo es mayor que uno (1.20) indicador que sustenta la relación del proyecto, esto quiere decir que por cada dólar invertido, se recibirá 0.20 centavos de utilidad.

PERIODO DE RECUPERACION DE CAPITAL.

Esto nos permite conocer el tiempo en que se va a recuperar la inversión inicial, para su cálculo se utiliza los valores del flujo de caja y el monto de capital de la inversión, comúnmente los periodos de recuperación de la inversión o capital se utilizan para evaluar las inversiones proyectadas, el periodo de recuperación consiste en el número de años requeridos para recobrar la inversión inicial.

ANALISIS DE SENSIBILIDAD.

En un proyecto, es conveniente efectuar el análisis de sensibilidad, porque se trata de medir si le afectan o no a un proyecto, dos situaciones que se dan en una economía, esto es, el aumento en los costos y la disminución en los ingresos.

El análisis de sensibilidad es la interpretación dada a la incertidumbre en lo que respecta a la posibilidad de implantar un proyecto, debido a que no se conocen las condiciones que se espera en el futuro.

- Cuando el coeficiente de sensibilidad es mayor que uno el proyecto es sensible.
- Cuando el coeficiente de sensibilidad es igual a uno el proyecto no sufre ningún efecto.
- Cuando el coeficiente de sensibilidad es menor que uno el proyecto no es sensible.

e) MATERIALES Y METODOS

MATERIALES

Para la presente investigación se utilizaron materiales como:

- Materiales de oficina
- Computadora
- Tinta de impresora
- Teléfono
- Internet
- Copias
- Anillados
- Periódicos
- Transporte
- Fotografías

METODOLOGÍA.

Las metodologías, que aplicaremos en la presente tesis de investigación son las más idóneas, sobre todo es la forma de ir construyendo el camino a seguir, para el éxito en la correcta selección y aplicación de los distintos métodos de la investigación, me permitirá utilizarlos, con la ayuda de herramientas técnicas y metodológicas para recabar la información lógica, objetiva y precisa, y cuantificar con exactitud los datos requeridos para diagnosticar y proponer soluciones que lleven al mejoramiento de las actividades, en la creación de la nueva empresa productora y comercializadora en la ciudad de Loja.

MÉTODOS

Método analítico.

Este método consiste en investigar la naturaleza y efectos del todo actual en un análisis de Estudio de Mercado, en donde se aplicaron encuestas, tamaño de la muestra y segmentación de mercado, como también se analizo las demandas potencial, real, efectiva e insatisfecha; Análisis Técnico, que se utilizo para encontrar el tamaño de la empresa, una localización adecuada como también su diseño arquitectónico más adecuado para el proyecto; Análisis Administrativo que nos mostro la viabilidad legal referente al negocio, como su organización adecuada de la empresa y del personal requerido y un Análisis Financiero que permitió tomar en cuenta las inversión de sus activos fijos, diferidos y capital de trabajo necesario para cubrir los costos del presente proyecto de inversión.

Método estadístico.

Este método nos permite hallar procedimientos adecuados para el manejo de datos cualitativos y cuantitativos, en los procedimientos lógicos, prácticos y útiles a seguir como: recolectar, elaborar, analizar, interpretar y presentar a través de números, cuadros y gráficos, la población de estudio, la muestra seleccionada y las técnicas aplicadas, con el único fin de poder interpretar los resultados para tomar las decisiones adecuadas en el presente proyecto.

Método descriptivo o matemático.

Se lo aplicó en la redacción del proyecto, especialmente en lo referente a la interpretación racional y el análisis objetivo de los hechos o fenómenos

que se encontraron en la obtención de datos y variables como demandas, precios, ingresos, costos, utilidades, etc.

Como también en la construcción de las fases del proyecto y es de tipo descriptivo, en vista que se presentan los hechos tal como ocurren en la realidad.

Método inductivo.

El presente método se utilizó para determinar los resultados generales del proyecto, porque al momento de formular, analizar e interpretar, los resultados de la información obtenida de la entrevista y encuestas, proporcionaron información confiable para la toma de decisiones en cuanto a la creación de la empresa productora y comercializadora de uniformes deportivos en la ciudad de Loja.

Método deductivo.

Este método nos sirve de igual manera para proporcionar información acerca del mercado, con la cual determinaremos el tamaño de nuestra muestra, en base a datos generales y reales de nuestra población a nivel local como también la demanda real y potencial de nuestro producto en la ciudad de Loja.

TÉCNICAS.

Para la realización de la presente tesis de grado, se recopiló la información destinada para estructurarla, utilizando las siguientes fuentes, las cuales estarán fundamentadas de la siguiente manera como:

Técnica bibliográfica.- Esta técnica es de apoyo, ya que afianzaremos los conceptos y conocimientos acerca del tema en estudio, por medio de libros y de la tecnología como es el internet.

Técnica de la observación directa.- Se visitará continuamente a las empresas, de conocidos en la rama de confeccionar y comercializar ropa deportiva, ya que mediante esta técnica se podrá constatar su realidad actual y obtener una mejor visibilidad de información necesaria y así poder cumplir con la presente tesis de investigación y comprobar la información que se obtendrá por medio de la encuesta

Técnica de encuestas.- Para la aplicación de las encuestas, se realizara una segmentación del mercado, a las escuelas y colegios de la ciudad de Loja, con lo que de esta manera los organizaremos y tabularemos para presentar la información recopilada y poder analizar los resultados, estructuremos el estudio del mercado en su parte de la oferta, demanda, demanda insatisfecha y participación de la empresa en el cálculo de la capacidad instalada con la que trabajará la empresa.

Calculando la proyección en la ciudad, se parte del hecho del tener el censo del año 2008-2009, realizado por la Dirección de Educación, que es de 57912 estudiantes en un total de 190 escuelas y colegios de la ciudad de Loja y su tasa de crecimiento es del 5.08% anual.

POBLACIÓN ESTUDIANTIL DE ESCUELAS Y COLEGIOS FISCALES Y PARTICULARES DE LA CIUDAD DE LOJA.

Cuadro Nro. 1

CIUDAD	2008-2009	TCP	2010-2011
LOJA	57912	5.08%	70605

Fuente: Dirección de Educación de Loja.
Tasa crecimiento Poblacional del INEC-2001
Elaborado: El autor

La ropa deportiva, es un producto necesario para el deporte a cada momento, por lo tanto es indispensable delimitar el estudio hacia las escuelas y colegios de la ciudad, es así que se delimitó la población de estudio a los alumnos de nuestra ciudad, dando un total de 60853 estudiantes.

Como la población de estudio es de 70605 estudiantes, es demasiado grande para aplicar las encuestas se toma una muestra representativa, con este propósito se utilizó la fórmula de la muestra que se la admite con un margen de error del 5% y un nivel de confianza del 95% y que incide sobre el total poblacional estudiantil.

Fórmula matemática

$$n = \frac{N}{\circ + (e^2 * N)}$$

n = Tamaño de la muestra
N = Población de estudio
E = Margen de error

Calculo de la muestra:

$$n = \frac{70605}{1 + (0{,}05)2\ (70605)}$$

$$n = \frac{70605}{\mathbf{177.51}} = 397.75$$

n = 397.75 → 398

Aplicando la fórmula, se determinó que la muestra en total es de 398 encuestas, lo que para mejor el manejo de la misma, se encuestará a 400 estudiantes de las

escuelas y colegios de la ciudad de Loja, escogidas para adquirir los uniformes deportivos.

Se aplicará el muestreo aleatorio estratificado dividiendo en sectores a las parroquias urbanas de la ciudad, esto es el Valle, Sagrario, Sucre y San Sebastián, luego se aplicará las encuestas en las escuelas y colegios escogidas, para evitar la duplicación de datos, para luego seleccionarlos pro balísticamente, tratando de que se intervengan a todos estudiantes seleccionados sin considerar factores como la situación económica, barrios, densidad poblacional y nivel de educación.

A las 400 encuestas se las distribuirá en las cuatro parroquias, considerando los porcentajes de participación, estratificación por cuadras y mayor alumnado de las 190 escuelas y colegios escogidas de la ciudad, con lo cual nos dará una mayor muestra correcta.

DISTRIBUCIÓN MUESTRAL

Cuadro Nro. 2

LOJA	POBLACION	%	MUESTRA	ESCUELAS Y COLEGIOS A ENCUESTAR
El Valle	17938	26,45%	105	13
Sucre	12645	14,61%	58	9
Sagrario	23870	38,53%	81	10
San Sebastián	16152	20,41%	156	17
Total	70605	100,00%	400	49

Fuente: Dirección de educación de Loja
Elaboración: El autor

f) RESULTADOS

ANTECEDENTES

Con el fin de colaborar con el desarrollo productivo y económico de la ciudad de Loja, y por qué no de la región Sur del país, se debe promover la inversión de los capitales en empresas productivas, que fomenten la capacidad adquisitiva de los ciudadanos y promuevan la creación de fuentes de empleo, que tanta falta hacen en el país.

Una de las mejores formas para invertir, es la creación de empresas o microempresas, destinadas no sólo a la producción sino a la comercialización de sus productos, evitando así el desglose de las ganancias con los intermediarios, que muchas de las veces resultan los mayormente favorecidos sin ningún riesgo de su parte.

Son estos motivos, y el deseo de ser empresarios emprendedores, con visión de futuro y que no nos estancamos y decidimos surgir, hemos decidido implementar una empresa de producción y comercialización de ropa deportiva para las escuelas y colegios de la ciudad.

Para lograr definir nuestro tema de investigación, realizamos primeramente un sondeo sobre las posibilidades existentes en el mercado local; ante lo cual se nos presentaron varias posibilidades, eligiendo la confección y comercialización de ropa deportiva por contar en primer lugar con la experiencia adquirida por familiares que se han dedicado a esta actividad quienes nos asesorarán en la implantación del mismo. Además poseemos el recurso humano suficiente y

capacitado en la rama de administración que nos guiará en cada paso de nuestra inversión.

Esta idea surge con la intención de confeccionar ropa deportiva, de excelente calidad, diseños novedosos, diversidad de productos para ambos sexos, para todas las edades y a precios accesibles, todo esto es un conjunto; además de encontrarlo en un solo lugar, con instalaciones espaciosas, cómodas y aptas para recibir a sus clientes y poder brindarles atención personal y especializada.

Esperamos con esto, dotar a la población de un producto diferente e innovador, ya que a pesar de existir en el mercado una cantidad importante de casas de confección de ropa deportiva, no existe una innovación en diseños y sobre todo personalizar el servicio específico para cada sector de la comunidad.

Estudio de mercado

El estudio de Mercado permite determinar cierta información y su comportamiento en una población determinada hacia la aceptación y su potencial económico para la ropa deportiva en el mercado, con el presente estudio se verá la aceptación del cliente, y permitirá obtener elementos de juicio que ayuden a tomar decisiones de distinta índole, la obtención de información y el comportamiento del cliente se consigue a través de diferentes mecanismos y tipos de herramientas que sirvan para hacer la investigación y determinar su implementación.

Lo primero, que se ha planteado para conocer el mercado de los usuarios de ropa deportiva ha sido definir cuáles son los objetivos de éste estudio, es decir, qué se quiere averiguar; segundo, qué población o aspectos relevantes son los

que se tienen que estudiar; tercero, cuál es la muestra representativa, para determinar lo que ésta opina, para obtener el comportamiento de la población o causas que posee y poseerá el mercado demandante; y cuarto, cuál es la mecánica que se va a utilizar.

OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

Objetivo general:

- Analizar el nivel de aceptación que tendrá el "Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa de confección de ropa deportiva y su comercialización en las escuelas y colegios de la ciudad de Loja" en el año 2013.

Con la finalidad de lograr alcanzar el objetivo propuesto, se recopilará la información necesaria que permita conocer a los consumidores, clientes, proveedores y competidores, ya que de esta forma se procederá a elaborar las estrategias de producto, precio, plaza y promoción que se ajusten a los factores económicos, tecnológicos, legales, políticos y socioculturales en los que se desenvolverá la empresa de confección y comercialización de ropa deportiva.

Objetivos específicos:

- Determinar las características de los posibles consumidores de ropa deportiva
- Establecer la demanda de ropa deportiva en la ciudad de Loja.
- Conocer la oferta existente en la ciudad de Loja, de ropa deportiva y determinar, qué tan representativa es ésta en el mercado.
- Investigar cuánto gastan los posibles clientes en ropa deportiva y su preferencia de pago.

- Determinar el canal de distribución, por medio del cual se ofrecerá el producto al mercado.

Área de Influencia.

El estudio de mercado del presente proyecto de inversión se concreta en determinar la situación del área de influencia, donde se aplican las encuestas y entrevistas para establecer la demanda, oferta y estrategias comerciales, información que permite identificar la acción de localizar la empresa, la disponibilidad de infraestructura adecuada, mano de obra, etc.

Comportamiento del Mercado.

La ropa deportiva constituye un artículo de uso suntuario en la población; la demanda en los dos últimos años ha tenido un preocupante descenso, producto de la inestabilidad económica y la pérdida del poder adquisitivo de nuestra moneda, según los informes de la Cámara de Comercio de Loja en su informativo del año 2009.

Sin embargo para el presente año se viene registrando un ligero incremento en la producción y ventas, ocasionado por la estabilidad de precios de las materias primas requeridas para su elaboración, lo cual repercute en la estabilidad de costo y precio de ventas al usuario final.

Distribución Muestral.

Para llegar a determinar si nuestro producto tendrá la acogida esperada, realizamos una encuesta a una muestra seleccionada de estudiantes de las escuelas y colegios de la ciudad de Loja.

ENCUESTA REALIZADA A LOS ESTUDIANTES DE LAS ESCUELAS Y COLEGIOS DE LA CIUDAD DE LOJA

(Esta encuesta se aplicó a 400 estudiantes de las diferentes escuelas y colegios de la ciudad de Loja)

DATOS INFORMATIVOS

Cuadro N. 3
CUADRO DE CRECIMIENTO ANUAL DE ALUMNOS

AÑO	POBLACION	PORCENTAJE	AUMENTO	TOTAL DE ALUMNADO
2008-2009	60853	5.08%	3091	63945
2009-2010	63945	5.08%	3248	67192
2010-2011	67192	5.08%	3413.	70605

Fuente: Dirección de Educación de Loja
Elaboración: El autor

Cuadro N.4
DISTRIBUCIÓN MUESTRAL DE *SECTORES:*

PARROQUIAS DE LOJA	ESCUELAS Y COLEGIOS POR PARROQUIAS	POBLACION	ESCUELAS Y COLEGIOS A ENCUESTAR	MUESTRA	PORCENTAJE
El Valle	57	17938	13	105	26,45%
Sucre	45	12645	9	58	14,61%
Sagrario	46	23870	10	81	38,53%
San Sebastián	58	16152	17	156	20,41%
Total	**206**	**70605**	**49**	**400**	**100,00%**

Fuente: Dirección de Educación de Loja
Elaboración: El autor

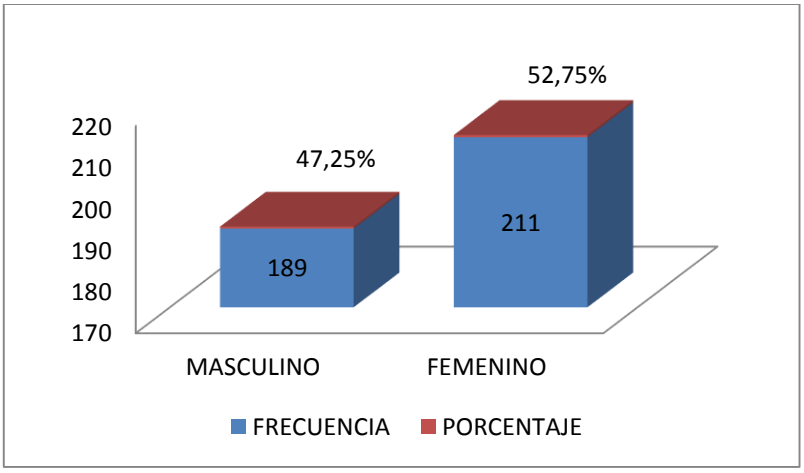
Cuadro Nº 5

SEXO DE LA POBLACION INVESTIGADA

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MASCULINO	189	47.25%
FEMENINO	211	52.75%
TOTAL	400	100%

Fuente: Encuestas directas a estudiantes de escuelas y colegios de la ciudad
Elaboración: El autor

GRÁFICO Nº 1



Interpretación y Análisis:

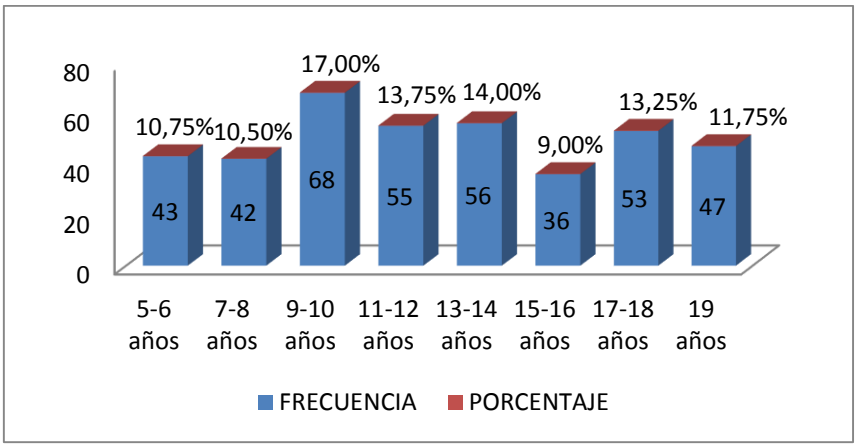
Del total de la muestra investigada a los 400 estudiantes se pudo determinar que hay 189 estudiantes masculinos dando un total de 47.25% y 211 estudiantes femeninas dando un porcentaje de 52.75%, en total para encuestar, y se puede evidenciar que el sexo femenino es el que más sobresale en las escuelas y colegios de la ciudad, por lo cual nos da la pauta para desarrollar más productos de mujer.

Cuadro Nº 6
EDAD PROMEDIO DE ALUMNADO:

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
5-6 años	154	19.79%
7-8 años	132	16.97%
9-10 años	168	21.59%
11-12 años	80	10.28%
13-14 años	78	10.02%
15-16 años	56	7.20%
17-18 años	63	8.10%
19 años	47	6.04%
TOTAL	**778**	**100%**

Fuente: Edades de alumnado
Elaboración: El autor

Gráfico Nº 2



Interpretación y Análisis:

De acuerdo a los datos recopilados se determina que de los 400 alumnos se dividen entre hombres y mujeres de diferentes edades que fluctúan de 5-6 años el 10.75%, de 7-8 años el 10.50%, de 9-10 años el 17.00%, de 11-12 años el 13.75%, del 13-14 años el 14.00%, de 15-16 años el 9.00%, de 17-18 años el 13.25% y de 19 años el 11.75% que representan a todas las edades de los estudiantes a encuestar.

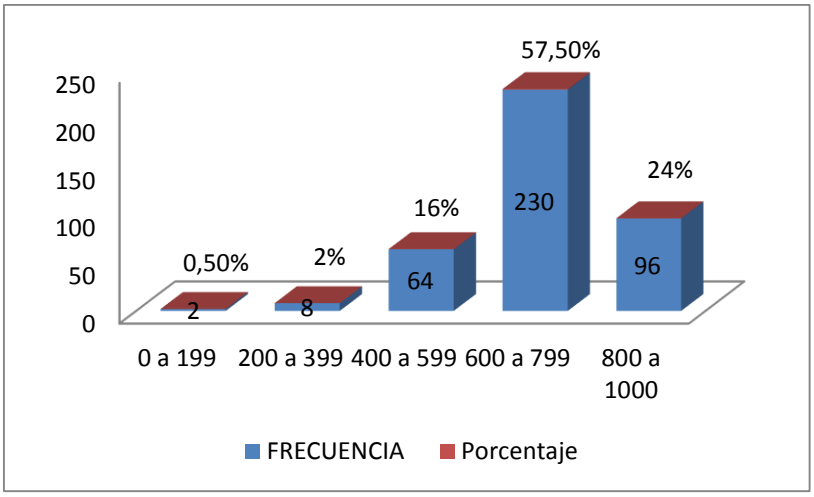
1.- ¿Cuál es el promedio económicos que perciben sus padres al mes?

Cuadro N° 7

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
0 a 199	2	0.5%
200 a 399	8	2%
400 a 599	64	16%
600 a 799	230	57.5%
800 a 1000	96	24%
TOTAL	**400**	**100%**

Fuente: Estudiantes
Elaboración: El autor

Grafico N°3



Interpretación y Análisis:

De acuerdo a los datos recopilados a los alumnos encuestados se pudo determinar que un 57.50% de los padres ganan un promedio de 600 a 799 dólares, un 24% ganan un promedios de 800 a 1000 dólares, un 16% ganan un promedio de 400 a 599 dólares, un 2% ganan un promedio de 200 a 399 dólares y un 0.50% ganan un promedios de 0 a 199 dólares, es importante resaltar que el mayor porcentaje de encuestados ganan un sueldo promedio regular, por lo cual si puede cubrir el requerimiento de la institución educativa para su hijo.

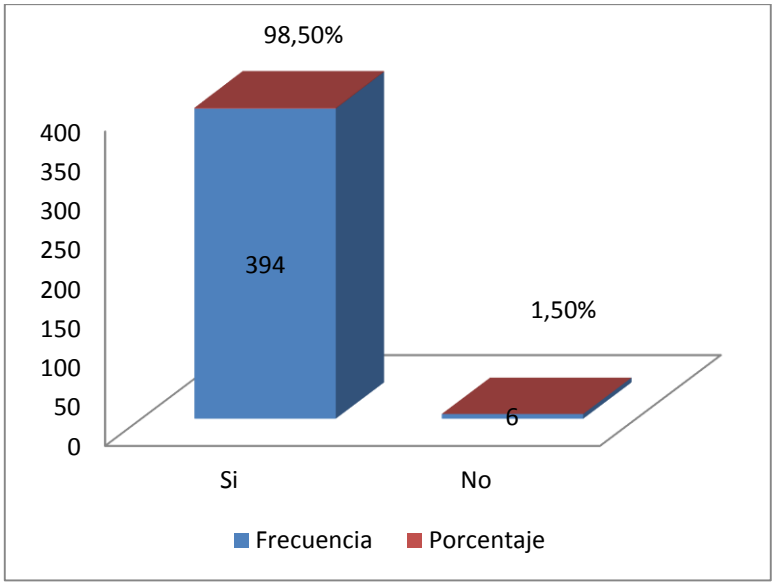
2.- ¿Considera usted que sus padres estarían dispuestos a comprarles el uniforme deportivo?

Cuadro N° 8

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	394	98.5%
No	6	1.5%
Total	400	100%

Fuente: Estudiantes
Elaboración: El autor

Grafico N° 4



Interpretación y Análisis:

Como resultado de las encuestas se determinó que el 98,5% de la población investigada, si estará dispuesta a adquirir los uniformes deportivos y que sus padres si estarán dispuestos a adquirir los uniformes deportivos y sólo el 1.5% no lo hará por falta de dinero.

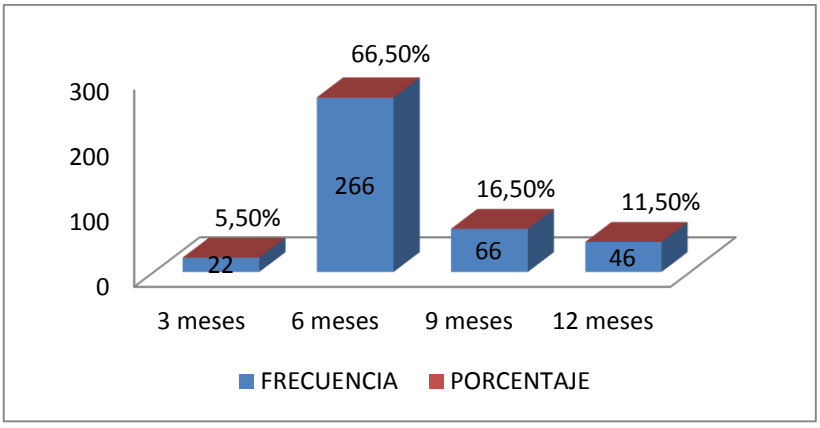
3.- ¿Con que frecuencia sus padres les compran uniformes deportivos a usted?

Cuadro N° 9

VARIABLE	FRECUENCIA	CANTIDAD DE UNIFORMES COMPRADOS AL AÑO	PORCENTAJE
3 meses	22	88	5.5%
6 meses	266	532	66.5%
9 meses	66	66	16.5%
12 meses	46	46	11.5%
	400	732	100

Fuente: Estudiantes
Elaboración: El autor

Grafico N° 5



Interpretación y Análisis:

Como se puede observar en el presente grafico que 22 estudiantes encuestados compran cada 3 meses un uniforme dando un total de 88 uniformes al año, de los 266 estudiantes encuestados manifiesta que compran un uniforme cada seis meses dando un total de 532 uniformes anuales, de las 56 personas encuestadas manifiestan que compran 1 uniformes cada nueve meses dando un total de 99 uniformes al año y de las 46 personas restantes encuestadas manifiestan que compran un uniforme al año dándonos un total de 46 uniformes comprados al año, dándonos un total de 400 estudiantes encuestados,

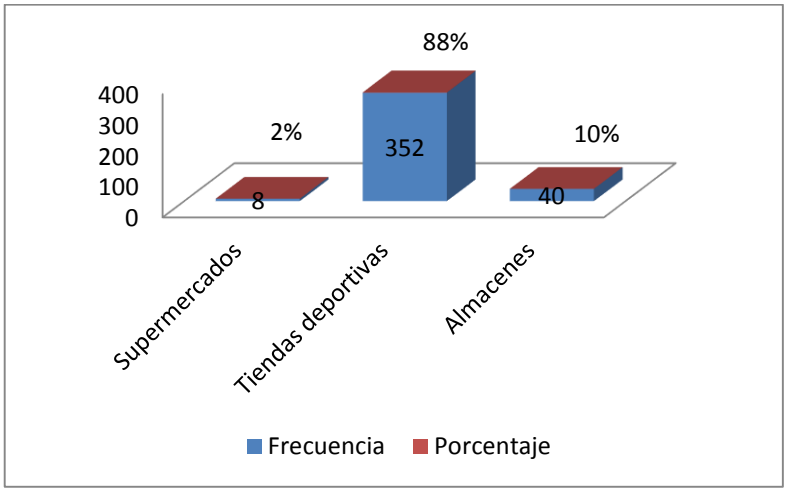
4.- ¿En qué lugar prefiere adquirir uniformes deportivos?

Cuadro N° 10

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Supermercados	8	2%
Tiendas deportivas	352	88%
Almacenes	40	10%
TOTAL	**400**	**100%**

Fuente: Estudiantes
Elaboración: El autor

Grafico N° 6



Interpretación y Análisis:

Los estudiantes 352 encuestados afirman que lo compran en tiendas deportivas dándonos un 88%, 40 estudiantes lo hace en almacenes de la ciudad dándonos un 10% y 8 estudiantes dicen que lo hace en los supermercados dándonos un 2%.

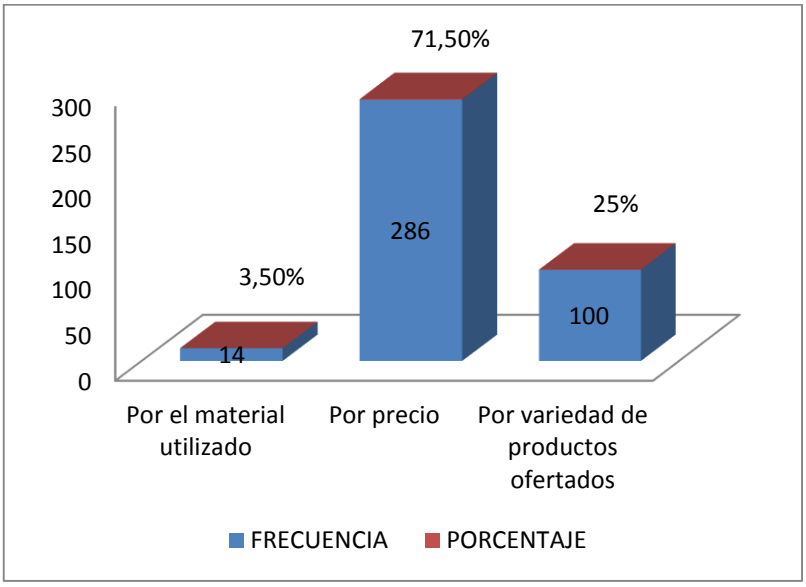
5.- ¿Por qué compra en estos lugares?

Cuadro N° 11

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Por el material utilizado	14	3.5%
Por precio	286	71.5%
Por variedad de productos ofertados	100	25%
TOTAL	**400**	**100%**

Fuente: Estudiantes de escuelas y colegios de la ciudad
Elaboración: El autor

Gráfico N° 7



Interpretación y Análisis:

De acuerdo a los resultados obtenidos en las encuestas podemos decir que un 71.50% de los encuestados afirman que compran en cualquier local por el precio, un 25.00% lo hace de acuerdo a la variedad del productos y un 3.50% lo hace por estar cerca al lugar de su residencia.

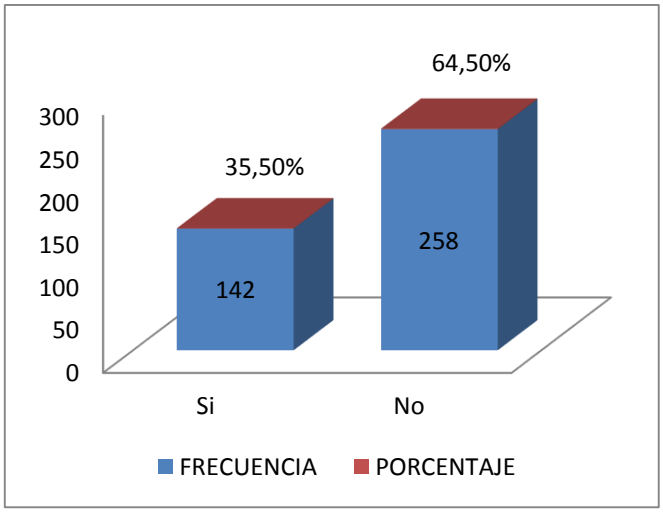
6.- ¿Los uniformes deportivos que usted adquiere actualmente satisfacen su demanda?

Cuadro N° 12

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	142	35.5%
No	258	64.5%
TOTAL	**400**	**100%**

Fuente: Estudiantes de las escuelas y colegios de la ciudad
Elaboración: El autor

Grafico N° 8



Interpretación y Análisis:

En las encuestas realizadas se pudo determinar que a un 64.50% de los encuestados no les satisface la demanda a los compradores y en un 35.50% manifiestan que si les satisface la demanda a la hora de adquirirlos.

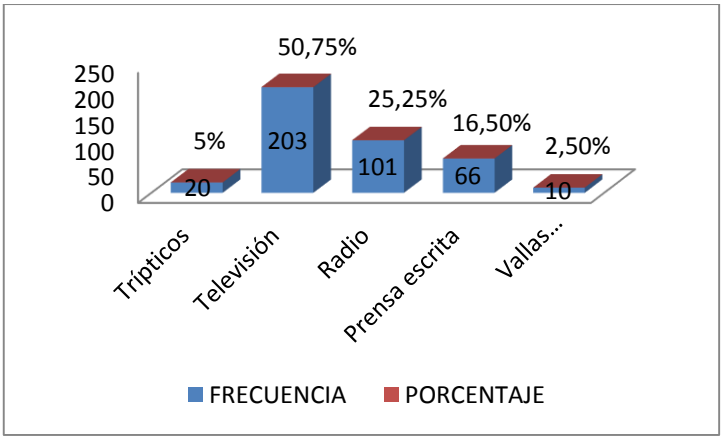
7.- ¿A través de qué medio de comunicación considera usted que se debe promocionar esta nueva empresa productora de uniformes deportivos?

Cuadro N° 13

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Trípticos	20	5%
Televisión	203	50,75%
Radio	101	25,25%
Prensa escrita	66	16,50%
Vallas Publicitarias	10	2,50%
Total	400	100%

Fuente: Estudiantes de las escuelas y colegios de la ciudad
Elaboración: El autor

Gráfico N° 9



Interpretación y Análisis:

En la presente pregunta, se ha expresado varias razones por cuál de los medios se prefieren informar de la nueva empresa, para poder adquirir los uniformes deportivos dándonos el resultado variable de que un 5% se informa a través de la trípticos, un 50.75%, se informó a través de la televisión, un 25.25% lo hace a través de la radio, un 16.50% lo hace a través de la prensa escrita y un 2.50% lo hace a través de vallas publicitarias.

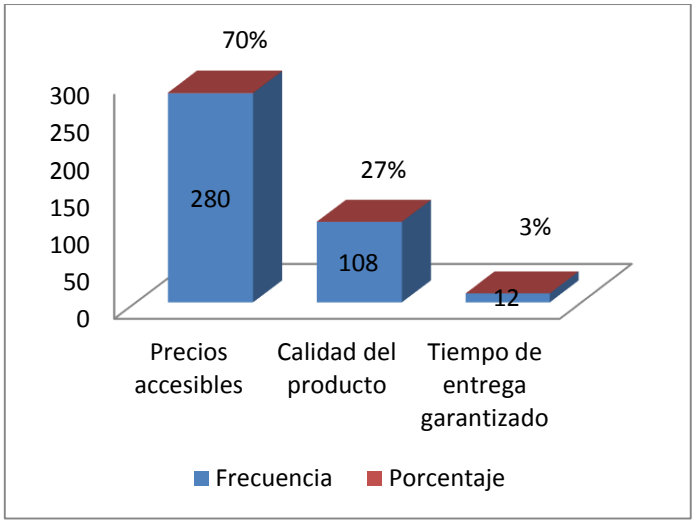
8.- ¿Al momento de comprar los uniformes deportivos que es lo primero que toma en cuenta para adquirirlos?

Cuadro N° 14

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Precios accesibles	280	70%
Calidad del producto	108	27%
Tiempo de entrega garantizado	12	3%
Total	400	100%

Fuente: Estudiantes de las escuelas y colegios de la ciudad
Elaboración: El autor

Gráfico N° 10



Interpretación y Análisis:

Respecto a esta pregunta, los resultados obtenidos son los siguientes: Un 70%% de los encuestados manifiestan que la empresa debe dar precios accesibles, un 27% en la calidad del producto un 3% en el tiempo de entrega garantizado.

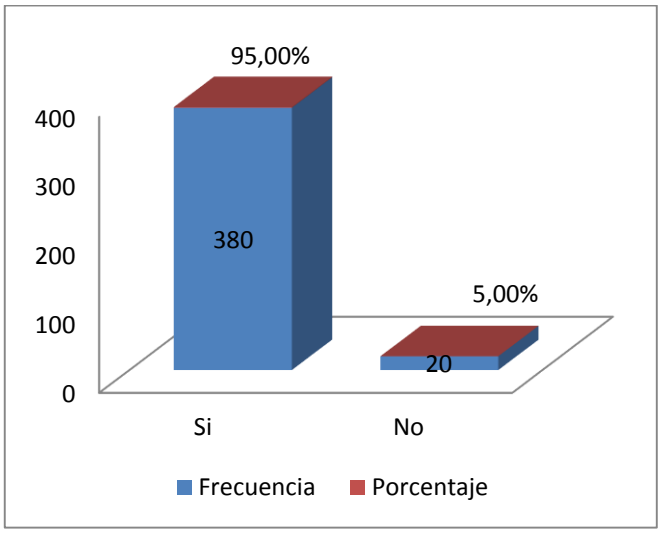
9.- ¿Si se implanta una empresa productora de uniformes deportivos en la ciudad de Loja, con materias primas de alta calidad, diversidad de diseños, variedad de colores y excelentes acabados, estaría dispuesto a adquirirlos?

Cuadro N° 15

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	380	95,00%
No	20	5,00%
Total	400	100

Fuente: Estudiantes de las escuelas y colegios de la ciudad
Elaboración: El autor

Gráfico N° 11



Interpretación y Análisis:

Como se puede observar en el presente gráfico vemos que si la empresa tiene unas materias primas de calidad, diversidad de diseños, excelente variedad de colores y excelentes acabados un 95.00% de los estudiantes encuestados si adquiriría el producto y tan solo un 5.00% de los encuestados no lo haría.

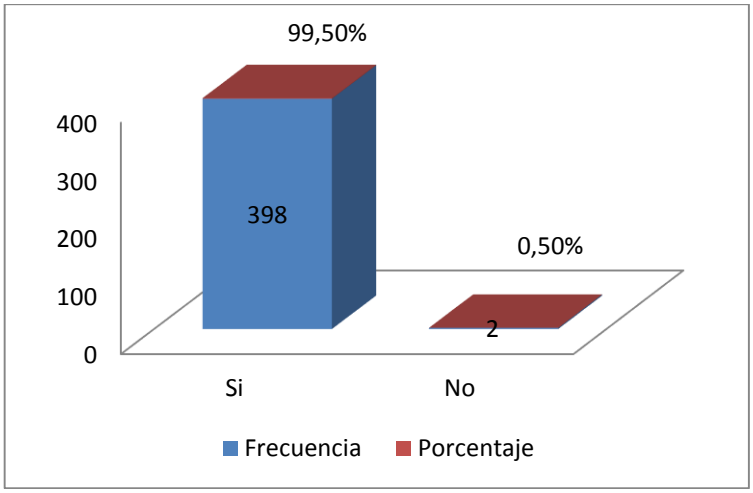
10.- ¿Le gustaría que el producto que va a adquirir tenga buenos acabados, utilice telas de larga duración, diseños novedosos y un tallaje completo?

Cuadro N° 16

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	398	99.5%
No	2	0.5%
Total	400	100%

Fuente: Estudiantes de las escuelas y colegios de la ciudad
Elaboración: El autor

Gráfico N° 12



Interpretación y Análisis:

De acuerdo a los resultados obtenidos tenemos que un 99.50% de los encuestados afirman que si el producto que van a adquirir tiene buenos acabados, telas de larga duración, diseños novedosos y un tallaje completo y tan solo un 0.50% de los encuestados manifiestan que no les interesa el producto.

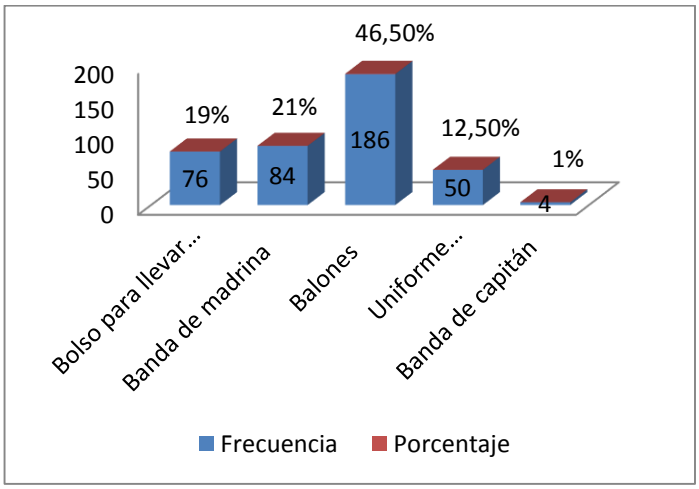
11.- ¿Qué tipo de accesorio deportivo le gustaría recibir como promoción por la compra de sus uniformes deportivos?

Cuadro N° 17

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTALE
Bolso para llevar zapatos deportivos	76	19%
Banda de madrina	84	21%
Balones	186	46.5%
Uniforme adicional para la mascota	50	12.5%
Banda de capitán	4	1%
Total	400	100%

Fuente: Estudiantes de las escuelas y colegios de la cuidad
Elaboración: El autor

Gráfico N° 13



Interpretación y Análisis:

En la interpretación de esta pregunta muestra que un 46.50% de los encuestados comprarían si se les diera un balón como promoción, un 21.00% desearía por la compra una banda de madrina, un 19.00% desea que se le dé un bolso para llevar los zapatos deportivos, un 12.50% desearía que se le dé un uniforme para su mascota y el 1.00% restante desearía la banda para el capitán del equipo.

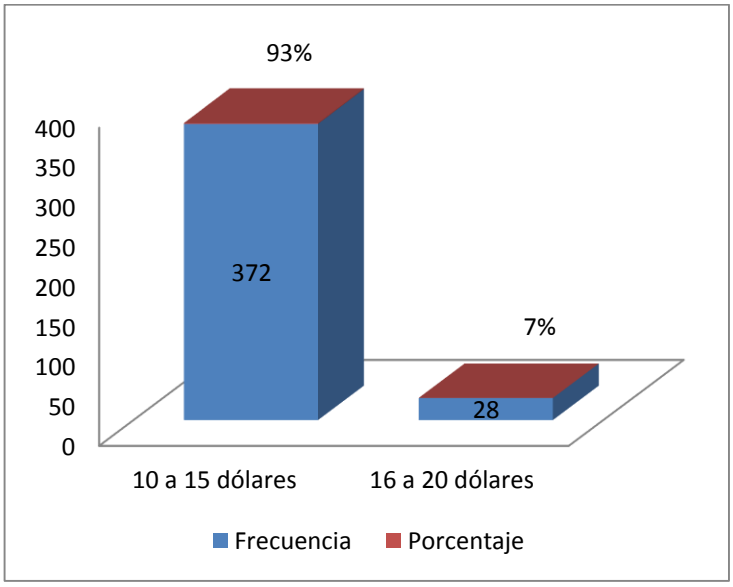
12.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la confección de un uniforme deportivo?

Cuadro N° 18

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
10 a 15 dólares	372	93%
16 a 20 dólares	28	7%
Total	400	100

Fuente: Estudiantes de las escuelas y colegios de la ciudad
Elaboración: El autor

Gráfico N° 14



Interpretación y Análisis:

La tabulación de esta pregunta, dan como resultado que un 93.00% del total de los estudiantes encuestados pagaría un promedio de 10 a 15 dólares para adquirir el uniforme y solo un 7.00% pagaría un promedio de 16 a 20 dólares, para lo cual el precio que propone nuestra empresa está dentro de los rangos establecidos en esta encuesta.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

El presente estudio, fue realizado considerando la población de consumidores finales de las escuelas y colegios de la Ciudad de Loja que se convierten en clientes potenciales.

El cuestionario de preguntas orientado a este segmento de usuarios, tiene entre otros objetivos, el de medir parámetros relacionados con:

- ✓ La necesidad e interés del producto.
- ✓ La disponibilidad para adquirirlo.
- ✓ El tiempo de entrega del producto.

Para el muestreo se aplicó la fórmula general, de acuerdo al número de pobladores (estudiantes de las escuelas y colegios de la ciudad), estableciéndose la muestra en un número de 400.

DEMANDA POTENCIAL.

La demanda potencial la conforman el total de estudiantes de las escuelas y colegios de la ciudad de Loja, del censo del año 2008-2009 que realizó la Dirección de Educación de 60853 estudiantes, de acuerdo a la proyección matemática para el año 2011 y un porcentaje del 5.08% de crecimiento anual para el año 2012, dándonos un total de 70605 estudiantes.

Tomando en consideración que se utilizara en las siguientes determinaciones como la demanda real y demanda efectiva.

Cuadro # 19

DETERMINACION DE LA DEMANDA POTENCIAL		
AÑOS	**PROMEDIO ANUAL EN UNIDADES**	**DEMANDA POTENCIAL DE UNIFORMES**
0	5.08%	70605
1		74192
2		77961
3		81921
4		86083
5		90456
6		95051
7		99879
8		104953
9		110285
10		115887

Fuente: Cuadro No.3
Elaboración: El autor

DEMANDA REAL.

Para determinar la demanda real, se estableció la demanda utilizando un procedimiento matemático del cual, si de 400 estudiantes de las escuelas y colegios de la ciudad de Loja que conforman la muestra, en la pregunta # 2, cuadro # 8, que nos da un total de 394 encuestados que están dispuestos a comprar la ropa deportiva para sus hijos dándonos un porcentaje del 98.5% en la ciudad de Loja.

CUADRO # 20

DETERMINACION DE LA DEMANDA REAL			
AÑOS	**PROMEDIO ANUAL DE UNIFORMES**	**PORCENTAJE QUE COMPRAN EL PRODUCTO**	**DEMANDA REAL DE UNIFORMES**
0	70605	98,50%	69546
1	74192		73079
2	77961		76792
3	81921		80692
4	86083		84792
5	90456		89099
6	95051		93625
7	99879		98381
8	104953		103379
9	110285		108631
10	115887		114149

Fuente: Cuadro No.8 y 19
Elaboración: El autor

DETERMINACIÓN EFECTIVA.

Para poder determinar la demanda efectiva, se utilizó el siguiente procedimiento matemático que se detalla a continuación, para lo cual si de 400 estudiantes encuestados, en la pregunta # 9, cuadro # 15, en su mayoría 380 encuestados estarían dispuestos adquirir los uniformes deportivos en de la ciudad de Loja.

Por lo tanto el 95% estaría de acuerdo en adquirir ropa deportiva innovadora, en donde se conjugue moda, diseño y un precio módico, en la nueva empresa a implantarse en la ciudad de Loja.

CUADRO # 21

DETERMINACION DE LA DEMANDA EFECTIVA			
AÑOS	**PROMEDIO ANUAL DE LA DEMANDA REAL DE UNIFORMES**	**PORCENTAJE DE ESTUDIANTES QUE COMPRARAN EL PRODUCTO**	**DEMANDA EFECTIVA DE UNIFORMES**
0	69546	95%	66069
1	73079		69425
2	76792		72952
3	80592		76563
4	84792		80552
5	89099		84644
6	93625		88849
7	98381		93462
8	103379		98210
9	108531		103104
10	114149		108441

Fuente: Cuadro No.15 y 20
Elaboración: El autor

ENTREVISTA REALIZADA A LOS PROPIETARIOS DE LAS FÁBRICAS DE ROPA DEPORTIVA EN LA CIUDAD DE LOJA

Esta entrevista se aplicó a 15 dueños de fábricas productoras de ropa deportiva que están afiliadas a la Cámara de Comercio de la ciudad de Loja

1. ¿Se dedica usted a la producción de ropa deportiva?

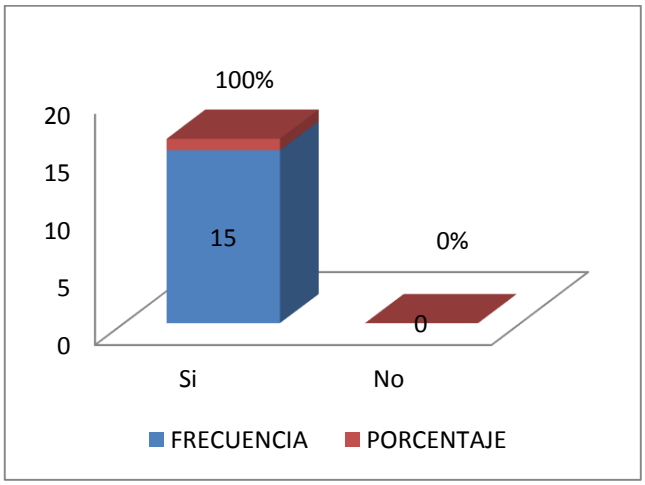
Si su respuesta es positiva, continúe con la pregunta 2, caso contrario pase a la pregunta nº4

Cuadro N° 22

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	15	100%
No	0	0%
TOTAL	**15**	**100%**

Fuente: Propietarios de fabricas
Elaboración: El autor

Gráfico N° 15



Interpretación y Análisis:

De acuerdo al resultado obtenido en la encuesta se obtiene que el 100% de los encuestados se dediquen a la producción de ropa deportiva en la ciudad de Loja.

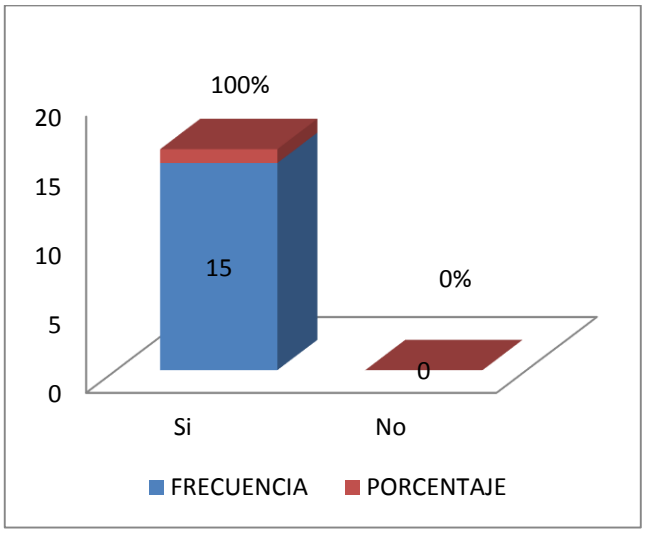
2. ¿La ropa deportiva que usted elabora es destinada para la venta?

Cuadro N° 23

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	15	100%
No	0	0
TOTAL	**15**	**100%**

Fuente: Propietarios de fabricas
Elaboración: El Autor

Gráfico N° 16



Interpretación y Análisis:

Al ser la producción de ropa deportiva una actividad económica, los productores en su total representada por el 100% de la población encuestada que se dedica a esta actividad, dedican toda su producción a la venta de uniformes deportivos en la ciudad de Loja.

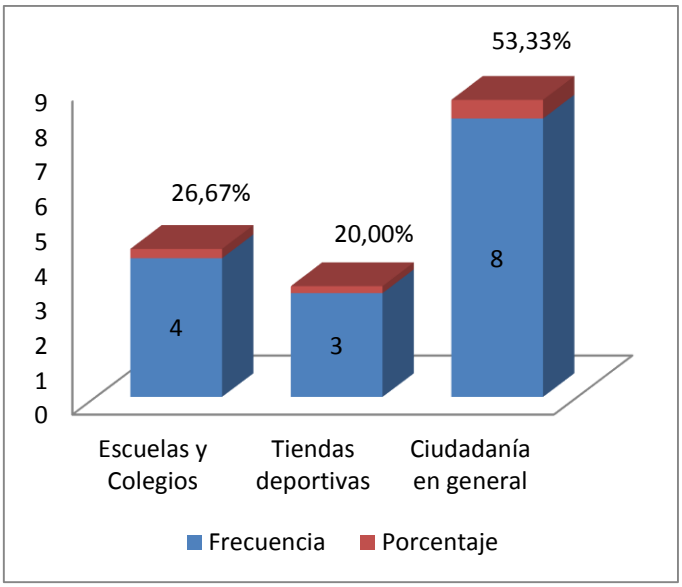
3. ¿En qué lugares vende su producción de ropa deportiva?

Cuadro N° 24

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Escuelas y Colegios	4	26.67%
Tiendas deportivas	3	20.00%
Ciudadanía en general	8	53.33%
Total	15	100%

Fuente: Propietarios de fabricas
Elaboración: El Autor

Gráfico N° 17



Interpretación y Análisis:

La producción de ropa deportiva en su mayoría la venden a la ciudadanía que da un 53.33%, un 26.67% es para las escuelas y colegios de la ciudad y un 20.00% es destinada para las tiendas deportivas que venden este producto.

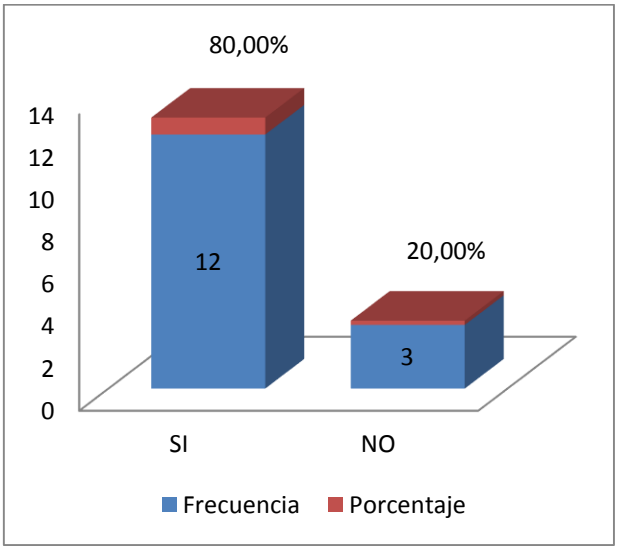
4. El precio que usted recibe por su ropa deportiva compensa la inversión realizada?

Cuadro N° 25

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	12	80.00%
NO	3	20.00%
TOTAL	**15**	**100%**

Fuente: Propietarios de fabricas
Elaboración: El Autor

Gráfico N° 18



Interpretación y Análisis:

De acuerdo a los resultados obtenidos vemos que el 80.00% de los encuestados afirman que el precio que reciben si les permite recuperar la inversión realizada; mientras que 20.00% dicen que no, exponiendo algunas razones tales como: falta de clientes fijos, competencia de mercado y productos que llegan de otras ciudades o de la parte norte del Perú.

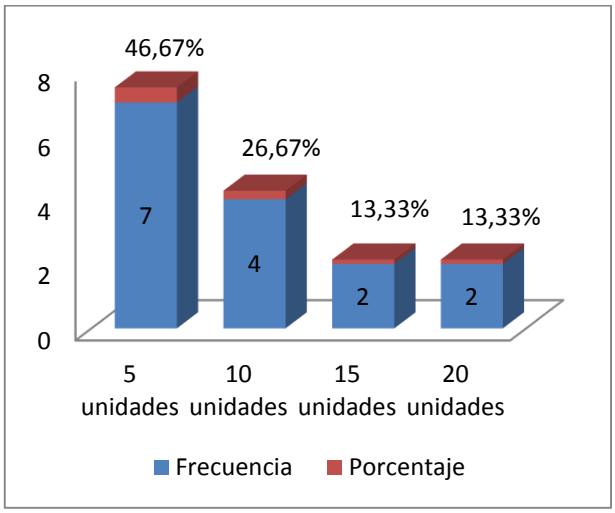
5. ¿Cuánta ropa deportiva vende diariamente?

Cuadro N° 26

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
0 a 5 unidades	7	46,67%
6 a10 unidades	4	26.67%
11 a 15 unidades	2	13,33%
16 a 20 unidades	2	13.33%
Total	15	100,00%

Fuente: Propietarios de fabricas
Elaboración: El Autor

Gráfico N° 19



Interpretación y Análisis:

De acuerdo a los resultados obtenidos en la encuesta tenemos que un 46.67 de encuestados manifiesta que vende un promedio de 5 unidades por día, un 26.67 % de los encuestados vende 4 unidades por día, un 13.33% de entrevistados vende 15 unidades por día y un 13.33% restante vende 15 unidades por día, para lo cual se evidencia que si hay venta de uniformes deportivos en la ciudad de Loja.

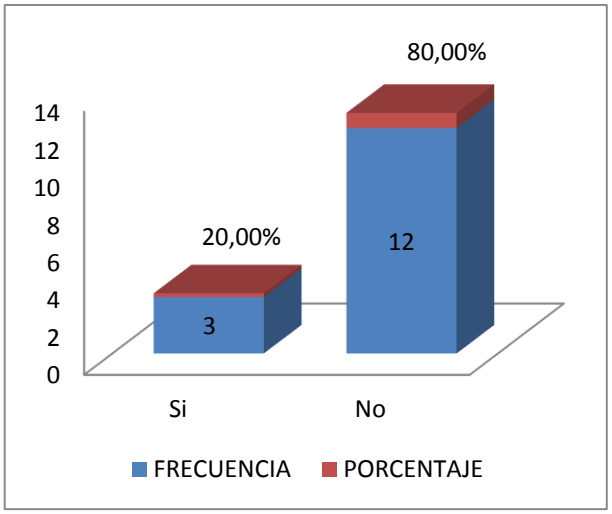
6. ¿Está usted de acuerdo con la implementación de una nueva planta productora de postres en la ciudad?

Cuadro N° 27

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	3	20.00%
No	12	80.00%
total	15	100%

Fuente: Propietarios de fabricas
Elaboración: El Autor

Gráfico N° 20



Interpretación y Análisis:

Como se puede observar un 80.00% **NO** está de acuerdo con la implementación de esta nueva empresa, porqué representa la competencia y un 20.00% manifiesta que si está de acuerdo ya que estaría contribuyendo al desarrollo económico de la ciudad, y se implementaría más fuentes de trabajo.

ANALISIS DE LA COMPETENCIA

Mediante una entrevista al Personal de la Cámara de Comercio, se determinó que existen un número de quince empresas inscritas en esta institución, con una tasa de crecimiento del 2% anual, dedicadas a la producción y comercialización de ropa deportiva.

La presente encuesta y entrevista realizada a los dueños de las empresas productoras de ropa deportiva inscritas a la cámara de comercio nos supo contestar cada una de ellas que tienen un promedio de 50 clientes mensuales, con un monto aproximado de gasto calculado por cada cliente de 40.00 dólares

ANÁLISIS DE LA OFERTA

ESTUDIO DE LA OFERTA DEL PRODUCTO EN RELACIÓN A LA COMPETENCIA

El mercado para este tipo de producto es amplio desde el punto de vista de las necesidades a cubrir como oferta es limitado, actualmente en la ciudad de Loja existen implementados varios negocios que ofrecen productos similares al mercado local, nuestro producto se diferencia al de la competencia en el diseño, calidad de los materiales y materia prima que utilizaremos.

Como se determinó la ropa deportiva tiene muy buena demanda y por lo tanto si se provee de un producto innovador, este tendrá buena acogida y poco a poco iremos ganando territorio y llenando las expectativas que nos hemos trazado.

Cuadro # 28

ANALISIS DE LA OFERTA			
NUMERO DE EMPRESAS	**PROMEDIO DE VENTA DIARIA**	**VENTA MENSUAL**	**VENTA ANUAL DE UNIFORMES**
7	5	35 X 22 días = 770	770 X 12 meses = 9240
4	10	40 X 22 días = 880	880 X 12 meses = 10560
2	15	30 X 22 días = 660	660X 12 meses = 7920
2	20	40 X 22 días = 880	880 X 12 meses = 10560
TOTAL DE VENTA ANUAL DE UNIFORMES			**38280**

Fuente: Cuadro No. 27
Elaboración: El autor

PROYECION DE LA OFERTA.

La proyección de la oferta, se fundamenta en la cantidad de uniformes elaborados por la competencia que nos da la cantidad de 38280 uniformes al año, y una tasa de crecimiento anual del 2% anual, por lo cual realizamos una operación matemática que nos demostrará la proyección a diez años de la oferta.

Cuadro # 29

PROYECCION DE LA OFERTA			
AÑOS	**OFERTA**	**TAZA DE CRECIMIENTO ANUAL**	**CANTIDAD DE CRECIMIENTO ANUAL DE UNIFORMES A ELABORAR**
0	38280	2%	766
1	39046		781
2	39827		797
3	40623		812
4	41436		829
5	42264		845
6	43109		862
7	43972		879
8	44851		897
9	45748		915
10	46663		933

Fuente: Cuadro N. 28
Elaboración: El Autor

DEMANDA INSATISFECHA

La oferta potencial insatisfecha constituye la diferencia entre la demanda efectiva existente y la oferta de este tipo de producto en el mercado.

- ✓ La demanda de este producto tiene su base en el número de consumidores finales (estudiantes de las escuelas y colegios de la ciudad de Loja), que son en número de 66069 estudiantes que adquirirán los uniformes deportivos.
- ✓ En esta área de producción tenemos un aproximado de quince competidores directos que elaboran un promedio de 38280 uniformes deportivos anuales.
- ✓ Dándonos una demanda insatisfecha anual de 27789 uniformes.

Cuadro # 30

DETERMINACIO DE LA DEMANDA INSATISFECHA			
AÑOS	**DEMANDA EFECTIVA DE UNIFORMES**	**OFERTA 2%**	**DEMANDA INSATISFECHA**
0	66069	38280	27789
1	69425	39046	30380
2	72952	39827	33126
3	76563	40623	35940
4	80552	41436	39117
5	84644	42264	42380
6	88849	43110	45739
7	93462	43972	49490
8	98210	44851	53359
9	103104	45748	57356
10	108441	46663	61778

Fuente: Cuadro No. 21 y 29
Elaboraciòn: El Autor

Por lo tanto puntualizamos que si hay demanda del producto, en el presente estudio de factibilidad para la creación de esta empresa productora de uniformes deportivos para las escuelas y colegios de la ciudad de Loja.

PLAN DE COMERCIALIZACION

ESTRATEGIAS DE MERCADEO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE ROPA DEPORTIVA PARA LAS ESCUELAS Y COLEGIOS DE LA CIUDAD DE LOJA.

El análisis del mercado, sus necesidades, la determinación del producto adecuado, sus características, el precio, la selección de un segmento dentro del mismo y la comunicación de nuestro mensaje, así como la logística de la distribución del producto, son parte de las estrategias de mercadeo dentro de este proyecto de inversión.

La demanda insatisfecha, la competencia y las necesidades de los clientes, permitirán establecer las estrategias adecuadas y de conveniencia para el posicionamiento del producto.

PRODUCTO.

MODELOS DE UNIFORMES

Para lograr la introducción del producto de uniformes deportivos para las escuelas y colegios de la ciudad de Loja, es necesario relacionar las necesidades de los planteles educativos y preferencias de los usuarios, este referente se lo consiguió en las encuestas aplicadas a los estudiantes. La información obtenida en la interpretación de resultados, se orienta al establecimiento de las estrategias que se detallan a continuación:

- Producción de la ropa deportiva, respetando los modelos de cada plantel educativo.
- Ofrecer precios accesibles al mercado local.
- Emplear para el proceso de recorrido, materias primas y demás componentes de calidad.
- Utilizar equipos industriales como máquinas de coser, overlock, etc.
- Presentar el producto al plantel con imágenes llamativas tanto en su presentación como en su calidad.
- Establecer controles de calidad en todo el proceso de producción.
- Emplear etiquetas de la nueva marca.

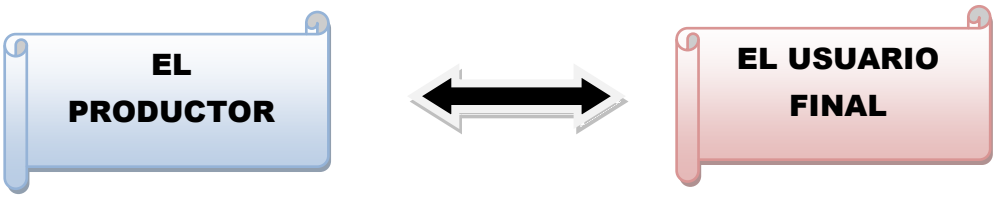
PRECIO.- Los precios a fijarse y que se establecerán a partir del estudio técnico, contribuirán a conseguir los objetivos de la empresa, tomando en cuenta que este cubrirá los costos de producción y el margen de utilidad tanto a la empresa como a los vendedores, considerando además los que oferta la competencia, así mismo, para determinarlo se tomará en consideración los criterios de flexibilidad y orientación al mercado.

Para poder determinar el precio de venta al público se lo determinará en el estudio financiero de acuerdo a la siguiente fórmula:

PVP = CU + MU En donde: **CU = CT/UP**

PLAZA.- Las estrategias de distribución tendrán su soporte en los contenidos del marketing mix así como del análisis e identificación de puntos de referencia exitosos del mercado local para productos industriales (benchmarking).

La empresa podrá llevar el producto hasta el usuario final, utilizará el siguiente canal de distribución:



PROMOCION.- Para ingresar al mercado lojano y enfrentar a la competencia, se utilizarán las siguientes herramientas promocionales:

PUBLICIDAD.- Se aplicará una efectiva publicidad con información a través de Diarios de la localidad, en los diferentes medios de comunicación disponibles y de mayor sintonía con el mensaje de la empresa para dar a conocer los uniformes deportivos, se deberá informar, convencer y recordar, así mismo tendrá los siguientes contenidos:

- Nombre de la marca
- Slogan
- Beneficios del producto
- Materia prima utilizada
- Lugar de ubicación y contactos telefónicos.

g) DISCUSION

ESTUDIO TECNICO

Este estudio tiene por objeto el de proveer información clara para cuantificar el monto de las inversiones y costos de la operación pertinentes a ésta área y con este resultado se podrá definir la función de producción que optimice la utilización de recursos disponibles en la producción del nuevo producto, determinando los requerimientos del componente tecnológico (maquinaria) para la operación del análisis en las características y especificaciones técnicas de la maquinaria.

Se podrá determinar su disposición en la planta, la que a su vez permitirá dimensionar las necesidades del espacio físico para su normal funcionamiento, además hará posible cuantificar las necesidades de mano de obra por nivel de especialización y la descripción del proceso productivo que hará posible el conocimiento de la materia prima requerida, como un plan de comercialización del producto para la empresa

TAMAÑO Y LOCALIZACION

TAMAÑO.

El tamaño que tendrá el proyecto se manifiesta principalmente en su incidencia sobre el nivel de las inversiones y costos que se calculen, sobre la estimación de la rentabilidad que podría generar su implementación de este proyecto que medirá la relación de capacidad productiva durante un periodo considerado.

Las variables determinantes del tamaño son: dimensión del mercado, tecnología del proceso productivo, disponibilidad de insumos, la localización, también se encuentran íntimamente ligados con la oferta y demanda del producto y con todos los demás aspectos del proyecto.

Al poder definir el tamaño del proyecto como una función de la capacidad, se hace necesario diferenciar la capacidad instalada y capacidad utilizada, y con todos estos parámetros se plantea utilizar la maquinaria más ventajosa que pueda cubrir los requerimientos industriales para la empresa en la ciudad de Loja.

CAPACIDAD INSTALADA.

Para determinar la capacidad instalada se considera la tecnología que el presente proyecto incluirá en maquinaria en la empresa, las cuales serán manipuladas por seres humanos, estarán trabajando las 8 horas del día, a un 100% de la capacidad de la maquinaria que tendrá que producir 648 uniformes semanales, 2592 uniformes mensuales y llegando a un promedio de 31104 uniformes anuales a elaborar.

Cuadro N° 31

CAPACIDAD INSTALADA					
N° producción Diaria de uniformes por Máquina	**N° de máquinas de la empresa**	**Producción diaria de uniformes por las 6 Máquinas x 5 días**	**Producción semanal de uniformes**	**Producción mensual de uniformes**	**Producción anual de uniformes**
18	6	108	648	2592	31104

Fuente: capacidad de producción.
Elaboración: el autor

CAPACIDAD UTILIZADA.

La empresa productora de uniformes deportivos, proyecta producir en el primer año de funcionamiento el 75% de la capacidad instalada, ya que contara con personal nuevo que van a llegar atrasados a laborar y no se adaptaran rápidamente a su jornada de trabajo, comenzaran a realizar 97,2 uniformes diarios en la empresa, por lo cual se producirán en el primer año 23328 uniformes deportivos, con un incremento anual del 5% hasta llegar en 5 años al 100% y luego tener una producción constante en el proyecto.

Cuadro N° 32

CAPACIDAD UTILIZADA			
Año	**Capacidad Instalada**	**Tasa de crecimiento anual**	**Capacidad utilizada 75%**
0	31104		
1	31104	75%	23328
2	31104	80%	24883
3	31104	85%	26438
4	31104	90%	27994
5	31104	95%	29549
6	31104	100%	31104
7	31104	100%	31104
8	31104	100%	31104
9	31104	100%	31104
10	31104	100%	31104

Fuente: Capacidad de producción.
Elaboración: El autor

El proyecto estará destinado fundamentalmente para los estudiantes de las escuelas y colegios de la ciudad de Loja, para poder realizarlo tomamos el balance entre oferta y demanda, determinado que en el mercado la demanda insatisfecha es de 50878,63 uniformes deportivos, captando en el mercado el 45,85% de participación.

En la actualidad existen múltiples negocios que producen y distribuyen este tipo de ropa, sin embargo, la calidad y diseños de nuestro producto es único y por lo

tanto la demanda insatisfecha se incrementará en estas condiciones, lo que favorece a la implementación del proyecto

LOCALIZACION DEL PROYECTO

Es la relación entre la capacidad de producción que tiene la empresa y la ubicación geográfica apta para realizar las actividades productivas de la empresa.

Localización de la Empresa.

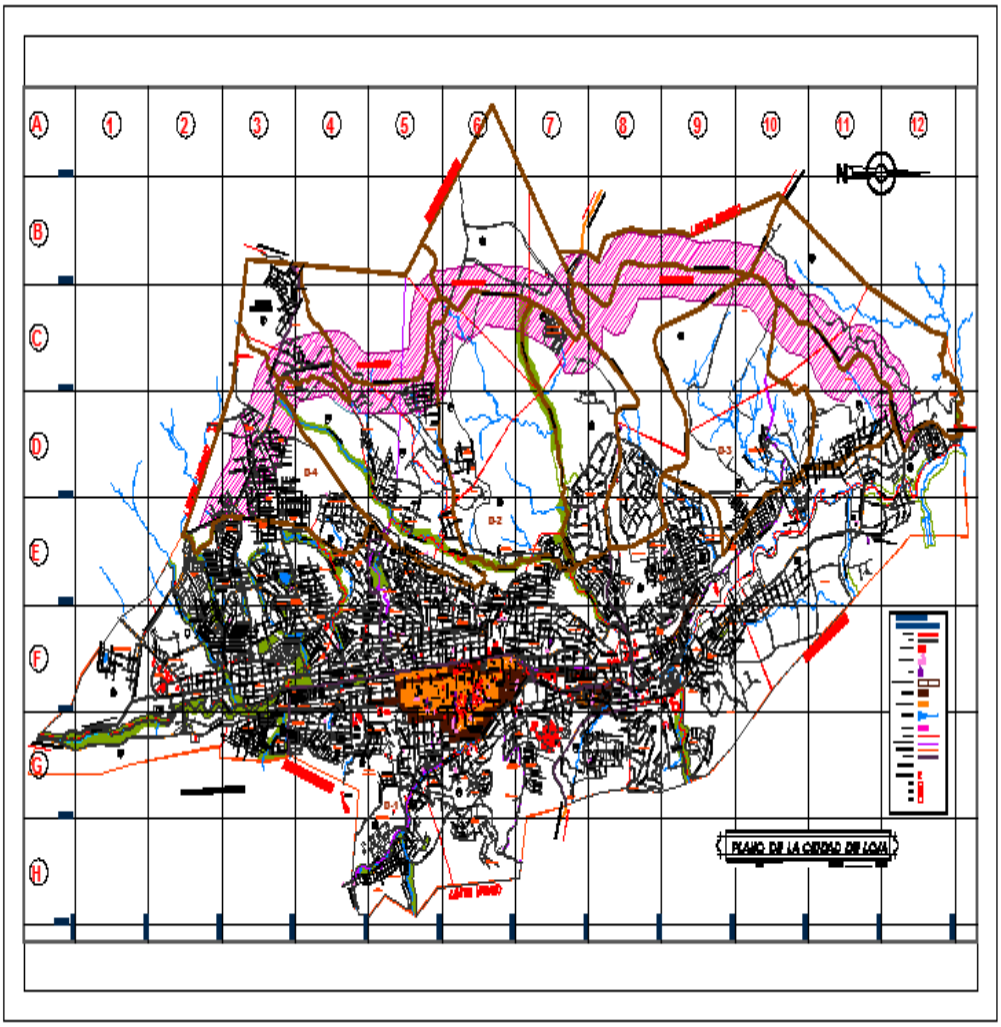
Es indicar el lugar donde ésta funcionará, es decir se señalará el lugar de funcionamiento de las oficinas y el taller de producción, partiendo de la Macro localización hasta la Micro localización.

Macro localización.

La empresa productora de ropa deportiva se ubicará en la ciudad de Loja, cantón y provincia de su mismo nombre considerando que la creación de ésta, ayudará al incremento de fuentes de trabajo y fomentará el desarrollo en esta ciudad.

Como punto importante para la ubicación de esta empresa hemos considerado la cercanía que existe con las Provincias de Zamora Chinchipe y El Oro, que a futuro permitirá proveer del producto a estas regiones, con la finalidad de ampliar el campo de acción.

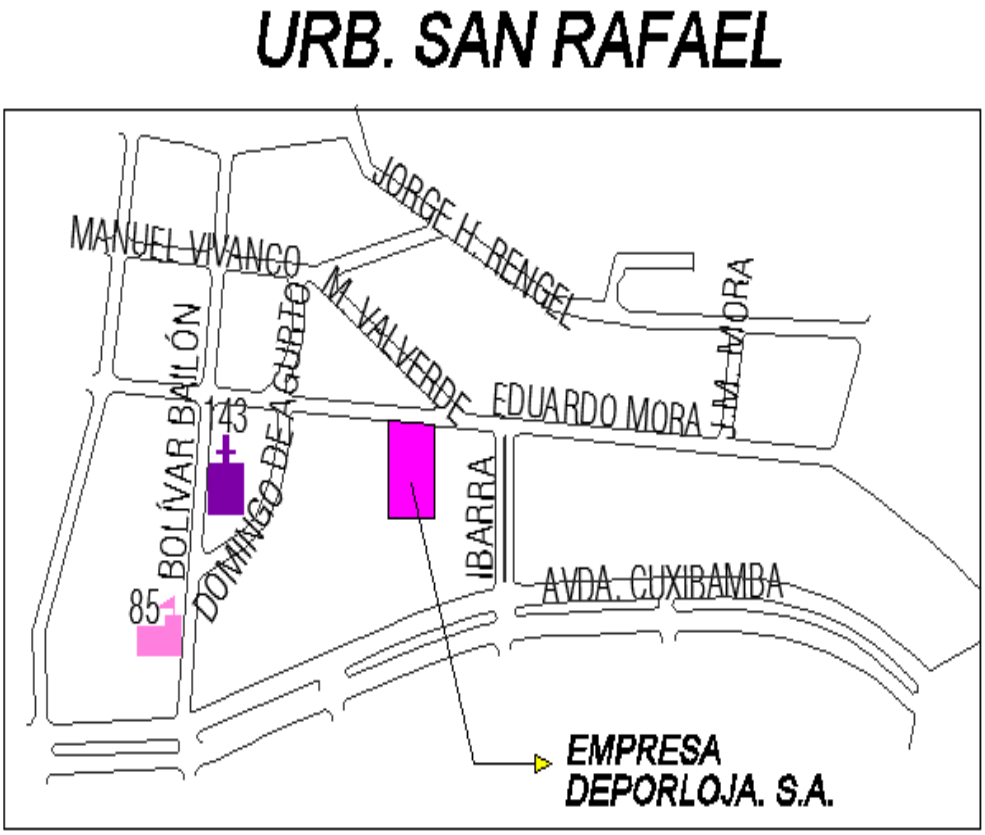
MAPA DEL CANTON LOJA



Fuente: Plan de desarrollo Cantonal de Loja

Micro localización.

Para la micro localización se analizo factores que pudieren incidir en el normal funcionamiento de esta, es así que luego de realizar un análisis consideramos necesaria ubicarla en un lugar donde no exista problemas de congestionamiento vehicular, existe facilidad para el tráfico pesado, que permita a los proveedores transportar la materia prima, de igual manera que el tipo de actividad de la fabrica no pueda estar dentro del casco antiguo de la ciudad, debido al ruido que pueda producir la utilización de la maquinaria.



Fuente: Plan de desarrollo Cantonal de Loja

Las vías disponibles para el tránsito hasta la ubicación de la planta en el referido sitio, presentan condiciones óptimas para realizar las actividades industriales, el acceso directo a dicho lugar se lo hace a través de una avenida principal, la misma que conecta al sector en forma rápida con el centro de la ciudad.

Una vez analizados los factores de incidencia, estará ubicada en la Urbanización San Rafael, en un lote de terreno que se adquirirá de 15 x 25, que será suficiente para la construcción del componente físico de la misma, con dimensiones e infraestructura necesaria que posibilitan la instalación y desarrollo del presente proyecto.

INGENIERÍA DEL PROYECTO

La ingeniería del proyecto se refiere al proceso técnico de las actividades que el proceso debe contemplar para la transformación de las materias primas de productos terminados, para lo cual requerimos infraestructura, maquinaria, equipos, herramientas, mano de obra y materia prima que son fundamentales para la definición que se debe tomar para la inversión respecto a su aporte y riesgo de capital.

MAQUINARIA Y EQUIPOS

Para la producción de ropa deportiva, se requiere la utilización de la siguiente maquinaria adecuada a los requerimientos del proceso productivo y este acorde a los niveles de producción esperados y de acuerdo a la demanda a satisfacer.

DETALLE DE MÁQUINARIA Y EQUIPOS A UTILIZARSE

1	**MÁQUINAS INDUSTRIALES DE COSER DE 1 AGUJA $750.00 c/u** • Costura recta • Palanca de Retroceso • Sistema de lubricación automática • Velocidad máxima de costura 5,500 puntadas por minuto • Alimentación mediana Modelo: S-7550A-3 Código: 197697 Marca: BROTHER	

1	**COLLARIN 2 AGUJAS VF2459-132S5-8** Precio $ 2000.00 c/u **Máquina de coser interlock de 2 agujas** • Cama plana • Tramado superior e inferior • Gauge de costura de 3.2 mm (1/8) • Velocidad máxima de costura de 5,000 puntadas por minuto • Incluye aditamento dosificador de elástico, especial para coser elástico en pantaletas. Modelo: VF2459-132S5-8/AU20-1/WD8 Código: 220289 Marca: YAMATO	

1	**Máquina de Coser y Bordar NV1250D** PRECIO: $3500.00 c/u • Hasta 650 ppm en bordado y 850 ppm en costura • 184 Puntadas de costura integradas (utilitarias, decorativas, punto de cruz) • 136 diseños de bordado • Pantalla Digital con instrucciones de manejo al tacto • 10 tipos de ojales automáticos • Área máxima de bordado: 13x18cm • 10 marcos con 12 tipos de puntadas • 6 fuentes para bordado y 3 fuentes para costura • Ensartador automático mecánico • Tensión de hilo superior automático • Puerto USB para lector memoria USB	

1	MÁQUINA RECTA DE COSER DOBLE AGUJAS T8420B-003 Precio $1200.00 c/u • Costura Recta • Cama plana • Gauje de costura de 6.4 mm (1/4) • Palanca de Retroceso • Alimentación mediana • Velocidad máxima de costura de 4,000 puntadas por minuto • Incluye aditamento dosificador de elástico Modelo: T8420B-003-N64D Código: 186624 Marca: BROTHER	

1	**CORTADORA CIRCULAR 4/LN-100RS-4** Cortadora de tela de cuchilla circular de 4\"\" con capacidad de corte de 5.4 cm, alimentación monofásica de 110 volts, tipos de cuchillas que puede usar: circular, octagonal, con recubrimiento de teflón, ideal para todo tipo de telas. $120.00 c/u Modelo: LN-100RS-4 Código: 208707 Marca: LUNA INDUSTRIAL	

1	**MÁQUINA DE OJAL ELECTRONICA HE-800ª Precio $ 3000.00 c/u** Máquina de ojal electrónica programable • Motor electrónico • Velocidad máxima de costura de 4,000 puntadas por minuto Ideal para telas de tejido plano Modelo: HE-800A-2 Código: 179369 Marca: BROTHER	

6	**TIJERAS MANUALES** Precio $10 c/u = 60,00	

1	**MATERIAL DE SERIGRAFIA** Un kit completo de serigrafía para el estampado de los uniformes deportivos. Precio $ 500,00 c/juego	

INFRAESTRUCTURA FISICA PARA LA EMPRESA

Para un normal desenvolvimiento de las actividades de la empresa, se requerirá de un terreno de aproximadamente 375 metros cuadrados mínimos, en el mismo se edificará las instalaciones físicas necesarias y distribuidas de la siguiente forma:

- ✓ 67.00 m^2 Área administrativa
- ✓ 185.00 m^2 Área de producción, almacenamiento, y baños
- ✓ 67.50 m^2 Área de parqueo
- ✓ 10.50 m^2 Área de Guardianía
- ✓ 45.00 m^2 Área de retiro, posterior

Departamentalización

La departamentalización en el área administrativa está hecha de acuerdo a las funciones por realizar (Departamento funcional).

La fábrica está estipulada por medio de las funciones a realizar y la línea de productos a elaborar (funcional y por productos).

Objetivos:

Los objetivos de la empresa son claros y precisos, además de ser del conocimiento de todos los empleados, para lograrlos de manera eficaz y tener una mejor perspectiva de desarrollo; entre ellos tenemos:

- Satisfacer las necesidades del cliente.
- La innovación de nuevos productos.
- Llegar a ser una franquicia en uniformes deportivos a nivel nacional.

DISTRIBUCION DE LA FÁBRICA

El área administrativa de 67 metros cuadrados de construcción constará de oficinas para gerencia y presidencia con baños cada una; una oficina con cerramiento modular para el área de secretaria-contabilidad y sala de espera; baños y los pasillos que interrelacionan con las dependencias administrativas, la construcción se edificará con losa de hormigón, pisos con acabados de madera pues las oficinas administrativas reflejarán la imagen de la empresa hacia los clientes.

El área de producción comprenderá 150 metros cuadrados, en ella ubicara un baño y vestidores para el uso de los trabajadores de la planta, se ubicará una bodega de 35 metros cuadrados, la que se utilizarán tanto para almacenar las materias primas como los productos terminados, Los pisos del área de producción serán de base de pavimento con terminados de baldosa de 30 milímetros de espesor puesto que tendrán que soportar intenso tránsito peatonal y el peso de maquinarias y productos.

El techo o cubierta será prefabricado, con hierro, árdex y correas metálicas de 12 centímetros de ancho; colocado a una altura mínima de 4 metros, debido a la constante necesidad de aireación requerida por las materias primas y la planta de producción, pues habrá desprendimientos de partículas en el proceso.

La fábrica contará con los siguientes espacios:

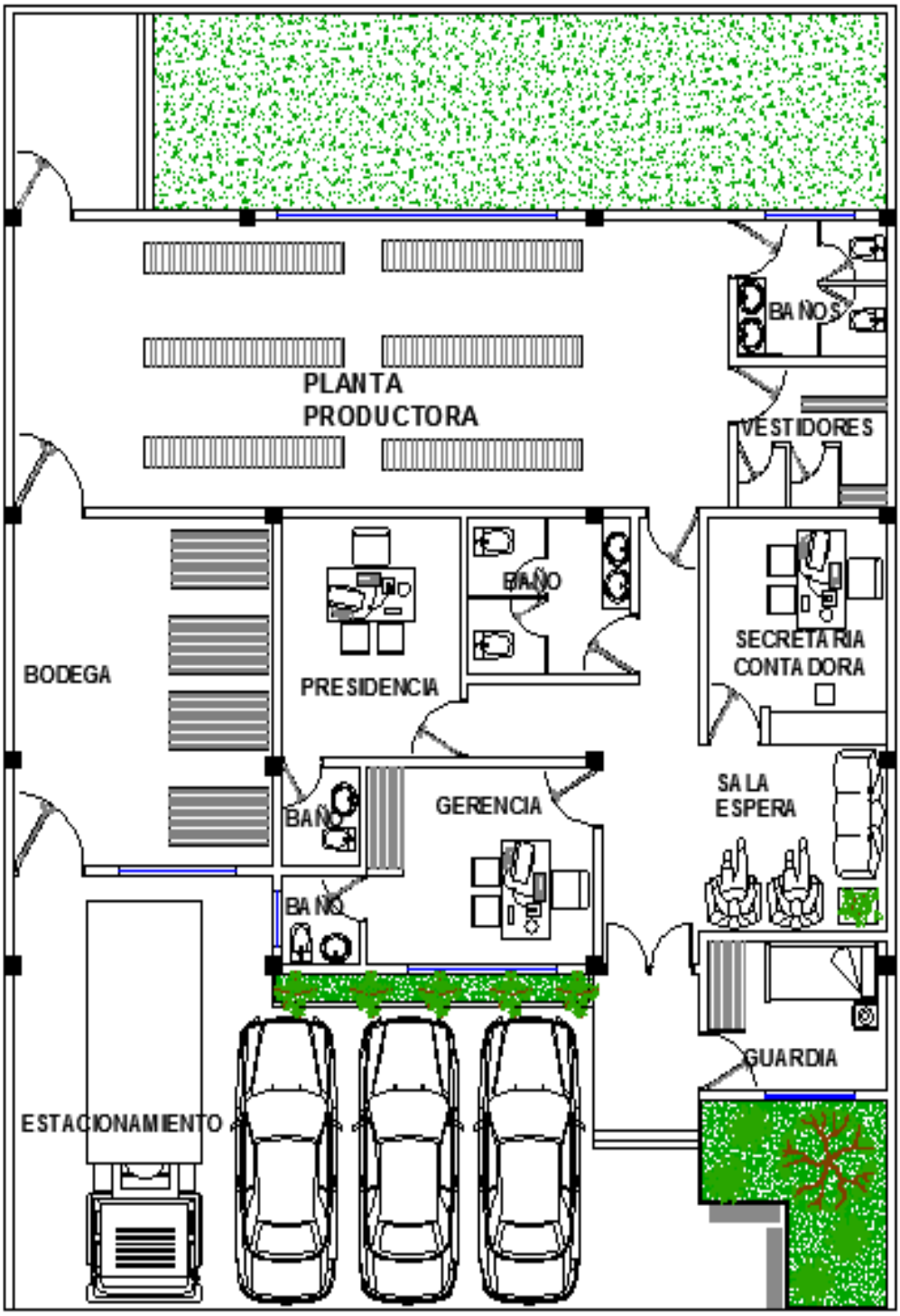
- Recepción de materia prima (bodega): Esta área servirá para almacenar toda la materia prima.
- Planta: Esta área es en donde se realizará la elaboración y producción de los uniformes deportivos.
- Baños y Vestidores: Esta área estará destinada para el aseo y cambio de ropa de trabajo.
- Secretaria: Esta área estará destinada para clientes que compraran los uniformes deportivos.
- Gerencia: Esta área es para el administrador de la planta.
- Presidencia: Esta área ocupara el presidente de la empresa para un mejor desenvolvimiento.
- Parqueaderos: Esta área es destinada para zona de descarga y clientes que lleguen en vehículos a la empresa.
- Guardianía: es el área en donde pasara el conserje guardián de la empresa para su cuidado.

DISTRIBUCIÓN DE OFICINAS

La distribución de las oficinas en la empresa se realizará de acuerdo al criterio de necesidad de las mismas, así pues en primera instancia se encuentra la Gerencia en una oficina de 15 m^2; en una oficina de 10m^2 será la presidencia y

con 21m^2 funcionará secretaría y contabilidad; con división modular y una sala de espera de 15m^2 en la que se ubicarán los clientes para ser atendidos por la empresa.

PROPUESTA DEL DISEÑO DE LA FÁBRICA



DISPONIBILIDAD DE LA MATERIA PRIMA

La adquisición de la materia prima como es la tela se la realizará a distribuidores nacionales; quienes proveen del material en el lugar de fabricación, tomando en consideración los costos de transporte; materias primas indirectas utilizadas en este proceso como son: telas, hilos, cierres, botones, elástico, cordón, cintas, etc.

Proceso de Producción

El proceso representa de alguna forma la transformación, de cambios de forma, armado o montaje, inspección, transporte o papeleo, que va desde tareas totalmente manuales en sistemas de maquinarias hasta procesos automatizados.

La materia prima que en este caso es la tela y que deberá cumplir con las especificaciones técnicas y de calidad necesarias para que el producto salga en condiciones óptimas y adecuadas para el uso.

DESCRIPCIÓN Y PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

Al describir el modelo de los uniformes deportivo y el modelo o logotipo de la etiqueta que usara la ropa deportiva elaborada bajo pedido y de acuerdo a los modelos que se ve en los catálogos de equipos, o a su vez traen los modelos los futuros compradores de las escuelas y colegios de la ciudad de Loja.

La empresa trabajará en conseguir un acabado de primera, sin dejar costuras sueltas, ni hilos que usualmente son encontrados en las prendas y molestan al usuario, además las telas que consideramos emplear en la elaboración del producto, al momento de ser lavadas no sucederá que exista inconvenientes con

el color, puesto que no se desteñirán, ni se agrandarán o encogerán, los bordados serán perfeccionados con el objetivo de no amontonar los hilos utilizados en nuestro producto final.

MODELO DE ETIQUETA

PROCESO DE PRODUCCIÓN DE LOS UNIFORMES DEPORTIVOS

a) **Adquisición de materia prima.-** Se trae la materia prima de varios colores de bodega**.**

b) **Control de calidad de materia prima.-** Se revisa cuidadosamente los rollos de tela que no estén con falla.

c) **Molde.-** Se aplica el molde a la tela para su posterior corte.

d) **Cortado de la tela.-**Se recibe la materia prima que llega atreves de bodega se pone en una masa se coloca el molde en la tela doblada y se pasa sobre el filo del molde con la tiza y luego se corta con la cortadora:

e) **Máquina overlock.-** Una vez que se recibe la materia prima cortada se pasa las piezas por la Máquina overlock.

f) **Máquina de costura recta.-** Pasado en la Máquina overlock, se procede a pasar por la máquina de costura recta.

g) **Máquina recubrid ora.-** Luego se pasa por la Máquina recubrid ora las piezas de los uniformes.

h) **Elastizadora.-** Posteriormente de la costura en diferentes etapas se pasa a colocar los elásticos a las pantalonetas.

i) **Ojaladora.**- Continuando con el proceso se pasa a hacer los ojales a las prendas.

j) **Pegado de botones.**- La pega de botones se la hace de manera manual a cada uniforme.

k) **Bordado.**- Se coloca las prendas en la Máquina bordadora para su para su posterior logotipo o nombre de bordado.

l) **Estampado.**- A cada uniforme se le coloca el modelo acordado de estampado.

m) **Verificación de calidad.**- En esta parte se debe analizar cada prenda a ver si no tiene costuras faltantes o hilos colgados para su posterior arreglo o corte.

n) **Doblado.**- luego de verificar se procede a la doblada del producto.

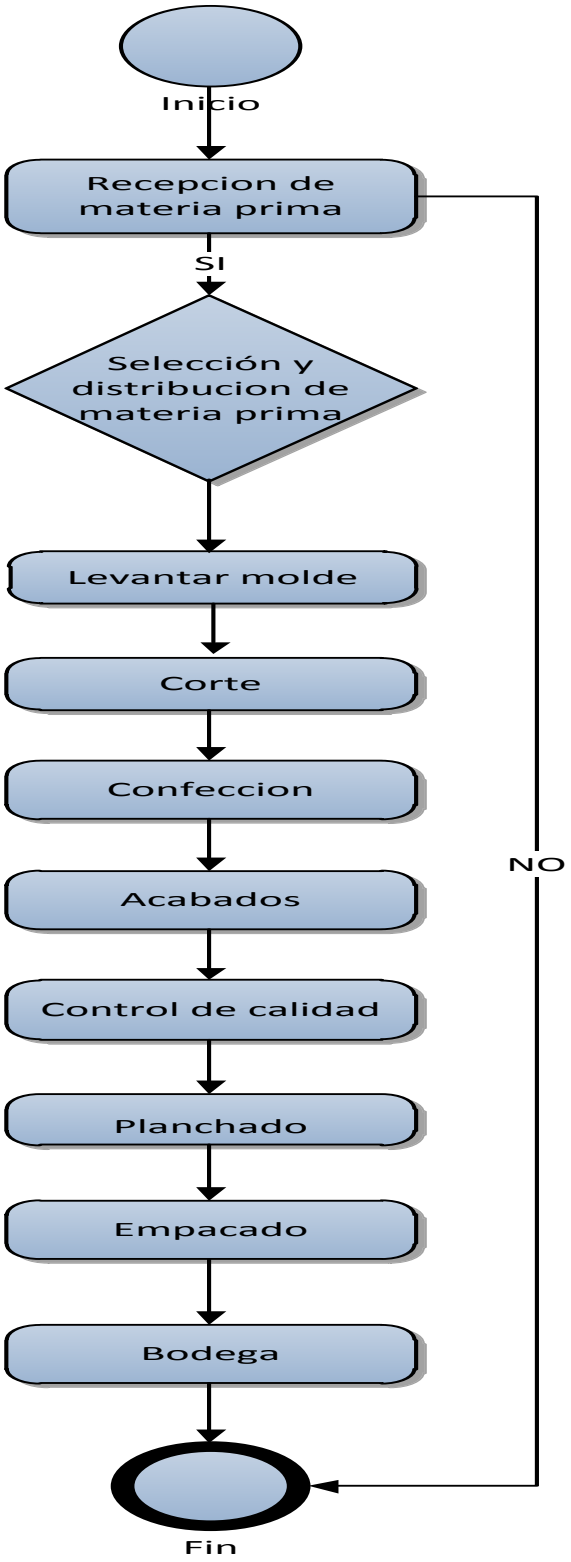
o) **Empaquetado.**- Al terminar todo el proceso se procede al empacado y separado por tallas para su posterior almacenamiento.

p) **Almacenamiento**.- El producto terminado se almacena quedando listo para su venta o entrega.

FLUJOGRAMA DE PROCESOS

Este diagrama de flujo está diseñado para la elaboración de una docena de uniformes deportivos completos por máquina que se elabora en nuestra empresa de acuerdo a los tiempos establecidos para las personas encargadas.

Diagrama de Procesos de Producción



Elaboración: El Autor

Actividades para un día de producción

Para la elaboración de uniformes deportivos se requieren un conjunto de actividades integradas, continuas y coordinadas.

Verificación del programa de producción:

- Para determinar la cantidad de materia prima necesaria y obtenerla de inmediato.

Revisión de la Maquinaria:

- Verificar necesidades de mantenimiento.
- Efectuar reparaciones.
- Verificar la limpieza en todas sus partes.

Supervisión del personal:

Supervisar la asistencia del personal en los puntos claves del proceso supliendo las ausencias necesarias, verificar el estado físico del uniforme y equipo de seguridad.

Jornada de trabajo:

- Por lo general se emplea el turno de 8h00 a 12h00 y de 14h00 a 18h00. con dos horas de descanso para el almuerzo.
- Se debe llevar un control de la cantidad elaborada del producto para evaluar el cumplimiento de las metas de producción.

Limpieza de equipos:

- Al inicio de la jornada se asea los equipos.

Recepción del producto terminado:

- Verificar que la calidad corresponda a lo estipulado.
- Separar los productos defectuosos.

Almacenaje:

- Colocar el producto terminado en el área correspondiente de almacenamiento para su posterior entrega al consumidor final.

RECURSOS HUMANOS REQUERIDOS:

El presente proyecto de factibilidad para la implementación de una empresa de confección de ropa deportiva para las escuelas y colegios en la ciudad de Loja, pretende generar trabajo tanto para personal calificado como para la mano de obra no calificada en la ciudad.

El personal administrativo en la parte inicial del proyecto contara con 4 personas que estarán ubicadas de la siguiente manera; 2 se desempeñarán en tareas eminentemente administrativas, 1 vendedor y 1 conserje guardián, en la parte operativa o productiva del proyecto lo realizarán 6 personas, las mismas que no requieren de una educación superior especializada para operar en el sistema productivo de la planta.

Se pretende con este proyecto generar fuentes de trabajo en forma indirecta, a través de la construcción de las dependencias físicas de la empresa, la elaboración de muebles de oficina y equipamiento de las áreas administrativas y planta.

MANO DE OBRA

Por ser un proyecto inicial no se requiere de un gran número de personal de planta, debido a que el proceso productivo requiere de aproximadamente de 52 minutos por un uniforme deportivo terminado en serie, entre la selección de la materia prima y el empacado de los productos terminados; por consiguiente no se puede asignar al personal de planta funciones fijas, el proceso requiere de la colaboración de todo el personal en las diferentes actividades o secuencias del proceso.

IMPACTO AMBIENTAL

La ciencia está invirtiendo millones de dólares en crear productos cada vez más saludables, ya existen fibras modificadas genéticamente, pero en un futuro no muy lejano habrá prendas para protegerse de todo tipo de enfermedades y hacer más cómoda nuestra vida cotidiana.

El presente proyecto no generara:

a. Contaminación del aire por combustión

b. Desechos de aguas residuales

La utilización de máquinas pequeñas con motores de hasta 4 HP de potencia, generarán una intensidad máxima de sonido de 70 decibeles; al respecto, Adalberto Chiavenato en su libro de Administración de Recursos Humanos, quinta edición dice:

- El sonido tiene dos características principales, frecuencia e intensidad:
- La frecuencia es el número de vibraciones por segundo emitidas por la fuente del sonido y se miden en ciclos por segundo (cps).
- la intensidad del sonido se mide en decibeles (cby).

En conclusión, la maquinaria seleccionada para el proyecto generaría un ruido moderado y bajo ninguna circunstancia superaría los 85 decibeles máximos de intensidad permitidos legalmente en un ambiente de trabajo.

El proceso de selección de materias primas, posiblemente habrá de generar la expansión de polvo en el área de la planta industrial, pero esta no ocasionará un daño ambiental externo de consideración.

Si bien en el proceso productivo habrá la emisión de pequeñas partículas de materias primas, estas no afectarán considerablemente al medio ambiente; pero para seguridad del personal que laborará en la planta, se utilizará durante todo el proceso de producción, equipos específicos de acuerdo a la función que cumple el empleado o trabajador, siendo la principal finalidad la de prevención se complementará con la instalación de una extractor de aire ubicado en la parte superior de la nave industrial.

ESTUDIO ADMINISTRATIVO

Este estudio se refiere a los aspectos organizativos y legales necesarios que nos permita la implementación y funcionamiento de la empresa, especialmente se determinará el recurso humano y material, así como los procesos y mecanismos del funcionamiento administrativo y organizativo de la empresa.

Tipo de Organización

DEPORLOJA. C.A. Está enfocada a ser una empresa nacional, ya que a un futuro no muy lejano pretende extenderse por todo el país.

También es una organización que aprende, ya que constantemente estudiara el mercado del consumidor y las tendencias mundiales para el constante desarrollo y crecimiento estratégico.

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

Es el establecimiento de la estructura necesaria para la sistematización de los recursos mediante la organización de jerarquías, disposición y coordinación de actividades con el fin de poder viabilizar los beneficios del grupo social. Como es de conocimiento en todo grupo social la organización es lo primordial para la utilización en forma racional de los recursos.

Organización Administrativa

Consiste en llevar a la práctica los objetivos y metas de la planeación administrativa, a través de la cuantificación y determinación de actividades que deben desarrollarse mediante el estudio, diseño y aprobación de la estructura adecuada para su deficiente funcionamiento. Por tal razón, la empresa objeto del proyecto estará constituida por un sistema de cometidos y funciones jerárquicas enlazadas entre sí y orientadas a producir bienes.

Organización Jurídica

De acuerdo al régimen jurídico la constitución legal de una empresa puede ser: sociedad anónima, sociedad anónima de capital variable, sociedad responsabilidad limitada, sociedad cooperativa, sociedad en nombre colectivo, sociedad en comandita simple y sociedad en comandita por acciones.

Organigramas

Son representaciones gráficas de la estructura formal de una organización que muestra las interrelaciones, las funciones, los niveles jerárquicos las obligaciones y la autoridad existente dentro de ella

Los organigramas permitirán ver con facilidad los diferentes niveles jerárquicos y los departamentos que contendrá la empresa.

Los organigramas jugarán un papel importante para demostrar el contexto de la empresa.

ESTUDIO LEGAL

De acuerdo a lo que demanda la Constitución Política de la Republica y la Ley de Compañías, en afinidad con las demás leyes que regulan las actividades empresariales en el Ecuador, la empresa para la: Creación, Producción y Comercialización de uniformes deportivos para las escuelas y colegios de la ciudad de Loja.

Se conformara en una Compañía de responsabilidad Limitada, la misma que debe cumplir con todas las disposiciones legales para su constitución, organización y funcionamiento de este tipo de compañía.

Siguiendo las disposiciones de las diferentes Leyes y Normas Ecuatorianas, los pasos a cumplir para la creación de la empresa, en este caso de la compañía de Responsabilidad Limitada son:

- Deposito del capital en efectivo en una cuenta de integración del capital en un banco de la localidad.
- Valuación de los bienes muebles o inmuebles que se aportaran como capital.
- Nombramiento por parte del Presidente (Dueño) del representante legal de la empresa.
- Elaboración de la Minuta de Escritura de Constitución, de acuerdo al Art. 137 de la Ley de Compañías.
- Elevación a Escritura Pública en una Notaria.
- Solicitud de aprobación dirigida a la Superintendencia de Compañías.

- Aprobación de la Superintendencia de Compañías mediante resolución.
- Publicación del extracto de la Escritura Pública en un periódico de mayor circulación.
- Obtención de la Patente Municipal.
- Afiliación a la Cámara de Producción de Loja.
- Inscripción en el Registro Mercantil de la Escritura de Constitución.
- Obtención del Registro Único de Contribuyente (RUC).

Dentro de los aspectos en el de Acta Constitutiva, es importante destacar los siguientes puntos:

Nombre de la Empresa.- De acuerdo al Art. 137 numeral 2 de la Ley de Compañías, la Razón Social de la empresa es DEPORLOJA. C. A.

Objeto social.- Como objeto social de la Compañía, es la creación, producción y comercialización de uniformes deportivos para las escuelas y colegios de la ciudad.

Duración de la empresa.- La empresa tendrá una duración indefinida, desde el momento de su Constitución, salvo lo dispuesto en el Art. 361 de la Ley de Compañías.

REALIZACION DE LA MINUTA DE CONSTITUCION DE LA EMPRESA DEPORLOJA. C. A.

SEÑOR NOTARIO:

Sírvase insertar en el protocolo de escrituras públicas a su cargo, una de constitución de compañía anónima, contenida en las siguientes cláusulas:

PRIMERA.- COMPARECIENTES.- MILTON OSWALDO MACAS GARCIA, ecuatoriano portador de la cédula Nro. 1102810965 y HUMBERTO LENIN GUTIERRES FEIJOO ecuatoriano portador de la cedula Nro.1103501019 en ejercicio pleno de sus derechos comparecen a la constitución de la Empresa DEPORLOJA. C.A.

SEGUNDA.- DECLARACION DE VOLUNTAD.- Los comparecientes declaran que constituyen, por vía simultánea, como en efecto lo hacen, una compañía anónima, que se someterá a las disposiciones de la ley de Compañías, del Código de Comercio, a los convenios de las partes y a las normas del Código Civil.

TERCERA.- ESTATUTO DE LA EMPRESA

TITULO PRIMERO.- DEL NOMBRE, DOMICILIO, OBJETO Y PLAZO.-

Art. 1.- El nombre de la compañía que por esta escritura se constituye es DEPORLOJA. C.A.

Art. 2.- (DOMICILIO).- El domicilio principal de la compañía en la parroquia Sucre, cantón y provincia de Loja, República del Ecuador, podrá establecer agencias, sucursales o establecimientos administrados por un factor, en uno o más lugares dentro del territorio nacional o en el exterior, sujetándose a las disposiciones legales correspondientes.

Art. 3.- (OBJETO).- El objeto de la compañía es la confección y comercialización de ropa deportiva en diferentes líneas.- Para el cumplimiento de su objeto, la empresa podrá intervenir como socio en la formación de toda clase de sociedades o empresas, aportar capital a las mismas, o adquirir, tener y poseer acciones, obligaciones o participaciones de otras empresas en general en el país o en el exterior; la empresa podrá realizar toda clase de actos, contratos

importaciones, exportaciones y operaciones permitidas por la Leyes Laborales, franquicias y de cualquier otra índole.- Para estos negocios en general, la empresa podrá realizar toda clase de actos, contratos y operaciones permitidas por las Leyes Ecuatorianas, que sean acordes a su objeto.-

Art. 4.- (PLAZO, DURACION).- El plazo de duración de la compañía es de 20 años, contados desde la fecha de inscripción de esta escritura la compañía podrá disolverse antes del vencimiento del plazo indicado, o podrá prorrogarlo, sujetándose, en cualquier caso, a las disposiciones legales aplicables.

TITULO SEGUNDO.- CAPITAL, ACCIONES, OBLIGACIONES Y AUMENTOS.-

Art. 5.- (CAPITALDE LAS ACCIONES).- El capital social es de 800 dólares de los Estados Unidos de América, dividido en 800 acciones ordinarias y nominativas, de 1(un dólar) de valor nominal cada una, numeradas consecutivamente del 1 al 800.

Cuadro Nro. 33

CUADRO DE INTEGRACION DE CAPITAL DEPORLOJA C. A.					
SOCIO	**PARTICIPACIONES SUSCRITAS**	**PARTICIPACIONES PAGADAS**	**PORCENTAJE**	**CAPITAL SUSCRITO**	**CAPITAL PAGADO**
Milton Macas	400	400	50%	400	400
Lenin Gutierrez	400	400	50%	400	400
TOTAL					800

TITULO TERCERO.- DEL GOBIERNO Y DE LA ADMINISTRACION.

Art. 6.- Norma general.- El gobierno de la compañía corresponde a la junta general de accionistas y su administración al gerente y al presidente.

Art. 7.- Convocatorias.- La convocatoria a junta general efectuara el gerente de la compañía, mediante aviso que se publicara en uno de los diarios de mayor

circulación en el domicilio principal de la compañía, con ocho días de anticipación, por lo menos, respecto de aquel en el que se celebrare la reunión. En tales ocho no se contaran el de la convocatoria ni el de realización de la junta.

Art. 8.- Clases de juntas.- Las juntas generales serán ordinarias y extraordinarias. Las primeras se reunirán por lo menos una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico de la compañía, para considerar los asuntos especificados en los numerales 2°, 3° y 4° del artículo 231 de la Ley de Compañías y cualquier otro asunto puntualizado en el orden del día, de acuerdo con la convocatoria. Las segundas se reunirán cuando fueren convocadas para tratar los asuntos para los cuales, en cada caso, se hubieren promovido.

Artículo 9.- Quórum general de instalación.- Salvo que la ley disponga otra cosa, la junta general se instalará, en primera convocatoria, con la concurrencia de por lo menos el 50% del capital pagado. Con igual salvedad, en segunda convocatoria, se instalará con el número de socios presentes, siempre que se cumplan los demás requisitos de ley. En esta última convocatoria se expresará que la junta se instalará con los accionistas presentes.

Artículo 10.- Quórum especial de instalación.- Siempre que la ley no establezca un quórum mayor, la junta general se instalará, en primera convocatoria, para deliberar sobre el aumento o disminución del capital, la transformación, la fusión, la escisión, la disolución anticipada de la compañía, la reactivación de la compañía en proceso de liquidación, la convalidación y, en general, cualquier modificación del estatuto con la concurrencia del 50% del capital pagado. En estos casos, salvo que la ley señale un quórum mayor, para que la junta se instale previa segunda convocatoria, bastará la concurrencia de

la tercera parte del capital pagado. Cuando preceda una tercera convocatoria, siempre que la ley no prevea otro quórum, la junta se instalará con el número de accionistas presentes. De ello se dejará constancia en esta convocatoria.

Artículo 11.- Quórum de decisión.- Salvo disposición en contrario de la ley, las decisiones se tomarán con la mayoría del capital pagado concurrente a la reunión.

Artículo 12.- Facultades de la junta.- Corresponde a la junta general el ejercicio de todas las facultades que la ley confiere al órgano de gobierno de la compañía anónima.

Artículo 13.- Junta universal.- No obstante lo dispuesto en los artículos anteriores, la junta se entenderá convocada y quedará válidamente constituida en cualquier tiempo y en cualquier lugar, dentro del territorio nacional, para tratar cualquier asunto siempre que esté presente todo el capital pagado y los asistentes, quienes deberán suscribir el acta bajo sanción de nulidad de las resoluciones, acepten por unanimidad la celebración de la junta.

Artículo 14.- Presidente de la compañía.- El presidente será nombrado por la junta general para un período es de dos años, a cuyo término podrá ser reelegido. El presidente continuará en el ejercicio de sus funciones hasta ser legalmente reemplazado.

Corresponde al presidente:

a) Presidir las reuniones de junta general a las que asista y suscribir, con el secretario, las actas respectivas.
b) Suscribir con el gerente los certificados provisionales o los títulos de acción, y extenderlos a los accionistas.
c) Subrogar al gerente en el ejercicio de sus funciones, en caso de que faltare, se ausentare o estuviere impedido de actuar, temporal o definitivamente.

Artículo 15.- Gerente de la compañía.- El gerente será nombrado por la junta general para un período de dos años, a cuyo término podrá ser reelegido. El gerente continuará en el ejercicio de sus funciones hasta ser legalmente reemplazado.

Corresponde al gerente:

a) Convocar a las reuniones de junta general.

b) Actuar de secretario de las reuniones de junta general a las que asista y firmar, con el presidente, las actas respectivas.

c) Suscribir con el presidente los certificados provisionales o los títulos de acción, y extenderlos a los accionistas.

d) Ejercer la representación legal, judicial y extrajudicial de la compañía, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 12 de la Ley de Compañías.

e) Ejercer las atribuciones previstas para los administradores en la Ley de Compañías.

Título Cuarto.- De la fiscalización

Artículo 16.- Comisarios.- La junta general designará dos comisarios, y para dos años, quienes tendrán derecho ilimitado de inspección y vigilancia sobre todas las operaciones sociales, sin dependencia de la administración y en interés de la compañía.

Título Quinto.- De la disolución y liquidación

Artículo 17.- Norma general.- La compañía se disolverá por una o más de las causas previstas para el efecto en la Ley de Compañías, y se liquidará con arreglo al procedimiento que corresponda, de acuerdo con la misma ley. Siempre

que las circunstancias permitan, la junta general designará un liquidador principal y otro suplente.

CUARTA.- APORTES. Se elaborará el cuadro demostrativo de la suscripción y pago del capital social tomando en consideración lo dispuesto por la Ley de Compañías en sus artículos 150, numeral 6°, en cualquier caso, 147, inciso 4°, y 161, si el aporte fuere en numerario y 162, si fuere en especies.

Si se estipulare plazo para el pago del saldo deudor, éste no podrá exceder de dos años contados desde la fecha de constitución de la compañía. En aplicación de las normas contenidas en los artículos antes citados, se podría elaborar el cuadro de suscripción y pago del capital social a base de los siguientes datos generales:

Cuadro Nro. 34

Nombres accionistas	**Capital suscrito**	**Capital pagado**	**Capital por pagar**	**Acciones**
2	800	800		800
Numerario (dinero)			Especies (muebles o inmuebles)	
1. Milton Oswaldo Macas García				
2. Lenin Humberto Gutiérrez				
Total de accionistas: 2				

QUINTA.- NOMBRAMIENTO DE ADMINISTRADORES.- Para los períodos señalados en los artículos 14° y 15° del estatuto, se designa como presidente (a) de la compañía al (o a la) señor (o señora)_.., y como gerente de la misma al (o a la) señor (o señora), respectivamente.

Usted, señor notario, se dignará añadir las correspondientes cláusulas de estilo

A partir de análisis realizado, se ha podido constatar que la empresa “DEPORLOJA C.A.” Tiene la siguiente misión y visión.

NIVELES GERARQUICOS

Nivel Legislativo.

Dado el tamaño y tipo del negocio no contará con nivel legislativo. Para los asesoramientos y trámites exigidos por el Municipio a este nivel de negocio basta con seguir los requisitos exigidos y este trámite puede ser realizado por la secretaria- contadora.

Nivel Ejecutivo.

Dentro del nivel ejecutivo solo se encuentran el gerente propietario, quien será el que tome las decisiones que influyen en el negocio tanto a nivel económico como organizacional.

Nivel Asesor.-

Está constituido por el asesor jurídico temporal, contratado para realizar los trámites de constitución de la empresa.

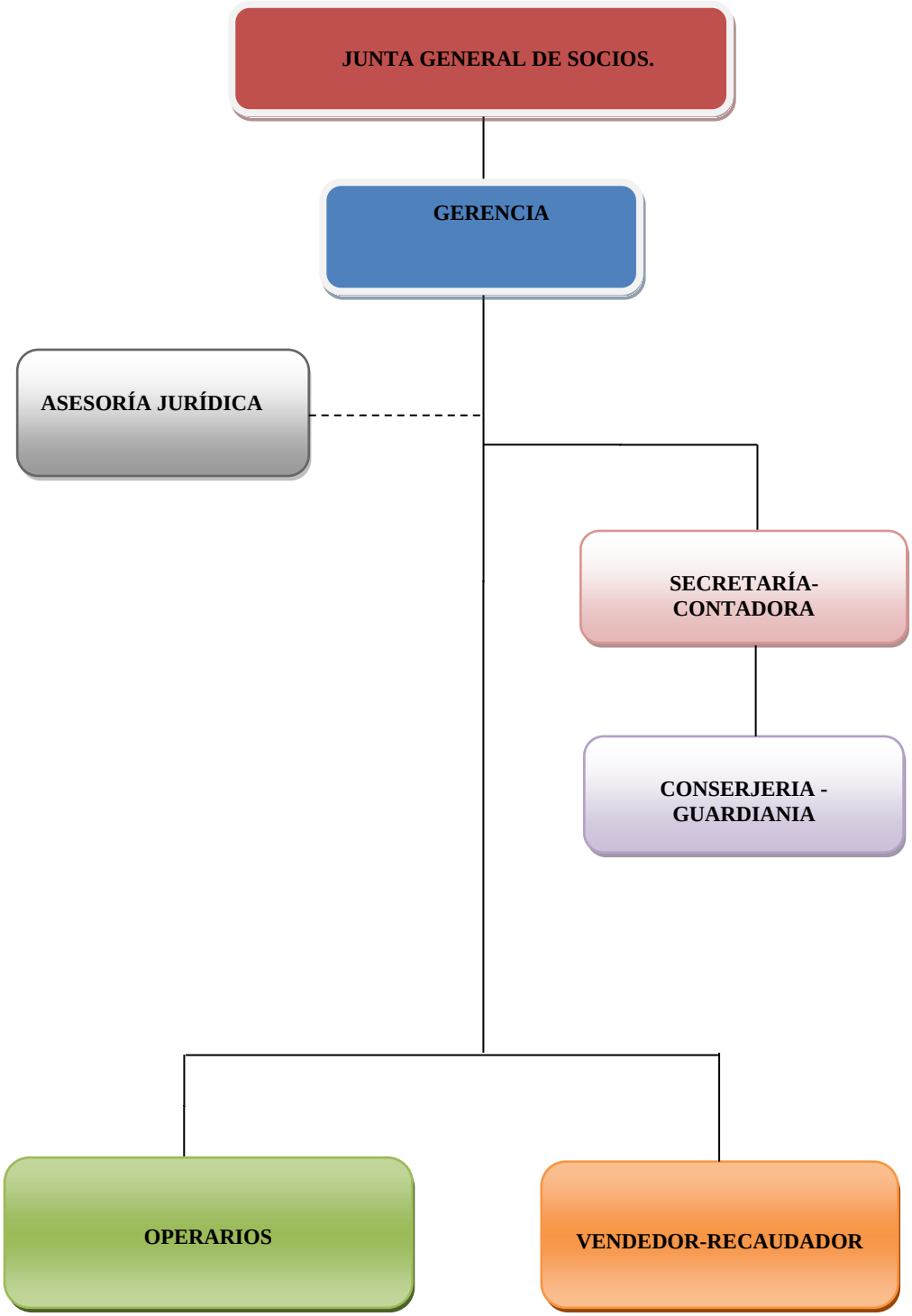
Nivel Auxiliar.-

Dentro de este nivel se encuentra la secretaria- contadora, encargada de los trámites tanto legales como bancarios así como de la correcta la apariencia de la pastelería.

Nivel Operativo.

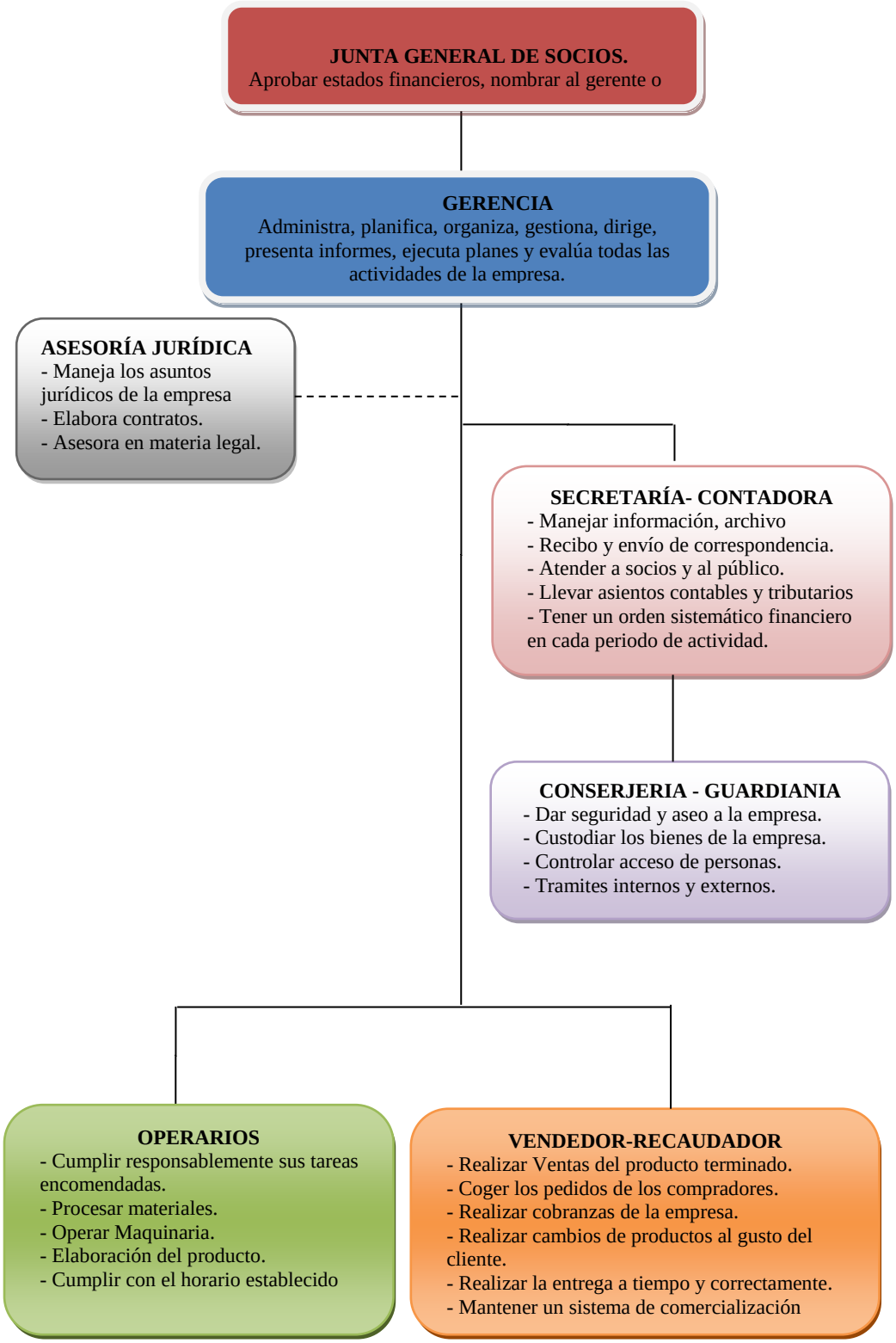
Dentro de este nivel se encuentran: Contadora, jefe de producción, bodeguero, operarios y chofer-vendedor.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA DEPORLOJA. C.A.



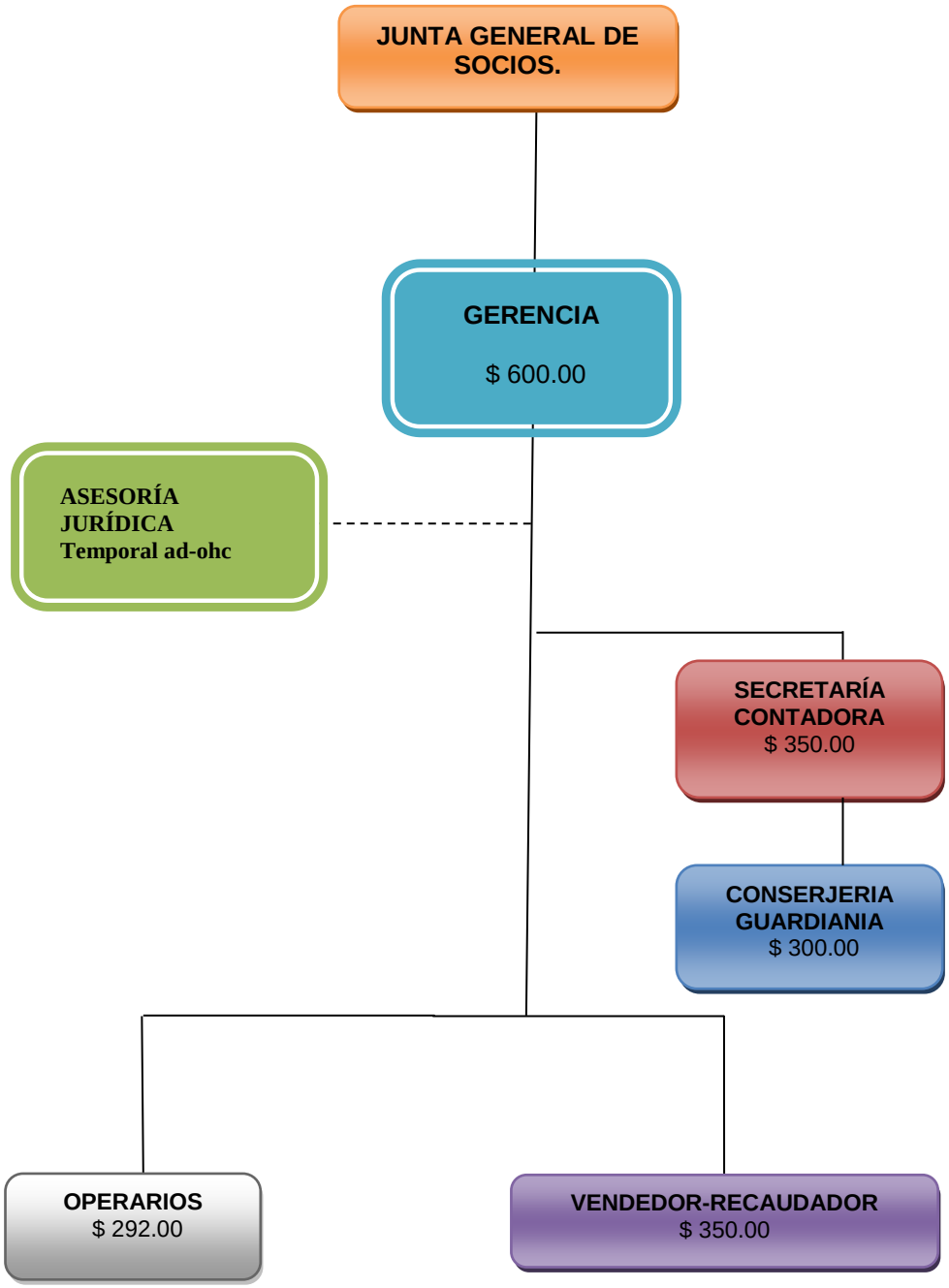
Elaboración: El Autor

ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA EMPRESA DEPORLOJA. C.A.



Elaboración: El Autor

ORGANIGRAMA POSICIONAL DE LA EMPRESA DEPORLOJA. C.A.



Elaboración: El Autor

MANUAL DE FUNCIONES

Esta información permitirá al futuro empleado cumplir en forma adecuada su trabajo, y se presenta la descripción y especificaciones de los puestos creados para el funcionamiento adecuado de la empresa.

MANUAL DE FUNCIONES PARA PERSONAL DE LA EMPRESA.

Código: 01

Título del Puesto:

JUNTA GENERAL DE SOCIOS

Misión del Puesto:

Legislar y normar los aspectos de mayor importancia de la empresa.

Funciones Típicas:

- Discutir y aprobar los medios de mayor trascendencia en la vida de la empresa.
- Designar al gerente de la empresa.
- Deliberar y aprobar los montos de los dividendos o porcentajes de utilidades que le corresponde a cada socio.
- Normar los procedimientos, dictar reglamentos, ordenanzas y resoluciones.
- Aprobar informes.
- Acordar acerca de la disolución de la compañía.

Habilidades y destrezas:

- Legislar las políticas que seguirá la organización.

Requisitos Mínimos:

Ser socios de la empresa

Código: 02

Título del Puesto:

GERENTE

Misión del puesto:

Planificar, programar, organizar, ejecutar, dirigir y controlar las actividades que se realizan en la empresa.

Funciones Típicas:

- Cumplir con las disposiciones dadas en el directorio e informar sobre la marcha de las mismas.
- Ejercer la representación legal judicial y extra judicial de la empresa.
- Diseñar, implementar y mantener procedimientos de compra de materia prima.
- Tramitar órdenes, controles, cheques y más documentos que el reglamento lo autorice, aprobando, autorizando y firmando para lograr un correcto desenvolvimiento.
- Nombrar y contratar trabajadores cumpliendo con los requisitos del caso.
- Organizar cursos de capacitación.
- Presentar al directorio, programas de producción, pronósticos de ventas y más documentos de trabajo para su aprobación.
- Elaborar estrategias de Marketing.

Habilidades y destrezas:

- Supervisar, coordinar y controlar las actividades del personal bajo su mando así como de la empresa en general.
- Actuar con independencia profesional usando su criterio para la resolución de los problemas inherentes a su cargo.
- Responder por equipos a su cargo.

Requisitos Mínimos:

- Educación: Título de Ingeniero Comercial.
- Conocimientos en administración estratégica

Código: 03

Título del Puesto:

ASESOR JURIDICO

Misión del puesto:

Asesorar sobre aspectos legales que le incumben a la empresa.

Funciones Típicas:

- Asesorar a los dueños o accionistas de la empresa en los aspectos jurídicos y de carácter laborar.
- Elaborar contratos de trabajo.
- Emitir informes sobre: contratos, reglamentos, ordenanzas de acuerdos, resoluciones y disposiciones que afecten o beneficien a la organización.

Habilidades y destrezas:

- Tener ética profesional en su cargo solicitado.
- Su participación es eventual cuando el caso lo amerita.
- Recomienda en toma de decisiones y no tiene poder de decisión.

Requisitos Mínimos:

- Título de abogado de la Republica
- Conocimientos en las áreas mercantiles laborales.
- Experiencia mínimo 2 años en funciones afines.

Código: 04

Título del Puesto:
SECRETARIA - CONTADORA.

Misión del puesto:
Diseñar, implementar y mantener el sistema integrado de contabilidad de la empresa, realizar labores de secretaria o asistencia directa al gerente

Funciones Típicas:

- Redactar y digitar todo tipo de correspondencia, como oficios, memorando y circulares de la empresa.
- Atender al público que solicite información y concretar entrevistas con el gerente de la empresa.
- Mantener archivos de la correspondencia enviados y recibidos.
- Controlar la asistencia del personal con un libro (bitácora) destinado para ele efecto.
- Atender la correspondencia, manejándola con diplomacia y eficacia.
- Llevar y controlar la contabilidad general de la empresa.
- Mantener un correcto manejo de los libros contables.
- Elaborar roles de pago y tramitar la documentación referente al IESS.
- Preparar los estados financieros correspondientes.
- Presentar informes y análisis de tipo contable, económico y financiero de las labores que realiza el gerente de la empresa.

Habilidades y destrezas:

- El puesto requiere de gran eficiencia, responsabilidad y discreción en el desarrollo de sus funciones
- Establecer buenas relaciones interpersonales con el personal de la empresa y público en general-
- El puesto requiere de gran responsabilidad y conocimientos de normas y procedimientos contables que llevara la empresa.
- Trabajo sujeto a presión.

Requisitos Mínimos:

- Título a nivel universitario de Contador Público Autorizado.
- Haber participado en cursos de relaciones humanas
- Experiencia en funciones a fines un año

Código: 05

Título del Puesto:

CONSERJE – GUARDIAN

Misión del puesto:

Ejecución de labores de conserjería, custodia de la empresa y realización de trámites administrativos.

Funciones Típicas:

- Entregar y receptar correspondencia de la empresa.
- Velar por la seguridad de la maquinaria y equipos de la empresa.
- Colaborar ocasionalmente con la ejecución de labores sencillas de oficina.
- Realizare la limpieza diaria de los muebles y enseres de oficina.
- Solicitar identificación a las personas que ingresen a la empresa.

Habilidades y destrezas:

- Es el responsable por el cumplimiento de labores sencillas y rutinarias, sujeto a disposiciones y normas dispuestas por sus superiores.
- Establecer buenas relaciones interpersonales con el personal de la empresa y público en general.
- Trabajo sujeto a presión.

Requisitos Mínimos:

- Poseer título de bachiller y haber pasado el servicio militar
- Experiencia en funciones afines mínimo 1 año.

Código: 06

Título del Puesto:

OPERARIOS

Misión del puesto:

Ejecutar el proceso de producción haciendo un buen uso racional de la materia prima

Funciones Típicas:

- Transporte adecuado de insumos y materia prima
- Realizar el manejo adecuado en la maquinaria
- Pesado y transformación interna de materias primas
- Realizar un acabado perfecto del producto.
- Dosificación y empaque del producto
-
- Mantenimiento de la maquinaria a su cargo
- Informar a su superior sobre los requerimientos para cumplir con su trabajo de manera efectiva

Habilidades y destrezas:

- Requiere de alta concentración.
- Trabajo sujeto a presión

Requisitos Mínimos:

- Ser bachilleres.
- Título en corte y confección.
- Experiencia en funciones afines mínimo 1 año.

Código: 07

Título del Puesto:

Vendedor - Recaudador

Misión del puesto:

Planificar programas y políticas de ventas, organizar rutas de entrega y una correcta recaudación de los dineros de la empresa.

Funciones Típicas:

- Realizar pronósticos de venta, manteniendo una adecuada relación con el departamento de producción.
- Atender al público en el área de ventas.
- Mantener un sistema adecuado de comercialización del producto.
- Establecer estoks mínimos y máximos en bodega.
- Elaborar los planes y pedidos y entrega del producto.
- Realizar una correcta recaudación de los dineros de las ventas.

Habilidades y destrezas:

- El Puesto requiere de responsabilidad al ejecutar las labores de ventas
- Requiere de alta concentración y responsabilidad.
- Trabajo sujeto a presión.

Requisitos Mínimos:

- Ser Tecnólogo en ventas o bachiller.
- Tener cursos de relaciones humanas.
- Tener conocimiento básico en computación.
- Tener cursos de capacitación en ventas.
- Experiencia en funciones afines mínimo 1 año.

ESTUDIO ECONOMICO FINANCIERO

El estudio financiero determina cual será el monto total de la inversión y el financiamiento que se puede realizar, esto se hace en función a los requerimientos de recursos humanos, materiales y físicos necesarios para poder cubrir la capacidad instalada de producción durante un ejercicio económico y a lo largo de la vida útil de la empresa, esta determinación cuantitativa de producción la obtenemos mediante el estudio de mercado realizado, para evaluar el proyecto se tiene que partir de indicadores económicos que servirán de base para determinar su implantación o no y en caso de la posibilidad, se determina la rentabilidad.

Las inversiones que el proyecto tendrá serán de tres tipos de activos:

- Activos Fijos
- Activos Diferidos y,
- Capital de Trabajo

ACTIVOS FIJOS.

Son todas las inversiones que se realizan en bienes tangibles y serán propiedad de la empresa, sirven de apoyo a las operaciones de la misma, son todos los bienes que se emplean tanto en producción, como en administración y ventas, para efectos contables, los activos fijos están sujetos a depreciaciones, los cuales se los hace de acuerdo a una tabla establecida por la contraloría, los terrenos no sufren depreciaciones, pero si se revalorizan por la plusvalía generada por el desarrollo urbanístico. Los activos fijos necesarios para el presente proyecto serán los siguientes:

TERRENO

Está localizado en la Urbanización San Rafael; Calles Eduardo Mora entre Domingo de Agurto e Ibarra, por informaciones proporcionadas por el personal

del Departamento de Avalúos y Catastros del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Loja, estos terrenos tienen en la actualidad un valor comercial de $ 80.00 dólares el metro cuadrado, por lo que representa una inversión de $ 30.000 dólares.

Cuadro Nº 35

TERRENO			
DESCRIPCIÓN	**CANTIDAD**	**V.UNITARIO**	**V. TOTAL**
Terreno metro cuadrado	375,00	80,00	30.000,00
TOTAL			**30.000,00**

Fuente: Departamento de Avalúos y Catastros del GADML
Elaboración: El Autor

CONSTRUCCIONES

El área administrativa con una extensión de 70 m^2 se edificaría de hormigón armado, a un costo de $ 200.00 dólares el metro cuadrado de construcción, inversión que asciende a un total de $ 14000.00 dólares.

El área de planta o producción consta de una nave industrial de 100 m^2, a un costo de $ 150.00 dólares el metro cuadrado de construcción, lo cual representa una inversión de $ 15000.00 dólares.

El área de parqueo consta de pavimentación del piso y verja en su parte delantera de 40m^2, a un costo de $ 80.00 dólares el metro cuadrado de construcción, lo cual representa una inversión de $ 3200.00 dólares

Dando un total general de $ 32200.00 dólares Americanos.

Cuadro Nº 36

CONSTRUCCIONES			
DESCRIPCIÓN	**CANTIDAD**	**V.UNITARIO**	**V. TOTAL**
Área administrativa m2	70,00	200,00	14.000,00
Área de planta m2	100,00	150,00	15.000,00
Área de parqueo m2	40,00	80,00	3.200,00
TOTAL			**32.200,00**

Fuente: Cámara de la Construcción de Loja
Elaboración: El Autor

MÁQUINARIA Y EQUIPO

La maquinaria indispensable para la puesta en marcha del proyecto ha sido cotizada en diferentes almacenes de venta de maquinaria industrial como son: Almacenes Celi Román, Comercial Briseño, Importadora Flores, Ferrisariato, internet, etc.

La adquisición de maquinaria y equipo para el proyecto asciende a la suma de $ 8360.00 dólares.

Cuadro Nº 37

MAQUINARIA Y EQUIPO DE PRODUCCIÓN			
DESCRIPCIÓN	**CANTIDAD**	**V.UNITARIO**	**V. TOTAL**
Maquinas industriales de coser 1 aguja	2	750,00	1.500,00
Cortadora	2	120,00	240,00
Collarín 2 agujas	1	1.000,00	1.000,00
Máquina de coser y bordar	1	2.500,00	2.500,00
Máquina recta de coser doble aguja	1	1.200,00	1.200,00
Máquina de ojal electrónica	1	1.300,00	1.300,00
Tijeras manuales	6	20,00	120,00
Materiales de serigrafía	1	500,00	500,00
TOTAL			**8.360,00**

Fuente: Almacenes de herramientas de la ciudad de Quito
Elaboración: El Autor.

VEHÍCULO

Se requiere de un vehículo para el transporte de materias primas y productos terminados hacia los centros de distribución y minoristas, en la etapa de introducción del producto a los diversos mercados.

El mismo debe tener una capacidad mínima de carga de 2 toneladas, el vehículo ideal por su capacidad y economía es el MAZDA VT50, año de fabricación 2013 4x2 cuyo precio promedio en las casas distribuidoras de carros de la ciudad de Loja y los anuncios de precios es de $ 22000.00 dólares.

Cuadro Nº 38

INVERSIÓN EN VEHÍCULO			
DESCRIPCIÓN	**CANTIDAD**	**V.UNITARIO**	**V. TOTAL**
Camioneta marca Mazda 2013	1	22.000,00	22.000,00
TOTAL			**22.000,00**

Fuente: Loja car / **Elaboración:** El Autor

MUEBLES Y ENSERES

Se requieren muebles y enseres para el equipamiento de las oficinas administrativas de la empresa: en el mercado local podemos encontrar muebles metálicos y de madera, variando sus precios de acuerdo a la calidad y marca de los mismos, a este rubro le añadiremos la pechería necesaria para el almacenamiento de materias primas y productos terminados, la inversión por muebles y enseres suman $ 2800.00 dólares.

Cuadro Nº 39

INVERSIÓN EN MUEBLES Y ENSERES			
DESCRIPCIÓN	**CANTIDAD**	**V.UNITARIO**	**V. TOTAL**
Escritorio	3	120,00	360,00
Silla giratoria	3	80,00	240,00
Sillas largas x4	6	50,00	300,00
Sillas pegadizas	2	100,00	200,00
Archivadores	3	150,00	450,00
Percharía 50 metros cuadrados	50	10,00	500,00
Basureros	10	15,00	150,00
Mesa para cortar tela	6	100,00	600,00
TOTAL			2.800,00

Fuente: Almacenes de la Ciudad de Loja
Elaboración: El Autor

EQUIPOS DE OFICINA

Para el normal desarrollo de las actividades administrativas de la empresa, deberá adquirirse equipos de oficina como: calculadora, teléfono, computadoras, papeleras, perforadoras, engrapadoras, cuyos costos en el mercado local alcanzan la cifra de $ 3507.00 dólares.

Cuadro Nº 40

INVERSIÓN EN EQUIPOS DE OFICINA			
DESCRIPCIÓN	**CANTIDAD**	**V.UNITARIO**	**V. TOTAL**
Calculadora CASIO 3.600 - fx	3	90,00	270,00
Teléfonos	3	100,00	300,00
Papeleras	3	10,00	30,00
Perforadoras	3	10,00	30,00
Engrampadoras	3	9,00	27,00
TOTAL			**657,00**

Fuente: Almacenes de la Ciudad de Loja
Elaboración: El Autor

EQUIPOS DE COMPUTACION

Para el desarrollo de las actividades administrativas de la empresa, deberá adquirirse equipos de computación, cuyo costo en el mercado local alcanzan la cifra de $ 2850,00 dólares.

Cuadro Nº 41

EQUIPOS DE COMPUTACION			
DESCRIPCIÓN	**CANTIDAD**	**V.UNITARIO**	**V. TOTAL**
Equipos de computación	3,00	950,00	2.850,00
TOTAL			**2.850,00**

Fuente: Mundo Sistem
Elaboración: El Autor

IMPREVISTOS

Con el fin de afrontar los inconvenientes y fluctuaciones de precios que se pueden presentar durante la puesta en marcha del proyecto, se estima un 2% del total de activos fijos porcentaje que asciende a $ 1977,34 dólares americanos.

Cuadro Nº 42

IMPREVISTOS			
DESCRIPCIÓN	**CANTIDAD**	**PORCENTAJE**	**V. TOTAL**
Imprevistos 2% del total del activo fijo	98.867,00	0,02	1.977,34
TOTAL			**1.977,34**

Fuente y Elaboración: El Autor

Cuadro N° 43

RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS

DETALLE	CANTIDAD
Terreno	30.000,00
Construcciones	32.200,00
Maquinaria y equipo	8.360,00
Vehículo	22.000,00
Muebles y enseres	2.800,00
Equipos de oficina	657,00
Equipos de computación	2.850,00
Imprevistos	1.977,34
TOTAL	100.844,34

NOTA: El valor del 2% de imprevistos corresponde a la sumatoria de los valores de activos fijos.
Fuente: Resumen de los cuadros N. 35-36-37-38-39-40-41-42.
Elaboración: El Autor

ACTIVOS DIFERIDOS

Se considera activos diferidos a todos los bienes intangibles necesarios para la puesta en marcha del proyecto, rubro que asciende a la suma de $ 2448,00 dólares.

GASTOS DE CONSTITUCIÓN

Son gastos operativos; en el campo legal tenemos la aprobación de la organización como al para que adquiera personería jurídica, aprobación de reglamentos, permisos sanitarios y de funcionamiento, todas estas actividades requieren de la contratación de un profesional en el área, gastos estimados en aproximadamente $ 1000,00 dólares.

Cuadro Nº 44

GASTOS DE CONSTITUCION			
DESCRIPCIÓN	**CANTIDAD**	**V.UNITARIO**	**V. TOTAL**
Gastos de constitución	1,00	1.000,00	1.000,00
TOTAL			**1.000,00**

Fuente: Dr. Walter Rogel
Elaboración: El Autor

INVESTIGACIÓN Y DISEÑO

Son gastos que se incurren para la elaboración de diagramas, planos, asesoramiento en la parte técnica, industrial y financiera para la puesta en marcha del proyecto, esta inversión asciende aproximadamente a $ 800,00 dólares.

Cuadro Nº 45

INVESTIGACION Y DISEÑO			
DESCRIPCIÓN	**CANTIDAD**	**V.UNITARIO**	**V. TOTAL**
Investigación y diseño	1,00	800,00	800,00
TOTAL			**800,00**

Fuente: Ing. Patricio Cueva
Elaboración: El Autor

PUESTA EN MARCHA

Son gastos de pre operaciones necesarios para desarrollar el proyecto, calculados en $ 600.00 dólares.

Cuadro Nº 46

PUESTA EN MARCHA PROYECTO			
DESCRIPCIÓN	**CANTIDAD**	**V.UNITARIO**	**V. TOTAL**
Puesta en marcha	1,00	600,00	600,00
TOTAL			**600,00**

Fuente y Elaboración: El Autor

IMPREVISTOS

Para hacer frente a los gastos no contemplados o programados durante el desarrollo del proyecto he considerado necesario destinar un valor de $ 48,00 dólares.

Cuadro Nº 47

IMPREVISTOS			
DESCRIPCIÓN	**CANTIDAD**	**PORCENTAJE**	**V. TOTAL**
Imprevistos	2.400,00	0,02	48,00
TOTAL			**48,00**

Fuente y Elaboración: El Autor

Cuadro Nº 48
INVERSIÓN EN ACTIVOS DIFERIDOS

DETALLE	CANTIDAD
Gastos de constitución	1.000,00
Investigación y diseño	800,00
Puesta en marcha	600,00
Imprevistos	48,00
TOTAL	**2.448,00**

NOTA: El valor del 2% de imprevistos corresponde a la sumatoria de los valores de activos diferidos.
Fuente: Resumen de los cuadros N. 44-45-46-47.
Elaboración: El Autor.

ACTIVOS CIRCULANTE O CAPITAL PROPIO

Son los recursos indispensables que se requiere para la organización, para poner en marcha el proceso productivo, estos recursos están calculados en un mes de operaciones, el monto calculado para operar en el primer mes de funcionamiento a la hora de elaborar la cantidad de 1296 uniformes con un crecimiento de producción en serie de hasta un 5% más y gastaremos la cantidad de $ 13777,67 dólares.

INVENTARIOS

MATERIAS PRIMAS

Son los ingredientes fundamentales para la transformación en productos terminados, para el primer mes de producción este rubro alcanza la cifra de $ 6616,00 dólares.

Cuadro N° 49

COSTO DE MATERIAS PRIMAS DIRECTAS (En metros)				
DETALLE	**CANTIDAD**	**C. UNITARIO**	**C. MENSUAL**	**C. ANUAL**
Tela Pique en metros	432,00	7,50	3.240,00	38.880,00
Tela Copa en metros	432,00	2,60	1.123,20	13.478,40
Tela Yérsey en metros	432,00	4,50	1.944,00	23.328,00
Cuellos en metros	172,00	0,50	86,00	1.032,00
Hilos en rollos	20,00	2,50	50,00	600,00
Elástico en metros	432,00	0,15	64,80	777,60
Suspensorio en metros	216,00	0,50	108,00	1.296,00
TOTAL	2.136,00		6.616,00	79.392,00

Fuente: Almacenes de la Ciudad de Loja
Elaboración: El Autor

MATERIALES INDIRECTOS

Son los que sirven de complemento al producto elaborado, en el proyecto tenemos las fundas litografiadas productos en las presentaciones determinadas, los apliques y polines para los productos terminados, los materiales indirectos suman $ 1102,80 dólares.

Cuadro Nº 50

COSTO DE MATERIALES INDIRECTOS				
DESCRIPCIÓN	**CANTIDAD**	**V.UNITARIO**	**COSTO MENSUAL**	**COSTO ANUAL**
Fundas	1.300,00	0,10	130,00	1.560,00
Apliques	1.300,00	0,20	260,00	3.120,00
Polines	1.296,00	0,55	712,80	8.553,60
TOTAL			1.102,80	13.233,60

Fuente: Almacenes de la Ciudad de Loja
Elaboración: El Autor

MANO DE OBRA DIRECTA

Se considera mano de obra directa al personal que interviene con su trabajo en la transformación de la materia prima en productos terminados, el rubro asignado para mano de obra directa en el primer mes de producción asciende a $ 1908,89 dólares, el detalle de este consta en el anexo de sueldos y salarios.

Cuadro Nº 51

INVERSIÓN EN MANO DE OBRA DIRECTA		
RUBROS / PRESUPUESTOS	**OPERARIO**	
Salario Básico Unificado	224,20	
Décimo Tercero 1/12	18,68	
Décimo Cuarto SBU. 1/12	20,00	
Vacaciones 1/24	9,34	
Aporte Patronal 11.15%	25,00	
Aporte IECE 0,5%	1,12	
Aporte CECAP 0,5%	1,12	
Fondos de Reserva 1/12	18,68	
Total Mensual	318,15	**1.908,89**
Total Anual		**22.906,70**
TOTAL COSTO SUELDOS OPERARIOS		

Fuente y Elaboración: El Autor

CARGA FABRIL

También se conoce como gastos generales de fabricación; para el normal funcionamiento de la empresa se requiere invertir en diversas necesidades y servicios como son: Materiales de aseo, energía eléctrica, agua, teléfono y combustible y lubricantes, estos gastos ascienden en el primer mes de producción a la suma de $ 272,76 dólares.

Cuadro Nº 52

COSTO DE CARGA FABRIL				
DETALLE	**CANTIDAD**	**V.UNITARIO**	**VALOR MENSUAL**	**VALOR ANUAL**
Útiles de limpieza	3,00	10,00	30,00	360,00
Agua	20,00	0,74	14,80	177,60
Luz	563,00	0,17	97,96	1.175,54
Teléfono	1,00	30,00	30,00	360,00
Combustible y lubricantes	1,00	100,00	100,00	1.200,00
Total			**272,76**	**3.273,14**

Fuente y elaboración: El Autor

GASTOS ADMINISTRATIVOS

Son gastos que se realizan por concepto de sueldos al personal administrativo, útiles de aseo, de limpieza, materiales de oficina, etc. Por ser el primer mes de operaciones no se consideran los valores por depreciaciones en amortizaciones; este gasto asciende a $ 2341,67 dólares el primer mes.

Cuadro Nº 53

COSTOS ADMINISTRATIVOS		
DETALLE	**VALOR MENSUAL**	**VALOR ANUAL**
Personal administrativo	2.211,67	26.540,04
Gastos útiles de oficina	130,00	1.560,00
TOTAL	2.341,67	28.100,04

Fuente y elaboración: El Autor

AMORTIZACION BANCARIA

Son gastos que se realizan por concepto de pago a cooperativa por dinero pedido para la inversión su valor asciende a en el primer mes $1137,70.

Cuadro N° 54

CUADRO DE AMORTIZACION BANCARIO					
MESES	**SALDO ANTERIOR**	**DIVIDENDOS**	**INTERÉS**	**AMORTIZACIÓN**	**PAGO EN UN AÑO**
1,00	**70.000,00**	**1.137,70**	**700,00**	**437,70**	13.652,40

Fuente: Cooperativa Padre Julián Lorente
Elaboración: El Autor

GASTOS EN VENTAS

Son gastos en los que incurre por concepto de comisiones por ventas, publicidad que permita llegar con nuestros productos a los principales mercados de la ciudad, este egreso en el primer mes suma la cantidad de $ 150,00 dólares.

Cuadro Nº 55

GASTOS DE VENTA		
DESCRIPCIÓN	**COSTO MENSUAL**	**COSTO ANUAL**
Gastos generales de venta	70,00	840,00
Publicidad	80,00	960,00
Total	150,00	1.800,00

Fuente: Almacenes de la Ciudad
Elaboración: El Autor

IMPREVISTOS

Permite la circulación del capital de operaciones para el primer mes de producción de la empresa, además es útil para redondear las operaciones, para el efecto se ha considerado la cantidad de $ 247,84 dólares a un 2% ya que es necesario en el proyecto ya que puede sufrir brusco cambio, por el incremento de los porcentajes de los componentes adicionales y por ley.

Cuadro Nº 56

ENCAJE			
DETALLE	**VALOR EN DOLARES**		
Encaje	12.392,12	0,02	247,84
TOTAL			247,84

Fuente y elaboración: El Autor.

Cuadro Nº 57

RESUMEN DE LAS INVERSIONES DEL PROYECTO

RUBRO	MONTO
ACTIVOS FIJOS	
Terreno	30.000,00
Construcciones	32.200,00
Maquinaria y equipos	8.360,00
Vehículo	22.000,00
Muebles y enseres	2.800,00
Equipos de oficina	657,00
Equipos de computación	2.850,00
Imprevistos	1.977,34
TOTAL ACTIVOS FIJOS	**100.844,34**
ACTIVOS DIFERIDOS	
Gastos de constitución	1.000,00
Investigación y diseño	800,00
Puesta en marcha del proyecto	600,00
Imprevistos	48,00
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	**2.448,00**
CAPITAL DE OPERACIÓN	
Materia Prima Directa	6.616,00
Materiales Indirectos	1.102,80
Mano de Obra Directa	1.908,89
Gastos Administrativos	2.341,67
Gastos Carga Fabril	272,76
Gastos de Venta	150,00
Amortización bancaria	1.137,70
Imprevistos	247,84
TOTAL CAPITAL DE OPERACIÓN	**13.777,67**
TOTAL	**117.070,01**

NOTA: El valor del 2% del encaje corresponde a la sumatoria de los valores de activos circulantes o capital propio.
Fuente: Resumen de los cuadros N. 49-50-51-52-53-54-55-56.
Elaboración: El Autor

FUENTES DE FINANCIAMIENTO

Los recursos propios de los inversionistas y los recursos de los terceros son la fuente que financiara el proyecto, para determinar el costo del proyecto que se financiara con crédito o con recursos propios, se toma en cuenta el criterio básico que la inversión asciende a la cantidad de 117070,01 dólares.

CAPITAL PROPIO

Es el monto de dinero que proviene de los aportes de los inversionistas del proyecto, para el presente caso este monto es del 40.21% del total del proyecto, esto es $ 47070,01 dólares, que serán aportados por los miembros de la Compañía Anónima, el monto restante se lo adquirirá con crédito a la banca o cooperativa privada de la ciudad.

CAPITAL DE FINANCIAMIENTO

Dentro de las alternativas de financiamiento se debe estudiar cuidadosamente el crédito de las instituciones de desarrollo como es la Corporación Financiera Nacional, a través de su línea de crédito FOPINAR, que fomenta el desarrollo de la pequeña industria y artesanía.

De entre las alternativas crediticias se decide la utilización de este crédito porque las condiciones que ofrece son más ventajosas que las condiciones crediticias de los Bancos Y Cooperativas privadas y su monto a financiar es de $70000,00 dólares, que sumado al capital propio dan el total del proyecto a implantar.

Cuadro Nº 58

FINANCIAMIENTO

FUENTE	PORCENTAJE	MONTO
Capital Propio	40,21	47.070,01
Crédito Bancario	59,79	70.000,00
TOTAL	100,00	**117.070,01**

Fuente y elaboración: EL Autor

PRESUPUESTO

Es una panorámica completa de las inversiones necesarias que sirve para poner en funcionamiento del proyecto y nos permite clasificar las necesidades iniciales de capital y la posible recuperación de la inversión en el momento de liquidar el proyecto, edemas podemos establecer en forma porcentual la importancia de cada inversión con relación al monto total.

COSTOS

Los costos de producción y operación son una detallada visión de los costos involucrados en la producción, clasificándolos en costos de fabricación, gastos administrativos, gastos de venta y si es pertinente costos financieros, para el periodo de funcionamiento de 10 años del proyecto.

MATERIAS PRIMAS

La producción proyectada para el primer año de funcionamiento de la empresa es de 79392.00 dólares, para tal propósito existe en el mercado nacional varios proveedores de materias primas, hemos llegado a la conclusión que las siguientes casas distribuidoras son las que ofertan los componentes a menor costo: ECUATEX, INTERNACIONAL, HILAT S. A., REIMPCONEX, etc.

Cuadro Nº 59 PRESUPUESTOS DE COSTOS TOTALES DE PRODUCCION PARA LOS DIEZ AÑOS										
RUBROS	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	6	7	8	9	10
COSTO DE PRODUCCIÓN										
Mano de Obra Directa	22.906,70	24.052,04	25.254,64	26.517,37	27.843,24	29.235,40	30.697,17	32.232,03	33.843,63	35.535,81
Materiales Indirectos	13.233,60	13.895,28	14.590,04	15.319,55	16.085,52	16.889,80	17.734,29	18.621,00	19.552,05	20.529,66
Materia Prima Directa	79.392,00	83.361,60	87.529,68	91.906,16	96.501,47	101.326,55	106.392,87	111.712,52	117.298,14	123.163,05
Total costo primo	**115.532,30**	**121.308,92**	**127.374,36**	**133.743,08**	**140.430,23**	**147.451,75**	**154.824,33**	**162.565,55**	**170.693,83**	**179.228,52**
Depreciaciones										
Depreciación de construcción	2.898,00	2.898,00	2.898,00	2.898,00	2.898,00	2.898,00	2.898,00	2.898,00	2.898,00	2.898,00
Depreciación de Maquinaria y Equipo	752,40	752,40	752,40	752,40	752,40	752,40	752,40	752,40	752,40	752,40
Total carga proceso de fabricación	**3.650,40**	**3.650,40**	**3.650,40**	**3.650,40**	**3.650,40**	**3.650,40**	**3.650,40**	**3.650,40**	**3.650,40**	**3.650,40**
GASTOS DE OPERACIÓN										
Gastos de Administración										
Remuneraciones (Sueldos Adm.)	26.540,04	27.867,05	29.260,40	30.723,42	32.259,59	33.872,57	35.566,20	37.344,51	39.211,73	41.172,32
Útiles de oficina	1.560,00	1.638,00	1.719,90	1.805,90	1.896,19	1.991,00	2.090,55	2.195,08	2.304,83	2.420,07
Útiles de limpieza	360,00	378,00	396,90	416,75	437,58	459,46	482,43	506,56	531,88	558,48
Energía Eléctrica	1.175,54	1.234,32	1.296,04	1.360,84	1.428,88	1.500,33	1.575,34	1.654,11	1.736,81	1.823,65
Agua Potable	177,60	186,48	195,80	205,59	215,87	226,67	238,00	249,90	262,40	275,52
Servicio Telefónico	360,00	378,00	396,90	416,75	437,58	459,46	482,43	506,56	531,88	558,48
Deprec. de Equipo de Oficina	197,10	197,10	197,10	197,10	197,10	197,10	197,10	197,10	197,10	197,10
Deprec. De Muebles y Enseres	504,00	504,00	504,00	504,00	504,00	504,00	504,00	504,00	504,00	504,00
Deprec. Equipo de Computación	636,50	636,50	636,50	636,50	636,50	636,50	636,50	636,50	636,50	636,50
Total Gastos Administrativos	**31.510,79**	**33.019,45**	**34.603,54**	**36.266,84**	**38.013,30**	**39.847,08**	**41.772,56**	**43.794,31**	**45.917,14**	**48.146,12**
Gastos de Venta										
Publicidad	960,00	1.008,00	1.058,40	1.111,32	1.166,89	1.225,23	1.286,49	1.350,82	1.418,36	1.489,28
Gastos generales de venta	840,00	882,00	926,10	972,41	1.021,03	1.072,08	1.125,68	1.181,96	1.241,06	1.303,12
Combustible y Lubricantes	1.200,00	1.260,00	1.323,00	1.389,15	1.458,61	1.531,54	1.608,11	1.688,52	1.772,95	1.861,59
Deprec. de Vehículo	1.760,00	1.760,00	1.760,00	1.760,00	1.760,00	1.760,00	1.760,00	1.760,00	1.760,00	1.760,00
Total Gastos de Venta	**4.760,00**	**4.910,00**	**5.067,50**	**5.232,88**	**5.406,52**	**5.588,84**	**5.780,29**	**5.981,30**	**6.192,37**	**6.413,98**
Gastos Financieros										
Intereses	8.101,27	7.397,25	6.628,25	5.874,92	4.908,65	3.822,33	2.601,05	1.228,03	0,00	0,00
Total Gastos Financieros	**8.101,27**	**7.397,25**	**6.628,25**	**5.874,92**	**4.908,65**	**3.822,33**	**2.601,05**	**1.228,03**	**0,00**	**0,00**
Otros gastos										
Amortización del Activo Diferid.	5.551,12	6.255,14	7.024,13	7.777,47	8.743,73	9.830,05	11.051,34	12.424,36	0,00	0,00
Total Otros Gastos	**5.551,12**	**6.255,14**	**7.024,13**	**7.777,47**	**8.743,73**	**9.830,05**	**11.051,34**	**12.424,36**	**0,00**	**0,00**
TOTAL COSTO	**169.105,88**	**176.541,15**	**184.348,19**	**192.545,58**	**201.152,84**	**210.190,46**	**219.679,97**	**229.643,94**	**226.453,74**	**237.439,02**

Fuente: Cuadro N. 57
Elaboración: El Autor

RESUPUESTO DE INGRESOS

Los ingresos totales son determinados con base a la venta de los productos en estudio que produce el proyecto, en el presente caso es la venta de uniformes deportivos para los estudiantes de las escuelas y colegios de la ciudad de Loja

Los ingresos a establecerse en la vida útil del proyecto de la empresa a instalarse se la índica a través de los precios unitarios de venta.

Se considera un margen de utilidad bruta por el producto del 96% en función de la competencia.

Cuadro Nº 60

INGRESOS TOTALES

AÑO	COSTOS	CAPACIDAD UTILIZADA	COSTO UNITARIO	MARGEN DE UTILIDAD DEL 96%	P.V.P	INGRESOS
1	169.105,88	23328,00	6,67	6,40	13,07	304.971,61
2	176.541,15	24883,20	7,00	6,72	13,73	341.568,20
3	184.348,19	26438,40	7,35	7,06	14,41	381.062,03
4	192.545,58	27993,60	7,72	7,41	15,13	423.651,31
5	201.152,84	29548,80	8,11	7,78	15,89	469.546,87
6	210.190,46	31104,00	8,51	8,17	16,69	518.972,86
7	219.679,97	31104,00	8,94	8,58	17,52	544.921,50
8	229.643,94	31104,00	9,39	9,01	18,40	572.167,57
9	226.453,74	31104,00	9,85	9,46	19,32	600.775,95
10	237.439,02	31104,00	10,35	9,93	20,28	630.814,75

Fuente: Cuadro N. 32-57
Elaboración: El Autor

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

ESTADO DE RESULTADOS

Para determinar el estado de pérdidas y ganancias se tomara en cuenta los ingresos que obtendrá la empresa por la venta de los productos elaborados, a esto restaremos los costos de producción lo cual dará como resultado la utilidad bruta; a la utilidad bruta le restaremos los costos operativos conformados por gastos de ventas y gastos financieros y obtendremos como resultado la utilidad neta.

Una vez determinada la utilidad neta habrá que deducir el 15% correspondiente a distribución de utilidades para los trabajadores de la empresa, el valor que resulte de la aplicación de dicho porcentaje habrá que dividir de la siguiente manera: 10% para todos los trabajadores y el 5% para las cargas familiares de los mismos.

Luego de deducir el 15% de utilidades sobre el monto restante se calcula el 10% para reservas legales de la organización y también el 25% para el pago del impuesto a la renta al erario nacional, el remanente obtenido después de las deducciones indicadas, constituyen la utilidad liquida anual optenida por la empresa.

.

Cuadro Nº 61

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

PERIODOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingresos por ventas	304.971,61	341.568,20	381.062,03	423.651,31	469.546,87	518.972,86	544.921,50	572.167,57	600.775,95	630.814,75
(-) Costo Total	169.105,88	176.541,15	184.348,19	192.545,58	201.152,84	210.190,46	219.679,97	229.643,94	226.453,74	237.439,02
(=) Utilidad Bruta Ventas	135.865,73	165.027,05	196.713,84	231.105,73	268.394,03	308.782,40	325.241,53	342.523,63	374.322,22	393.375,73
(-) 15% Utilidad de Trabajadores	20.379,86	24.754,06	29.507,08	34.665,86	40.259,10	46.317,36	48.786,23	51.378,54	56.148,33	59.006,36
(=) Utilidad Ante Impuestos a la Renta	115.485,87	140.272,99	167.206,76	196.439,87	228.134,93	262.465,04	276.455,30	291.145,09	318.173,89	334.369,37
(-) 25% Impuesto a la renta	28.871,47	35.068,25	41.801,69	49.109,97	57.033,73	65.616,26	69.113,83	72.786,27	79.543,47	83.592,34
(=) Utilida Liquida ejercicio	86.614,40	105.204,75	125.405,07	147.329,90	171.101,20	196.848,78	207.341,48	218.358,81	238.630,41	250.777,03
(-) 10% reserva Legal	8.661,44	10.520,47	12.540,51	14.732,99	17.110,12	19.684,88	20.734,15	21.835,88	23.863,04	25.077,70
(=) Utilidad Neta	**77.952,96**	**94.684,27**	**112.864,56**	**132.596,91**	**153.991,08**	**177.163,90**	**186.607,33**	**196.522,93**	**214.767,37**	**225.699,32**

Fuente: Cuadro N.60
Elaboración: El Autor

DISTRIBUCIÓN DE COSTOS

Son los costos totales se los clasifican o se los subdividen en costos fijos y costos variables.

COSTOS FIJOS.- Son los que no sufren variación ante cualquier nivel de producción, su valor permanece constante.

COSTOS VARIABLES.- Son los rubros que cambian según el volumen de producción requerido para el proceso.

En el siguiente cuadro se puede observar los costos fijos y variables de los años 1, 5 y 10, de la empresa.

CLASIFICACION DE LOS COSTOS PARA LOS AÑOS 1,5 Y 10 AÑOS

Los costos fijos en el primer año ascienden a la suma de $50238,03 y los costos variables a la suma de $ 118867,85.

En el quinto año los costos fijos ascienden a $56668,23 y los costos variables ascienden a $144484,61.

En el décimo año los costos variables ascienden a $53035,98 y los costos variables ascienden a $184403,04

Cuadro Nº 62						
CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS						
DESCRIPCIÓN	**AÑO 1**		**AÑO 5**		**AÑO 10**	
	COSTOS FIJOS	**COSTOS VARIABLES**	**COSTOS FIJOS**	**COSTOS VARIABLES**	**COSTOS FIJOS**	**COSTOS VARIABLES**
COSTOS DE PRODUCCION						
Materia Prima Directa		79.392,00		96.501,47		123.163,05
Mano de Obra Directa (trabajadores)		22.906,70		27.843,24		35.535,81
Materiales indirectos (fundas, apliques y polines)		13.233,60		16.085,52		20.529,66
Gatos de energía eléctrica		1.175,54		1.428,88		1.823,65
Combustibles y lubricantes		1.200,00		1.458,61		1.861,59
Depreciaciones de área productiva	3.650,40		3.650,40		3.650,40	
COSTOS DE OPERACIÓN						
Gastos administrativos (sueldo empleados)	26.540,04		32.259,59		41.172,32	
Útiles de oficina	1.560,00		1.896,19		2.420,07	
Útiles de limpieza	360,00		437,58		558,48	
Gastos de agua	177,60		215,87		275,52	
Gastos de teléfono	360,00		437,58		558,48	
Depreciaciones área administrativa	1.337,60		1.337,60		1.337,60	
Gastos Financieros						
Gastos Financieros (intereses)	13.652,39		13.652,39			
COSTOS DE VENTAS						
Gastos generales de venta	840,00		1.021,03		1.303,12	
Publicidad		960,00		1.166,89		1.489,28
Depreciaciones área de ventas	1.760,00		1.760,00		1.760,00	
T O T A L :	50.238,03	118.867,85	56.668,23	144.484,61	53.035,98	184.403,04

Elaboración: El Autor

PUNTO DE EQUILIBRIO

Se define como punto de equilibrio, el momento en el cual la empresa con un determinado nivel de producción no obtiene ni ganancia ni pérdida.

Para el cálculo del punto de equilibrio utilizamos la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}}$$

Simbología:

PE= Punto de equilibrio

CF= Costos fijos

CV= Costos variables

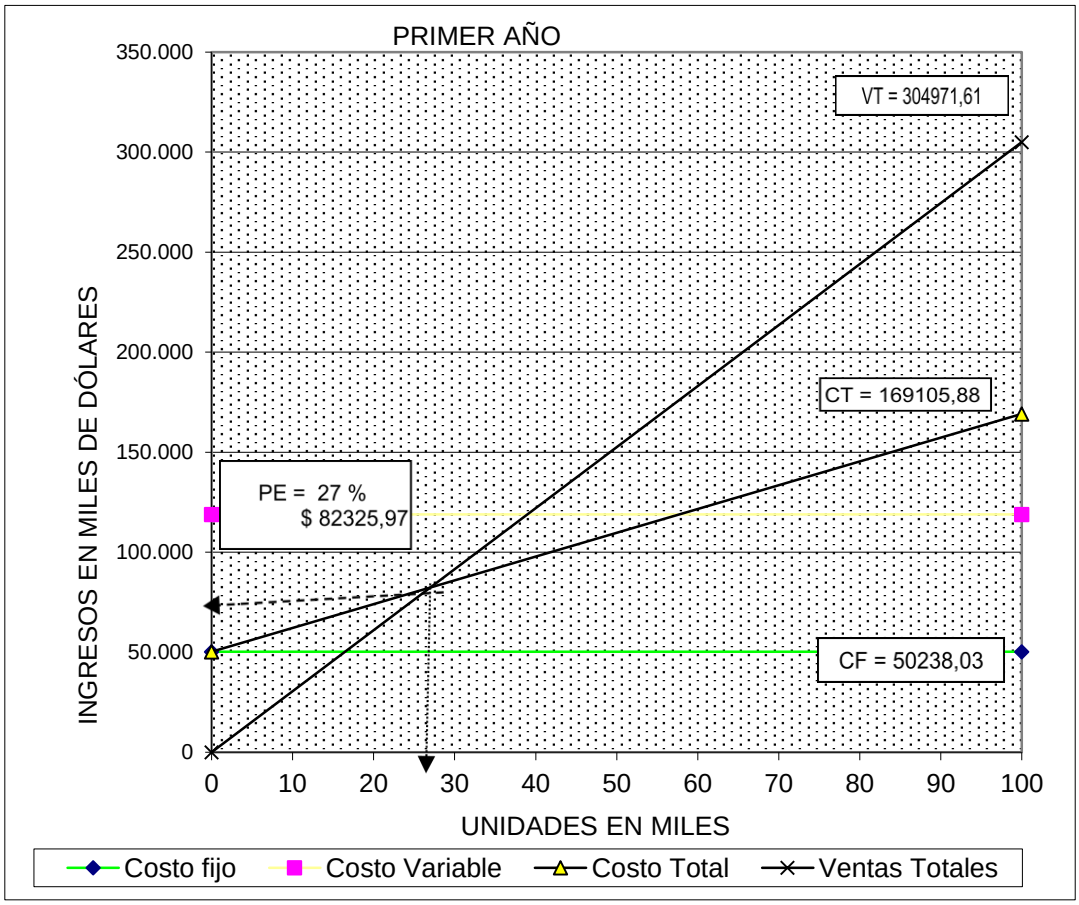
VT= Ventas totales

CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCION DE LAS VENTAS Y DE LA CAPACIDAD INSTALADA PARA EL PRIMER AÑO

MATEMATICAMENTE

* **PE en función de la Capacidad** Instalada						
PE =	CF	* 100 =	50.238	* 100 =	**27 %**	
	VT - CV		304.972 118.868			
* **PE en función de los Ingresos (Ventas)**						
PE =	CF	=	50.238	=	**82.326**	
	1 - CV		1 - 118.868			
	VT		304.972			

GRAFICO Nº 21
PUNTO DE EQUILIBRIO
EN FUNCION DE LAS VENTAS Y
CAPACIDAD INSTALADA



ELABORACION: El Autor

Análisis:

El punto de equilibrio se produce cuando la empresa trabaja a una capacidad de 27% de su capacidad estará en punto de equilibrio

Cuando sus ingresos por venta sean de $ 82325,97 dólares, en este punto la empresa ni pierde ni gana.

Cuando la empresa trabaja menos del 27% de su capacidad instalada o cuando sus ventas son menores a $ 82325,97 dólares, la empresa pierde.

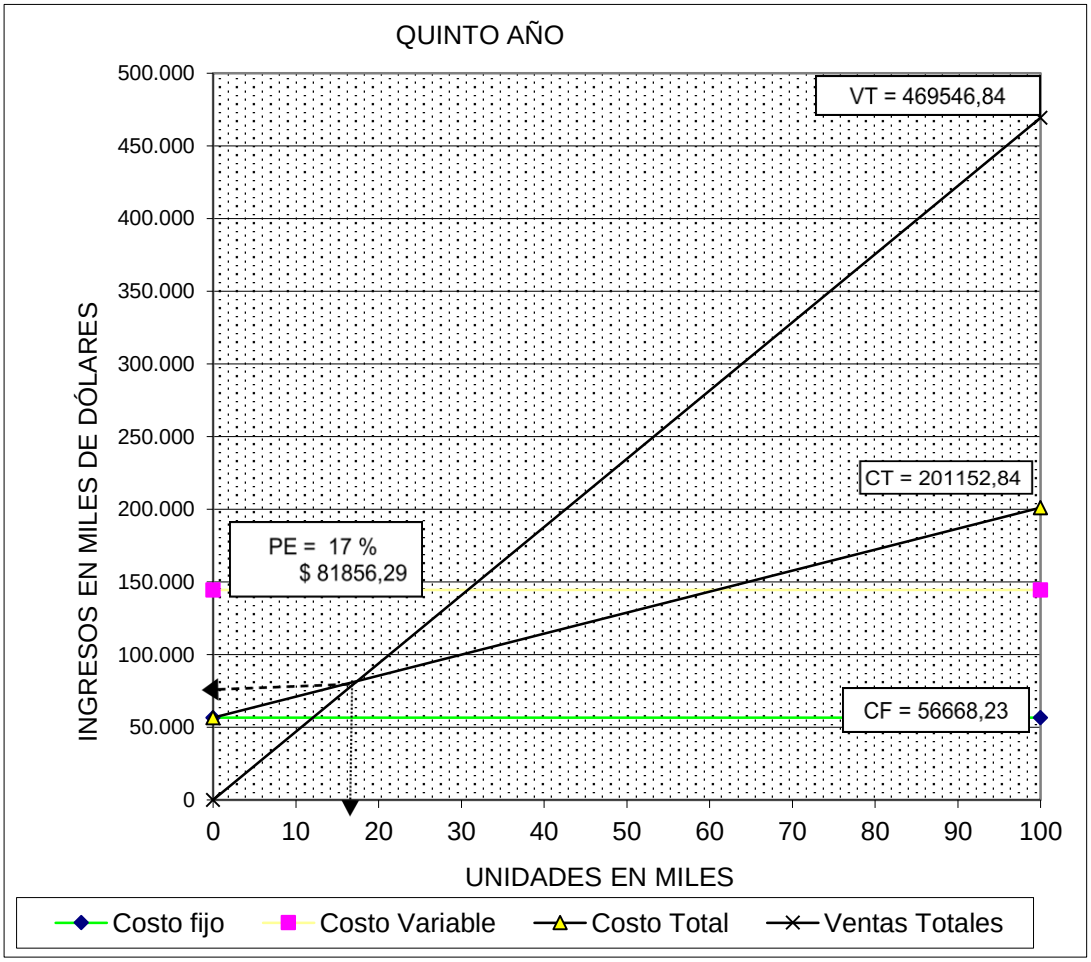
Cuando la empresa trabaja más del 27% de su capacidad instalada o cuando sus ventas son mayores a $ 82325,97 dólares la empresa comienza a ganar.

CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCION DE LAS VENTAS Y DE LA CAPACIDAD INSTALADA PARA EL QUINTO AÑO

MATEMATICAMENTE

* PE en función de la Capacidad Instalada							
PE =	CF	* 100 =	56.668		* 100 =	**17 %**	
	VT - CV		469.547	144.485			
* **PE en función de los Ingresos (Ventas)**							
PE =	CF	=	56.668		=	**81.856**	
	1 - CV		1 -	144.485			
	VT			469.547			

GRAFICO Nº 22
PUNTO DE EQUILIBRIO
EN FUNCION DE LAS VENTAS Y
CAPACIDAD INSTALADA



Elaboración: El Autor

Análisis:

El punto de equilibrio se produce cuando la empresa trabaja a una capacidad de 17% de su capacidad estará en punto de equilibrio

Cuando sus ingresos por venta sean de $ 81856,29 dólares, en este punto la empresa ni pierde ni gana.

Cuando la empresa trabaja menos del 17% de su capacidad instalada o cuando sus ventas son menores a $ 81856,29 dólares, la empresa pierde.

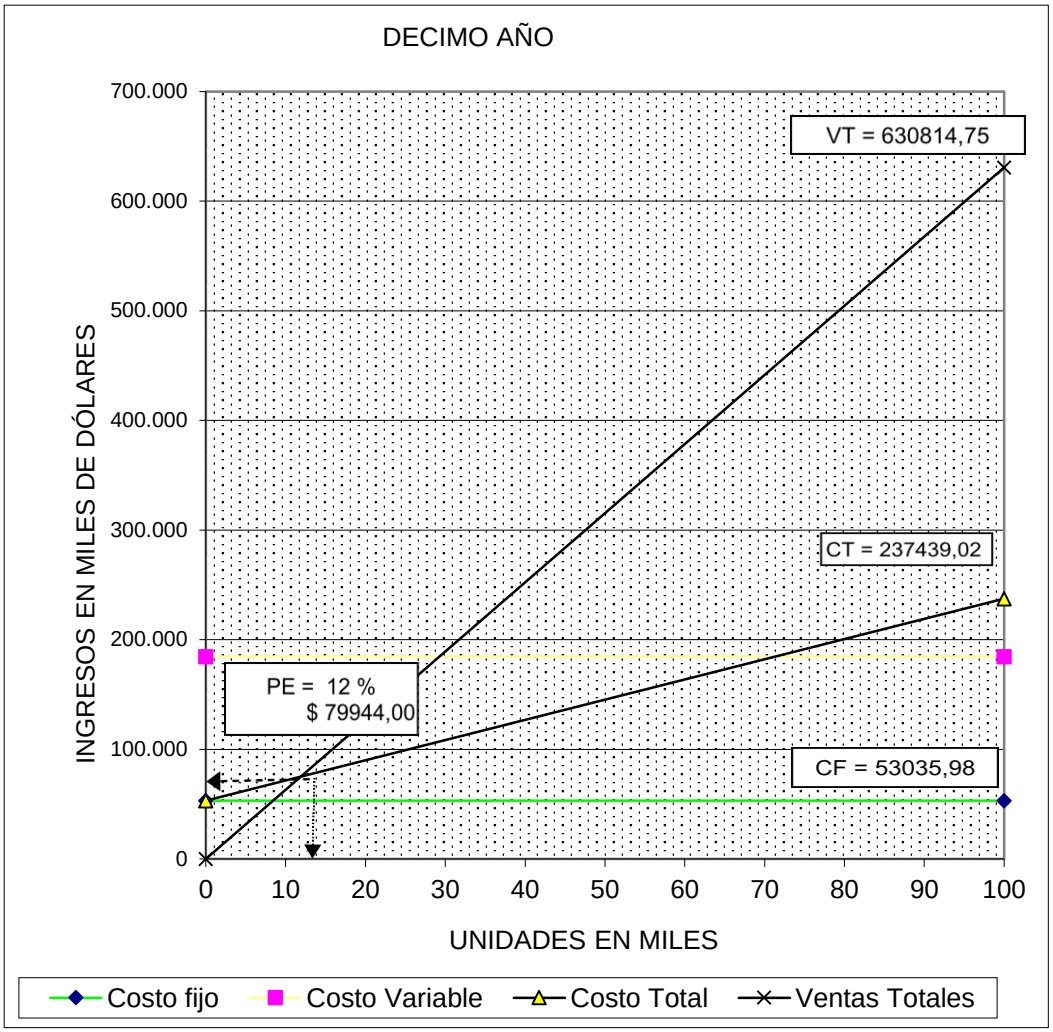
Cuando la empresa trabaja más del 17% de su capacidad instalada o cuando sus ventas son mayores a $ 81856,29 dólares la empresa comienza a ganar.

CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCION DE LAS VENTAS Y DE LA CAPACIDAD INSTALADA PARA EL DECIMO AÑO

MATEMATICAMENTE

* PE en función de la Capacidad Instalada							
PE =	CF	* 100	=	53.036	* 100	=	**12 %**
	VT - CV			630.815 184.403			
* **PE en función de los Ingresos (Ventas)**							
PE =	CF		=	53.036		=	**74.944**
	1 - CV			1 - 184.403			
	VT			630.815			

GRAFICO Nº 23
PUNTO DE EQUILIBRIO
EN FUNCION DE LAS VENTAS Y
CAPACIDAD INSTALADA



ELABORACION: El Autor

Análisis:

El punto de equilibrio se produce cuando la empresa trabaja a una capacidad de 12% de su capacidad estará en punto de equilibrio

Cuando sus ingresos por venta sean de $ 79944,00 dólares, en este punto la empresa ni pierde ni gana.

Cuando la empresa trabaja menos del 12% de su capacidad instalada o cuando sus ventas son menores a $ 79944,00 dólares, la empresa pierde.

Cuando la empresa trabaja más del 12% de su capacidad instalada o cuando sus ventas son mayores a $ 79944,00 dólares la empresa comienza a ganar

EVALUACION ECONOMICA DEL PROYECTO

La presente evaluación busca analizar el retorno financiero o rentabilidad que puede generar a los inversionistas del proyecto y tiene la función de medir tres aspectos fundamentales:

- Estructurar el plan de financiamiento, una vez medido el grado en que los costos pueden ser cubiertos por los ingresos.
- Medir el grado de rentabilidad que ofrece la inversión en el proyecto.
- Brindar la información base para la toma de decisiones sobre la inversión en el proyecto, frente a otras alternativas de inversión.

Esta evaluación consiste en combinar operaciones matemáticas, a fin de obtener coeficientes de evaluación, lo cual se basa en los flujos de ingresos y egresos formulados con precios de mercado sobre los que pueden aplicarse factores de corrección para contrarrestar la inflación y se fundamenta en los criterios más utilizados como:

- Valor Actual Neto (VAN)
- Tasa Interna de Retorno (TIR)
- Análisis de Sensibilidad (AS)
- Relación Beneficio Costo (R/BC)
- Período de Recuperación de Capital (PRC)

FLUJO DE CAJA

Para realizar la aplicación de algunos criterios de evaluación, se hace necesario previamente estimar el flujo de caja, que permite determinar la cobertura de todas las necesidades de efectivo a lo largo de los años de vida útil del proyecto.

El flujo de caja es la fuente de información que sirve para la aplicación de los indicadores de evaluación su información es básica para realizar esta proyección se basa en los ingresos totales y los egresos totales, los primeros corresponden a las ventas, mas los valores residuales y el capital de operación que se recupera al recibir sus ingresos propios, mientras que los segundos son los costos totales mas los beneficios a los trabajadores y los impuestos pagados al fisco, menos las depreciaciones y la amortización del activo diferido.

Los flujos de fondos, refleja el movimiento monetario de la empresa y el año cero indica las inversiones a realizarse previos a la puesta en marcha del proyecto.

Con el flujo de caja, se evaluara en lugar de utilizar figuras contables en razón de que no son éstos los que afectan a la capacidad de la empresa para pagar cuentas o compra de activos.

El horizonte de evaluación depende de las características de cada proyecto, si el proyecto tiene una vida útil esperada posible de prever y si no es de larga duración lo más conveniente es construir el flujo en ese número de años, así en este caso la empresa que se crearía con el proyecto, tiene entre sus objetivos el de permanencia en el tiempo, para lo cual hemos aplicado la convención generalmente usada de proyectar los flojos a 10años, que es la vida útil del proyecto, como lo indicamos a continuación en los gráficos de punto de equilibrio

Cuadro Nº 63										
FLUJO DE CAJA										
AÑOS / DETALLES	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	9	10
INGRESOS										
Ventas	304.971,61	341.568,20	381.062,03	423.651,31	469.546,87	518.972,86	544.921,50	572.167,57	600.775,95	630.814,75
Valor Residual			1.006,20		280,00					2.512,40
TOTAL INGRESOS	**304.971,61**	**341.568,20**	**382.068,23**	**423.651,31**	**469.826,87**	**518.972,86**	**544.921,50**	**572.167,57**	**600.775,95**	**633.327,15**
EGRESOS										
Costo de Producción (***)	169.105,88	176.541,15	184.348,19	192.545,58	201.152,84	210.190,46	219.679,97	229.643,94	226.453,74	237.439,02
EGRESOS	**169.105,88**	**176.541,15**	**184.348,19**	**192.545,58**	**201.152,84**	**210.190,46**	**219.679,97**	**229.643,94**	**226.453,74**	**237.439,02**
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	**135.865,73**	**165.027,05**	**197.720,04**	**231.105,73**	**268.674,03**	**308.782,40**	**325.241,53**	**342.523,63**	**374.322,22**	**395.888,13**
(-) 15% Utilidad Trabajadores	20.379,86	24.754,06	29.658,01	34.665,86	40.301,10	46.317,36	48.786,23	51.378,54	56.148,33	59.383,22
UTILIDAD ANT. IMPUESTO	**115.485,87**	**140.272,99**	**168.062,03**	**196.439,87**	**228.372,93**	**262.465,04**	**276.455,30**	**291.145,09**	**318.173,89**	**336.504,91**
(-) 25% Impuesto a la renta	28.871,47	35.068,25	42.015,51	49.109,97	57.093,23	65.616,26	69.113,83	72.786,27	79.543,47	84.126,23
UTILIDAD LIQUIDA	**86.614,40**	**105.204,75**	**126.046,52**	**147.329,90**	**171.279,70**	**196.848,78**	**207.341,48**	**218.358,81**	**238.630,41**	**252.378,68**
Amortización de Diferidos	5.551,12	6.255,14	7.024,13	7.777,47	8.743,73	9.830,05	11.051,34	12.424,36	0,00	0,00
Depreciaciones	6.748,00	1.337,60	1.337,60	1.337,60	1.337,60	1.337,60	1.337,60	1.337,60	1.337,60	1.337,60
UTILIDAD NETA	**74.315,29**	**97.612,01**	**117.684,79**	**138.214,84**	**161.198,36**	**185.681,12**	**194.952,54**	**204.596,85**	**237.292,81**	**251.041,08**
Amortización del Crédito	8.101,27	7.397,25	6.628,25	5.874,92	4.908,65	3.822,33	2.601,05	1.228,03	0,00	0,00
FUJO NETO DE CAJA	**66.214,02**	**90.214,76**	**111.056,54**	**132.339,92**	**156.289,71**	**185.681,12**	**194.952,54**	**204.596,85**	**237.292,81**	**251.041,08**

Nota: Costos originales menos depreciaciones y amortizaciones diferidas
Fuente: Estado de pérdidas y Ganancias
Elaboración: El Autor

VALOR ACTUAL NETO (VAN)

Permitirá medir el valor que tendrá el dinero en el futuro respecto al valor que tiene hoy. El valor actual neto (VAN) es el valor monetario que resulta de la suma de los flujos descontados, a la inversión inicial; es uno de los métodos de evaluación financiera que se puede aplicar para conocer el valor real de la inversión en el transcurso de la vida útil del proyecto.

Para realizar el cálculo del valor actual neto en el caso del presente proyecto, tomamos en consideración la tasa activa de interés referencial publicada por el Banco Central del Ecuador para la primera semana del mes de enero del 2012, para el financiamiento externo; así mismo la máxima tasa de interés pasiva de los diferentes entes financieros de la provincia de Loja.

Para el cálculo utilizamos la siguiente fórmula:

$$FA = \frac{1}{(1 + i)^n}$$

En donde:

FA = Factor de actualización

i = Tasa de oportunidad del capital

n = número de años

Para determinar la tasa de oportunidad del capital (i) aplicamos el siguiente procedimiento:

Cuadro Nº 64			
VALOR ACTUAL NETO			
PERIODO	**FLUJO NETO**	**FACTOR ACTUALIZACIÓN 22%**	**VALOR ACTUALIZADO**
0	117.070,01		
1	66.214,02	0,82	54.273,79
2	90.214,76	0,67	60.611,90
3	111.056,54	0,55	61.159,60
4	132.339,92	0,45	59.738,12
5	156.289,71	0,37	57.827,08
6	185.681,12	0,30	56.313,01
7	194.952,54	0,25	48.462,98
8	204.596,85	0,20	41.688,89
9	237.292,81	0,17	39.632,01
10	251.041,08	0,14	34.367,39
			514.074,76
			117.070,01
			397.004,75
FA =	1 / (1 + i)n		
VAN =	SFNA -	INVERSIÓN INICIAL	
VAN =	514.074,76	117.070,01	
VAN =	**397.004,75**		

Elaboración: El Autor

CRITERIO DE EVALUACIÓN

- ✓ Si el VAN es positivo se acepta el proyecto
- ✓ Si el VAN es igual a cero, es indiferente aceptar o no el proyecto
- ✓ Si el VAN es negativo se rechaza el proyecto

En el presente caso conforme lo indica el cuadro que antecede, actualizamos los flujos netos con el costo de oportunidad del capital del 22% y obtenemos mediante el cálculo un VAN de 514074,76 es positivo, mayor a la inversión del capital que es de 117, 070,01; lo cual significa que las utilidades que se esperan obtener durante la vida útil del proyecto son superiores a la inversión original, en consecuencia el proyecto financieramente es conveniente.

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad, se define como la tasa de descuento que hace que el VAN sea igual a cero, o también es la tasa con la que el valor presente de los egresos incluida la inversión, es igual al valor presente de los ingresos netos.

La fórmula de cálculo es:

TIR = TASA < + (TASA > -

TASA <) [VAN TASA <] VAN

TASA < - VAN TASA>

Cuadro Nº 65					
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)					
PERIODO	**FLUJO NETO**	**ACTUALIZACIÓN**			
		FACT. ACTUALIZ.	**VAN**	**FACT. ACTUALIZ.**	**VAN**
		79%	**MENOR**	**80%**	**MAYOR**
0	**117.070,01**		117.070,01		117.070,01
1	66.214,02	0,56	36.991,07	0,56	36.785,57
2	90.214,76	0,31	28.156,04	0,31	27.844,06
3	111.056,54	0,17	19.363,55	0,17	19.042,62
4	132.339,92	0,10	12.890,77	0,10	12.606,68
5	156.289,71	0,05	8.504,82	0,05	8.271,19
6	185.681,12	0,03	5.644,81	0,03	5.459,25
7	194.952,54	0,02	3.310,99	0,02	3.184,35
8	204.596,85	0,01	1.941,22	0,01	1.856,60
9	237.292,81	0,01	1.257,79	0,01	1.196,28
10	251.041,08	0,00	743,39	0,00	703,10
			118.804,80		**116.950,04**
			117.070,01		**117.070,01**
			1.734,79		**-119,97**
TIR =	Tm + Dt (	VAN menor		)	
		VAN menor - VAN mayor			
TIR =	79,00	1,00	1.734,79	)	
			1.854,75		
TIR =	79,00	1,00	0,94	)	
TIR =	79,00	0,94			
TIR =	**79,94**	%			

Elaboración: El Autor

RELACIÓN BENEFICIO COSTO

Esta técnica permite relacionar el ingreso actualizado con el costo actualizado, a fin de establecer la cantidad de beneficio obtenido por cada dólar invertido.

CUADRO N. 66						
RELACIÓN BENEFICIO COSTO R(B/C)						
	ACTUALIZACIÓN COSTO TOTAL			ACTUALIZACIÓN INGRESOS		
PERIODO	COSTO ORIGINAL	FACT. ACTUALIZ. 80%	COSTO ACTUALIZADO	INGRESO ORIGINAL	FACT. ACTUALIZ. 80%	INGRESO ACTUALIZADO
0,00						
1,00	169.105,88	0,56	93.947,71	304.971,61	0,56	169.428,67
2,00	176.541,15	0,31	54.488,01	341.568,20	0,31	105.422,28
3,00	184.348,19	0,17	31.609,77	381.062,03	0,17	65.339,85
4,00	192.545,58	0,10	18.341,87	423.651,31	0,10	40.356,97
5,00	201.152,84	0,05	10.645,44	469.546,87	0,05	24.849,43
6,00	210.190,46	0,03	6.179,85	518.972,86	0,03	15.258,42
7,00	219.679,97	0,02	3.588,25	544.921,50	0,02	8.900,75
8,00	229.643,94	0,01	2.083,89	572.167,57	0,01	5.192,10
9,00	226.453,74	0,01	1.141,63	600.775,95	0,01	3.028,73
10,00	237.439,02	0,00	665,01	630.814,75	0,00	1.766,76
			222.691,43			439.543,96
R (B/C) =	INGRESO ACTUALIZADO					
	COSTO ACTUALIZADO					
R (B/C) =	439.543,96					
	222.691,43					
R (B/C) =	1,97	Dólares				

FUENTE: UNL
ELABORACIÓN: El Autor

Análisis: Si R (B/C) Es mayor a uno se acepta el proyecto
Si R (B/C) Es igual a uno El proyecto es indiferente
Si R (B/C) Es menor a uno no se acepta el proyecto

Por lo tanto el proyecto se acepta debido a que su R (B/C) es mayor a uno y también es importante decir que, por cada dólar invertido se recibirá 0,97 dólares de utilidad y también se puede decir que el 80%, es el costo de oportunidad.

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

Es una técnica que permite determinar en qué tiempo se va a recuperar la inversión inicial, en este caso el capital propio invertido en el proyecto.

Cuadro Nº 67			
PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL (PRC)			
PERIODO	**INVERSIÓN**	**FLUJO NETO DE CAJA**	**F. ACUMULADO**
0	117.070,01		
1		66.214,02	
2		90.214,76	156.428,78
3		111.056,54	201.271,30
4		132.339,92	243.396,45
5		156.289,71	288.629,63
6		185.681,12	341.970,83
7		194.952,54	380.633,66
8		204.596,85	399.549,39
9		237.292,81	441.889,67
10		251.041,08	488.333,90
		1.629.679,35	

PRC =	Año anterior a cubrir la inversión +	SUMA DE LOS FLUJOS QUE SUPERE LA INVERSIÓN - INVERSIÓN	
		FLUJO AÑO QUE SUPERA LA INVERSIÓN	
PRC =		1.629.679,35 – 117.070,01	1.512.609,34
		251.041,08	251.041,08
PRC =	**6,03**		
		6,00	**Años**
	0,03 12,00	0,36 **0,00**	**Meses**
	0,36 30,00	10,80 **11,00**	**Días**

FUENTE: UNL
ELABORACIÓN: El Autor

Análisis: El capital de la presente inversión se recuperara en 6 años, cero meses y 11 días.

ANALISIS DE SENSIBILIDAD EN LOS COSTOS

Este es un análisis que se lo efectúa para conocer el grado de soporte del proyecto, ante una posible o eventuales cambios económicos que podrían ocurrir en el futuro, dadas estas perspectivas las variaciones que pueden efectuar al proyecto, siendo los ingresos y los costos las variaciones más sensibles a un incremento de los precios.

Ahora lo preocupante es el impacto que tenga la rentabilidad del proyecto, siendo la finalidad el análisis de sensibilidad, medir en qué grado se altera la tasa de rentabilidad esperada del proyecto frente al cambio imprevisto de una variable, asumiendo que el resto de variables permanezcan constantes.

El criterio se basa en el análisis de sensibilidad que es el siguiente.

- Si el criterio es mayor que 1 el proyecto es sensible, los cambios reducen o anulan la rentabilidad.
- Si el coeficiente es menor que 1 el proyecto no es sensible, los cambio no afectan a la rentabilidad.
- Si el coeficiente es igual a 1 no hay efectos sobre el proyecto.

CUADRO Nº 68								
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON EL INCREMENTO DEL 28% EN LOS COSTOS								
	COSTO TOTAL	COSTO TOTAL	INGRESO			A C T U A L I Z A C I Ó N		
AÑOS	ORIGINAL	ORIGINAL	ORIGINAL	FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
		28%			100%		101%	
						117.070,01		117.070,01
1,00	169.105,88	216.455,53	304.971,61	88.516,08	0,50	44.258,04	0,50	44.037,85
2,00	176.541,15	225.972,67	341.568,20	115.595,53	0,25	28.898,88	0,25	28.612,05
3,00	184.348,19	235.965,68	382.068,23	146.102,55	0,13	18.262,82	0,12	17.991,59
4,00	192.545,58	246.458,34	423.651,31	177.192,97	0,06	11.074,56	0,06	10.855,81
5,00	201.152,84	257.475,64	469.826,87	212.351,23	0,03	6.635,98	0,03	6.472,54
6,00	210.190,46	269.043,79	518.972,86	249.929,07	0,02	3.905,14	0,02	3.790,01
7,00	219.679,97	281.190,36	544.921,50	263.731,14	0,01	2.060,40	0,01	1.989,71
8,00	229.643,94	293.944,24	572.167,57	278.223,33	0,00	1.086,81	0,00	1.044,30
9,00	226.453,74	289.860,79	600.775,95	310.915,16	0,00	607,26	0,00	580,60
10,00	237.439,02	303.921,95	633.327,15	329.405,20	0,00	321,68	0,00	306,03
						117.111,57		115.680,49
						117.070,01		117.070,01
						41,56		-1.389,52
			41,56					
	NTIR = 100+1	(----------)						
		41,56	1.389,52					
	NTIR =	1,00				TIR DEL PROYECTO =	79,94	
1)	DIFERENCIA DE TIR		2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN			3) SENSIBILIDAD		
Dif.Tir. = Tir proy. - Nueva Tir				% Var. = (Dif. Tir / Tir del proy.) *100		Sensib. = % Var./ Nueva Tir		
Dif.Tir.=	78,94		% Var. =	0,99		Sensibilidad =	0,99	

$$NTIR = Tm + Dt\left(\frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}}\right)$$

FUENTE Y ELABORACIÓN: El Autor

CUADRO Nº 69

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON LA DISMINUCIÓN DEL 14,5% EN LOS INGRESOS

	COSTO TOTAL	INGRESO	INGRESO			ACTUALIZACIÓN		
AÑOS	**ORIGINAL**	**ORIGINAL**	**ORIGINAL**	**FLUJO NETO**	**FACTOR ACT.**	**VALOR ACTUAL**	**FACTOR ACT.**	**VALOR ACTUAL**
			14.50%		**99%**		**100%**	
						117.070,01		117.070,01
1,00	169.105,88	304.971,61	260.750,73	91.644,85	0,50	46.052,69	0,50	45.594,45
2,00	176.541,15	341.568,20	292.040,81	115.499,66	0,25	29.165,84	0,25	28.588,32
3,00	184.348,19	382.068,23	326.668,34	142.320,15	0,13	18.059,56	0,12	17.525,81
4,00	192.545,58	423.651,31	362.221,87	169.676,29	0,06	10.819,54	0,06	10.395,30
5,00	201.152,84	469.826,87	401.701,97	200.549,13	0,03	6.426,22	0,03	6.112,80
6,00	210.190,46	518.972,86	443.721,80	233.531,34	0,02	3.760,34	0,02	3.541,35
7,00	219.679,97	544.921,50	465.907,88	246.227,91	0,01	1.992,35	0,01	1.857,65
8,00	229.643,94	572.167,57	489.203,27	259.559,33	0,00	1.055,39	0,00	974,25
9,00	226.453,74	600.775,95	513.663,44	287.209,70	0,00	586,84	0,00	536,33
10,00	237.439,02	633.327,15	541.494,71	304.055,69	0,00	312,19	0,00	282,48
						118.230,96		115.408,75
						117.070,01		117.070,01
						1.160,95		-1.661,26
		1.160,95						G
NTIR = 99+ 1 (----------)								
		1.160,95	1.661,26					
	NTIR =	1,00				TIR DEL PROYECTO =	79,94	

$$NTIR = Tm + Dt\left(\frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}}\right)$$

1)	**DIFERENCIA DE TIR**	**2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN**	**3) SENSIBILIDAD**
Dif.Tir. = Tir proy. - Nueva Tir		% Var. = (Dif. Tir / Tir del proy.) *100	Sensib. = % Var./ Nueva Tir
Dif.Tir.=	**78,94**	% Var. = **0,99**	Sensibilidad = **0,99**

FUENTE Y ELABORACIÓN: El Autor

h) CONCLUSIONES

- La falta de desarrollo industrial en nuestra ciudad ha llevado a que se cree nuevas alternativas de producción para mejorar la calidad de vida de la colectividad ya sea tanto en los inversionista como en los trabajadores en general.

- Luego de haber realizado un estudio de mercado, se estableció que los uniformes deportivos son escasos y por tal motivo existe una oportunidad de negocio en los principales demandantes del presente proyecto que serán todos aquellos estudiantes que requerirán los uniformes deportivos para sus labores académicas.

- Frente al proceso productivo de los uniformes deportivos se recomienda utilizar una tecnología de punta, con la finalidad de prevenir ciertos desfases que vayan en contra de la empresa y el ecosistema.

- El proceso de ejecución necesaria es de una inversión de $117 070,01 dólares americanos, el mismo que será distribuido en inversiones de activo fijos $100844.34 dólares, en inversiones de activos diferidos con $ 16297.09 dólares, el total del monto de la inversión estará financiado por un 40.21 % con la participación de dos accionistas y con un capital individual de $47070,01 dólares americanos cada uno y el valor restante $ 70000.00 dólares americanos, que será cubierto por la cooperativa Padre Julián Lorente con una línea de crédito de 8 años plazo.

- La evaluación financiera nos permitirá establecer la rentabilidad del

proyecto en forma global durante toda la vida útil del proyecto, y tendrá un punto de equilibrio para el primer año logrando vender sobre los $ 304971,61 dólares que corresponden al 75% de la capacidad instalada.

- El proyecto tiene su aceptación cuando su valor actual neto es positivo o mayor que cero, en el presente caso es de $ 397004,75 lo que indica que el proyecto o inversión es conveniente.

- Para afirmar que es aceptable el proyecto lo desmostáramos a través de la relación beneficio costo, donde tenemos un resultado mayor que uno (1.97), es decir que por cada dólar invertido obtendremos una rentabilidad de 0.97 centavos de dólar.

- Para el presente proyecto la TIR es de 79,94%, que aunque es baja es un valor satisfactorio para realizar el proyecto.

- El tiempo que se requiere para recuperar la inversión es de 6 años, 0 meses y 11 días.

- Para este proyecto, los valores de sensibilidad son menores que uno, por lo tanto no afectan al proyecto en los cambios de los costos con un (aumento del 28% y en los ingresos con una disminución del 14,5%).

- Analizando estos indicadores para la toma de decisiones, se concluye que el proyecto es factible de implementar.

i) RECOMENDACIONES

- Es necesario impulsar la empresa en nuestra ciudad ya que se cuenta con los materiales necesarios tanto económicos como humanos para su engrandecimiento, aprovechando también las ciertas características como provincia fronteriza y de leyes especiales que se han creado para fortalecer la producción.

- Los estudios realizados demuestran claramente la factibilidad del proyecto en sus diferentes fases tanto en la implementación, producción y comercialización de los uniformes deportivos para las escuelas y colegios de la ciudad, por lo que se sugiere la implementación y de esta forma se reactiva la economía local.

- En lo relacionado a lo administrativo es que se haga un manejo de la empresa con personal calificado que está dentro del área de la administración de empresas, ya que esto es fundamental por las decisiones que se deben tomar apegadas a un nivel científico para el reclutamiento del personal que laboren en el campo operativo con una clara y correcta decisión en la selección y un desempeño en procesos productivos.

- Se recomienda que las instalaciones y la puesta en marcha de la empresa, se lo haga en el menor tiempo posible, por cuanto existe una demanda que favorece a los intereses de esta actividad.

j) BIBLIOGRAFIA

- BACA URBINA, **Gabriel, Evaluación de Proyectos**, Segunda edición, Mc Graw Hill, México 1994.
- BURBANO, RUIZ Jorge y ORTIZ Alberto, **Presupuestos enfoque moderno de planeación de control de recursos, segunda edición**.
- CARRAZ Daniel, **Curso de mercadotecnia**, Editorial Nardo, Segunda Edición, México, 1981.
- ERTEL, Danny, **Negociación 2000**, 1996
- GARCÍA, Oscar León, **Administración Financiera; Fundamentos y aplicaciones**, Editorial Prensa Moderna Impresoras S.A: Tercera edición, Cali 1999.
- HELLRIEGEL Jackson, **Administración, un enfoque basado en competencias**, novena edición, editorial Thomson, México.
- MÉNDEZ ALVAREZ, Carlos Eduardo, **Metodología, Guía para elaborar Diseños de Investigación en Ciencias Económicas Contables y Administrativas**, Edición. Mc Graw-Hill, Bogotá 2002.
- ORTEGA, Mayra, **Guía para diseñar el Proyecto de Tesis**, UTPL. 2006
- ROBBINS, Stephen. **La administración en el mundo de hoy**, Trad. De la primera edición en inglés por Alberto Fernández Molina. Prentice Hall, Inc. México, 2000.
- SARMIENTO, Rubén. **Contabilidad General**, Sexta Edición, Industria Gráfico Publigraf, Quito, 2004.

k) ANEXOS

Anexo 1
Tabla de Amortización

Div	FEC.PAG	SALDO CAP.	CAPITAL	INTERES	S.DESG	API	OTROS	CUOTA
1	08/04/2013	70.000,00	262,97	842,92	21,84	10,00	31,84	1.137,72
2	08/05/2013	69.737,03	266,13	839,75	21,76	10,00	31,76	1.137,64
3	07/06/2013	69.470,90	269,34	836,55	21,67	10,00	31,67	1.137,56
4	07/07/2013	69.201,56	272,58	833,30	21,59	10,00	31,59	1.137,48
5	06/08/2013	68.928,98	275,86	830,02	21,51	10,00	31,51	1.137,39
6	05/09/2013	68.653,11	279,19	826,70	21,42	10,00	31,42	1.137,30
7	05/10/2013	68.373,93	282,55	823,34	21,33	10,00	31,33	1.137,22
8	04/11/2013	68.091,38	285,95	819,93	21,24	10,00	31,24	1.137,13
9	04/12/2013	67.805,43	289,39	816,49	21,16	10,00	31,16	1.137,04
10	03/01/2014	67.516,03	292,88	813,01	21,07	10,00	31,07	1.136,95
11	02/02/2014	67.223,15	296,41	809,48	20,97	10,00	30,97	1.136,86
12	04/03/2014	66.926,75	299,97	805,91	20,88	10,00	30,88	1.136,77
13	03/04/2014	66.626,77	303,59	802,30	20,79	10,00	30,79	1.136,67
14	03/05/2014	66.323,19	307,24	798,64	20,69	10,00	30,69	1.136,58
15	02/06/2014	66.015,94	310,94	794,94	20,60	10,00	30,60	1.136,48
16	02/07/2014	65.705,00	314,69	791,20	20,50	10,00	30,50	1.136,38
17	01/08/2014	65.390,31	318,48	787,41	20,40	10,00	30,40	1.136,29
18	31/08/2014	65.071,84	322,31	783,57	20,30	10,00	30,30	1.136,19
19	30/09/2014	64.749,53	326,19	779,69	20,20	10,00	30,20	1.136,09
20	30/10/2014	64.423,33	330,12	775,76	20,10	10,00	30,10	1.135,98
21	29/11/2014	64.093,21	334,10	771,79	20,00	10,00	30,00	1.135,88
22	29/12/2014	63.759,12	338,12	767,77	19,89	10,00	29,89	1.135,78
23	28/01/2015	63.421,00	342,19	763,69	19,79	10,00	29,79	1.135,67
24	27/02/2015	63.078,81	346,31	759,57	19,68	10,00	29,68	1.135,57
25	09/04/2015	62.732,50	350,48	755,40	19,57	10,00	29,57	1.135,46
26	09/05/2015	62.382,02	354,70	751,18	19,46	10,00	29,46	1.135,35
27	09/06/2015	62.027,32	358,97	746,91	19,35	10,00	29,35	1.135,24
28	09/07/2015	61.668,35	363,29	742,59	19,24	10,00	29,24	1.135,12
29	09/08/2015	61.305,05	367,67	738,21	19,13	10,00	29,13	1.135,01
30	09/09/2015	60.937,38	372,10	733,79	19,01	10,00	29,01	1.134,90
31	09/10/2015	60.565,28	376,58	729,31	18,90	10,00	28,90	1.134,78
32	09/11/2015	60.188,71	381,11	724,77	18,78	10,00	28,78	1.134,66
33	09/12/2015	59.807,59	385,70	720,18	18,66	10,00	28,66	1.134,54
34	09/01/2016	59.421,89	390,35	715,54	18,54	10,00	28,54	1.134,42
35	09/02/2016	59.031,55	395,05	710,84	18,42	10,00	28,42	1.134,30
36	09/03/2016	58.636,50	399,80	706,08	18,29	10,00	28,29	1.134,18
37	09/04/2016	58.236,70	404,62	701,27	18,17	10,00	28,17	1.134,05
38	09/05/2016	57.832,08	409,49	696,39	18,04	10,00	28,04	1.133,93
39	09/06/2016	57.422,59	414,42	691,46	17,92	10,00	27,92	1.133,80
40	09/07/2016	57.008,17	419,41	686,47	17,79	10,00	27,79	1.133,67
41	09/08/2016	56.588,76	424,46	681,42	17,66	10,00	27,66	1.133,54
42	09/09/2016	56.164,30	429,57	676,31	17,52	10,00	27,52	1.133,41
43	09/10/2016	55.734,72	434,75	671,14	17,39	10,00	27,39	1.133,27
44	09/11/2016	55.299,98	439,98	665,90	17,25	10,00	27,25	1.133,14
45	09/12/2016	54.860,00	445,28	660,61	17,12	10,00	27,12	1.133,00
46	09/01/2017	54.414,72	450,64	655,24	16,98	10,00	26,98	1.132,86
47	09/02/2017	53.964,08	456,07	649,82	16,84	10,00	26,84	1.132,72
48	09/03/2017	53.508,01	461,56	644,33	16,69	10,00	26,69	1.132,58
49	09/04/2017	53.046,45	467,12	638,77	16,55	10,00	26,55	1.132,43
50	09/05/2017	52.579,34	472,74	633,14	16,40	10,00	26,40	1.132,29
51	09/06/2017	52.106,59	478,43	627,45	16,26	10,00	26,26	1.132,14
52	09/07/2017	51.628,16	484,20	621,69	16,11	10,00	26,11	1.131,99
53	09/08/2017	51.143,97	490,03	615,86	15,96	10,00	25,96	1.131,84
54	09/09/2017	50.653,94	495,93	609,96	15,80	10,00	25,80	1.131,69
55	09/10/2017	50.158,01	501,90	603,99	15,65	10,00	25,65	1.131,53
56	09/11/2017	49.656,11	507,94	597,94	15,49	10,00	25,49	1.131,38
57	09/12/2017	49.148,17	514,06	591,83	15,33	10,00	25,33	1.131,22
58	09/01/2018	48.634,11	520,25	585,64	15,17	10,00	25,17	1.131,06
59	09/02/2018	48.113,87	526,51	579,37	15,01	10,00	25,01	1.130,90
60	09/03/2018	47.587,35	532,85	573,03	14,85	10,00	24,85	1.130,73

Anexo 2
INGRESOS PARA LOS AÑOS DE VIDA ÚTIL DELPROYECTO

Periodo	Unidades producidas por año	Costo Unitario incremento del 5% anual	Margen de utilidad 96%	Precio venta publico	Ingreso total
0					
1	23.328	6,67	6,40	13,07	304.971,61
2	24.883	7,00	6,72	13,73	341.568,20
3	26.438	7,35	7,06	14,41	381.062,03
4	27.994	7,72	7,41	15,13	423.651,31
5	29.549	8,11	7,78	15,89	469.546,87
6	31.104	8,51	8,17	16,69	518.972,86
7	31.104	8,94	8,58	17,52	544.921,50
8	31.104	9,39	9,01	18,40	572.167,57
9	31.104	9,85	9,46	19,32	600.775,95
10	31.104	10,35	9,93	20,28	630.814,75

Fuente y Elaboración: El Autor

Anexo 3

DEPRECIACIONES DEL AREA DE PRODUCCIÓN				
DESCRIPCIÓN	**% DEPRCIACIÓN**	**COSTO TOTAL**	**V. RESIDUAL**	**DEPRECIACIÓN ANUAL**
Construcción	0,10	32.200,00	3.220,00	2.898,00
Maquinaria y Equipo	0,10	8.360,00	836,00	752,40
TOTAL			**4.056,00**	**3.650,40**

Fuente cuadro N. 62 **y Elaboración:** El Autor

Anexo 4

DEPRECIACIONES DEL AREA ADMINISTRATIVA				
DESCRIPCIÓN	**% DEPRCIACIÓN**	**COSTO TOTAL**	**V. RESIDUAL**	**DEPRECIACIÓN ANUAL**
Equipo de Oficina	0,10	657,00	65,70	197,10
Muebles y Enseres	0,10	2.800,00	280,00	504,00
Equipo de Computación	0,33	2.850,00	940,50	636,50
TOTAL			**1.286,20**	**1.337,60**

Fuente cuadro N. 62 **y Elaboración:** El Autor

Anexo 6

DEPRECIACIONES DEL AREA DE VENTAS				
DESCRIPCIÓN	**% DEPRCIACIÓN**	**COSTO TOTAL**	**V. RESIDUAL**	**DEPRECIACIÓN ANUAL**
Vehículo	0,20	22.000,00	4.400,00	1.760,00
TOTAL			**4.400,00**	**1.760,00**

Fuente cuadro N. 62 **y Elaboración:** El Autor

Anexo 7

PROYECCIÓN PARA MANO DE OBRA DIRECTA	
AÑOS	**VALOR TOTAL INC. 5%**
1,00	22.906,70
2,00	24.052,04
3,00	25.254,64
4,00	26.517,37
5,00	27.843,24
6,00	29.235,40
7,00	30.697,17
8,00	32.232,03
9,00	33.843,63
10,00	35.535,81

Fuente y Elaboración: El Autor

Anexo 8

PROYECCIÓN PARA MATERIALES INDIRECTOS	
AÑOS	**VALOR TOTAL INC. 5%**
1,00	13.233,60
2,00	13.895,28
3,00	14.590,04
4,00	15.319,55
5,00	16.085,52
6,00	16.889,80
7,00	17.734,29
8,00	18.621,00
9,00	19.552,05
10,00	20.529,66

Fuente y Elaboración: El Autor

Anexo 9

PROYECCIÓN PARA MATERIA PRIMA DIRECTA	
AÑOS	**VALOR TOTAL INC. 5%**
1,00	79.392,00
2,00	83.361,60
3,00	87.529,68
4,00	91.906,16
5,00	96.501,47
6,00	101.326,55
7,00	106.392,87
8,00	111.712,52
9,00	117.298,14
10,00	123.163,05

Fuente y Elaboración: El Autor

Anexo 10

PROYECCIÓN SUELDOS ADMINISTRATIVOS	
AÑOS	VALOR TOTAL INC. 5%
1,00	26.540,04
2,00	27.867,05
3,00	29.260,40
4,00	30.723,42
5,00	32.259,59
6,00	33.872,57
7,00	35.566,20
8,00	37.344,51
9,00	39.211,73
10,00	41.172,32

Fuente y Elaboración: El Autor

Anexo 11

PROYECCIÓN Material de oficina	
AÑOS	VALOR TOTAL INC. 5%
1,00	1.560,00
2,00	1.638,00
3,00	1.719,90
4,00	1.805,90
5,00	1.896,19
6,00	1.991,00
7,00	2.090,55
8,00	2.195,08
9,00	2.304,83
10,00	2.420,07

Fuente y Elaboración: El Autor

Anexo 12

PROYECCIÓN Energía eléctrica	
AÑOS	VALOR TOTAL INC. 5%
1,00	1.175,54
2,00	1.234,32
3,00	1.296,04
4,00	1.360,84
5,00	1.428,88
6,00	1.500,33
7,00	1.575,34
8,00	1.654,11
9,00	1.736,81
10,00	1.823,65

Fuente y Elaboración: El Autor

Anexo 13

PROYECCIÓN Agua potable	
AÑOS	VALOR TOTAL INC. 5%
1,00	177,60
2,00	186,48
3,00	195,80
4,00	205,59
5,00	215,87
6,00	226,67
7,00	238,00
8,00	249,90
9,00	262,40
10,00	275,52

Fuente y Elaboración: El Autor

Anexo 14

PROYECCIÓN Servicios telefónicos	
AÑOS	VALOR TOTAL INC. 5%
1,00	360,00
2,00	378,00
3,00	396,90
4,00	416,75
5,00	437,58
6,00	459,46
7,00	482,43
8,00	506,56
9,00	531,88
10,00	558,48

Fuente y Elaboración: El Autor

Anexo 15

PROYECCIÓN Materiales de aseo	
AÑOS	VALOR TOTAL INC. 5%
1,00	360,00
2,00	378,00
3,00	396,90
4,00	416,75
5,00	437,58
6,00	459,46
7,00	482,43
8,00	506,56
9,00	531,88
10,00	558,48

Fuente y Elaboración: El Autor

Anexo 16

PROYECCIÓN, Publicidad	
AÑOS	VALOR TOTAL INC. 5%
1,00	960,00
2,00	1.008,00
3,00	1.058,40
4,00	1.111,32
5,00	1.166,89
6,00	1.225,23
7,00	1.286,49
8,00	1.350,82
9,00	1.418,36
10,00	1.489,28

Fuente y Elaboración: El Autor

Anexo 17

PROYECCIÓN, Gastos generales de venta	
AÑOS	VALOR TOTAL INC. 5%
1,00	840,00
2,00	882,00
3,00	926,10
4,00	972,41
5,00	1.021,03
6,00	1.072,08
7,00	1.125,68
8,00	1.181,96
9,00	1.241,06
10,00	1.303,12

Fuente y Elaboración: El Autor

Anexo 18

PROYECCIÓN, Combustible y lubricantes	
AÑOS	VALOR TOTAL INC. 5%
1,00	1.200,00
2,00	1.260,00
3,00	1.323,00
4,00	1.389,15
5,00	1.458,61
6,00	1.531,54
7,00	1.608,11
8,00	1.688,52
9,00	1.772,95
10,00	1.861,59

Fuente y Elaboración: El Autor

Anexo 19

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS ESTUDIANTES DE LAS ESCUELAS Y COLEGIOS DE LA CIUDAD DE LOJA

Solicito de la manera más comedida se sirva contestar las siguientes preguntas marcando con una X la respuesta que usted considere necesaria, trate de responder las preguntas con sinceridad y con absoluta libertad.

Objetivo: Diagnosticar el nivel de preferencia que tienen los clientes sobre la ropa deportiva.

DATOS:

- Sexo: Masculino ( ) Femenino ( )
- Qué edad tiene usted: 5 - 6 - 7 - 8 - 9 - 10 - 11 - 12 – 13 - 14 - 15- 16 - 17 – 18 – 19

1.- ¿Cuál es el promedio de ingresos económicos que perciben sus padres al mes?

$ 0 – 199 ( ) $ 600 - 799 ( )

$ 200 - 399 ( ) $ 800 - 1000 ( )

$ 400 – 599 ( )

2.- ¿Considera usted que sus padres estrían dispuestos a comprarles el uniforme deportivo?

Si ( )

No ( )

3.- ¿Con qué frecuencia su padre le compra uniformes deportivos a usted?

3 meses ( )

6 meses ( )

9 meses ( )

12 meses ( )

4.- ¿En qué lugar prefiere adquirir uniformes deportivos?

Supermercados ( )

Tiendas Deportivas ( )

Almacenes ( )

Otros ----------

5.- ¿Por qué compra en estos locales?

Por el material utilizado ( )

Por precio ( )

Por variedad de productos ofertados ( )

Otros ----------

6.- ¿Los uniformes deportivos que usted adquiere actualmente satisface su demanda?

Si ( )

No ( )

Por que ----------

7.- ¿A través de qué medio de comunicación considera usted que se debe promocionar esta nueva empresa productora de uniformes deportivos?

Trípticos ( ) Prensa escrita ( )

Televisión.- ( ) Vallas Publicitarias ( )

Radio : ( )

Otros ----------

8.- ¿Al momento de comprar los uniformes deportivos que es lo primero que toma en cuenta para adquirirlos?

Precios accesibles ( )

Calidad del producto ( )

Tiempo de entrega garantizado ( )

Otros ----------

9.- ¿Si se implanta una empresa productora de uniformes deportivos en la ciudad de Loja, con materias primas de alta calidad, diversidad de diseños, variedad de colores y excelentes acabados, estaría dispuesto a adquirirlos?

Si ( )

No ( )

10.- ¿Le gustaría que el producto que va a adquirir tenga buenos acabados, utilice telas de larga duración, diseños novedosos y un tallaje completo?

Si ( )

No ( )

Otros----------

11.- ¿Qué tipo de accesorio deportivo le gustaría recibir como promoción por la compra de sus uniformes deportivos?

Bolso para llevar zapatos deportivos ( )

Banda de madrina ( )

Balones ( )

Uniforme adicional para la mascota ( )

Banda de capitán ( )

Otros cuales ----------

12. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la confección de un uniforme deportivo?

$ 10 a 15 ( ) $ 16 a 20 ( )

GRACIAS POR SU COLABORACION

Anexo 20

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ENCUESTA REALIZADA A LOS PROPIETARIOS DE LAS FÁBRICAS DE ROPA DEPORTIVA EN LA CIUDAD DE LOJA.

Objetivo: Esta encuesta se aplicó a 15 dueños de fábricas productoras de ropa deportiva que están afiliadas a la Cámara de Comercio en la ciudad de Loja

1 ¿Se dedica usted a la producción de ropa deportiva?

SI ( ) No ( )

2 ¿La ropa deportiva que usted elabora es destinada para la venta?

SI ( ) No ( )

3 ¿En qué lugares vende su producción de ropa deportiva?

Escuelas y Colegios ( )
Tiendas Deportivas ( )
Ciudadanía en general ( )

4 ¿El precio que usted recibe por su ropa deportiva compensa la inversión realizada?

Si ( )

No ( )

5 ¿Cuánta ropa deportiva vende diariamente?

0 a 5 Unidades ( )
6 a 10 Unidades ( )
11 a 15 Unidades ( )
16 a 20 Unidades ( )

6 ¿Está usted de acuerdo con la implementación de una nueva planta productora de postres en la ciudad?

Si ( )

No ( )

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ÍNDICE

PORTADA…… I

CERTIFICACIÓN…… II

AUTORÍA..... III

CARTA DE AUTORIZACION DE TESIS..... IV

DEDICATORIA..... V

AGRADECIMIENTO..... VI

a. TITULO..... 1

b. RESUMEN..... 2

SUMMARY..... 4

c. INTRODUCCION..... 6

d. REVISION DE LITERATURA..... 10

e. MATERIALES Y METODOS…… 41

f. RESULTADOS…….. 47

g. DISCUSION……. 81

h. CONCLUSIONES…… …… 159

i. RECOMENDACIONES…….. …… 161

j. BIBLIOGRAFIA…… 162

k. ANEXOS…… 163

ÍNDICE…… 173