



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

**TÍTULO:**

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA  
IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE  
CONFECCIÓN DE UNIFORMES DEPORTIVOS  
Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD  
DE ALAMOR”**

Tesis previa a la obtención del  
grado de Ingeniera Comercial.

**AUTORA:**

Dalinda del Pilar Ortiz Carreño

**DIRECTOR:**

Ing. Com. Carlos Roberto Carpio

Loja – Ecuador

2016

## **CERTIFICACIÓN**

**Ing. Com. MAE.**

**Carlos Roberto Carpio**

**DIRECTOR DE TESIS**

### ***CERTIFICA:***

Que el presente trabajo de investigación realizado por la egresada Dalinda del Pilar Ortiz Carreño, el mismo que se titula **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONFECCIÓN DE UNIFORMES DEPORTIVOS Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE ALAMOR”**, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, autorizando la presentación ante el respectivo Tribunal de Grado.

Loja, Noviembre de 2016.



**Ing. Com. Carlos Roberto Carpio MAE.**

**DIRECTOR DE TESIS**

## AUTORIA

Yo, Dalinda del Pilar Ortiz Carreño, declaro ser autora 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.

**Autora:** Dalinda del Pilar Ortiz Carreño

**Firma:**



**Cédula:** 1103946347

**Fecha:** Loja, Noviembre del 2016

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

Yo, Dalinda del Pilar Ortiz Carreño, declaro ser autora de la Tesis titulada: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONFECCIÓN DE UNIFORMES DEPORTIVOS Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE ALAMOR”** como requisito para optar el Grado de: INGENIERA 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 08 días del mes de Noviembre del dos mil dieciséis firma la autora.

Firma:



Autora: Dalinda del Pilar Ortiz Carreño

Cédula: 1103946347

Dirección: Puyango, Barrio Los Rebeldes, Calles: Simón Bolívar y Colon

Correo Electrónico: joe19pili@gmail.com

Celular: 0991937402

**DATOS COMPLEMENTARIOS**

**DIRECTOR DE TESIS:** Ing. Carlos Roberto Carpio, MAE.

**TRIBUNAL DE GRADO**

**PRESIDENTE:** Ing. Carlos Rodríguez Armijos Mg. Sc..

**VOCAL:** Ing. Víctor Nivaldo Anguisaca Mg. Sc.

**VOCAL:** Ing. Edwin Bladimir Hernández. Mg. Sc.

## **DEDICATORIA**

La presente tesis va dedicada primeramente a Dios por haberme dado la vida, conservado con salud y dotarme de sabiduría para poder culminar con mi proyecto, a mis Padres Teonila, Carmen y Gregorio, mi esposo Máximo y mis hijos Joelito y Maykel, hermanos, familiares y amigos quienes con su sacrificio y amor hicieron posible la culminación de este éxito profesional alcanzado en mi vida, quienes durante este proceso me brindaron el alimento necesario para lograr culminar mi carrera y en los momentos felices y difíciles dándome valor y fortaleza para que culmine mis ideales y en especial este objetivo esperado.

**Pilar Ortiz**

## **AGRADECIMIENTO**

Expreso mi profundo agradecimiento a Dios por la vida que me ha regalado día a día, a mi Madre que desde el cielo me protege, a mi Padre por la confianza depositada en mí, a mi esposo Máximo, mis hijos Joel y Maykel por la comprensión, cariño, sacrificio diario y por haberme brindado el apoyo moral y económico para cumplir mis metas de superación.

Expreso mi profundo agradecimiento a las autoridades de la Universidad Nacional de Loja, a los directivos de la Modalidad de Estudios a Distancia MED.

A nuestros distinguidos coordinadores de los diferentes módulos que orientaron mi proceso de formación y me brindaron el apoyo, comprensión y paciencia al impartir sus conocimientos para llegar a la culminación de mi carrera universitaria.

Finalmente mi reconocimiento especial al **Ing. Com. Carlos Roberto Carpio**, por su incondicional apoyo como Director de tesis, que con su mística y aporte académico, supo guiarme en este trabajo investigativo.

**Pilar Ortiz**

**a. TÍTULO:**

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONFECCIÓN DE UNIFORMES DEPORTIVOS Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE ALAMOR”**

## **b. RESUMEN**

El presente trabajo investigativo denominado *“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLMETACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONFECION DE UNIFORMES DEPORTIVOS Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE ALAMOR”*, y cuyo objetivo general es de “Determinar la viabilidad comercial de la propuesta de implementar una empresa de confección de uniformes deportivos en la ciudad de Alamor, se la llevó a cabo considerando que en los últimos años ha tenido la población estudiantil de las escuelas y colegios de la localidad un crecimiento sustancial, por lo cual es una necesidad imperiosa de satisfacer la demanda insatisfecha de este producto que tiene un alto porcentaje de acogida en la población y por otra parte se evidencia una carencia de empresas ofertantes en la ciudad de Alamor, lo cual abre espacios de emprendimientos y oportunidades de negocios en la región. A continuación algunos detalles de los diferentes estudios realizados.

En el Estudio de Mercado se determinó una demanda potencial para el año cero de 16622, una demanda real de 16456, una demanda efectiva de 16456 y una demanda esperada de 15139 ternos deportivos. Luego se obtuvo la oferta anual de 3612 ternos deportivos, con lo cual se determinó una demanda insatisfecha de 11527 ternos deportivos en la ciudad de Alamor para el año base.



En el Estudio Técnico se estableció la capacidad instalada de 3840 ternos deportivos y la capacidad utilizada de 3072. La ubicación más adecuada de la empresa de acuerdo a la matriz ponderada, en el análisis de la micro localización corresponde al sector de la calle Amazonas y Quito.

En el Análisis Organizacional se estableció la organización legal, la estructura organizacional, la constitución de la empresa como empresa de Sociedad Anónima, en donde además se incluye la minuta de constitución tipo y los manuales de funciones para todas las personas que trabajarán en la mencionada empresa.

En el Estudio Financiero se evidenció que el total de activos fijos es de USD. 8034,04 los activos diferidos USD. 2007,04 y los activos circulantes USD. 7116,93; dándonos un total de USD. 17158,01; este monto inicial debe ser financiado de la siguiente manera; el 53,37% por los socios aportantes y el resto que es el 46,63% que son 8000,00 será financiado con un préstamo al Banco Nacional de Fomento.

En la clasificación de los costos proyectados para el año No. 1 se obtuvo USD. 87.244,30, Los ingresos totales del primer año corresponden a 129121,56 y en el estado de resultados se obtuvo una utilidad neta de USD. 24988,16 en el primer período de operaciones de la empresa.

En la Evaluación Financiera, el valor actual neto (VAN) es positivo y corresponde a USD. 172583,90; la tasa interna de retorno es de 163,80% y

de acuerdo a la comparación, es mayor que la tasa de costo de oportunidad del capital de 10%; la relación del beneficio costo indica que por cada dólar invertido se obtendrá 0,48 centavos de rendimiento, la inversión se recuperará en 4 meses y 14 días; finalmente en el análisis de la sensibilidad se demuestra que el proyecto, con el incremento de los costos que podrá soportar para obtener flujos netos positivos es de 36,30% y el porcentaje máximo en la disminución de los ingresos que podrá soportar es de 24,50%. Por lo tanto de los resultados obtenidos, podemos manifestar que se evidencia en todas las etapas, la factibilidad de la implementación de una empresa de confección de ternos deportivos que vaya a cubrir parte de la demanda insatisfecha en la ciudad de Alamor, cantón Puyango.

## **ABSTRACT**

This research work called "PROJECT FEASIBILITY FOR A COMPANY implementation making uniforms SPORTS IN THE CITY OF ALAMOR" and whose overall objective is to "determine the commercial viability of the proposal to implement a clothing manufacturer of sports uniforms in the city of Alamor, he took it out considering that in recent years has had the student population in schools and colleges of the town substantial growth, so it is imperative to meet the unmet demand for this product It has a high percentage of acceptance in the population and partly a lack of bidders companies is evident in the city of Alamor, which opens opportunities for entrepreneurship and business opportunities in the region. Here are some details of the different studies.

Market Study on the potential demand for the zero year of 16622, 16456 real demand, effective demand for 16456 and 15139 expected demand for sport determined. After 3612 the annual supply of sports suits was obtained, thus an unmet demand for sport suits 11527 in the city of Alamor for the base year was determined.

The Technical Studio 3840 installed capacity of sports suits was established and utilized capacity of 3072. The best business location according to the weighted matrix, the analysis of the micro location corresponds to the sector and street Amazonas Quito.

Organizational Analysis in the legal organization, the organizational structure, the constitution of the company as SA Company, where also the minutes of constitution type and operating manuals for all people working in that company include established.

In the Financial Study it showed that the total fixed asset is USD. 8034.04 USD deferred assets. 2007.04 USD and current assets. 7116,93; giving a total of USD. 17158,01; This initial amount should be funded as follows; 53.37% for the contributing partners and the rest is the 46.63% who are 8000.00 will be financed with a loan from the National Development Bank.

In the classification of the projected costs for the year # 1 USD was obtained. 87.244,30, Total revenue for the first year corresponds to 129121,56 and the income statement net income of USD was obtained. 27,528,30 in the first period of operations of the company.

The financial evaluation, net present value (NPV) is positive and corresponds to USD. 172583,90; the internal rate of return is 163.80% and according to the comparison, is higher than the rate of opportunity cost of capital of 10%; the cost-benefit ratio indicates that for every dollar invested 0.48 cents of return, the investment will be recovered in four months and 14 days will be obtained; finally in the sensitivity analysis it shows that the project, with the increased costs that can endure for positive net flows is 36.30% and the maximum percentage decrease in revenue that can withstand is 24, 50%. Therefore the results obtained, we can say that is evident in all stages, the

feasibility of implementing a business suits sports clothing that will cover part of the unmet need in the city of Alamor sang Puyango.

### **c. INTRODUCCIÓN**

En el Ecuador el entorno socioeconómico que nos rodea, y en los últimos meses la subida del índice del desempleo, ha motivado para las personas busquen mejores condiciones de vida a fin de lograr un equilibrio económico en sus hogares, es por ello que continuamente los ecuatorianos buscan medios de superación, entre las más sobresalientes esta la creación de diversas fuentes de trabajo a través de la inserción de microempresas. Y la confección de prendas de vestir que tengan una alta demanda con calidad y a precios bajos de tal forma que satisfagan las exigencias que actualmente mantiene el mercado, viene a ser una opción válida en la ciudad de Alamor, cantón Puyango.

Por las razones expuestas anteriormente se ha considerado necesario la implementación de este proyecto a fin de brindar una atención eficiente en la confección de ropa deportiva con variedad en diseños y colores, con calidad en sus telas y a precios competitivos. Siendo un proyecto factible y al ser realizado se puede generar fuentes de trabajo local directos e indirectos.

Para determinar la factibilidad del proyecto en función a los objetivos planteados se comenzó por realizar un estudio de mercado, se lo hizo a través de una recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado, determinando la demanda actual, potencial, real y efectiva, acompañado de un plan de comercialización, en donde se analizó los elementos fundamentales para una apropiado sistema

de comercialización tales como: producto, precio, plaza y promoción; aspectos que nos ayudaron a determinar el nivel de aceptación de nuestro producto en el mercado; así mismo se realizó un análisis profundo de la oferta y demanda para con ello establecer la demanda insatisfecha existente

En cuanto al estudio técnico se consideró la ubicación estratégica de la empresa; además de un tamaño óptimo de la planta en donde se determinó en base a la capacidad instalada y utilizada de la maquinaria; también se realizó la ingeniería del proyecto que ayudo a definir el proceso productivo, por otro lado, se analizó y seleccionó los equipos necesarios para la implementación de la misma. Otro aspecto que fue analizado es la estructura administrativa y legal de la empresa en base a un adecuado estudio organizacional, el mismo que comprende la constitución de la compañía, organigramas y manual de funciones.

Además se determinó el estudio económico-financiero el monto de la inversión total del proyecto a ejecutarse, el mismo que consta de activos fijos, diferidos y circulantes, y las fuentes de financiamiento del proyecto. Se estableció también los costos totales del producto a fabricar, el costo unitario, el precio de venta y el ingreso por ventas, además se realizó la clasificación de los costos fijos y variables para el respectivo cálculo del punto de equilibrio, para con ello establecer el estado de pérdidas y ganancias.

Finalmente en la evaluación financiera se estableció el flujo de caja; el mismo que es necesario para conocer el movimiento de los ingresos y egresos; además se utilizó los indicadores financieros VAN, TIR, P.R.C.,RB/C Y A.S., para verificar la factibilidad del proyecto, y se confirmó por cuanto todos los indicadores financieros fueron positivos, es decir que la implementación de una empresa de confección de ropa deportiva es un negocio rentable y es recomendable ponerlo en marcha en la ciudad de Alamor.



## d. REVISIÓN DE LITERATURA

### ***Marco Referencial***

#### **Confección de Prendas**

Desde una perspectiva industrial, la confección de prendas se define como una serie de actividades de manufactura que llevan a la creación de indumentaria, a partir de un diseño realizado previamente y con ayuda de las herramientas tecnológicas adecuadas para optimizar los procesos necesarios.

En la confección de prendas se puede distinguir dos etapas: pre-producción y la producción.

#### **Pre-producción.**

Se trata de una serie de operaciones que se deben realizar antes de comenzar con la confección propiamente dicha, de ciertas decisiones que deben tomarse para dar forma al trabajo, y son las siguientes:<sup>1</sup>

- \* *Políticas de Dirección:* Son las pautas de dirección de una compañía, las cuales se establecen en esta etapa inicial para que los diseñadores tengan un marco de referencia para su trabajo. En las pequeñas

---

<sup>1</sup> CONFECCIÓN DE TRAJES MATERNOS, Revista; 2014.

empresas, estas políticas suelen fijarlas los propios diseñadores antes de comenzar con la producción.

- \* *Diseño y Patronaje de Confección:* Comprende la selección del patronaje y del diseño, el análisis del catálogo de modelos y la confección de la prenda modelo.
  
- \* *Abastecimiento de la Materia Prima:* De acuerdo con las decisiones tomadas hasta este punto. Se debe determinar que proveedores ofrecen las telas y los insumos necesarios para la fabricación de las prendas, cuáles son sus precios, sus condiciones, cuanto tardan en hacer los envíos, etc.

### **Producción.**

Cuando se ha completado la etapa inicial y han sido establecidas las bases del trabajo, llega la hora de la confección de las prendas, para lo cual se deben seguir una serie de pasos en secuencia: mordería de muestras, progresión, tizado y encimado, corte, pre-costura, costura, ensambladura, fusionado, terminaciones, etiquetado y empaque.<sup>2</sup>

Es importante resaltar que a lo largo de las dos etapas recién descritas, se debe llevar a cabo el control de calidad, el cual se enfoca en las telas y los insumos, en el proceso y los equipos utilizados y el producto terminado. Si

---

<sup>2</sup> CONFECCIÓN DE TRAJES MATERNOS, Revista; 2014.

bien existen procedimientos comunes a todas las compañías, los métodos de control de calidad son propios de cada una y guardan coherencia con su forma de confeccionar las prendas.

La ropa de deporte o *ropa deportiva* es ropa específicamente creada para la práctica de deporte, tanto por los materiales y tecnologías empleadas como por el diseño, proporcionando al deportista comodidad, seguridad y un mayor rendimiento. Además, la ropa de deporte es actualmente un producto de gran consumo y su uso va más allá de la práctica deportiva, habiéndose incorporado plenamente al mercado de la moda para uso casual o informal, alcanzado en ciertos casos el estatus de icono cultural<sup>3</sup>.

### **Tipos de Ropa Deportiva**

La ropa de deporte es ropa diseñada para realizar ejercicio físico, incluyendo el calzado, existiendo ropa de deporte específica para la mayoría de deportes. Hay varias clases de ropa de deporte como son:

- Ropa.- hay gran cantidad de prendas deportivas, algunas de uso general y otras para uso exclusivo en un +único deporte, como camisetas, polos, pantalones cortos, chandals, sudaderas, trajes de baño, mallas cortas y largas, ropa interior, sujetadores deportivos, tops, ropa de lluvia, etc.

---

<sup>3</sup> [www.saludalia.com](http://www.saludalia.com) › Ejercicio físico

## Características

Las principales características de la ropa de deporte son:

- **Transpirabilidad:** la ropa de deporte debe ser transpirable y debe ser capaz de transferir el sudor hacia el exterior alejándolo de la piel.
- **Secado:** deben ser prendas de secado rápido, tanto para la humedad procedente del exterior por la lluvia como la procedente del sudor, para lo cual debe emplearse tejidos que absorban poca humedad.
- **Impermeabilidad:** para practicar deporte bajo la lluvia es necesario vestir prendas impermeables, pero deben emplearse tejidos que sean a la vez transpirables para evitar la condensación del sudor.
- **Comodidad:** la comodidad de la ropa de deporte es un aspecto básico. En algunos deportes como golf o tenis se busca ropa amplia y holgada, mientras que en otros como ciclismo o patinaje se utilizan prendas elásticas muy ajustadas por motivos de aerodinámica.
- **Aislamiento térmico:** para la práctica deportiva en invierno o con tiempo frío se emplean tejidos con capacidad aislante, pero que a la vez sean ligeros y transpirables.
- **Ligereza:** una característica exigible en la ropa de deporte es la ligereza, para no sobrecargar al usuario con peso innecesario.
- **Estética:** dada la notoriedad que tiene actualmente el deporte en la sociedad, la estética es un factor fundamental a la hora de diseñar ropa de deporte.
- **Polivalencia:** en la ropa de deporte podemos encontrar tanto prendas específicas para un deporte que no admiten otro uso, como las mallas de

ciclismo o el gorro de natación, hasta ropa polivalente que se puede emplear casi en cualquier ocasión, como camisetas, chandals o zapatillas de baloncesto, que se han convertido incluso en un icono cultural más allá de la práctica deportiva, dando lugar a estilos de vestir como la ropa casual, informal o sport.

### ***Marco Referencial.***

#### **Proyecto de Factibilidad:**

“Es una propuesta de acción técnico económica para resolver una necesidad utilizando un conjunto de recursos disponibles, los cuales pueden ser, recursos humanos, materiales y tecnológicos entre otros. Es un documento por escrito formado por una serie de estudios que permiten al emprendedor que tiene la idea y a las instituciones que lo apoyan saber si la idea es viable.

Tiene como objetivos aprovechar los recursos para mejorar las condiciones de vida de una comunidad, pudiendo ser a corto, mediano o a largo plazo. Comprende desde la intención o pensamiento de ejecutar algo hasta el término o puesta en operación normal.

Responde a una decisión sobre uso de recursos con algún o algunos de los objetivos, de incrementar, mantener o mejorar la producción de bienes o la prestación de servicios.”<sup>4</sup>

### **Etapas del Proyecto de Inversión:**

“Las etapas de un proyecto de inversión son tres:

- a) Etapa de Pre – Inversión
- b) Etapa de Inversión
- c) Etapa de Operación”<sup>5</sup>

### **Etapa de Pre - Inversión:**

“Denominada así porque es todo lo que ocurre en el proyecto antes del inicio de las inversiones. Se compone de cuatro fases: identificación de idea, perfil, pre - factibilidad y factibilidad.

### **Identificación de Idea:**

La idea es el inicio, el punto de partida del proyecto. Es la habilidad o el ingenio de una persona mediante la cual recoge las necesidades, aspiraciones u objetivos de una localidad, da las iniciativas y expone criterios

---

<sup>4</sup> VINIEGRA Sergio, “Entendiendo el Plan de Negocios”, Argentina 2007

<sup>5</sup> UNL, “Administración de Empresas Modulo IX”, Loja 2014

convincientes, para la realización de un proyecto de creativa imaginación, con la finalidad de resolver problemas concretos.

En esta fase se identifican las ideas de proyectos que parecen de alto interés por los problemas que podrían resolver y las ventajas y beneficios que potencialmente pueden generar a la sociedad con inversiones razonables.

### **Perfil:**

A nivel de perfil, el estudio es una materialización de la idea, es decir, pone en papel la idea de proyecto identificada. El documento permite tener una gran visión del problema que se piensa resolver, del objetivo a conseguir, etc. Se construye identificando la idea y los pasos principales para llevarla adelante. Mostrará estimaciones aproximadas de las inversiones necesarias, así como las utilidades y/o beneficios que conseguirá la ejecución del proyecto. Lo más importante de este estudio es la identificación y determinación de los objetivos del proyecto.

Un estudio formulado a nivel de perfil sirve para “vender la idea del proyecto”. Si bien la información que contiene no es del todo precisa, es suficiente para que las personas que toman las decisiones lo desechen, lo archiven o propongan elevar el estudio a nivel de pre - factibilidad. Generalmente un perfil se construye con información general y utiliza de manera marginal fuentes de información secundaria.

**Pre – Factibilidad:**

Un estudio formulado a nivel de pre - factibilidad profundiza y mejora la calidad de la información que tendrá a su disposición la autoridad u organismo que deberá decidir sobre la ejecución del proyecto. Se debe entonces ampliar el perfil, basándose en fuentes secundarias y primarias de información, por ejemplo la selección de las tecnologías de proceso, localización, tamaño, financiamiento, cronogramas de ejecución, implantaciones constructivas, etc.

Formular el estudio de pre - factibilidad exige tener presente una interacción entre la preparación técnica del proyecto y su evaluación técnica, económica, financiera, social y administrativa, emitiéndose juicios sobre su factibilidad en los mismos aspectos de ingeniería, de cumplimiento de fechas, de la existencia de mercados para productos e insumos, de la capacidad interna o externa para administrar la ejecución de obras y la posterior operación del proyecto. Los resultados de la evaluación del estudio de pre - factibilidad llevarán al proyecto a su rechazo definitivo, su reconsideración en un momento más propicio, o a la formulación de un estudio de factibilidad.

**Factibilidad:**

Un estudio formulado a nivel de factibilidad contiene básicamente la misma información que el estudio de pre - factibilidad, pero con una mayor



profundidad y menor rango de variación esperados en los montos de inversión y beneficios. Este estudio deberá establecer definitivamente los aspectos técnicos fundamentales: la localización, el tamaño, la tecnología, el calendario de ejecución, puesta en marcha y lanzamiento, etc. El estudio podrá incluir también la llamada “ingeniería del detalle” y las bases para convocar a la licitación de dichos estudios y a la ejecución misma de las obras. Actualmente se exige que a este nivel se incluya un análisis de sensibilidad y análisis de riesgos (sísmicos, financieros, ecológicos, etc.)

## **ESTUDIO DE MERCADO**

Es el primer estudio que se debe efectuar en un proyecto de inversión; permite conocer todos los agentes que tendrán algún grado de influencia sobre las decisiones que se tomarán para definir la estrategia comercial.

### **Demanda**

Es la cantidad de bienes y servicios que el o los consumidores están dispuestos a adquirir en el mercado a un precio determinado en un periodo de tiempo limitado. Por lo tanto la demanda depende de varios puntos como son:

- El precio del producto
- La calidad del servicio, la misma que está da por la atención al cliente

## **Oferta**

Son todos los bienes y servicios que el productor está en condiciones de poner en el mercado a un precio determinado en un tiempo limitado con la finalidad de satisfacer sus necesidades.

## **Canales de Distribución**

Es 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.<sup>6</sup>

## **MARKETING MIX**

- **Producto**

Es la transformación de la materia prima en la cual el consumidor lo identifica y acepta como algo que ayuda a satisfacer sus necesidades.

---

<sup>6</sup> FERNÁNDEZ, G. (2010). *Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión*. México: Editorial Instituto Politécnico Nacional.

- **Precio**

Es el valor mercantil que se le da un bien o servicio

- **Plaza**

Es el lugar o espacio físico donde se reúnen tanto oferentes como demandantes con la finalidad de realizar actividades mercantiles.

- **Promoción**

Conjunto de actividades que están encaminadas a colocar y dar a conocer las cualidades y bondades de un bien o servicio en el mercado.

### ***ESTUDIO TÉCNICO***

“Este estudio tiene como objetivo determinar los requerimientos de recursos básicos para el proceso de producción, considera los datos proporcionados por el estudio de mercado para efectos de determinación de tecnología adecuada, espacio físico, y recursos humanos”<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup>BACA, Urbina G. (2009). *Evaluación de Proyectos*. Mc Graw Hill. 4ta. Edición. México.

## **Tamaño y Localización**

Hace relación a la capacidad de producción que tendrá la empresa durante un periodo de tiempo 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 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.

### **Tamaño**

El tamaño de un proyecto viene a constituir el volumen de bienes o servicios que es capaz de generar una empresa, operando a su máxima capacidad, es decir, es su capacidad instalada expresada en unidades de producción o de servicios generados por año.

### **Capacidad Instalada**

Está determinada por el rendimiento o producción máxima que puede 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.

### **Localización**

El estudio de la localización del proyecto comprende una serie de factores que permitirá hallar la mejor ubicación disponible para el proyecto, permitiendo obtener una ventaja sobre nuestra competencia, y obtener con ello un ahorro representativo de nuestros recursos.

- **Micro – localización**

Es el estudio que consiste en representar gráficamente a través de planos urbanísticos el lugar en donde se ubicará nuestro proyecto, diferenciándolo dentro de un mercado local.

- **Macro – localización**

Es el estudio que consiste en representar gráficamente la ubicación del proyecto dentro de un mercado a nivel local, y, frente a un mercado de posible incidencia regional, nacional e internacional, para su representación se recurre al apoyo de mapas geográficos y políticos (Pasaca, s.f.:53).

### **Ingeniería del Proyecto**

Su función es acoplar los recursos físicos para los requerimientos óptimos de producción, tiene que ver fundamentalmente con la construcción de la nave industrial, su equipamiento y las características del producto de la empresa. El objetivo de este estudio es dar solución a todo lo relacionado con: instalación y funcionamiento de planta, indicando el proceso productivo así como la maquinaria y equipo necesario<sup>8</sup>.

### **Proceso de Producción**

Esta parte describe el proceso mediante el cual se obtendrá el producto o generará el servicio, es importante indicar cada una de las fases del proceso aunque no al detalle, pues en muchos casos aquello constituye información confidencial para manejo interno.

---

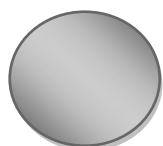
<sup>8</sup>CANELOS, Ramiro. (2011). *Formulación y Evaluación de un Plan de Negocio*. Quito, Ecuador: Edición Universidad Internacional.

## Flujo grama de Proceso

El flujo grama constituye una herramienta por medio de la cual se representa gráficamente paso a paso cada una de las actividades y la secuencia lógica que consta en el proceso de producción, indicando los tiempos necesarios para cada fase<sup>9</sup>.

Diagrama del Proceso: Para presentar el proceso productivo, existen varios métodos entre los que se tienen:

- Diagrama de bloques. Consiste en que cada operación unitaria ejercida sobre los insumos, se encierran en un rectángulo; cada rectángulo o bloque se coloca en forma continua y se une con el anterior y el posterior por medio de flechas que indican tanto la secuencia de las operaciones como la dirección del flujo.
- Diagrama de flujo. Utilizando una simbología internacionalmente aceptada para presentar las operaciones efectuadas así:



**Operación.** Representada por un círculo e indica que se está efectuando un cambio o transformación



**Transporte.** Representada por una flecha direccionada e indica una acción de movilización de algún elemento en determinada operación.



**Demora.** Representada por una D mayúscula, indicando que existen cuellos de botella en el proceso y hay que esperar turno y efectuar la actividad correspondiente.



**Almacenamiento.** Representada por un triángulo y puede ser materia prima, de producto en proceso o de producto terminado.



**Inspección.** Representada por un cuadro y es la acción de controlar que se efectúe correctamente una actividad o verificar la calidad.

La descripción del proceso de producción debe estar acompañada de la especificación del tiempo empleado, la distancia recorrida y el tipo de acción efectuada. Inspección

### **Ingeniería de la Planta**

La distribución del área física así como de la maquinaria y equipo deben brindar las condiciones óptimas de trabajo, haciendo más económica la operación de la planta, cuidando además las condiciones de seguridad industrial para el trabajador.



## **ESTUDIO ADMINISTRATIVO**

El estudio organizacional permitirá dotar a la empresa de todos aquellos permisos legales para su funcionamiento, se establecerá una estructura jerárquica, y, dará dirección interna a sus empleados a través de los manuales de funciones.

### **Organigramas**

El organigrama es la representación gráfica de la estructura formal de autoridad y de la división especializada del trabajo de una organización por niveles jerárquicos.<sup>10</sup>

### **Manuales de Funciones**

Es un instrumento laboral que proporciona información de todas las responsabilidades que tiene un cargo determinado en una empresa, partiendo desde los requisitos indispensables del perfil requerido hasta las actividades encomendadas ha dicho puesto.

---

<sup>10</sup>HERNÁNDEZ OROZCO, Carlos. Análisis Administrativo. Primera Edición. Editorial EUNED, Costa Rica, 2011. Pág. 87

## **Misión**

Es la declaración formal de la alta gerencia de una organización donde se establece para qué existe la misma, cuál es su propósito fundamental, su razón de ser, indicando en detalle quiénes son sus clientes, productos, bienes y servicios ofrecidos.<sup>11</sup>

## **Visión**

Define claramente a donde se quiere llegar como organización, cual es el reto y los asuntos de interés estratégicos para orientar y fijar el alcance de la organización a largo plazo.

## **Políticas**

Se entiende por políticas a la definición de normas, sistemas de valor o de decisión, que al definir y puntualizar los objetivos de la empresa, pueden guiar y regular los métodos para controlar y mejorar determinados aspectos de la economía de una empresa.

## **Organigramas**

Existen tres clases de organigramas:

---

<sup>11</sup>UNL. (Ed). (2010) *Modulo IX, Elaboración y Evaluación de Proyectos*. Loja, Ecuador: Editorial Universitaria.

- ✓ Organigrama Estructural
- ✓ Organigrama Funcional
- ✓ Organigrama Posicional

### ***ESTUDIO ECONÓMICO***

“La función básica del estudio financiero es determinar el monto de la inversión y la forma de cómo financiarlo, conocer los beneficios que se obtendrán al ejecutarlo”<sup>12</sup>

#### **Activos de la inversión inicial**

Los activos fijos se clasifican en:

- a) Activos fijos sujetos a depreciación, obsolescencia, o agotamiento y activos que no lo están.
- b) Activos fijos tangibles y e intangibles. Dentro de los componentes del capital fijo tangible, están las maquinarias y equipos con sus costos de instalación, los edificios e instalaciones complementarias, en su caso el terreno y los recursos naturales. Entre los componentes del capital fijo intangible están las patentes, los derechos del autor, los gastos de

---

<sup>12</sup>GARCÍA, A. HERRERA, S. VÁZQUEZ, D. (2010) *Evaluación Integral de Proyectos de Inversión*. Veracruz, México.

organización, y puesta en marcha de la planta, y el estudio de pre inversión entre otros. (Errosa, 2006, pág. 148).

- c) Activo circulante.- conocido también como capital de trabajo; y es el rubro determinado para cubrir las responsabilidades inmediatas como pago por materia prima para empezar a producir, sueldos del primer mes, servicios básicos, publicidad de inicio de operaciones, entre otros.

## **Costos**

Son valores monetarios en los que incurre la empresa para la producción de un bien o prestación de un servicio. Es decir es el desembolso en moneda o su equivalente necesarios para conseguir el volumen de producción deseado, la utilidad, las ventas y objetivos propuestos en el proyecto.

## **Clasificación de Costos**

En todo el proceso productivo los costos en que se incurre no son de la misma magnitud e incidencia en la capacidad de producción. Por lo cual se hace necesario clasificarlos en costos fijos y costos variables.

## Costos Fijos

Son aquellos valores monetarios en los que incurre la empresa por el solo hecho de existir, independientemente de que exista o no producción, es decir, no varían con el cambio en el nivel de actividad.

## Costos Variables

Son aquellos valores que se dan en las empresas en función de su capacidad de producción. Por tanto están en relación directa con los niveles de producción de la misma.

## Punto de Equilibrio

Se define como aquel volumen de actividad de la empresa donde el monto total de sus ingresos será exactamente iguales a los gastos de estos es decir, no existe ni utilidad ni pérdida.<sup>13</sup>

Se lo aplicará matemáticamente y se lo representará gráficamente.

- **En Función de las ventas**

$$PE = \frac{CFT}{1 - (CVT / VT)}$$

---

<sup>13</sup> ROSEMBERG, J.M. (2012). *Diccionario de Administración y Finanzas*. Barcelona, España.: Edit. Océano.

- **En Función de la Capacidad Instalada**

$$PE = \frac{CFT}{VT - CVT} \times 100$$

### **Presupuesto**

Es un instrumento contable esencial que nos permite estimar los ingresos y egresos a fin de tener cierta información básica que permita tomar las decisiones más adecuadas.

## ***EVALUACION FINANCIERA***

### **Flujo de Caja**

Son las previsiones realizadas en torno al movimiento de ingresos y egresos que permite medir el verdadero potencial económico de la empresa, en otras palabras los flujos de caja influyen o inciden directamente en la capacidad de la empresa para pagar deudas o comprar activos. Para su cálculo no se incluyen las depreciaciones ni las amortizaciones.<sup>14</sup>

---

<sup>14</sup>BACA, Urbina G. (2009). *Evaluación de Proyectos*. Mc Graw Hill. 4ta. Edición. México.

## Valor Actual Neto (V.A.N)

El valor actual neto es la diferencia entre todos los ingresos y todos los egresos actualizados al periodo actual. Según el criterio del valor actual neto el proyecto debe aceptarse si su valor neto es positivo.

$$VAN = \sum FNA - INVERSIÓN....INICIAL$$

## Tasa Interna de Retorno

Es un indicador que expresa en forma porcentual la capacidad de ganancia de un proyecto de inversión.

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.<sup>15</sup>

$$TIR = Tm + Dt \left( \frac{VANmenor}{VANmenor - VANmayor} \right)$$

---

<sup>15</sup>CANELOS, Ramiro. (2011). *Formulación y Evaluación de un Plan de Negocio*. Quito, Ecuador: Edición Universidad Internacional.

## Periodo de Recuperación de Capital

Es un indicador económico en el cual nos permite conocer el tiempo en que se va a recuperar la inversión inicial. Para su cálculo se utiliza el flujo neto y la inversión.

$$PRC = \text{año..anterior..a..cubrir..la..inversión} + \frac{\text{Inversión} - \sum \text{primeros.flujos.actualizados}}{\text{Flujo.neto.del.año.que.supera.la.inversión}}$$

## Relación Beneficio / Costo

Conocido también como índice de rentabilidad, ya que permite medir el rendimiento que se obtiene por cada unidad monetaria invertida. Esto permitirá tomar una decisión

El proyecto es aceptado, o no de acuerdo a los siguientes criterios:

- ♦ Si la relación 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

$$R(B/C) = \frac{\sum \text{Ingresos.actualizados}}{\sum \text{Egresos.actualizados}}$$



## Análisis de Sensibilidad

Por lo regular los proyectos de inversión se ven vulnerados frente a la inestabilidad de las tasas de interés que obliga a los analistas a considerar el riesgo como un factor más en el cálculo de la eficiencia, este análisis se lo considera a través de un incremento en los costos y una baja en los ingresos<sup>16</sup>.

$$TIR = Ta + (Diferencia.entre.tasas) \frac{VAN.de.la.tasa.mayor}{VAN.tasa.mayor - tasa.menor}$$

---

<sup>16</sup>GITMAN. J, (2010). *Fundamentos de Administración Financiera*. España: Editorial Limusa. S.A

## **e. MATERIALES Y MÉTODOS**

### **Materiales.-**

Los materiales utilizados en el proceso de investigación fueron los siguientes:

- Material de oficina: resmas de papel A4, cartuchos tinta, lapiceros.
- Material bibliográfico: libros, revistas tesis, páginas web.
- Material de apoyo: calculadora, memoria portátil, Discos Compactos.
- Material de cómputo: computadora, impresora.
- Recursos Humanos:
  - Población del cantón Puyango.
  - Gerentes y Propietarios de las empresas productora de ropa deportiva en el cantón Puyango.
  - Autora: Pilar Ortiz

### **Métodos.-**

#### **Método Deductivo:**

El método deductivo es aquel que parte de los datos generales aceptados como valederos, para deducir por medio de razonamiento lógico varias suposiciones previamente establecidas como principios generales. Este

método sirvió de guía para la realización de una investigación científica, permitiendo la descripción o suposición de una generalidad para sacar de ella una consecuencia, el mismo nos ayudó a comprobar los objetivos planteados en el proyecto, para instalar una microempresa de confección de ropa deportiva en la ciudad de Alamor, considerando la demanda, materia prima y mano de obra existente.

### **Método inductivo:**

Es aquel método que va de lo particular a lo general. Parte de la observación de hechos particulares para obtener proposiciones generales. Este método fue utilizado en la segmentación de mercado; así como para el planteamiento de las conclusiones y recomendaciones de toda la investigación.

### **Método Estadístico:**

El método estadístico es una secuencia ordenada de procedimientos para el manejo de datos estadísticos. En la presente investigación se utilizó para definir los diferentes indicadores cuantitativos que permitieron determinar la viabilidad del proyecto; por ejemplo: la tabulación de resultados de la encuesta y entrevista aplicadas, resultados que nos sirvieron para determinar la demanda real, demanda efectiva, oferta actual y demanda insatisfecha con sus respectivas proyecciones a diez años.

Este método también se utilizó en la determinación de los indicadores del Estudio Financiero; por ejemplo determinación de presupuesto, determinación de costos y definición de la evaluación financiera.

### **Método Descriptivo:**

El método descriptivo es la descripción detallada de los procedimientos más importantes de un suceso ordenado y sistemático. Este método se utilizó para observar los hechos que se produjeron alrededor del trabajo de investigación como por ejemplo la determinación de la demanda real y efectiva en el estudio de mercado.

### **Técnicas:**

#### **Encuestas:**

Las encuestas son técnicas de recolección de información que consisten en un cuestionario para recolectar información de un gran número de personas. Esta técnica se utilizó para la recolección de información en campo, la misma que se aplicó a una muestra de las 4115 familias de la ciudad de Alamor, por cuanto el producto es ropa deportiva aunque es de uso personal pero la decisión de compra es estrictamente familiar. Los jefes de familia disponen de los recursos para adquirir prendas de vestir para los integrantes del hogar, sean estos para uso escolar, diario, o deportivo.

### **Observación:**

La observación consiste en una técnica de recolección de información que trata de determinar los factores a observar de una realidad que se desea explicar. Se debe preparar una ficha de observación con ítems preestablecidos. Esta técnica se aplicó para observar atentamente las acciones, hechos o casos, se registró la información y posteriormente se analizó.

### **Muestreo:**

- **Población Futura:**

Según los resultados del Censo de Población y Vivienda realizado en el año 2010, la ciudad de Alamor tenía 15513 habitantes; aplicando la fórmula de proyección futura, teniendo en cuenta que la tasa de crecimiento poblacional anual de la provincia es de 1,39%<sup>17</sup>, tenemos el siguiente resultado:

Fórmula de Proyección Futura:

$$Pf = Pa (1+i)^n$$

$$Pf = 15513 (1+0,0139)^5$$

$$Pf = 15513 (1,0139)^5$$

$$Pf = 15513 (1.071459)$$

En Donde:

Pf=Población futura

Pa=Población actual

i= Tasa de crecimiento

n= número de años

<sup>17</sup> Información Obtenida del INEC Censo 2010

Pf = 16622 habitantes para el año 2015

Según datos del INEC el promedio de miembros de un núcleo familiar es de 4 miembros, por lo que dividiendo 16622 habitantes que tenemos en el año 2015 para 4 (miembros promedio por núcleo familiar) tenemos como resultado que existen en la ciudad de Alamor 4155 familias, dato con el cual se procederá a la aplicación de la fórmula de muestreo.

- **Cálculo del Muestreo:**

La fórmula que se aplicará será la siguiente:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{4155}{1 + 4155(0,05)^2}$$

$$n = \frac{4155}{1 + 10.3875}$$

$$n = \frac{4155}{11.3875}$$

$$n = 364.87$$

Considerando los cálculos efectuados se determina que deberán aplicar 365 encuestas a las familias.

### Distribución Muestral:

Para efectos de garantizar que los resultados de la muestra tomada de las familias se procede a realizar la distribución muestral con el fin de aplicar el número de encuestas proporcional al número de habitantes.

**Cuadro 1**

PARROQUIA	POBLACIÓN	PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN	NÚMERO DE ENCUESTAS A APLICAR
ALAMOR	8296	53.48%	195
CIANO	1426	9.19%	34
EL ARENAL	981	6.32%	23
EL LIMO	2370	15.28%	56
MERCADILLO	1174	7.57%	28
VICENTINO	1266	8.16%	30
<b>TOTAL</b>	<b>15513</b>	<b>100%</b>	<b>365</b>

Fuente: INEC Censo de población y vivienda 2010

Elaboración: La Autora

## f. RESULTADOS

### RESULTADOS DE LA ENCUESTA APLICADA A LOS POBLADORES DE LA CIUDAD DE ALAMOR, A FIN DE DETERMINAR LA DEMANDA DE ROPA DEPORTIVA.

#### Pregunta 1

¿Usted trabaja?

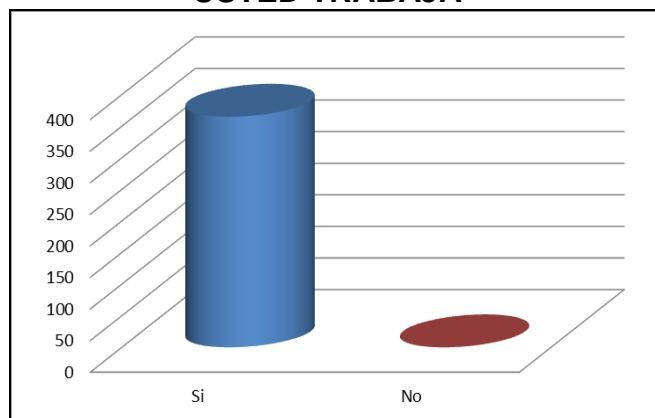
**Cuadro 2**  
**USTED TRABAJA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	365	100%
No	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>365</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a ciudadanos de Alamor.

**Elaboración:** La Autora

**Gráfica 1**  
**USTED TRABAJA**



**Fuente:** Encuesta a ciudadanos de Alamor.

**Elaboración:** La Autora.

#### **Análisis e Interpretación de Resultados:**

Los resultados confirman que el 100% de los encuestados al momento de ser encuestado se encuentran trabajando en algún oficio, mientras que el 0% opina lo contrario; de esta manera se determina todos los encuestados se encuentran trabajando.



## Pregunta 2

¿Indique su nivel de ingresos promedio mensual?

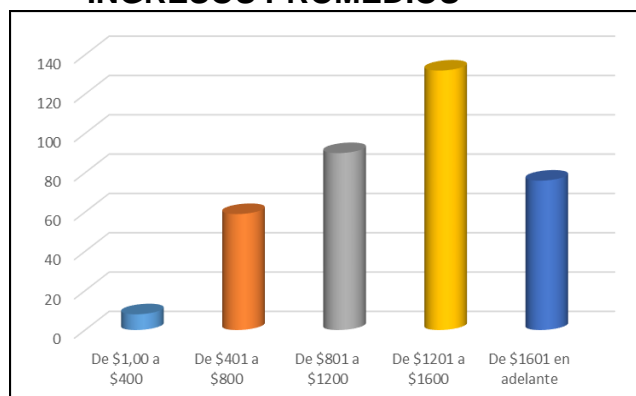
**Cuadro 3**  
**INGRESOS PROMEDIOS**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De \$1,00 a \$400	8	2%
De \$401 a \$800	59	16%
De \$801 a \$1200	90	25%
De \$1201 a \$1600	132	36%
De \$1601 en adelante	76	21%
<b>TOTAL</b>	<b>365</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a ciudadanos de Alamor.

**Elaboración:** La Autora.

**Gráfica 1**  
**INGRESOS PROMEDIOS**



**Fuente:** Encuesta a ciudadanos de Alamor.

**Elaboración:** La Autora.

### Análisis e Interpretación de Resultados:

Los resultados determinan que el 2% del total de la muestra tienen ingresos promedios de entre USD. 1 a USD. 400 dólares; el 16% cuenta con ingresos de USD. 401 a USD. 800; el 25% tiene ingresos de USD. 801 a USD. 1200; el 36% tiene ingresos de USD. 1201 a USD. 1600; y el 21% tiene ingresos de USD. 1600 en adelante. La mayoría de encuestados poseen ingresos superiores al Salario Básico.

### Pregunta 3

¿Conoce si existe una fábrica que confecciona ropa deportiva en la ciudad de Alamor?

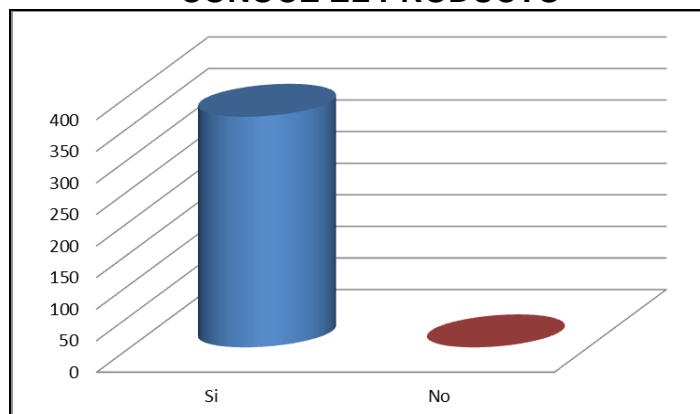
**Cuadro 4**  
**CONOCE EL PRODUCTO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	365	100%
No	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>365</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a ciudadanos de Alamor.

**Elaboración:** La Autora.

**Gráfica 2**  
**CONOCE EL PRODUCTO**



**Fuente:** Encuesta a ciudadanos de Alamor.

**Elaboración:** La Autora.

### Análisis e Interpretación de Resultados:

Los resultados confirman que el 100% de los encuestados conocen la ropa deportiva confeccionada en la ciudad, y el 0% opina lo contrario; de esta manera se determina que la ciudadanía de Alamor conoce perfectamente el producto en el medio.

#### Pregunta 4

¿Ha comprado usted ropa deportiva para usted y su familia?

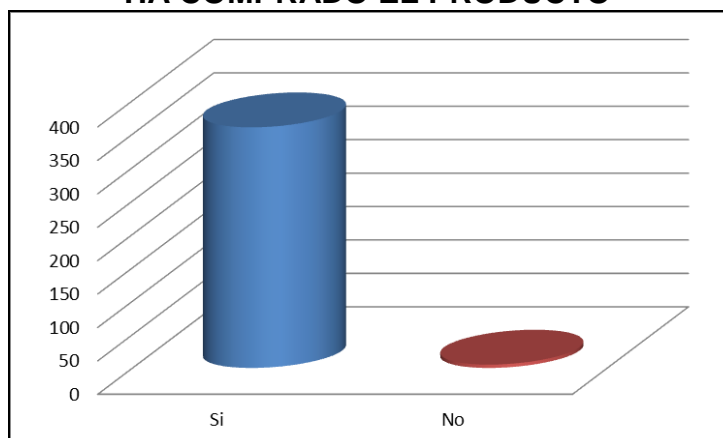
**Cuadro 5**  
**HA COMPRADO EL PRODUCTO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	360	99%
No	5	1%
<b>TOTAL</b>	<b>365</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a ciudadanos de Alamor.

**Elaboración:** La Autora.

**Gráfica 3**  
**HA COMPRADO EL PRODUCTO**



**Fuente:** Encuesta a ciudadanos de Alamor.

**Elaboración:** La Autora.

#### Análisis e Interpretación de Resultados:

Los resultados indican que el 99% del total, que pertenecen a 365 encuestados, manifiestan que si han utilizado el producto, por otro lado tenemos que el 1% que son 5 encuestados, manifestaron que no han utilizado el producto. Lo cual nos indica que la mayoría de los ciudadanos utilizan la ropa de deportiva.

## Pregunta 5

¿Con que frecuencia compra ropa deportiva para usted y su familia?

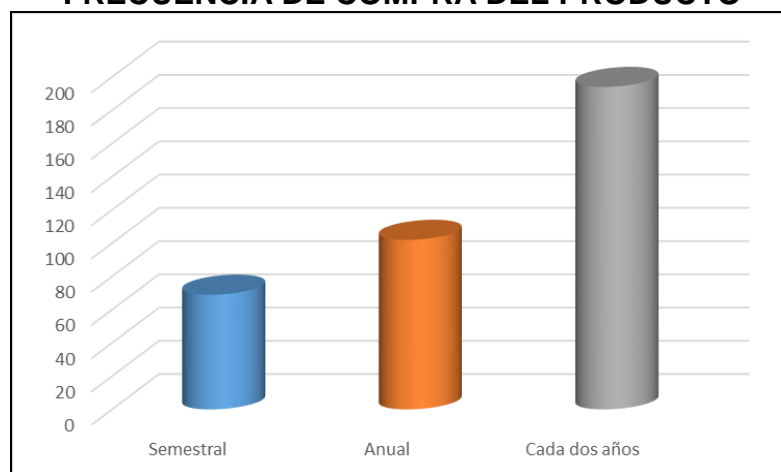
**Cuadro 6**  
**FRECUENCIA DE COMPRA DEL PRODUCTO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Semestral	69	19%
Anual	102	28%
Cada dos años	189	53%
<b>TOTAL</b>	<b>360</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a ciudadanos de Alamor.

**Elaboración:** La Autora.

**Gráfica 4**  
**FRECUENCIA DE COMPRA DEL PRODUCTO**



**Fuente:** Encuesta a ciudadanos de Alamor.

**Elaboración:** La Autora.

### Análisis e Interpretación de Resultados:

Los resultados indican el 19% de los encuestados compra ropa deportiva para él y su familia en forma anual; 102 que son el 28% lo hace en forma anual y 194 que son el 53% lo hace cada dos años; Por lo tanto se infiere que la mayoría de los encuestados realiza las compras del producto cada dos años.

## Pregunta 6

¿Cuál es el precio promedio que ha pagado usted por un terno de ropa deportiva externa (chompa y pantalón) en Alamor?

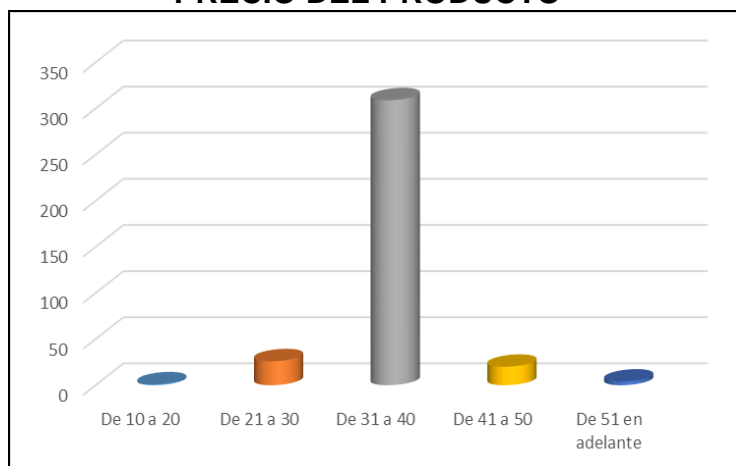
**Cuadro 7**  
**PRECIO DEL PRODUCTO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 10 a 20	1	0%
De 21 a 30	26	7%
De 31 a 40	309	86%
De 41 a 50	20	6%
De 51 en adelante	4	1%
<b>TOTAL</b>	<b>360</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a ciudadanos de Alamor.

**Elaboración:** La Autora.

**Gráfica 5**  
**PRECIO DEL PRODUCTO**



**Fuente:** Encuesta a ciudadanos de Alamor.

**Elaboración:** La Autora.

### **Análisis e Interpretación de Resultados:**

Resultados indican que el 0% paga entre USD. 10 a USD. 20; el 7% paga entre USD. 21 a USD. 30; el 86% paga entre USD. 31 a USD. 40; el 6% paga entre USD. 41 a USD. 50 y el 1% paga de USD. 51 en adelante. Por lo tanto un gran porcentaje paga entre USD. 31 a USD. 40 dólares por cada traje de ropa externa deportiva.

## Pregunta 7

¿Cuál es el precio promedio que usted ha pagado por un terno de ropa deportiva interna (camiseta y short) en Alamor?

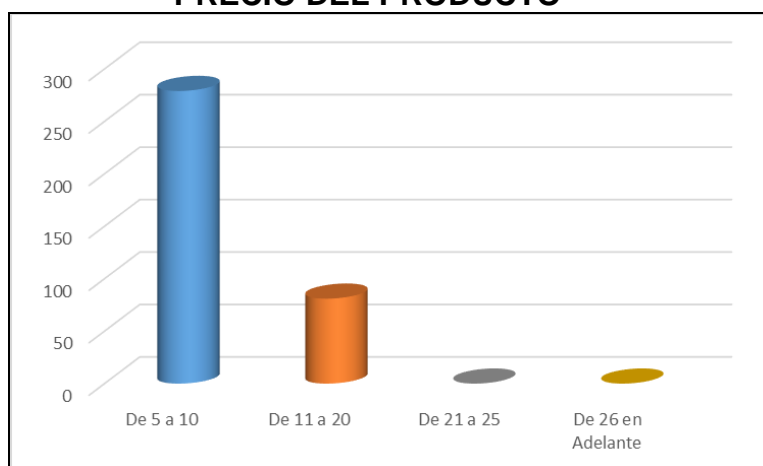
**Cuadro 8**  
**PRECIO DEL PRODUCTO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 5 a 10	279	77%
De 11 a 20	81	23%
De 21 a 25	0	0%
De 26 en Adelante	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>360</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a ciudadanos de Alamor.

**Elaboración:** La Autora.

**Gráfica 6**  
**PRECIO DEL PRODUCTO**



**Fuente:** Encuesta a ciudadanos de Alamor.

**Elaboración:** La Autora.

### Análisis e Interpretación de Resultados:

De acuerdo se puede anotar que el 77% paga entre USD. 5 a USD. 10; el 23% paga entre USD. 11 a USD. 20; Lo cual indica que un gran porcentaje paga entre USD. 5 a USD. 10 dólares por cada terno de ropa deportiva interna (camiseta y short).

## Pregunta 8

¿Cuál es el precio que ha pagado en dólares por un par de polines deportivos?

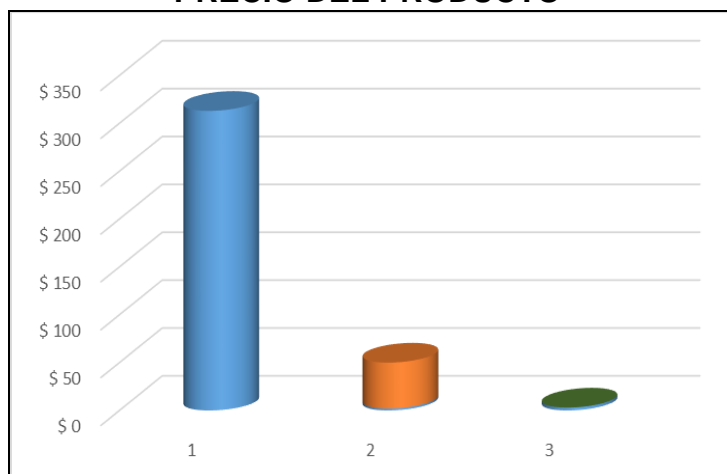
**Cuadro 9**  
**PRECIO DEL PRODUCTO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$ 1	312	87%
\$ 2	48	13%
\$ 3	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>360</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a ciudadanos de Alamor.

**Elaboración:** La Autora.

**Cuadro 7**  
**PRECIO DEL PRODUCTO**



**Fuente:** Encuesta a ciudadanos de Alamor.

**Elaboración:** La Autora.

## Análisis e Interpretación de Resultados:

De acuerdo a los resultados se puede anotar que el 87% paga USD. 1 por un par de polines, el 13% paga USD. 2; y la otra opción no obtuvo porcentaje; por lo que se confirma que un gran porcentaje paga entre USD. 1 a USD. 2 dólares por un par de polines.

## Pregunta 9

¿Qué opinión tiene sobre la calidad de la ropa deportiva que ha adquirido?

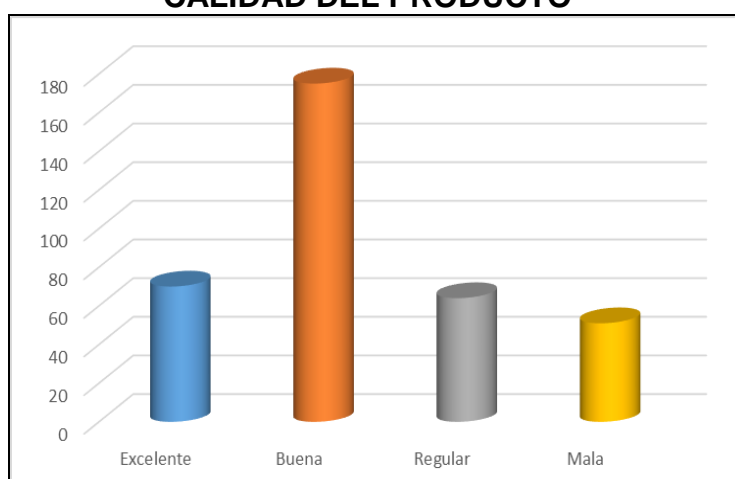
**Cuadro 10**  
**CALIDAD DEL PRODUCTO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	70	19%
Buena	175	49%
Regular	64	18%
Mala	51	14%
<b>TOTAL</b>	<b>360</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a ciudadanos de Alamor.

**Elaboración:** La Autora.

**Gráfica 8**  
**CALIDAD DEL PRODUCTO**



**Fuente:** Encuesta a ciudadanos de Alamor.

**Elaboración:** La Autora.

## Análisis e Interpretación de Resultados:

Los resultados indican que el 19% de los encuestados consideran que la calidad del producto es excelente; el 49% Buena; el 18% Regular y el 14% Mala; de lo cual se determina que existe diversidad de criterios, ubicándose un gran porcentaje de encuestados con la opción de Buena.



## Pregunta 10

¿Señale cuál es el aspecto que más le interesa al momento de adquirir la ropa deportiva?

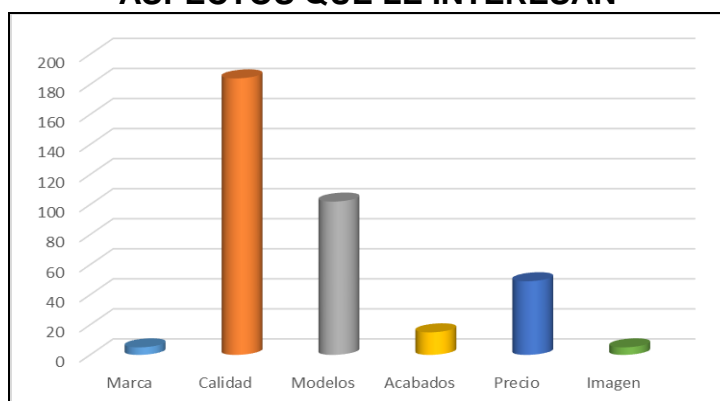
**Cuadro 11**  
**ASPECTOS QUE LE INTERESAN**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Marca	5	1%
Calidad	184	51%
Modelos	102	28%
Acabados	15	4%
Precio	49	15%
Imagen	5	1%
<b>TOTAL</b>	<b>360</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a ciudadanos de Alamor.

**Elaboración:** La Autora.

**Gráfica 9**  
**ASPECTOS QUE LE INTERESAN**



**Fuente:** Encuesta a ciudadanos de Alamor.

**Elaboración:** La Autora.

### Análisis e Interpretación de Resultados:

Los resultados son el 1% de los encuestados se interesa por la Marca; el 51% la calidad del producto; el 28% los modelos; el 4% los acabados; el 15% el precio y el 1% la imagen; de lo cual se deduce que existen diversos criterios sin embargo sobresale la calidad el producto, como aspecto que más les interesa a los clientes.

## Pregunta 11

¿Dónde le gustaría adquirir la ropa de deportiva?

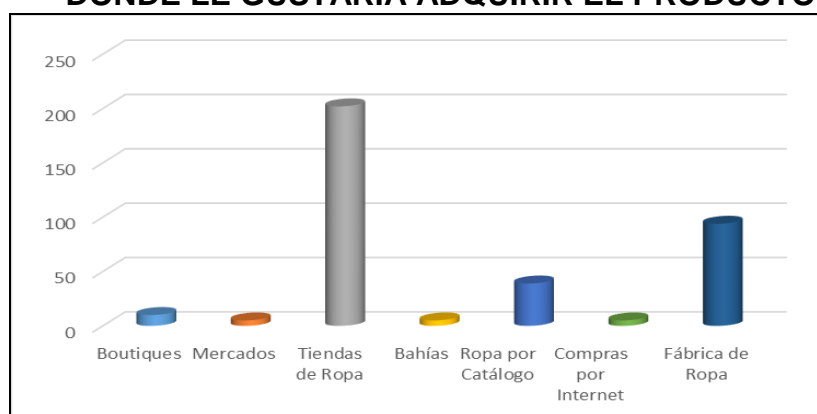
**Cuadro 12**  
**DONDE LE GUSTARIA ADQUIRIR EL PRODUCTO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Boutiques	10	3%
Mercados	5	1%
Tiendas de Ropa	202	57%
Bahías	5	1%
Ropa por Catálogo	39	11%
Compras por Internet	5	1%
Fábrica de Ropa	94	26%
<b>TOTAL</b>	<b>360</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a ciudadanos de Alamor.

Elaboración: La Autora.

**Gráfica 10**  
**DONDE LE GUSTARIA ADQUIRIR EL PRODUCTO**



Fuente: Encuesta a ciudadanos de Alamor.

Elaboración: La Autora.

### Análisis e Interpretación de Resultados:

Los resultados son el 3% le gustaría adquirir en Boutiques; el 1%, le gustaría adquirir en los mercados; el 57% en tiendas de ropa; el 1% en las Bahías; el 11% a través de la Ropa por Catálogo; el 1% en compras por internet y el 26% en ropas de fábrica. Esto nos indica que la mayoría prefiere comprar la ropa deportiva en las Tiendas de Ropa de Alamor y en las fábricas.

## Pregunta 12

¿Si se implementara una fábrica de ropa deportiva en la ciudad de Alamor, compraría usted los productos?

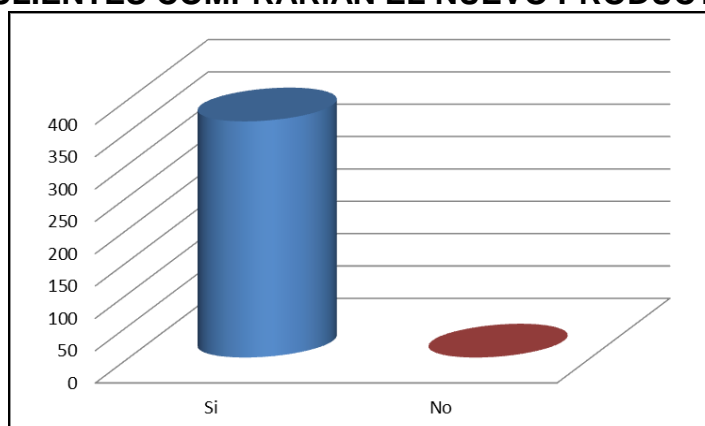
**Cuadro 13**  
**CLIENTES COMPRARÍAN EL NUEVO PRODUCTO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	360	100%
No	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>360</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a ciudadanos de Alamor.

**Elaboración:** La Autora.

**Gráfica 11**  
**CLIENTES COMPRARÍAN EL NUEVO PRODUCTO**



**Fuente:** Encuesta a ciudadanos de Alamor.

**Elaboración:** La Autora.

### Análisis e Interpretación de Resultados:

En esta pregunta se determinó que el 100% de los encuestados manifestaron su intención de comprar la ropa deportiva en una fábrica de ropa con sede en Alamor, siempre que el producto se caracterice por la calidad, el precio y más factores.

### Pregunta 13

¿En qué lugar de la ciudad de Alamor, prefiere que se implemente la fábrica de ropa deportiva?

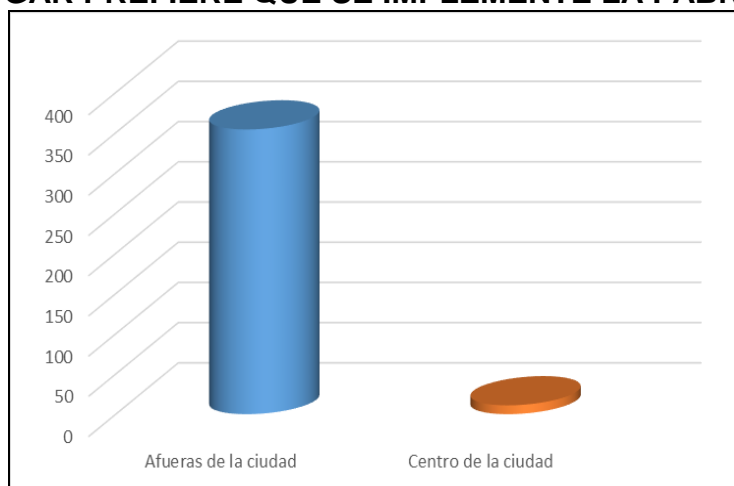
**Cuadro 14**  
**LUGAR PREFIERE QUE SE IMPLEMENTE LA FABRICA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Afuera de la ciudad	349	97%
Centro de la ciudad	11	3%
<b>TOTAL</b>	<b>360</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a ciudadanos de Alamor.

Elaboración: La Autora.

**Gráfica 12**  
**LUGAR PREFIERE QUE SE IMPLEMENTE LA FABRICA**



Fuente: Encuesta a ciudadanos de Alamor.

Elaboración: La Autora.

### Análisis e Interpretación de Resultados:

Los resultados evidencian que el 97% de los encuestados les gustaría que la empresa productora de ropa deportiva se ubique en las afueras de la ciudad, el 3% en el centro de la ciudad; por lo cual se determina que la mayoría prefiere que la empresa se ubique en las afueras de la ciudad.

## Pregunta 14

¿Cuánto estaría usted dispuesto a gastar anualmente por la compra de ropa deportiva?

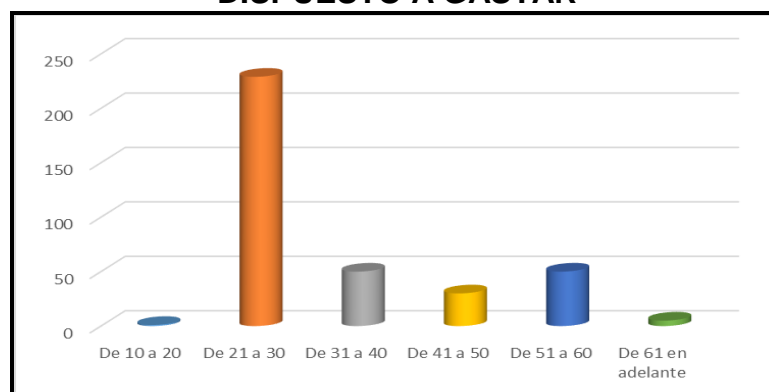
**Cuadro 15**  
**DISPUESTO A GASTAR**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 10 a 20	1	0%
De 21 a 30	227	63%
De 31 a 40	50	14%
De 41 a 50	29	8%
De 51 a 60	50	14%
De 61 en adelante	3	1%
<b>TOTAL</b>	<b>360</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a ciudadanos de Alamor.

**Elaboración:** La Autora.

**Gráfica 13**  
**DISPUESTO A GASTAR**



**Fuente:** Encuesta a ciudadanos de Alamor.

**Elaboración:** La Autora.

### Análisis e Interpretación de Resultados:

Los resultados evidencian que el 63% de los encuestados estarían dispuestos a pagar de USD. 21 a USD. 30 por la compra de ropa deportiva; el 14% de USD. 31 a USD. 40; el 8% de USD. 41 a USD. 50; el 14% de USD. 50 a USD. 60; y el 1% de USD. 61 en adelante, con lo cual se determina que la mayoría prefiere gastar anualmente entre USD. 21 a USD. 30, en ropa deportiva.

### Pregunta 15

¿Cuántos ternos de ropa deportiva estarían dispuesto a comprar anualmente?

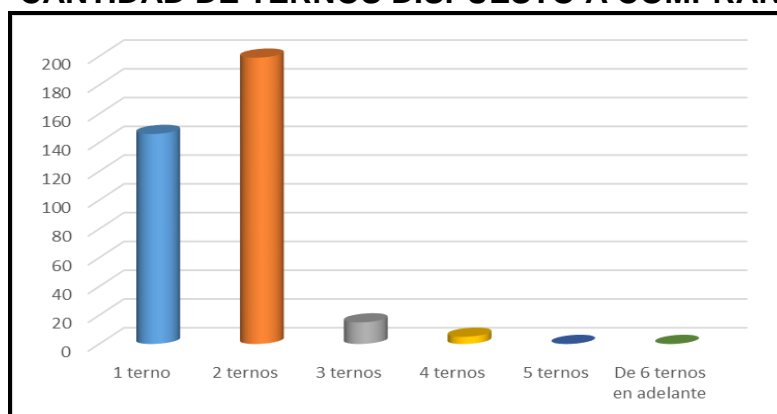
**Cuadro 16**  
**CANTIDAD DE TERNOS DISPUESTO A COMPRAR**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 terno	144	40%
2 ternos	198	55%
3 ternos	14	4%
4 ternos	4	1%
5 ternos	0	0%
De 6 ternos en adelante	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>360</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a ciudadanos de Alamor.

**Elaboración:** La Autora.

**Gráfica 14**  
**CANTIDAD DE TERNOS DISPUESTO A COMPRAR**



**Fuente:** Encuesta a ciudadanos de Alamor.

**Elaboración:** La Autora.

### Análisis e Interpretación de Resultados:

Los resultados son el 55% de los encuestados estarían dispuestos a comprar 2 ternos de ropa deportiva en forma anual, 40% está dispuesto a comprar 1 terno en forma anual, el 4% está dispuesto a comprar hasta 3 ternos en forma anual, y el 1% compraría 4 ternos; lo que evidencia que la mayoría de la población está dispuesto a comprar en promedio dos ternos de ropa deportiva en forma anual.

## Pregunta 16

¿De los medios de TV locales, cual prefiere usted?

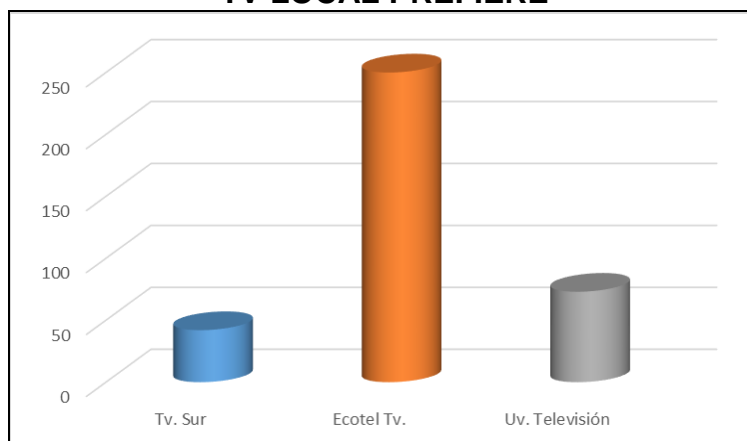
**Cuadro 17**  
**TV LOCAL PREFERIERE**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Tv. Sur	43	12%
Ecotel Tv.	245	68%
Uv. Televisión	72	20%
<b>TOTAL</b>	<b>360</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a ciudadanos de Alamor.

**Elaboración:** La Autora.

**Gráfica 15**  
**TV LOCAL PREFERIERE**



**Fuente:** Encuesta a ciudadanos de Alamor.

**Elaboración:** La Autora.

## Análisis e Interpretación de Resultados:

Los resultados son el 68% de los encuestados prefieren ECOTEL TV como medio local de televisión; el 20% prefieren UV TELEVISIÓN y el 12% prefieren TV SUR, por los resultados podemos deducir que la mayoría de los encuestados prefieren ECOTEL TV, como medio de televisión local.

## Pregunta 17

¿De los medios radiales de la localidad cual prefiere usted?

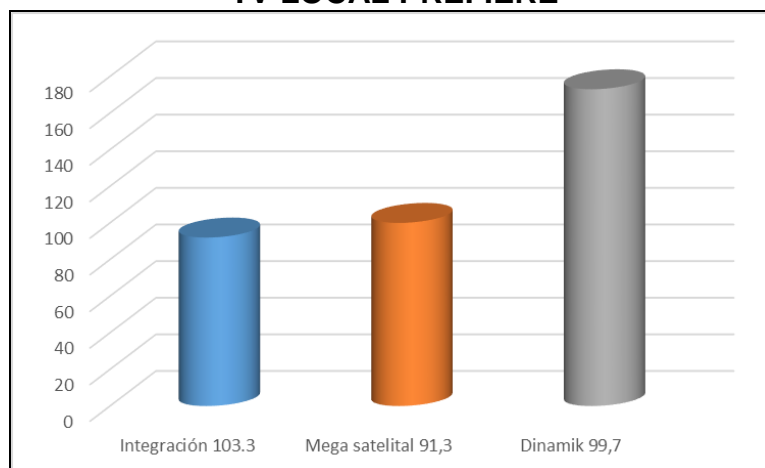
**Cuadro 18**  
**TV LOCAL PREFERIERE**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Integración 103.3	90	25%
Mega satelital 91,3	97	27%
Dinamik 99,7	173	48%
<b>TOTAL</b>	<b>360</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a ciudadanos de Alamor.

**Elaboración:** La Autora.

**Gráfica 16**  
**TV LOCAL PREFERIERE**



**Fuente:** Encuesta a ciudadanos de Alamor.

**Elaboración:** La Autora.

## Análisis e Interpretación de Resultados:

Los resultados son el 48% de los encuestados prefieren como medio radial DINAMIK 99,7; el 27% prefieren MEGASATELITAL 91,3; y el 25% prefieren INTEGRACIÓN 103,3. De los resultados se puede determinar que el medio radial con mayor preferencia por la ciudadanía es la radio DINAMIK 99,7.



## Pregunta 18

¿De la prensa escrita de la localidad, cual prefiere usted?

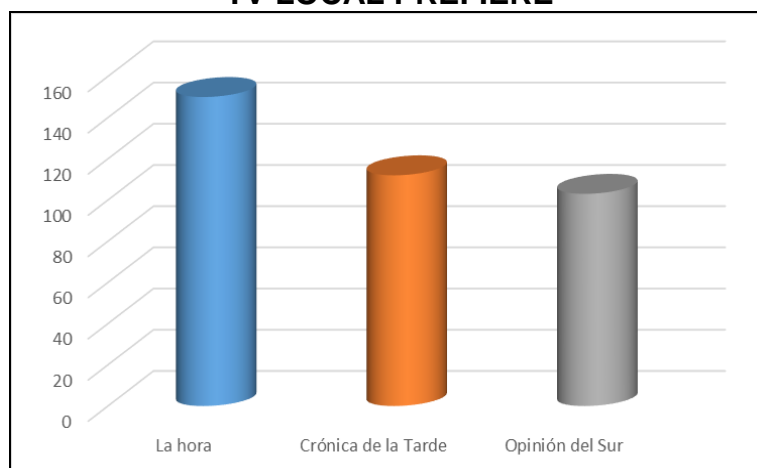
**Cuadro 19**  
**TV LOCAL PREFERE**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
La hora	147	41%
Crónica de la Tarde	112	31%
Opinión del Sur	101	28%
<b>TOTAL</b>	<b>360</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a ciudadanos de Alamor.

**Elaboración:** La Autora.

**Gráfica 17**  
**TV LOCAL PREFERE**



**Fuente:** Encuesta a ciudadanos de Alamor.

**Elaboración:** La Autora.

## Análisis e Interpretación de Resultados:

De los resultados se determinó que el 41% prefiere la hora como un medio para informarse; el 31% prefiere Crónica de la Tarde; el 28% prefiere Opinión del Sur; los resultados nos demuestran que el medio escrito preferido con mayor porcentaje es el periódico la Hora.

### Pregunta 19

¿En qué horarios usualmente usted accede a los medios de comunicación?

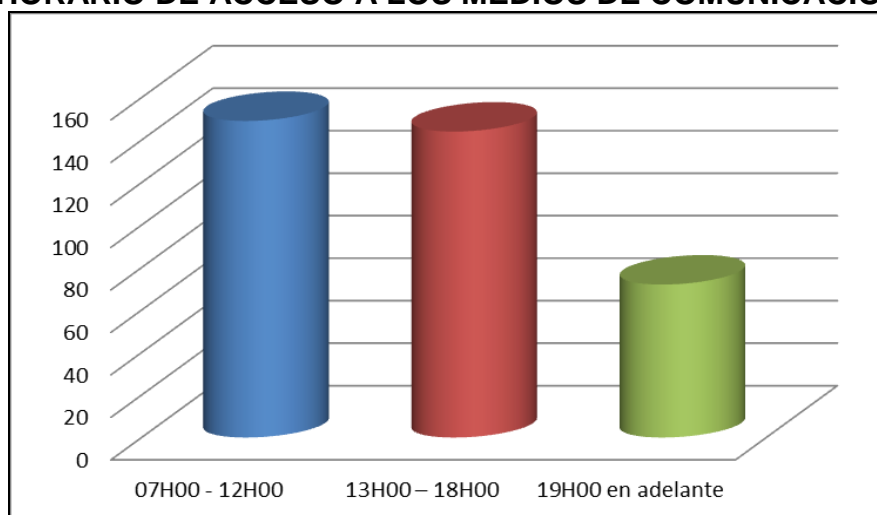
**Cuadro 20**  
**HORARIO DE ACCESO A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
07H00 - 12H00	148	41%
13H00 – 18H00	140	39%
19H00 en adelante	72	20%
<b>TOTAL</b>	<b>360</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a ciudadanos de Alamor.

**Elaboración:** La Autora.

**Gráfica 18**  
**HORARIO DE ACCESO A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN**



**Fuente:** Encuesta a ciudadanos de Alamor.

**Elaboración:** La Autora.

### Análisis e Interpretación de Resultados:

De los resultados tenemos que el 41% de los encuestados accede a los diferentes medios de comunicación entre las 07h00 hasta las 12h00, el 39% accede entre las 13h00 a los 18h00 y el 20% de los encuestados prefiere acceder a los medios desde las 18h00 en adelante. Teniendo como la opción más sobresaliente que los ciudadanos prefieren las horas de la mañana en la ciudad de Alamor.

## RESULTADOS DE LA ENCUESTA APLICADA A LOS GERENTES O PROPIETARIOS DE LAS EMPRESAS QUE SE DEDICAN CONFECCIONAR ROPA DEPORTIVA EN LA CIUDAD DE ALAMOR.

### Pregunta 1

¿En su empresa confeccionan ropa deportiva para la venta y comercialización en la ciudad de Alamor?

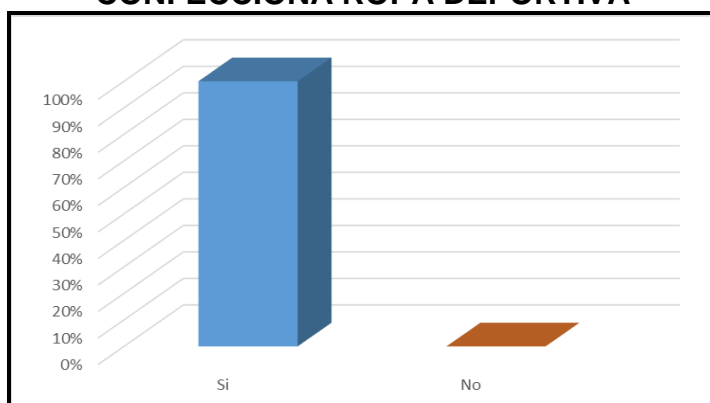
**Cuadro 21**  
**CONFECCIONA ROPA DEPORTIVA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	5	100%
No	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a dueños de negocios de la ciudad de Alamor.

**Elaboración:** La Autora.

**Gráfica 19**  
**CONFECCIONA ROPA DEPORTIVA**



**Fuente:** Encuesta a dueños de negocios de la ciudad de Alamor.

**Elaboración:** La Autora.

### Análisis e Interpretación de Resultados:

Los resultados confirman que el 100%, que corresponde a 5 empresas encuestadas, manifestaron que si confeccionan ropa deportiva, a más de otras prendas que son confeccionados en algunos casos con previo pedido. Esto nos da la idea que las empresas en estudio no se dedican al 100% a confeccionar ropa deportiva.

## Pregunta 2

¿Cuántos ternos externos deportivos (chompa y pantalón) e internos (camiseta y short) confeccionan y vende su empresa mensualmente.?

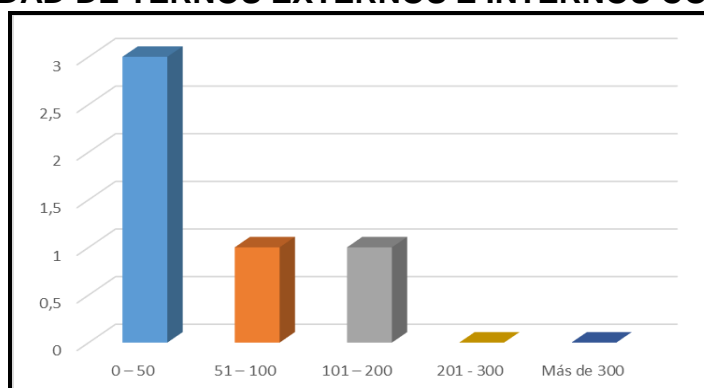
**Cuadro 22**  
**CANTIDAD DE TERNOS EXTERNOS E INTERNOS CONFECCIONA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
0 – 50	3	60%
51 – 100	1	20%
101 – 200	1	20%
201 - 300	0	0%
Más de 300	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a dueños de negocios de la ciudad de Alamor.

**Elaboración:** La Autora.

**Gráfica 20**  
**CANTIDAD DE TERNOS EXTERNOS E INTERNOS CONFECCIONA**



**Fuente:** Encuesta a dueños de negocios de la ciudad de Alamor.

**Elaboración:** La Autora.

### Análisis e Interpretación de Resultados:

Los resultados determinan que el 60% que corresponde a tres empresas confeccionan aproximadamente entre el rango de 0 a 50 trajes deportivos completos (internos y externos), el 20% produce entre 51 a 100 trajes; el 20% produce entre 101 a 200 trajes y el 0% entre 201 a 300 trajes completos deportivos. Debido a los pocos ofertantes la producción mensual es considerable en la ciudad de Alamor.

### Pregunta 3

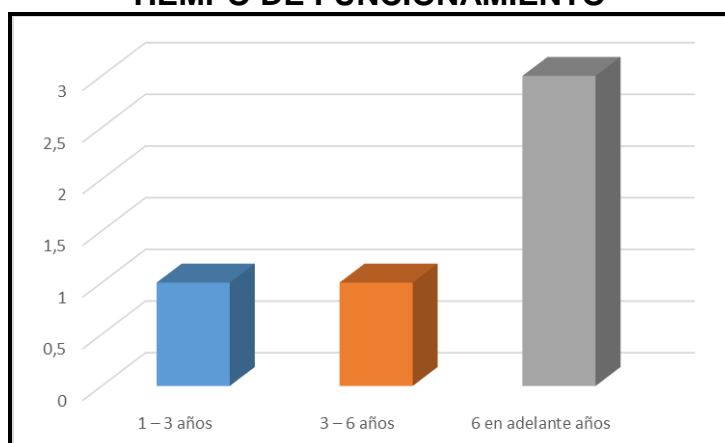
¿Qué tiempo tiene de funcionamiento su empresa de confección de ropa deportiva de la ciudad de Alamor.?

**Cuadro 23**  
**TIEMPO DE FUNCIONAMIENTO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 – 3 años	1	20%
3 – 6 años	1	20%
6 en adelante años	3	60%
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a dueños de negocios de la ciudad de Alamor.  
**Elaboración:** La Autora.

**Gráfica 21**  
**TIEMPO DE FUNCIONAMIENTO**



**Fuente:** Encuesta a dueños de negocios de la ciudad de Alamor.  
**Elaboración:** La Autora.

### Análisis e Interpretación de Resultados:

Con respecto al tiempo de funcionamiento, el 20%, que corresponde a una empresa tiene de 1 a 3 años, el otro 20% de 3 a 6 años y el 60% restante corresponden a 3 empresas las mismas que se encuentran funcionando más de 6 años, lo cual nos confirma que existe más del 50% de las empresas que están posicionadas en el mercado local y con clientes asegurados.

#### Pregunta 4

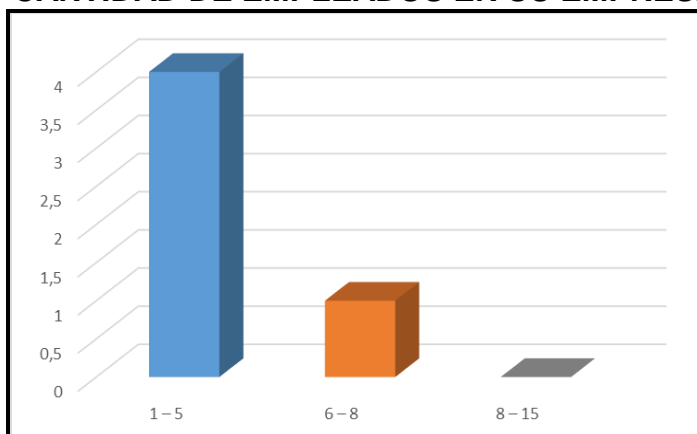
¿Cuál es la cantidad de personal con el que cuenta su empresa entre el personal administrativo y operativo?

**Cuadro 24**  
**CANTIDAD DE EMPLEADOS EN SU EMPRESA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 – 5	4	80%
6 – 8	1	20%
8 – 15	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a dueños de negocios de la ciudad de Alamor.  
**Elaboración:** La Autora.

**Gráfica 22**  
**CANTIDAD DE EMPLEADOS EN SU EMPRESA**



**Fuente:** Encuesta a dueños de negocios de la ciudad de Alamor.  
**Elaboración:** La Autora.

#### Análisis e Interpretación de Resultados:

Los resultados evidencia que el 80% de los negocios tienen de uno a cinco empleados, y el 20% tiene de 6 a 8 empleados, de 8 a 15 no maneja ninguna de la empresa; estos resultados determinan que ninguno de los negocios en estudio es grande, en vista que la mayoría tiene menos de cinco empleados.

## Pregunta 5

¿Cuál es el precio que usted cobra por cada traje deportivo externo (chompa y pantalón, promedio talla 36), en su empresa?

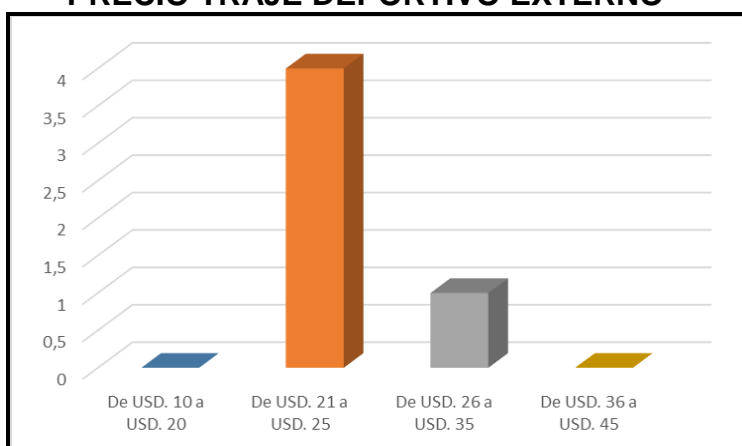
**Cuadro 25**  
**PRECIO TRAJE DEPORTIVO EXTERNO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De USD. 10 a USD. 20	0	0%
De USD. 21 a USD. 25	4	80%
De USD. 26 a USD. 35	1	20%
De USD. 36 a USD. 45	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a dueños de negocios de la ciudad de Alamor.

**Elaboración:** La Autora.

**Gráfica 23**  
**PRECIO TRAJE DEPORTIVO EXTERNO**



**Fuente:** Encuesta a dueños de negocios de la ciudad de Alamor.

**Elaboración:** La Autora.

## Análisis e Interpretación de Resultados:

Los resultados son; el 80% de los propietarios indicaron que el precio de un traje deportivo externo fluctúa de 10 a 20 dólares y el 20% que corresponde a una sola empresa indicó que el precio del terno externo fluctúa de 26 a 35 dólares, sin embargo esta variación podría ser por la calidad de la tela que se utiliza para la confección y en este caso precios mantienen su constante.

## Pregunta 6

¿Cuál es el precio que usted cobra por cada traje deportivo interno (chompa y pantalón, promedio talla 36), en su empresa?

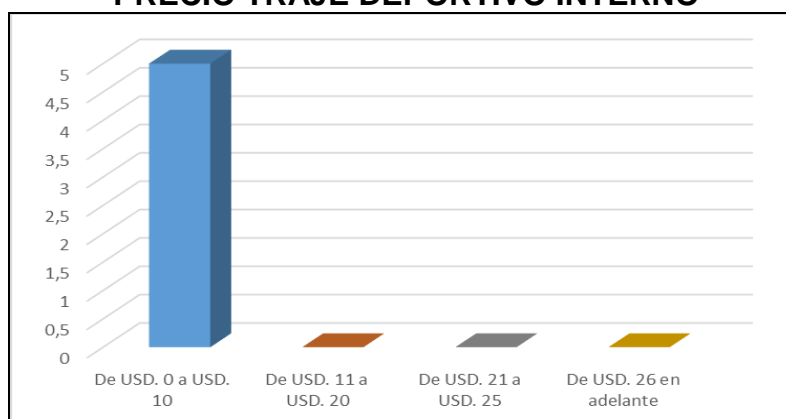
**Cuadro 26**  
**PRECIO TRAJE DEPORTIVO INTERNO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De USD. 0 a USD. 10	5	100%
De USD. 11 a USD. 20	0	0%
De USD. 21 a USD. 25	0	0%
De USD. 26 en adelante	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a dueños de negocios de la ciudad de Alamor.

**Elaboración:** La Autora.

**Gráfica 24**  
**PRECIO TRAJE DEPORTIVO INTERNO**



**Fuente:** Encuesta a dueños de negocios de la ciudad de Alamor.

**Elaboración:** La Autora.

## Análisis e Interpretación de Resultados:

Los resultados tenemos que el 100% de los propietarios manifiestan que el precio de venta de un traje deportivo interno se encuentra en el rango de 0 a 10 dólares, esto significa que todos los negocios mantienen su constante en el precio, sin embargo puede variar el precio dependiendo de la calidad de la tela que se utiliza para la confección de las prendas deportivas.



## Pregunta 7

¿Qué medio publicitario utiliza su empresa?

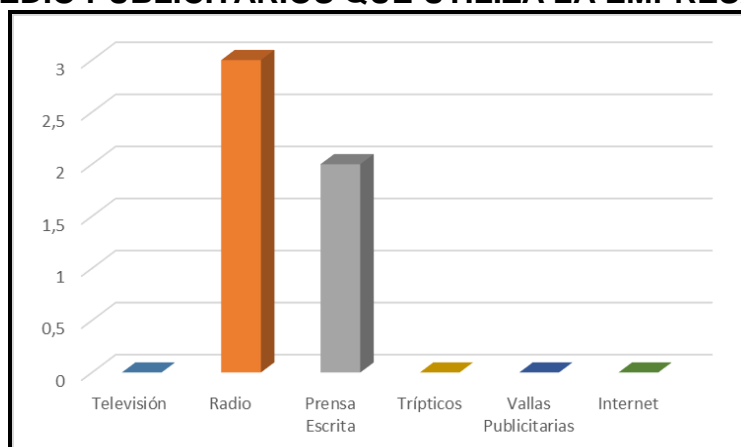
**Cuadro 27**  
**MEDIO PUBLICITARIOS QUE UTILIZA LA EMPRESA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Televisión	0	0%
Radio	3	60%
Prensa Escrita	2	40%
Trípticos	0	0%
Vallas Publicitarias	0	0%
Internet	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a dueños de negocios de la ciudad de Alamor.

**Elaboración:** La Autora.

**Gráfica 25**  
**MEDIO PUBLICITARIOS QUE UTILIZA LA EMPRESA**



**Fuente:** Encuesta a dueños de negocios de la ciudad de Alamor.

**Elaboración:** La Autora.

### Análisis e Interpretación de Resultados:

De acuerdo a los resultados tenemos que el 0% de los negocios utilizan la televisión local, el 60% utilizan la radio, el 40% utilizan la prensa escrita; y en lo que se refiere al uso de los trípticos, vallas publicitarias e internet, no tuvo resultados. Entonces se concluye que la radio es más utilizada para promocionar sus productos en la ciudad de Alamor.

### Pregunta 8

¿En qué horarios su empresa contrata la publicidad en los medios de comunicación?

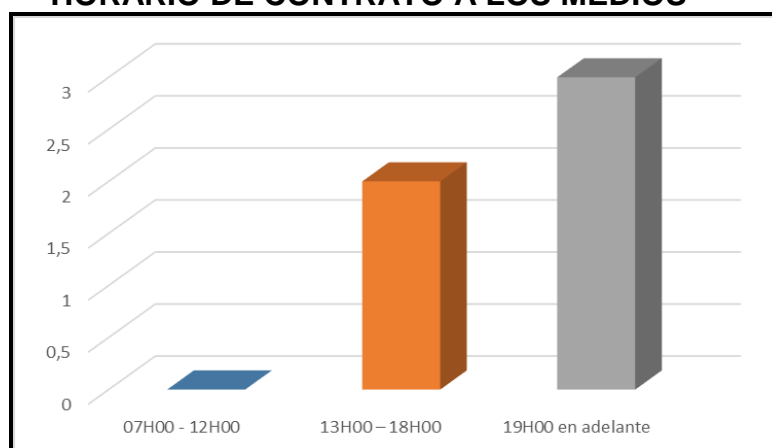
**Cuadro 28**  
**HORARIO DE CONTRATO A LOS MEDIOS**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
07H00 - 12H00	0	0%
13H00 – 18H00	2	40%
19H00 en adelante	3	60%
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a dueños de negocios de la ciudad de Alamor.

**Elaboración:** La Autora.

**Gráfica 26**  
**HORARIO DE CONTRATO A LOS MEDIOS**



**Fuente:** Encuesta a dueños de negocios de la ciudad de Alamor.

**Elaboración:** La Autora.

### Análisis e Interpretación de Resultados:

Los resultados son el 0% contratan al medio de comunicación desde las 07h00 hasta las 12h00; el 40% lo hacen desde las 13h00 hasta las 18h00 y el 60% lo hacen desde las 19h00 en adelante, lo que significa que la contratación tiene mayor acogida en horas de la noche, por cuanto ellos utilizan este horario para contratar su publicidad.

## **g. DISCUSIÓN**

### **ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE ROPA DEPORTIVA**

En el análisis de la demanda de ropa deportiva se realizará el estudio del mercado potencial a fin de establecer la demanda insatisfecha en función de la cual estará el proyecto, La demanda se considera como la cantidad del producto que un mercado está dispuesto a comprar para satisfacer una necesidad. Además en el presente análisis se busca determinar y cuantificar las fuerzas del mercado que actúan sobre los requerimientos del producto por parte del mercado y así mismo establecer las oportunidades del producto para satisfacer las necesidades del mercado.

#### **Demanda Potencial**

La demanda potencial de ropa deportiva está constituida por la cantidad del producto que puede consumir el mercado en estudio y para obtener la demanda potencial hacemos referencia a la población de la ciudad de Alamor, según datos obtenidos por el Censo de Población y Vivienda del 2010 (INEC) fue de 15513, realizando la respectiva actualización para el año 2015 tenemos que es 16622. Entonces tenemos que la demanda potencial es el resultado de 16622 por el porcentaje de ciudadanos que si conocen la ropa deportiva que se confecciona en la ciudad de Alamor, que se obtiene en la pregunta 3 de la Encuesta a ciudadanos de Alamor, que es del 100%, por lo tanto la demanda potencial es el 100% de 16622 lo que da 16622.

Además realizamos la proyección con la tasa de crecimiento poblacional anual de la provincia es de 1,39%. Y el resultado es.

<i>Demanda Potencial =</i>	<i>Población Actualizada x Personas conocen producto</i>
<i>Demanda Potencial =</i>	<i>16622 x 100%</i>
<i>Demanda Potencial =</i>	<i>16622</i>

**CUADRO 29**  
**Demanda Potencial**

<b>Años</b>	<b>Población</b>	<b>Personas que conocen la ropa deportiva</b>	<b>Demanda Potencial</b>
0	16622	100%	16622
1	16853	100%	16853
2	17087	100%	17087
3	17325	100%	17325
4	17566	100%	17566
5	17810	100%	17810
6	18057	100%	18057
7	18308	100%	18308
8	18563	100%	18563
9	18821	100%	18821
10	19082	100%	19082

**Fuente:** Pregunta 3 de la Encuesta a Ciudadanos de Alamor

**Elaboración:** La Autora.

### **Demanda Real**

La demanda real es la cantidad de la ropa deportiva que los clientes del mercado local consumen y para determinar esta demanda consideramos el porcentaje de ciudadanos que realmente consume el producto del mercado

local, y referenciamos los resultados de la pregunta 4 de la encuesta a ciudadanos de la ciudad Alamor: cuyos porcentajes son el 99% compra ropa deportiva en contraste con el 1% que no lo hace, entonces la demanda real es el 99% de la demanda potencial (16622) y es 16456, luego se proyecta para los 10 años de vida del proyecto.

<i>Demanda Real =</i>	<i>demanda potencial x personas consumen producto</i>
<i>Demanda Real =</i>	<i>16622 x 99%</i>
<i>Demanda Real =</i>	<i>16456</i>

**CUADRO 30**  
**Demanda Real**

<b>Años</b>	<b>Demanda Potencial</b>	<b>% Demanda Real</b>	<b>Demanda Real</b>
0	16622	99%	16456
1	16853	99%	16685
2	17087	99%	16916
3	17325	99%	17152
4	17566	99%	17390
5	17810	99%	17632
6	18057	99%	17877
7	18308	99%	18125
8	18563	99%	18377
9	18821	99%	18633
10	19082	99%	18892

**Fuente:** Pregunta 4 de la Encuesta a Ciudadanos de Alamor.

**Elaboración:** La Autora.

### **Consumo Perca pita del Producto**

Es el consumo promedio anual de la ropa deportiva de la población de la ciudad de Alamor se lo obtiene de la pregunta 5, que indica la frecuencia de

compra del producto, en forma semestral, anual y cada dos años; de esta manera procedemos al cálculo en forma anual y detallamos en el cuadro.

**CUADRO 31**  
**Consumo Per cápita del Producto**

Alternativas	Frecuencia	Promedio	Total
Semestral	69	2	138
Anual	102	1	102
Cada dos años	189	0,5	94,5
No compra	5	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>365</b>		<b>334,5</b>

Fuente: Preg. 5 Encuesta a Ciudadanos ciudad Alamor.

Elaboración: La Autora.

$CPP =$	334,5
$CPP =$	$334,5 / 365$
$CPP =$	0,92

El Promedio de Consumo Per cápita de la ropa deportiva en la ciudad de Alamor es de 0,92 en forma anual.

### **Demanda Efectiva**

Para determinar la demanda efectiva se considera la demanda real 16456 por el promedio consumo per cápita que es 0,92 y el resultado es 15139.

$Demanda Efectiva =$	$demanda\ real\ x\ consumo\ promedio\ per\ cápita$
$Demanda Efectiva =$	$16456\ x\ 0,92$
$Demanda Efectiva =$	15139

**CUADRO 32**  
**Demanda Efectiva**

<b>Años</b>	<b>Demanda Real</b>	<b>Consumo Per cápita del Producto</b>	<b>Demanda Efectiva</b>
0	16456	0,92	15139
1	16685	0,92	15350
2	16916	0,92	15563
3	17152	0,92	15779
4	17390	0,92	15999
5	17632	0,92	16221
6	17877	0,92	16447
7	18125	0,92	16675
8	18377	0,92	16907
9	18633	0,92	17142
10	18892	0,92	17380

### **Demanda Esperada**

Para determinar la demanda esperada se considera la población que tiene la predisposición de adquirir la ropa deportiva en caso de que se implementara una nueva empresa en la ciudad de Alamor, entonces tenemos la demanda efectiva: 15139 X el porcentaje del resultado de la pregunta 12, del cual tenemos que el 100% está dispuesto a adquirir el producto, entonces tenemos que la demanda esperada sería 15139, y lo proyectamos en el siguiente cuadro.

<i>Demanda Esperada =</i>	<i>Demanda efectiva x porcentaje consumo futuro</i>
<i>Demanda Esperada =</i>	<i>15139 x 100%</i>
<i>Demanda Esperada =</i>	<i>15139</i>

**CUADRO 33**  
**Demanda Esperada**

<b>Años</b>	<b>Demanda Efectiva</b>	<b>Porcentaje Pregunta No. 12</b>	<b>Demanda Esperada Anual</b>
0	15139	100%	15139
1	15350	100%	15350
2	15563	100%	15563
3	15779	100%	15779
4	15999	100%	15999
5	16221	100%	16221
6	16447	100%	16447
7	16675	100%	16675
8	16907	100%	16907
9	17142	100%	17142
10	17380	100%	17380

**Fuente:** Cuadro 25 y Cuadro 27.

**Elaboración:** La Autora.

## **ANÁLISIS DE LA OFERTA DE ROPA DEPORTIVA EN ALAMOR**

La oferta es la cantidad de la ropa deportiva en Alamor que venden las empresas dedicadas a la confección de ropa deportiva en un lapso de tiempo dado. Por lo que se consideran los datos obtenidos en la investigación de mercado, que corresponde a la encuesta a los gerentes y/o propietarios de los diferentes negocios y empresas que confeccionan y comercializan la ropa deportiva en la ciudad de Alamor.

Para obtener la oferta se hace referencia en la pregunta 2, sobre la cantidad de ternos externos e internos que confeccionan cada una de las empresas a objeto de sacar el promedio. Se detalla en el siguiente cuadro.



**CUADRO 34**  
**Promedio Mensual de Oferta de Ternos externos e internos en la ciudad de Alamor**

Cantidad del Producto	Número de Empresas	Media de Venta del Producto	Total del Producto Ofertado Mensual
0 – 50	3	25	75
51 – 100	1	75,5	75,5
101 – 200	1	150,5	150,5
201 – 300	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>		<b>301</b>

**Fuente:** Pregunta 2 de la Encuesta a propietarios empresas confeccionan ternos deportivos Alamor.  
**Elaboración:** La Autora.

De acuerdo al análisis realizado podemos indicar que el total de ternos de ropa deportiva aproximada que las empresas ofertan es de: 301 en forma mensual y en forma anual es de 3612. Luego se proyectó a los 10 años de vida útil del proyecto, y para la proyección utilizamos la tasa de crecimiento empresarial de la Provincia de Loja que es del 4,8% de acuerdo al Banco Central del Ecuador 2015.

**CUADRO 35**  
**Oferta de Ternos Deportivos en la ciudad de Alamor**

AÑOS	OFERTA
0	3612
1	3785
2	3967
3	4157
4	4357
5	4566
6	4785
7	5015
8	5256
9	5508
10	5772

**Fuente:** Cuadro 29.  
**Elaboración:** La Autora.

### **Balance entre la Oferta y la Demanda de Ternos Deportivos en la ciudad de Alamor.**

En el presente análisis se determina la demanda insatisfecha, la misma que no ha sido cubierta en el Mercado y puede ser cubierta al menos en parte por el Proyecto, a continuación las proyecciones respectivas. Y tenemos que la demanda insatisfecha de ternos deportivos en la ciudad de Alamor es de 11527 para el primer año. A continuación el cuadro demostrativo.

**CUADRO 36**  
**Demanda Insatisfecha**

<b>Años</b>	<b>Demanda Esperada</b>	<b>Oferta</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>
0	15139	3612	11527
1	15350	3785	11564
2	15563	3967	11596
3	15779	4157	11622
4	15999	4357	11642
5	16221	4566	11655
6	16447	4785	11661
7	16675	5015	11660
8	16907	5256	11651
9	17142	5508	11634
10	17380	5772	11608

**Fuente:** Cuadro 28 y Cuadro 30.

**Elaboración:** La Autora.

## **PLAN DE COMERCIALIZACIÓN PARA LA EMPRESA DE CONFECCIÓN DE ROPA DEPORTIVA EN LA CIUDAD DE ALAMOR**

En el plan de comercialización se contemplan varios factores vinculados con un apropiado sistema de comercialización, por lo cual a objeto de definir un plan idóneo, es necesario realizar un análisis del entorno del mercado, establecer objetivos y estrategias competidoras, analizar la cartera de productos que se dirigen al mercado, canales de distribución, planteamientos de variables (producto, precio, plaza, publicidad y distribución) y el respectivo análisis del comportamiento del distribuidor, todos estos factores van a influir en las decisiones financieras de la empresa de confección de ropa deportiva.

### **Estrategia de Mercado**

Como parte de las estrategias de mercado para el presente estudio, se consideran los siguientes puntos:

- Ofrecer la ropa deportiva con garantía de consistencia y calidad.
- Fijar excelentes precios en todas las prendas de la ropa deportiva.
- Brindar a todos los clientes atención personalizada

Se establecerá un canal directo de comercialización que permita como productores satisfacer oportunamente la demanda del producto y que a su vez facilite a los consumidores recibir el producto en las mejores condiciones posibles.

## Producto

Gráfica 27

# ROPA DEPORTIVA "ALI SPORT"



**Fuente:** Diseño y Observación Directa a Empresas Similares.

**Elaboración:** La Autora.

Características: Los ternos deportivos internos y externos deberán reflejar las características de un producto de excelencia, bajo estrictos estándares de calidad, diseños innovadores y precios justos, para ello se ha considerado necesario que el producto presente las siguientes características, las mismas que le permitirán ser mejor y hacerse competitivo frente a otros productos, entre los principales tenemos:

- Textura agradable, en polyester sublimada.
- Calidad de Hilo y costura.
- Colores permanentes y dobladillos sencillos.
- Estampados de acuerdo al criterio del diseño y tallas.
- Diseño de los ternos deportivos de acuerdo a la época del año y al gusto.
- Doble costura en la parte de los hombros, cuello y mangas.

- Por el revés de los ternos deportivos deben de ir las marquillas “ALI SPORT”, a fin de identificar la empresa y la marca.

En cuanto a las tallas, se tiene previsto confeccionar todas las tallas como:

Tallas Grandes: S, M, L, XL.

Tallas Pequeñas: 26, 28, 30, 32, 34.

Diseño: Los diseños y colores irán de acuerdo a los gustos y preferencias de los clientes, por lo tanto para iniciar con la empresa se ha estimado conveniente realizar 10 modelos de ternos deportivos con su respectivo diseño de estampado exclusivo de la empresa.

Presentación del Producto: Para la presentación del producto al cliente se debe considerar lo siguiente:

- 1) *Despacho.* Para que el producto sea entregado al cliente se lo hará en fundas de papel kraft con mango que contengan el logotipo, isotipo e información general de la empresa, con el objetivo que este elemento ayude a la publicidad de la ropa deportiva.

**Gráfica 28**  
**Funda de Despacho**



**Fuente:** Diseño y Observación Directa a Empresas Similares.  
**Elaboración:** La Autora.

- 2) Marca y Logotipo. Comprende el nombre comercial del producto, el mismo que ira con el siguiente estilo de letra.

**Gráfica 29**  
**Marca de la Empresa**



**Fuente:** Diseño y Observación Directa a Empresas Similares.  
**Elaboración:** La Autora.

- 3) Isotipo. Es el gráfico o imagen que identificará al producto, el mismo que será:

**Gráfica 30**  
**Logotipo de la Empresa**



**Fuente:** Diseño y Observación Directa a Empresas Similares.  
**Elaboración:** La Autora.

- 4) Slogan. Es la frase que identifica a la marca del producto.

**"El mejor traje deportivo hecho a su medida"**

### **Precio**

Se ofrecerá productos a precios competitivos en el mercado local, que marcará una diferencia, siempre buscando a través de la optimización de costos, la elevación del volumen de ventas y el tiempo, que el costo de final

disminuya considerablemente; sin embargo no se debe dejar de lado que la fijación del precio se lo determinará de acuerdo a las políticas de precios que amparan un margen de utilidad, el mismo que se lo determina en relación al costo de producción, la referencia del cliente, la competencia y la situación socioeconómica de la población, todos estos aspectos le permitirá a la empresa competir en el mercado y posicionarse en el menor tiempo en la ciudad de Alamor.

### **Plaza**

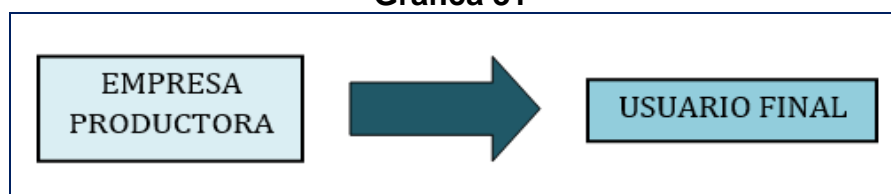
La empresa de confección de ropa deportiva “ALI SPORT”, tendrá su incidencia en la ciudad de Alamor y para la comercialización de sus productos utilizará el canal de comercialización directa que se realizará desde la sede de la empresa, que es la sección de ventas.

### **Tipo de Distribución**

La distribución se realizará al por mayor y menor en forma directa desde el local de la, cabe indicar que el negocio iniciará con estándares de producción de ventas en forma normal de acuerdo a la capacidad utilizada.

#### **Canal de Comercialización**

**Gráfica 31**



**Fuente:** Diseño y Observación Directa a Empresas Similares.

**Elaboración:** La Autora.

## **Mercado Objetivo**

El mercado objetivo son los posibles clientes a los cuales va dirigido el producto, a objeto de ofrecer toda su cartera de productos, a continuación revisamos:

- 1) Organizaciones: Se consideran como organizaciones a un grupo de personas con fines comunes, estas pueden de carácter educativo como colegios, escuelas o de carácter comercial y productivo como compañías, empresas, sociedades anónimas.
- 2) Particulares:. Son todas aquellas personas que acuden a nuestra empresa con necesidades puntuales, aunque las prendas que adquieran puedan tener como usuarios finales otras personas.
- 3) Empresas: Se consideran como empresas tiendas de ropa, grandes almacenes u otros comercios de venta de prendas de vestir que puedan demandar los servicios de confección de ternos deportivos.

## **Promoción y Publicidad:**

La promoción y publicidad nos ayudan a informar, convencer y recordar en forma creativa al público objetivo sobre los productos que la empresa ofrece, además también puede contemplar una serie de incentivos como: cupones de descuentos, premios, concursos y descuentos, cuyo objetivo es estimular a los consumidores, siendo el objetivo principal influir en sus actitudes y comportamientos para la satisfacción de sus necesidades y deseos.



## Publicidad

La publicidad consistirá en las siguientes acciones:

- Se diseñarán hojas volantes en donde se detalle todas las características de la ropa deportiva, las promociones existentes de acuerdo a la época, los descuentos e información sobre la empresa, contactos, teléfonos, correo electrónico y página web.
- Se diseñará una página web, a objeto de promocionar la ropa deportiva, detalles, colores, tallas, precios, descuentos y contactos, el dominio será [www.alisport.com](http://www.alisport.com).
- Se contratará de cuñas publicitarias en la radio Integración 103,3, el mismo que de acuerdo a la encuesta realizada a los ciudadanos, es la que tiene mayor acogida.

## Promoción

Se definirán las fechas claves para lanzar las promociones, por cuanto estos periodos de tiempo se caracterizan por que los clientes sienten la necesidad de adquirir el producto, como por ejemplo, en los colegios, época de ingreso a clases y juegos internos en colegios y escuelas y las promociones vienen a incentivar la demanda del producto, para lo cual se realizará las siguientes acciones:

- 1) La promoción de apertura de la empresa será el descuento de un 15% por cada prenda que se compre.

- 2) Se aplicará un 5% adicional por volumen en venta como mínimo 6 docenas, para empresas que envían a confeccionar ropa deportiva.
- 3) Se entregará las bandas de madrinas y uniformes adicionales e época de juegos internos en colegios y escuelas.
- 4) Se entregarán pares de medias de uniforme y gorras de uniforme en época de ingreso a clases.

**Cuadro 37**  
**Presupuestos de la Promoción y Publicidad**

Descripción	Cantidad Mensual	Costo Unitario	Costo Total
Radio Dinamik 99,7	120	2,7	324
Diseño y Elaboración de Hojas Volantes	1000	0,02	20
<b>TOTAL</b>			<b>344</b>

*Fuente: Radio Dinamik e Imprenta en Alamor.*

*Elaboración: La Autora.*

## **ESTUDIO TÉCNICO**

Para que exista el uso eficiente de los recursos disponibles en una empresa se debe desarrollar el estudio técnico, el mismo que va a determinar los requerimientos empresariales en función del tamaño y localización de la planta, descripción técnica y descripción de procesos, la capacidad instalada de la maquinaria y la cantidad del recurso humano, que son necesarios para la producción de un bien, en este caso la ropa deportiva en la ciudad de Alamor.

### **Tamaño del Proyecto**

En el tamaño del proyecto se considera la capacidad de producción de una empresa durante un periodo de tiempo normal y se la debe calcular en base a la demanda insatisfecha en el mercado, la capacidad instalada que permitirá conocer la producción máxima según el componente tecnológico que se va a utilizar; la capacidad utilizada en donde se determina el verdadero nivel de producción y además se debe tener en cuenta la demanda que se desea cubrir durante un periodo establecido. Se inicia el análisis con la capacidad instalada.

### **Capacidad Instalada**

La capacidad instalada es el nivel de producción máximo al que podría llegar la empresa, utilizando el 100% de la capacidad de cada uno de los factores

que comprenden el proceso productivo, considerando el tiempo de labores en las jornadas de trabajo.

### **Capacidad Instalada de la maquinaria:**

La maquinaria que se va a utilizar son: 2 máquinas de coser industrial y una máquina overlock industrial, las mismas que de acuerdo a sus especificaciones técnicas pueden trabajar hasta por 12 horas diarias en forma ininterrumpida sin que sean afectadas por el uso excesivo la parte física ni tecnológica; estas son suficientes para que las obreras puedan laborar en forma cómoda y de esta manera no se llegue a utilizar el 100% de la maquinaria disponible.

Se conoce que un obrero confecciona un terno externo de educación física en 150 minutos, que comprende un terno externo (chompa y pantalón) y un terno interno (camiseta y pantaloneta o short); donde debe: medir, trazar, cortar, pegar y coser, sin embargo se puede reducir este tiempo en un 20%, si las actividades se las realiza en forma industrial, que consiste en producir y realizar las etapas anteriormente mencionadas por series no en forma individual. Con esta consideración cada obrero llegaría a producir aproximadamente 4 ternos externos e internos con medidas medianas talla 34, para un niño de 8 a 12 años en 120 minutos un día de labores normal. Entonces respondiendo al aspecto tecnológico (maquinaria) y humano (4 obreras), la empresa puede producir en forma diaria hasta 16 ternos externos e internos), con diferentes diseños, colores y tallas; los mismos que

trabajarían 8 horas diarias. Y se tiene que la capacidad instalada anual es de 3840 ternos externos deportivos.

**Cuadro 38**  
**CAPACIDAD INSTALADA DE LA EMPRESA**

Número de Obreros	Producción Diaria	Producción Mensual	Producción Anual
4	16 ternos deportivos externos e internos	320	3840

**Fuente:** Aspecto tecnológico y humano de la nueva empresa.

**Elaboración:** La Autora.

### Porcentaje a cubrir de la Demanda Insatisfecha

El porcentaje que la empresa tiene que cubrir de la demanda insatisfecha, se la obtiene de la multiplicación de la capacidad instalada por 100 y de la división de la demanda insatisfecha. En el siguiente cuadro detallamos el cálculo.

**Cuadro 39**  
**Porcentaje de la Demanda Insatisfecha a ser cubierto con la Nueva Empresa**

Demanda Insatisfecha	% Porcentaje a cubrir con la nueva Empresa	Capacidad Instalada de la Nueva Empresa
11527	<b>33,31%</b>	3840

**Fuente:** Aspecto Tecnológico-Humano y Estudio de Mercado.

**Elaboración:** La Autora.

Se efectúa la proyección respectiva del porcentaje de la Demanda insatisfecha a ser cubierta por la nueva empresa.

**Cuadro 40**  
**Capacidad Instalada de la Empresa de Confección de Ropa Deportiva**

<b>Años</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>	<b>Porcentaje de Demanda Insatisfecha a ser cubierta</b>	<b>Capacidad Instalada de la Nueva Empresa.</b>
0	11527	33,31	3840
1	11564	33,21	3840
2	11596	33,11	3840
3	11622	33,04	3840
4	11642	32,98	3840
5	11655	32,95	3840
6	11661	32,93	3840
7	11660	32,93	3840
8	11651	32,96	3840
9	11634	33,01	3840
10	11608	33,08	3840

**Fuente:** Cuadro 31 y Cuadro 33.

**Elaboración:** La Autora.

### **Capacidad Utilizada**

La capacidad utilizada es el porcentaje de producción que la empresa de confección de ropa deportiva está en condiciones de producir en los 10 años de duración del proyecto. En este contexto se debe considerar que la empresa por varios factores que influirán, como la falta de posicionamiento de la empresa, la introducción del producto al mercado, la falta de pericia de los obreros, la disponibilidad de la materia prima e insumos y más factores que le impedirían trabajar al 100%, por lo cual se iniciará las operaciones de la empresa utilizando el 80% del primer año y este porcentaje se mantendrá hasta el tercer año; el cuarto año se subirá un 5%,

por lo cual desde el cuarto al sexto año la capacidad utilizada será del 85%, del séptimo año al noveno año se mantendrá en el 90% y el décimo año la capacidad utilizada será el 95% de la capacidad instalada de la empresa. Se reservará un 5% de la capacidad instalada por efectos de mantenimiento de la planta y equipos de producción, de esta manera podemos justificar la capacidad utilizada en cada unos de los años, durante la vida útil de la empresa que es de 10 años.

**Cuadro 41**  
**Capacidad Utilizada**

Determinación de la Capacidad Utilizada Año	Capacidad Instalada	%	Capacidad Utilizada
			(Producción Anual)
1	3840	80%	3072
2	3840	80%	3072
3	3840	80%	3072
4	3840	85%	3264
5	3840	85%	3264
6	3840	85%	3264
7	3840	90%	3456
8	3840	90%	3456
9	3840	90%	3456
10	3840	95%	3648

**Fuente:** Capacidad utilizada de la Nueva Empresa de Confección de Trajes Maternos.

**Elaboración:** La Autora

### Localización del Proyecto

Las empresas legalmente constituidas deben tener un dominio fiscal de conocimiento público y fácil de identificar, esto permitirá que el cliente

identifique con facilidad en lugar exacto donde puede localizar a la empresa y adquirir el producto o servicio, razón por la cual la localización adecuada puede definir el éxito o fracaso de un negocio, y la decisión de ubicar el proyecto obedecerá no solo a criterios económicos, sino también a criterios estratégicos organizacionales, con todos ellos se busca determinar aquella localización que maximice la rentabilidad del proyecto y minimice los costos de inversión y gastos durante el periodo del proyecto.

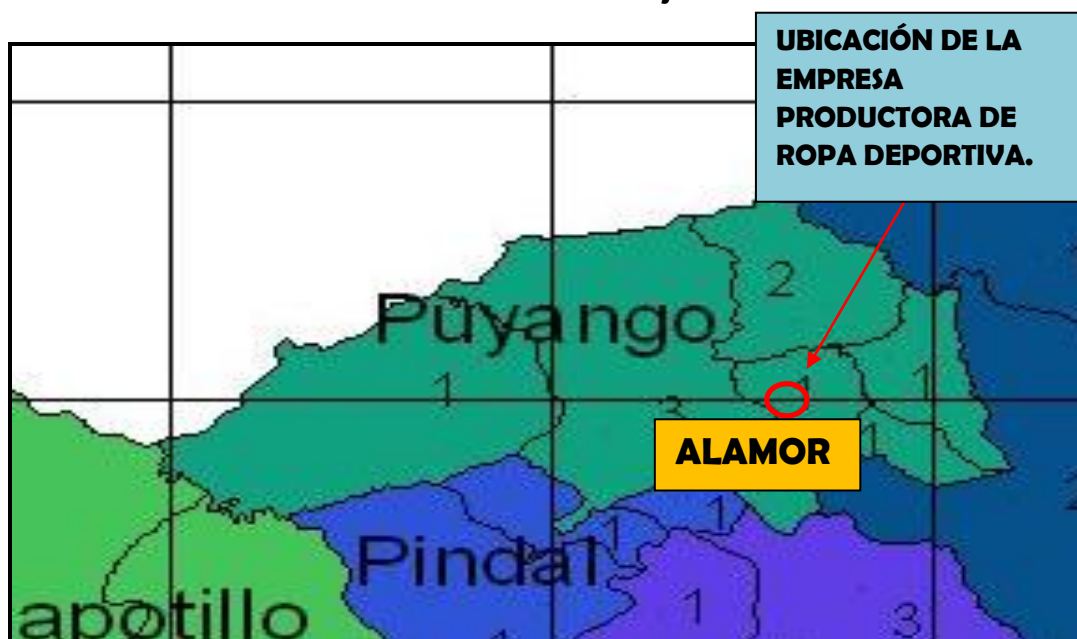
### **Macro localización**

Permite identificar a la empresa dentro de un espacio o territorio con incidencias en un mercado global que le permite desarrollarse normalmente; En este análisis se compara alternativas entre las zonas del país y se selecciona la que ofrece mayores ventajas para el proyecto tales como: mayor posibilidad de obtener clientes, ya sea por ser un sector comercial y/o turístico, por su capacidad económica, por su estatus social, etc. Es decir que por medio de estos factores se podría determinar el sector exacto donde existe mayor cantidad de consumidores del producto.

La empresa estará ubicada en la zona urbana de la ciudad de Alamor, cantón Puyango, Provincia de Loja. Alamor viene a ser la cabecera cantonal del cantón Alamor, se encuentra ubicado al suroccidente de la provincia de Loja, y sus límites son al Norte con la Provincia del Oro, al Sur con el cantón Pindal y Céllica, al Este con el cantón Paltas y al Oeste con el cantón Zapotillo, con una altitud de 360 m.s.n.m.



**Gráfica 32**  
**Macrolocalización de la Empresa de confección de Trajes Maternos en la ciudad de Loja**



**Fuente:** Mapa Provincia de Loja y Cantón Puyango.

**Elaboración:** La Autora

### **Micro localización de la Nueva Empresa**

En la micro localización se especifica en el lugar exacto en la ciudad Alamor, donde se ubicará la nueva empresa, y se consideran algunos factores que determinarán la localización de la empresa, entre los cuales podemos mencionar: Facilidad de acceso al cliente, disponibilidad de materia prima, mano de obra, transporte urbano, servicios básicos, costos de arriendo, estado de vías e infraestructura.

En el análisis se considera varios sectores plenamente definidos entre los cuales tenemos: las Calle Eugenio Espejo y Gabriel, calles Caiza Amazonas y Quito, calles Unión Puyango y Vicentino y calles Calle V y Colon. Los sectores anteriormente mencionados van a ser evaluados con la ayuda de la matriz de ponderación y los factores determinantes anteriormente:

**Cuadro 42**  
**Micro localización para la empresa**

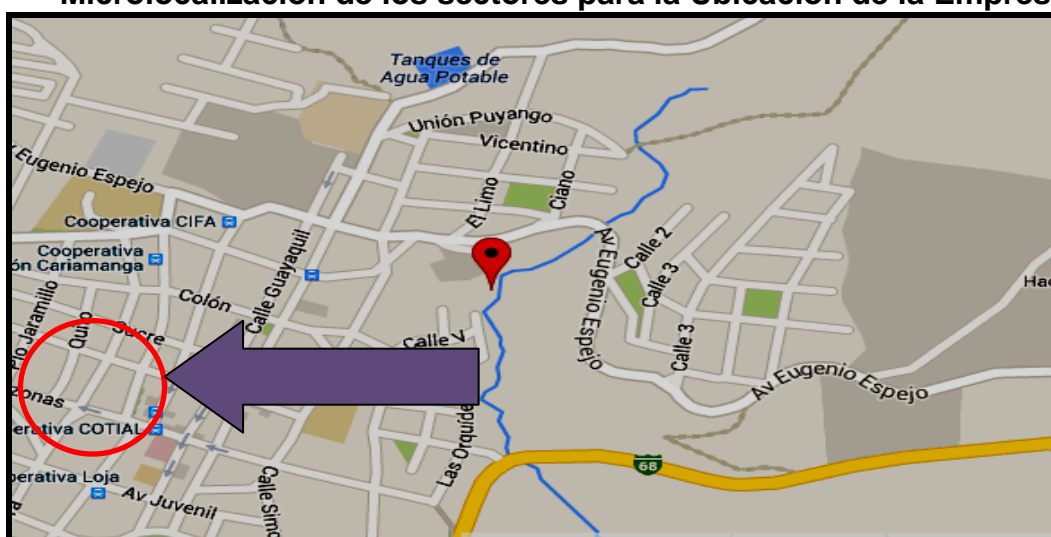
Factores de Localización	Ponderación/1,00	Calle Eugenio Espejo y Gabriel Caiza	Amazonas y Quito	Unión Puyango y Vicentino	Calle V y Colon
Facilidad de acceso al cliente	0,15	0,12	0,14	0,12	0,12
Disponibilidad de Materia Prima	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05
Mano de Obra	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05
Transporte urbano	0,17	0,17	0,17	0,17	0,17
Servicios Básicos	0,15	0,10	0,10	0,10	0,10
Costos de los Arriendos	0,16	0,12	0,15	0,12	0,13
Estado de Vías	0,15	0,14	0,14	0,14	0,12
Infraestructura	0,12	0,10	0,11	0,10	0,08
<b>Total</b>	<b>1,00</b>	<b>0,85</b>	<b>0,91</b>	<b>0,85</b>	<b>0,82</b>

Fuente: Investigación de Campo en la ciudad de Alamor.

Elaboración: La Autora

La opción más adecuada para la ubicación de la nueva empresa, de acuerdo a la matriz de ponderación corresponde al sector de las calles Amazonas y Quito.

**Gráfica 33**  
**Microlocalización de los sectores para la Ubicación de la Empresa**



Fuente: Directorio Cartográfico.

Elaboración: La Autora

## **INGENIERÍA DEL PROYECTO**

La ingeniería del proyecto es del proyecto que por su naturaleza queda fuera del ámbito de acción de la economía, sin embargo es necesario que este disponga de ciertos elementos de juicio generales que le permitan organizar al equipo que tiene a su cargo la elaboración del proyecto, a fin de poder ordenar en forma sistemática todos los coeficientes e indicadores que originándose en el estudio de ingeniería puedan integrarse en forma coherente al cuerpo del proyecto. La estructuración de la ingeniería permitirá planificar aspectos tales como: Instalación de equipo, funcionamiento, secuencia de procesos y distribución física, para determinar el personal a utilizarse. Se iniciará el análisis con la descripción del proceso productivo.

### **Proceso Productivo**

El proceso productivo nos servirá para conocer la secuencia que se llevará a cabo para la transformación de la materia prima en el producto terminado que es la ropa deportiva. Además se detalla el flujo del proceso productivo en forma pormenorizada.

### **Fases del Proceso de Productivo de Confección de Ropa Deportiva**

#### **✓ Fase de Recepción de Materia Prima:**

Se recibe el pedido de tela que proviene de la fábrica, en paquetes de 40 a 60 metros, el mismo que luego de verificar su contenido en forma visual se procede a almacenarlo hasta su posterior uso. (10 minutos)

✓ **Fase de Trazado:**

Con el pedido de confección, se retira de la bodega la cantidad requerida y se corta los metros necesarios de los rollos que fueron embodegados, para proceder a realizar el trazado de acuerdo al tallaje y con la ayuda de moldes en el área de confección. (5 minutos)

✓ **Fase de Corte:**

Se realiza los cortes con tijeras normales, a fin que los mismos salgan bien hechos y no existan errores en las medidas. Además para que esta etapa no se vuelva muy repetitiva y cansina se alterna con la etapa posterior. (5 minutos)

✓ **Fase de Ensamblado de Piezas:**

Se unen las piezas de tela cortada con la ayuda de las maquinas industriales; En esta etapa debe existir mucha concentración a fin de que el trabajo se realice correctamente. (20 minutos)

✓ **Fase de Terminados:**

Consiste en realizar el dobladillo o recubierto de los bajos de la prenda y el filo de las mangas. Es el terminado de todos los cocidos que se realiza a la prenda. (10 minutos)

✓ **Fase de Termo fijado:**

En esta etapa se realiza el pasado de una plancha termo fijadora, a fin de que se logre compactar la figura o diseño deseado en la prenda, de

manera que garantice que la prenda este en óptimas condiciones, sin arrugas y lista para la comercialización. (30 minutos)

✓ **Fase de Control de Calidad:**

Se revisan las prendas terminadas en forma minuciosa, a objeto de detectar algún defecto en los acabados (un descocado, hilos sueltos, defectos de medidas, manchas y orificios en las prendas) De existir algún defecto, la prenda es reparada y si el defecto es considerable y no tiene arreglo, la pieza es desechada. (20 minutos)

✓ **Fase de Almacenamiento:**

Las prendas terminadas son almacenadas en bodega, cuidando de no maltratar o arrugar y queden listas para la posterior exhibición y venta. (10 minutos)





✓ **Fase de Exhibición y Comercialización:**

Es el traslado las prendas terminadas del sector de la bodega al sector de exhibición a objeto que sean comercializadas. (5 minutos)

## Diagrama de Flujos de la Empresa de Confección de Ropa Deportiva

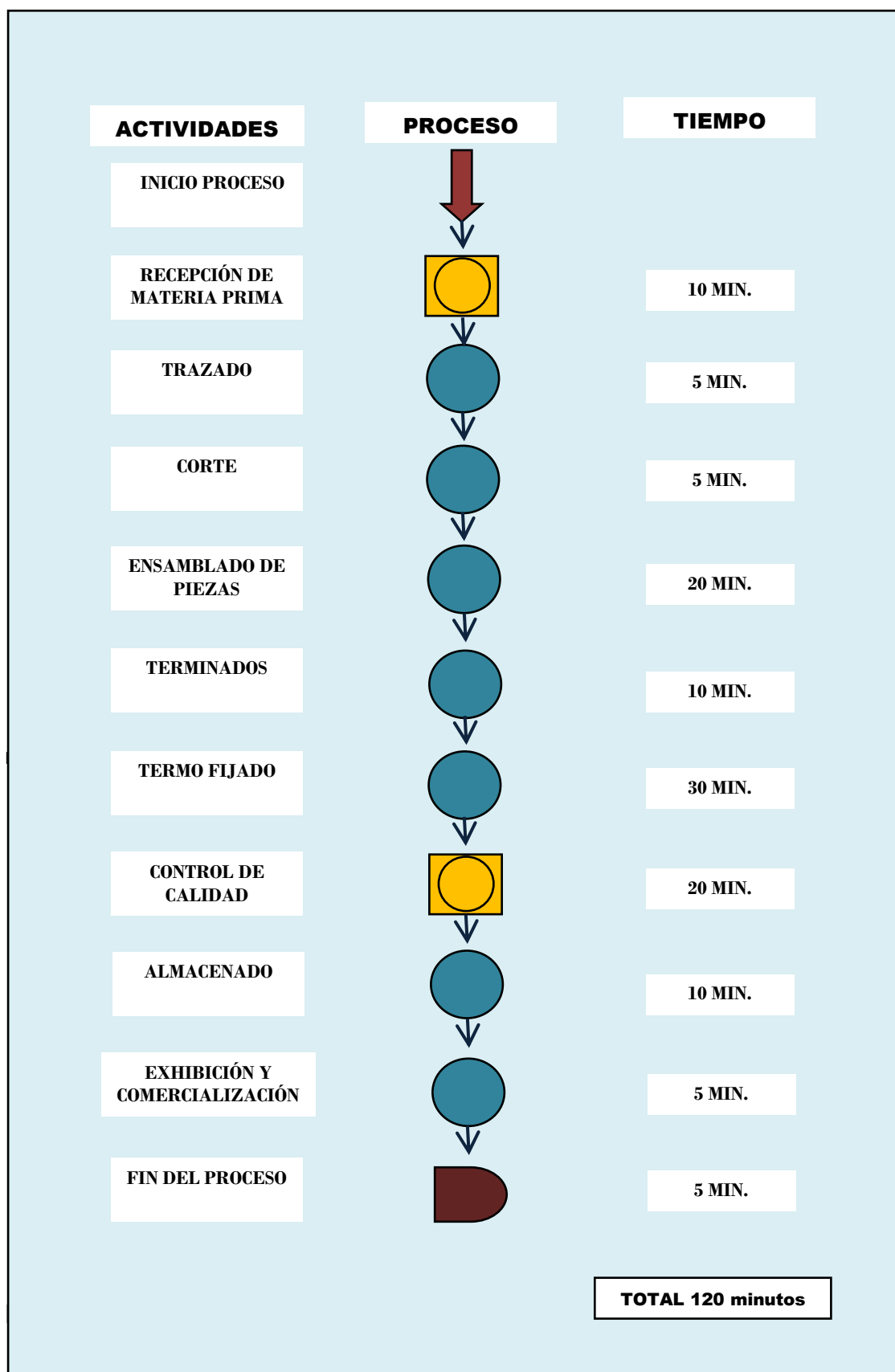
Para representar gráficamente el proceso de confección de la ropa de deportiva, primero vamos a hacer referencia a la simbología que se va a utilizar, además en el diagrama se representará simbólicamente paso a paso el proceso de confección del producto, y el tiempo que se requiere en cada una de las etapas.

**Cuadro 43**  
**SIMBOLOGIA UTILIZADA EN EL DIAGRAMA DE FLUJOS**

Significado	Símbolos
Inicio de Proceso	
Fin de Proceso	
Operación	
Operación e Inspección	

**Fuente:** Flujo gramas  
**Elaboración:** La Autora.

**Grafica 34**  
**Diagrama de Flujo del Proceso de Produccion de Ropa Deportiva**



**Fuente:** Observación Directa  
**Elaboración:** La Autora.

## **INFRAESTRUCTURA FISICA**

Para iniciar el presente análisis se debe considerar varios aspectos que son determinantes al momento de definir la estructura física que tendrá la nueva empresa, estos son; el sistema de confección de la ropa deportiva, el diseño del proceso de producción, la capacidad de cada sección de la empresa, las características de la maquinaria y equipo que se va a instalar y las restricciones de construcción de la localidad. De esta manera podemos indicar que la infraestructura física donde operará la empresa y sus instalaciones será de aproximadamente de 600 m<sup>2</sup>.

## **DISTRIBUCIÓN FISICA**

Las diferentes secciones se distribuirán en el área donde va a funcionar la empresa, esta distribución constituye un factor decisivo al momento de hacer funcionar el negocio, debido a que su correcta distribución representará oportunidades para amenorar costos y hacer más eficientes los procesos que se contemplan en la confección de la ropa deportiva. A continuación se detalla cada uno de los lugares de la empresa con su respectivo metraje.



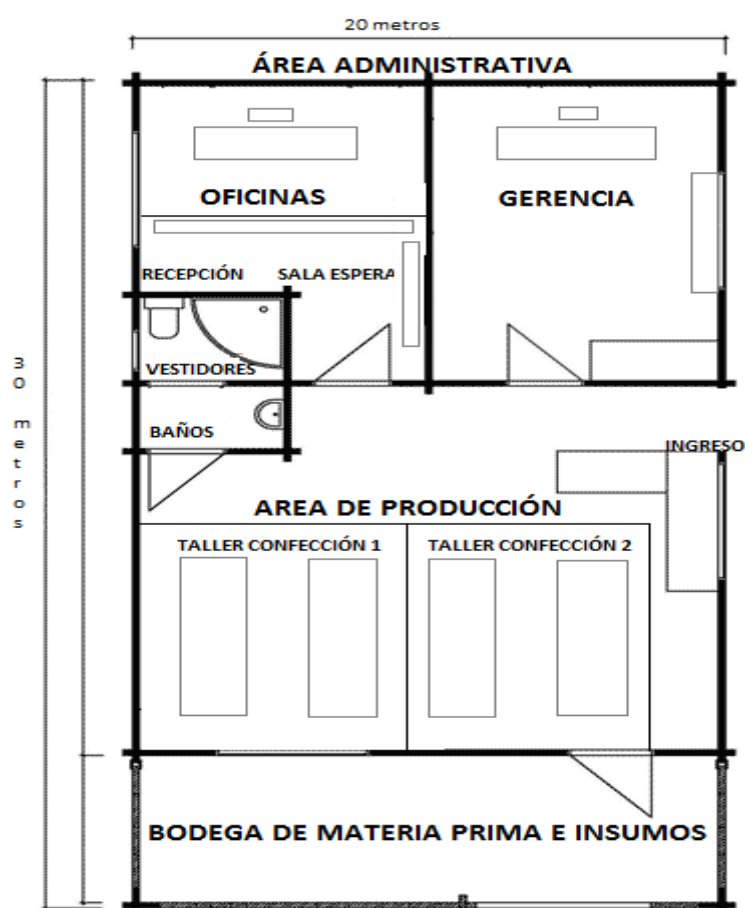
**Cuadro 44**  
**DISTRIBUCIÓN FÍSICA DE LA EMPRESA**

LUGAR	AREA
Gerencia	50 m <sup>2</sup>
Oficinas	30 m <sup>2</sup>
Sala de Espera y Recepción	45 m <sup>2</sup>
Área de Producción	165 m <sup>2</sup>
Bodega de Materia Prima	125 m <sup>2</sup>
Espacio Libre y Recreación	185 m <sup>2</sup>
<b>TOTAL</b>	<b>600 m<sup>2</sup></b>

**Fuente:** Observación Directa a Empresas de Confección de Prendas.

**Elaboración:** La Autora.

**Gráfico 35**  
**DISTRIBUCIÓN FÍSICA DE LA EMPRESA**



**Fuente:** Observación Directa a Empresas de Confección de Prendas de Vestir.

**Elaboración:** La Autora.

## REQUERIMIENTOS TECNOLÓGICOS, MATERIALES Y HUMANOS

### Descripción de la Maquinaria y Equipo

**Gráfica 36**  
**Máquina de Coser Industrial Brother**



**Fuente:** Observación Directa  
**Elaboración:** La Autora.

<b>Marca</b>	Brother SL-1110-3A
<b>Funcion</b>	Maquina de pespuente recto de base, sirve para unir las piezas pequeñas, facilitando dar la estructura de los trajes maternos.
<b>Características</b>	Longitud Máxima de puntada 4mm., Agujas DP x 5 # 16 (#14, #19), Barra aguja 41 mm.
<b>Detalles Técnicos</b>	Velocidad Máxima de costura 5,500 spm. Lubricación totalmente automática.
<b>Accesorios</b>	Motor 3/8 HPS, 4700 PPMS, con estante meálico.

**Gráfica 37**  
**Máquina de Zigzag Industrial**



**Fuente:** Observación Directa

**Elaboración:** La Autora.

<b>Marca</b>	Brother zigzag Z8550A
<b>Funcion</b>	Cortahilos, atascados, es mayormente utilizada para todo tipo de telas; es un sistema semipesado.
<b>Características</b>	Alto rendimiento en trabajos largos y continuos y muy silenciosa con un bajo nivel de vibración e incorpora un panel co 8 programas de costuras.
<b>Detalles Técnicos</b>	Velocidad de 5000 a 6000 ppm., con regulador de puntada, totalmente metálica,
<b>Accesorios</b>	Armada con Motor, estante y tablero.

### Descripción de las Herramientas Menores y Accesorios

- 1 Juego de Tijeras Profesionales de Corte.



- 2 Juegos de Reglas para el Trazado



- 30 Agujas para maquina de coser



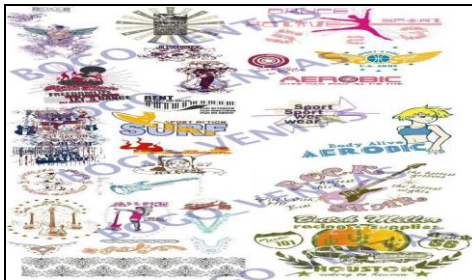
- 10 cintras metricas de 100 cm.



- 10 Carretes de Hilo para Máquinas



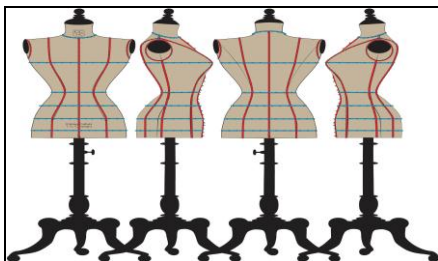
- 20 Diseños para Estampados



- 6 Docenas de Armadores para exhibición.



- Maniquies para costura



- Maniqués de Exhibición



- 1 Kit básico de herramientas



### Suministros de Operación (seguridad industrial)

- 6 Mandiles de Trabajo



- 2 Estintores de 10 libras



- 1 Botiquín de Primeros Auxilios



**Equipo de Cómputo a ser utilizado en la nueva empresa.**

- 02 Computadoras.
- 01 Impresora Multifuncional en Gerencia y Contabilidad.
- 02 UPS

**Muebles y Enseres:**

- 02 Mesas Grandes para realizar el trazado y corte
- 03 Mesas medianas para máquinas
- 02 Escritorio Semi Ejecutivo.
- 01 Sillón Giratorio.
- 02 Archivadores Metálicos: Gerencia y Contabilidad.
- 01 Armario metálico con 6 compartimientos para vestíbulo empleados.
- 02 Stand Metálico para bodega de materia prima e insumos.
- 01 Juego de Muebles, sala de espera.
- 06 Sillas para Área de Producción.
- 04 Cestos de Basura Completos.
- 02 Extintores 10 libras
- 05 Mandiles de Trabajo
- 01 Botiquín de Primeros Auxilios

**Equipos de Oficina:**

- 02 Calculadoras pequeñas de Mesa marca CASIO.
- 01 Teléfono convencional
- 02 Perforadoras.



- 02 Grapadoras
- 02 Sellos de la Empresa.

**Materia Prima:**

- Tela en Metros
- Hilo
- Botones
- Encajes

**Materia Prima Indirecta:**

- Fundas Plásticas para llevar

**Insumos para el Área Administrativa:**

- Papel Boom
- Factureros (100 facturas)
- Notas de Venta (100 notas)
- Carpetas Archivadoras
- Fundas Plásticas para llevar
- Cartuchos de Tinta de Impresora
- 02 Cajas de Grapas
- 02 Cajas d Clips

**Materiales y Útiles de Aseo**

- 02 Escobas
- 01 Trapeador

- 02 Franelas de Limpieza de Máquinas de Coser
- 01 Funda de Detergente Deja de 5 kg.
- 01 Galón de Desinfectante Cloro
- 02 Jabones Líquidos para Baños.

## **ESTUDIO ADMINISTRATIVO**

Para iniciar el estudio administrativo del presente proyecto, es necesario en primera instancia determinar el modelo de estructura administrativa que le permita a la empresa, realizar funciones y utilizar sus recursos de manera eficiente, por lo tanto se tiene previsto conformar una compañía de responsabilidad limitada.

### **Organización Legal**

La implementación de una Compañía de Responsabilidad Limitada, se encuentra en conformidad con el Art. 93 de la Ley de Compañías, que en su parte pertinente dice que “La Compañía de Responsabilidad Limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo su razón social o denominación objetiva, a lo que analizará, en todo caso, las palabras Compañía Limitada a su correspondiente abreviatura”.

Se llama de responsabilidad limitada por cuanto nace de la necesidad de dirigir una determinada organización jurídica adecuada a la pequeña y mediana empresa, así como también por las ventajas que presenta en relación a otro tipo de compañías.

La razón social de la empresa será Empresa de Confección de Ropa Deportiva “ALI SPORT” CÍA. LTDA.

## **Realización de la Acta Constitutiva**

### **ACTA CONSTITUTIVA DE LA EMPRESA DE CONFECCIÓN DE ROPA DEPORTIVA “ALI SPORT” CIA. LTDA.**

En la ciudad de Alamor, cantón Puyango, a los nueve días del Diciembre del año 2015, por propia iniciativa y con el asesoramiento del Dr. Miguel Lozada Peña, se reúne tres personas naturales, con todos los derechos, los mismos que han decidido asociarse, dentro de una Compañía de Responsabilidad Limitada, con el fin de lucro, la que tendrá por objeto la confección de ropa deportiva, y comercialización de las mismas en la ciudad e Alamor.

### **MINUTA DE CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA DE CONFECCIÓN DE ROPA DEPORTIVA “ALI SPORT” CIA. LTDA.**

#### **SEÑOR NOTARIO:**

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

**PRIMERA.- COMPARECIENTES.- PRIMERA.- COMPARECIENTES.-XX,**  
El Sr. Marco Cabrera Lozada, de nacionalidad ecuatoriana portador de la cédula 1103914826, La Sra. María Eugenia Dávalos, ecuatoriana portadora de la cédula 1104218524, y la Sra. Mireya Renata Gómez, ecuatoriana portadora de la cédula 1103247178, en ejercicio pleno de sus derechos comparecen a la constitución de la Empresa de Confección de Ropa Deportiva “ALI SPORT” CIA. LTDA.

**SEGUNDA.- DECLARACIÓN DE VOLUNTAD.-** Los comparecientes declaran que constituyen una empresa dedicada a la confección de ropa deportiva, con responsabilidad limitada, 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.- DENOMINACIÓN, DOMICILIO, OBJETO Y DURACION.-**

**Art. 1.-** La empresa de Economía Privada, formada en virtud del presente contrato de sociedad y que se registrará de acuerdo a este estatuto se denomina “ALI SPORT” CÍA. LTDA

**Art. 2.- (DOMICILIO).-** La compañía tendrá su domicilio principal en la Ciudad de Alamor, Cantón Puyango, Provincia de Loja, República del Ecuador, pudiendo establecer sucursales, agencias o mandatarios en otras ciudades del país o en el exterior, podrá así mismo trasladarse el domicilio social a otra ciudad del país cumpliendo lo que dispone la ley para este caso.

**Art. 3.- (OBJETO).-** El objeto de la compañía es la confección de ropa deportiva y su posterior comercialización en la ciudad de Alamor. 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, DURACIÓN).**- El plazo de duración de la sociedad será de veinte años desde la inscripción del contrato de sociedad en el Registro Mercantil, plazo que podrá ser modificado por la Junta General de Accionistas siguiendo el procedimiento que señala la Ley.

**TITULO SEGUNDO.- CAPITAL, ACCIONES, OBLIGACIONES Y AUMENTOS.- Art. 5.- (CAPITAL).**- El capital autorizado, suscrito y pagados es de USD. 9.072,13.- Las acciones serán ordinarias y nominativas de UN DÓLAR DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA (USD. 1,00) cada una.

**Art. 6.- (TÍTULOS DE ACCIONES).**- Los títulos de acciones serán ordinarios y nominativos y deberán ser autorizados por las firmas del Presidente y Gerente General de la Empresa.

**Art. 7.- (DERECHOS).**- Las acciones dan derecho a voto en la Junta General de Accionistas en proporción a su valor pagado, para tomar parte en las juntas, es necesario que el accionista conste como tal en el libro de acciones y accionistas.

**Art. 8.- (AUMENTO DE CAPITAL).**- El capital de la empresa podrá ser aumentado en cualquier momento, por resolución de la Junta General de Accionistas, por los medios y en la forma establecida por la ley de Compañías. Los accionistas tendrán derecho preferente en la suscripción de las nuevas acciones en proporción de las que tuvieran pagadas al momento de efectuar dicho aumento.

**Art. 9.- (RESPONSABILIDAD).**- La responsabilidad de los accionistas por las obligaciones sociales se limita al monto de sus acciones. La acción con derecho a voto lo tendrá en relación a su valor pagado, los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría.

**Art. 10.- (LIBRO DE ACCIONES).**- La empresa llevará un libro de acciones y accionistas en el que se registrara las transferencias de las acciones, la constitución de derechos reales y las demás modificaciones que ocurran respecto del derecho sobre las acciones, la propiedad de las acciones se probará con la inscripción en el libro de acciones y accionistas, el derecho de negociar las acciones y transferirlas se sujeta a lo dispuesto por la Ley de Compañías.

### **TITULO TERCERO.- EJERCICIO ECONÓMICO, BALANCE, DISTRIBUCIÓN DE UTILIDADES Y RESERVAS.**

**Art. 11.- (EJERCICIO ECONÓMICO).**- El ejercicio económico será anual y terminará el treinta y uno de diciembre de cada año, al fin de cada ejercicio y dentro de los tres primeros meses del siguiente año, el Gerente General someterá a consideración de la Junta General de Accionistas , el balance

general anual, el estado de pérdidas y ganancias, la fórmula de distribución de beneficios y demás informes necesarios, durante los quince días anteriores a la sesión de junta tal informe y balances podrán ser examinados por los accionistas en las oficinas de la empresa.

**Art. 12.- (UTILIDADES Y RESERVA).**- La Junta General de Accionistas resolverá la distribución de utilidades, la que será en proporción al valor pagado de las acciones. De las utilidades liquidas se segregara el 10% para la formación e incremento del fondo de reserva legal el mismo que será depositado en un banco calificado como altamente seguro tanto del país o del exterior, el fondo de reserva no será disminuido por ninguna causa y de él se puede suponer exclusivamente el 50 % de los intereses que generan por su condición de depósito permanente, la duración del fondo será igual al plazo o duración de la empresa, para el traslado del fondo de un Banco a otro o depósito en varios Bancos se deberá contar con la autorización de la Junta General de Accionistas, el objeto del fondo es el de respaldar las operaciones de la empresa.

#### **TITULO CUARTO.- DEL GOBIERNO, ADMINISTRACIÓN Y REPRESENTACIÓN DE LA COMPAÑÍA.**

**Art. 13.- (GOBIERNO Y ADMINISTRACIÓN).**- La empresa estará gobernada por la Junta General de Accionistas y Administrada por el Directorio, por el Presidente y por el Gerente General, cada uno de estos órganos con las atribuciones y deberes que les concede la Ley de Compañías y estos estatutos.



**Art. 14.- (DE LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS).**- La Junta General de Accionistas es el organismo supremo de la empresa, se reunirá ordinariamente una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico y extraordinariamente las veces que fuere convocada para tratar los asuntos puntualizados en la convocatoria. La Junta estará formada por los accionistas legalmente convocados y reunidos.

**Art. 15.- (CONVOCATORIA).**- La convocatoria a la Junta General de Accionistas la hará el Presidente de la empresa mediante comunicación por la prensa, en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio de la empresa, cuando menos con diez días de anticipación a la reunión de la Junta y expresando los puntos a tratarse.

**Art. 16.- (REPRESENTACION DE LOS ACCIONISTAS).**- Las Juntas Generales de Accionistas, ordinarias y extraordinarias, se reunirán en el domicilio principal de la empresa, los accionistas podrán concurrir a la junta personalmente o mediante poder otorgado a un accionista o tercero, ya se trate de poder notarial o de carta poder, para cada junta, el poder a un tercero será necesariamente notariada, no podrán ser representantes de los accionistas los administradores.

**Art. 17.- (QUOROM).**- Para que se instale válidamente la Junta General de Accionistas, en primera convocatoria se requerirá de la presencia de por lo menos la mitad del capital pagado, si no hubiere este quórum habrá una segunda convocatoria mediando cuando más treinta días de la fecha fijada

para la primera reunión y la Junta General de instalará con el número de accionistas presentes o que concurran, cualquiera sea el capital que representen, particular que se expresara en la convocatoria para los casos contemplados en el Art. 240 de la Ley de Compañías, se seguirá al procedimiento señalado.

**Art. 18.- (DE LA PRESIDENCIA).**- Presidirá la Junta General de Accionistas el Presidente de la Empresa, actuara como secretario el Gerente General, a falta del Presidente actuara quien lo subrogue y falta del Gerente General, actuara como secretario la persona que designe la junta.

**Art. 19.- (ATRIBUCIONES Y DEBERES DE LA JUNTA GENERAL).**- La Junta General de Accionistas legalmente convocada y reunida, es el órgano supremo de la empresa y en consecuencia tiene plenos poderes para resolver todos los asuntos relacionados con los negocios sociales así como con el desarrollo de la empresa que no se hallaren atribuidos a otros órganos de la empresa siendo de su competencia los siguiente a) Nombrar al Gerente General; b) Autorizar la contratación de auditorías externas; c) Conocer y aprobar el presupuesto anual y sus reformas; d) Conocer y resolver todos los informes que presente el Directorio como los relativos a balances, reparto de utilidades, formación de reservas, administración; e) Resolver sobre el aumento o distribución de capital, prorroga de plazo, disolución anticipada, cambio de domicilio, de objeto social y demás reformas al estatuto de conformidad con la Ley de Compañías; f) conocer y aprobar los reglamentos internos de la empresa; g) Fijar las

remuneraciones que percibirá el Gerente General, fijar los sueldos que percibirán los miembros del Directorio; h) Resolver acerca de la disolución y liquidación de la empresa, designar a los liquidadores, señalar la remuneración de los liquidadores y considerar las cuentas de liquidación; i) Autorizar al Gerente General el otorgamiento de poderes generales de conformidad con la ley; j) Interpretar obligatoriamente el presente estatuto; k) Resolver cualquier asunto que fuere sometido a su consideración y que no fuere atribución de otro órgano de la empresa; l) Los demás que contemple la ley y estatutos.

**Art. 20.- (JUNTA UNIVERSAL).**- La empresa podrá celebrar sesiones de Junta General de Accionistas en la modalidad de Junta Universal de conformidad con lo dispuesto en el Art. 238 de la Ley de Compañías, esto es que la Junta pueden constituirse en cualquier tiempo y en cualquier lugar, dentro del territorio nacional, para tratar cualquier asunto, siempre que esté presente todo el capital pagado y de los asistentes, quienes deberán suscribir el acta bajo sanción de nulidad, acepten por unanimidad la celebración de la junta, entendiéndose así legalmente convocada y válidamente constituida.

**Art. 21.- (DEL DIRECTORIO).**- El directorio estará integrado por el Presidente de la empresa y por dos vocales principales, los vocales deben ser elegidos por la Junta General de Accionistas, los vocales durarán en sus funciones cuatro años y pueden ser reelegidos y permanecerán en sus

cargos hasta ser legalmente reemplazados, para ser vocales del Directorio no se requiere la calidad de accionista.

**Art. 22.- (PRESIDENCIA DEL DIRECTORIO).**- Presidirá las sesiones del Directorio el Presidente de la empresa y actuara como secretario el Gerente General, a falta del Presidente lo remplazará su subrogante y falta del Gerente General se nominara un secretario Ad-hoc.

**Art. 23.- (CONVOCATORIA).**- La convocatoria a sesión de directorio la hará el Presidente de la empresa mediante comunicación escrita a cada uno de los miembros, con cuarenta y ocho horas de anticipación, por lo menos a la fecha de sesión, el quórum se establece con más de la mitad de los miembros que lo integran.

**Art. 24.- (ATRIBUCIONES Y DEBERES DEL DIRECTORIO).**- Son atribuciones y deberes del directorio los siguientes: a) Sesionar ordinariamente cada cuatro meses y extraordinariamente cuando fuere convocado; b) Someter a la consideración de la Junta General de Accionistas el Proyecto de Presupuesto en el mes de Enero de cada año; c) Autorizar la compra y transferencia de inmuebles a favor de la empresa, así como la elaboración de contratos de hipoteca y cualquier otro gravamen que limite el dominio y autonomía o posesión de los bienes inmuebles de propiedad de la empresa; d) Autorizar al Gerente General el otorgamiento y celebración de actos, contratos e inversiones para los que se requiera tal aprobación, en razón de la cuantía fijada por la Junta General; e) Controlar el movimiento económico de la empresa y dirigir la política de los negocios

de la misma; f) Cumplir y hacer cumplir las resoluciones de la Junta General y las disposiciones legales, del Estatuto y Reglamentos; g) Presentar a conocimiento de la Junta General de Accionistas el proyecto de creación e incrementos de reservas legal, facultativas o especiales; h) Determinar los cargos para cuyo ejercicio se requiera caución y calificar las cauciones; i) Los demás que contemple la ley, los estatutos y las resoluciones de la Junta General de Accionistas.

**Art. 25.- (RESOLUCIONES).**- Las resoluciones del Directorio serán tomadas por simple mayoría de votos y los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría.

**Art. 26.- (ACTAS).**- De cada sesión de Directorio se levantará la correspondiente acta, la que será firmada por el Presidente y el Secretario que actuaron en la reunión.

**Art. 27.- (DEL PRESIDENTE).**- El Presidente de la Empresa será al mismo tiempo del Directorio y de la Junta General, será nombrado por el Directorio de entre sus miembros y durará 4 años en el ejercicio de su cargo, podrá ser indefinidamente reelegido, siendo sus atribuciones las siguientes: a) Convocar y presidir las reuniones de la Junta General y del Directorio; b) Firmar juntamente con el Secretario las actas de las sesiones del Directorio y la Junta General y los títulos de acciones; c) Velar por el estricto cumplimiento del estatuto social y de las decisiones de las Juntas Generales de Accionistas y del Directorio; d) Asesorar al Gerente General en los asuntos que éste le pidiere; e) Ejercer la representación legal de la empresa

para lo cual tiene las facultades señaladas; f) Supervisar las finanzas de la empresa y las funciones administrativas del Gerente General, en caso de falta del Presidente, le reemplazará el primer miembro del Directorio, de acuerdo al orden del nombramiento de los miembros del Directorio, quien ejercerá sus funciones con las mismas facultades y atribuciones que el Presidente Titular.

**Art. 28.- (DEL GERENTE GENERAL).**- El Gerente General será elegido por la Junta General de Accionistas, para un periodo de cuatro años, puede ser reelegido indefinidamente y podrá tener o no la calidad de accionista, ejercerá el cargo hasta ser legalmente reemplazado. El Gerente General será el representante legal de la empresa.

**Art. 29.- (ATRIBUCIONES Y DEBERES DEL GERENTE GENERAL).**- Son deberes y atribuciones del Gerente General de la empresa: a) Representar legalmente a la empresa, en forma judicial y extrajudicial; b) Conducir la gestión de los negocios sociales y la marcha administrativa de la empresa; c) Dirigir la gestión económico-financiera de la empresa; d) Gestionar, planificar, coordinar, poner en marcha y cumplir las actividades de la empresa; e) Realizar pagos por concepto de gastos administrativos de la empresa; f) Realizar inversiones, adquisiciones y negocios, sin necesidad de firma conjunta con el Presidente, hasta por el monto para el que está autorizado; g) Extender el nombramiento del Presidente y conferir copias y certificaciones sobre el mismo; h) Inscribir su nombramiento con la razón de su aceptación en el Registro Mercantil; i) Presentar anualmente informa de

labores ante la Junta General de Accionistas; j) Conferir poderes especiales y generales de acuerdo a lo dispuesto en el estatuto y en la ley; k) Nombrar al Gerente Técnico, responsable directo de las plantaciones; l) Nombrar empleados y fijar sus remuneraciones; m) Cuidar que se lleven de acuerdo con la ley los libros de contabilidad, el de acciones y accionistas y las actas de la Junta General de Accionistas; n) Cumplir y hacer cumplir las resoluciones de la Junta General de Accionistas; ñ) Presentar a la Junta General de Accionistas el Balance, el estado de Pérdidas y Ganancias, la liquidación presupuestaria y la propuesta de distribución de beneficios dentro de los sesenta días siguientes al cierre del ejercicio económico; o) Subrogar al Presidente de la Empresa en todo caso de falta o ausencia; p) Ejercer y cumplir las demás atribuciones, deberes y responsabilidades que establece la ley, el presente estatuto y reglamentos de la empresa, así como las que señale la Junta General de Accionistas.

**Art. 30.- (DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN DE LA EMPRESA).**- La disolución y liquidación de la empresa se regirá por las disposiciones pertinentes de la Ley de Compañías, especialmente por lo establecido en la sección décimo segunda de esta ley, así como por el Reglamento sobre disolución y liquidación de compañías y por lo previsto en el presente estatuto.

**Art. 31.- (DISPOSICIÓN GENERAL).**- En todo lo no previsto en este estatuto se estará a las disposiciones de la Ley de Compañías y sus Reglamentos, así como a los reglamentos de la empresa y a lo que resuelva la Junta General de Accionistas.

**Art. 33.- (AUDITORÍA).**- Sin perjuicio de la existencia de órganos internos de fiscalización, la Junta General de Accionistas podrá contratar la Asesoría Contable o Auditoría de cualquier persona natural o jurídica especializada, observando las disposiciones legales sobre esta materia.

#### **TÍTULO QUINTO.- INTEGRACIÓN Y PAGO DE CAPITAL**

El Capital de la compañía ha sido suscrito y pagado por los accionistas en la siguiente Conforme consta del certificado de integración de Capital que se agrega como habilitante, todos los accionistas aportarán por igual la cantidad de USD. 3024,04. dólares.

#### **TÍTULO SEXTO.- NOMBRAMIENTO DE DIRECTORES Y REPRESENTANTES**

De conformidad con el Art. 312 de la Ley de Compañías y el presente estatuto se designa se designa Gerente General a la Sra. María Solórzano Cueva; se designa Presidenta a la Sra. Carmita Rosa Robles. Usted Señor Notario sírvase agregar los documentos habilitantes mencionados y las demás cláusulas de estilo para la validez de la presente Escritura Pública. Dr. Miguel Lozada Peña, Palacios, Abogado, Matrícula CAA-188. Hasta aquí la minuta que queda elevada a la calidad de escritura pública formalizado el presente instrumento.- Yo el Notario lo leí íntegramente a los otorgantes y firman en unidad de acto conmigo el notario que doy Fe.



DR. MIGUEL LOZADA PEÑA  
Abogado, Matrícula CAA-189

ACCIONISTA  
Marco Cabrera Lozada  
C.C: 1103914826

ACCIONISTA  
María Eugenia Dávalos  
C.C: 1104218524

ACCIONISTA  
Mireya Renata Gómez  
C.C: 1103247178

## **ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA INTERNA DE LA EMPRESA**

Para la empresa de confección de ropa deportiva en la ciudad de Alamor, se hace necesario determinar un modelo de estructura administrativa que le permita, a la nueva empresa, realizar funciones de la manera más eficiente y coordinada, la mencionada empresa presentará cinco niveles jerárquicos.

**Nivel Legislativo.-** Su función básica es legislar sobre la política que debe seguir la organización, normar los procedimientos, dictar los reglamentos, resoluciones, etc. y decidir sobre los aspectos de mayor importancia. Este órgano representa el primer nivel jerárquico y generalmente está conformado por la Junta General de Socios.

**Nivel Directivo.-** Planea, orienta y dirige la vida administrativa e interpreta planes, programas y más directivas técnicas y administrativas de alto nivel y los trámites a los órganos operativos y auxiliares para su ejecución. El nivel ejecutivo o directivo es unipersonal, cuando exista un presidente, director o gerente.

**Nivel Asesor.-** Este nivel no tiene autoridad de mando, únicamente aconseja, informa, prepara proyectos en materia jurídica. Lo constituye la persona que la empresa contratará en forma temporal según las necesidades de la misma, estará integrada por un Asesor Jurídico.

**Nivel Auxiliar o de Apoyo.-** Este nivel ayuda a los otros niveles administrativos en la producción de la ropa deportiva con oportunidad y eficiencia, y se encuentra conformado por la Secretaria y Conserje.

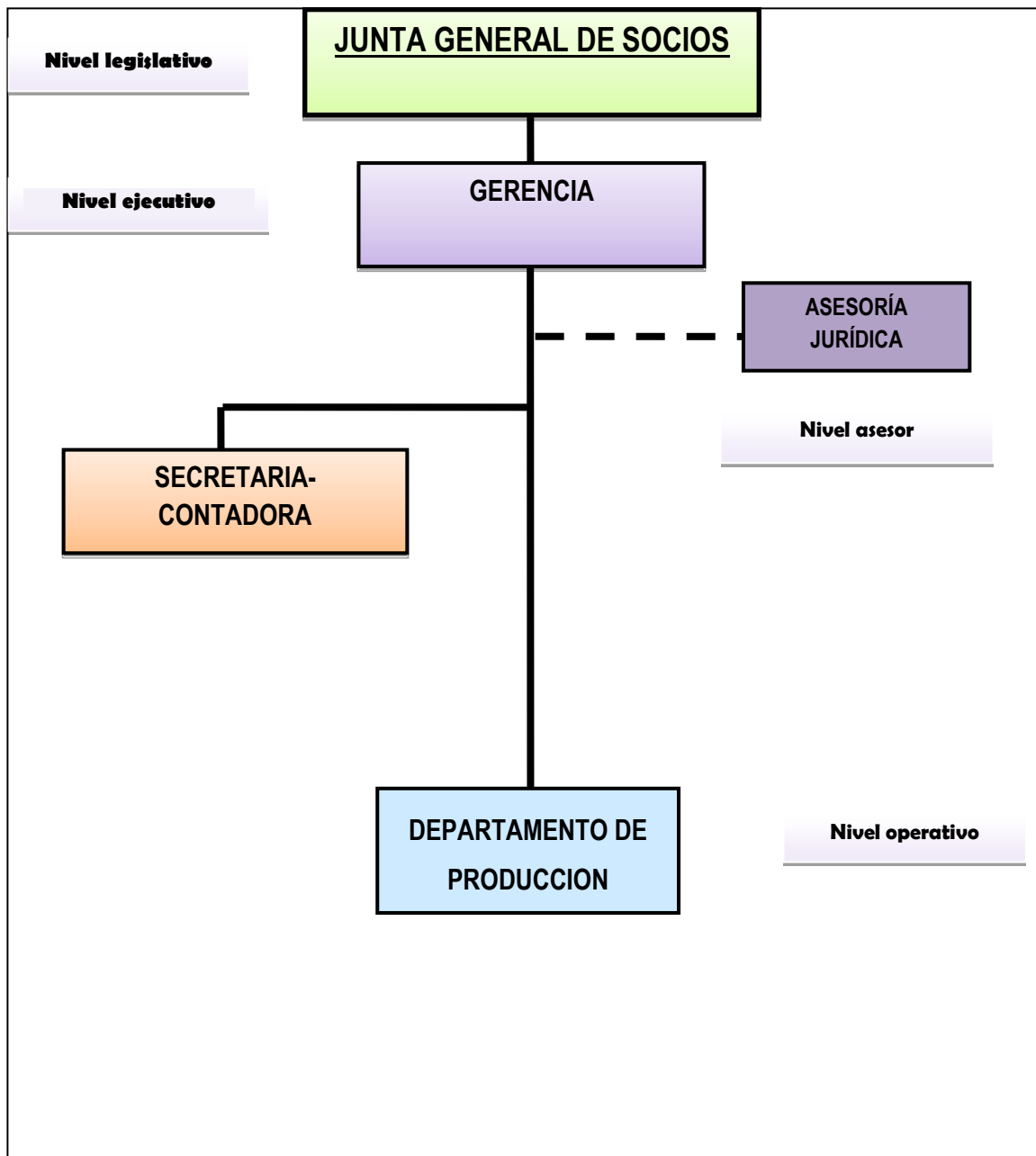
**Nivel Operativo.-** El nivel operativo es responsable directo de la ejecución de las actividades básicas de la empresa, específicamente la confección de la ropa deportiva. Dentro de este nivel estará el Departamento de Producción y Ventas.

## **ORGANIGRAMAS**

El organigrama es la representación gráfica de la estructura de la empresa que refleja, en forma esquemática, la posición de las áreas, sus niveles jerárquicos, líneas de autoridad y asesoría. Se determinará los siguientes organigramas:

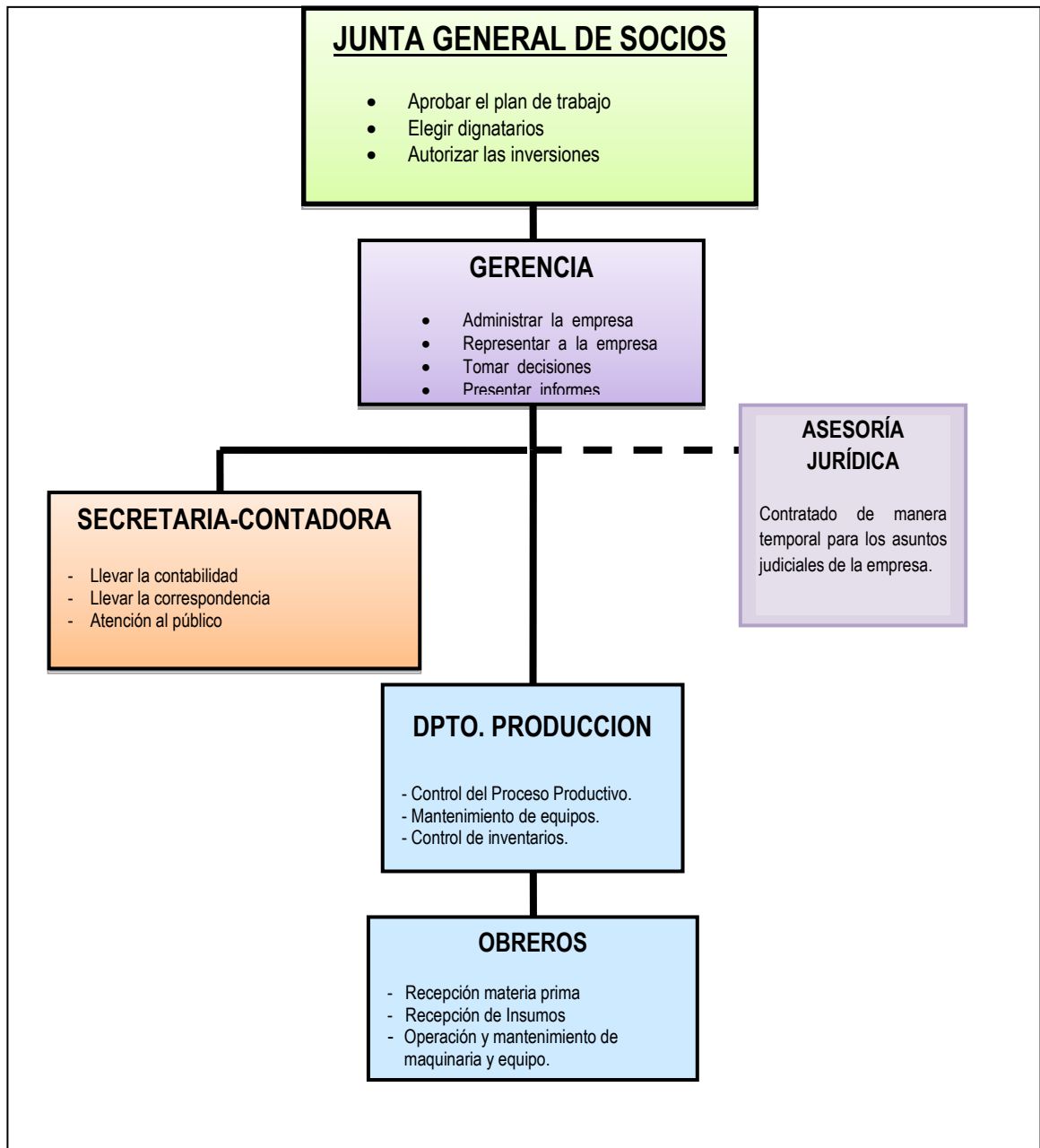
- Organigrama Estructural
- Organigrama Funcional:
- Organigrama Posicional:

**Gráfico 38**  
**ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA “ALI SPORT”**



**Fuente:** Observación Directa a Talleres de Confección de Ropa.  
**Elaborado por:** La Autora.

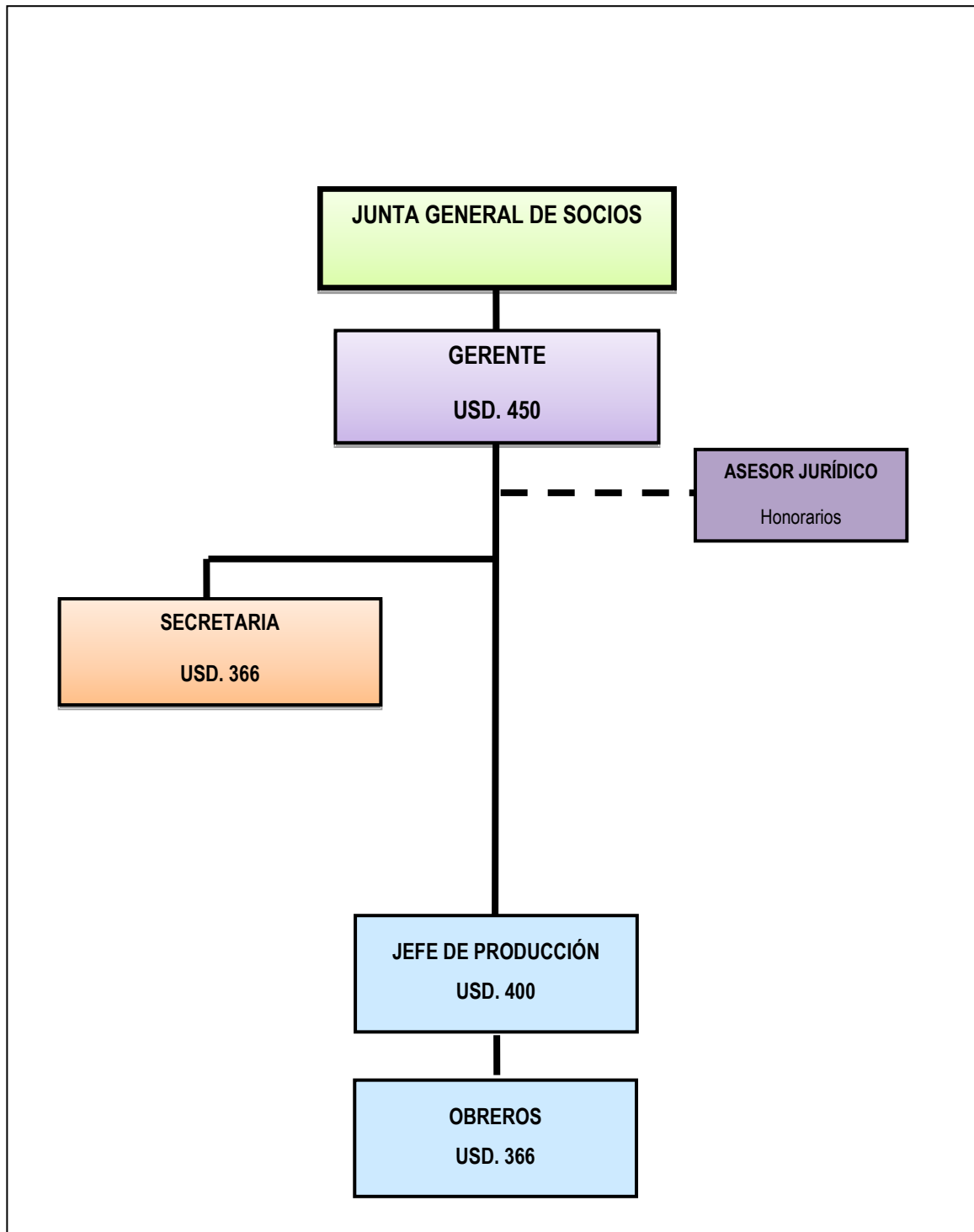
**Gráfico 39**  
**ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA EMPRESA “ALI SPORT”**



**Fuente:** Observación Directa a Talleres de Confección de Ropa.

**Elaborado por:** La Autora.

**Gráfico 40**  
**ORGANIGRAMA POSICIONAL DE LA EMPRESA “ALI SPORT”**



**Fuente:** Observación Directa a Talleres de Confección de Ropa.  
**Elaborado por:** La Autora.

## **Manuales**

Los manuales administrativos comprenden todos aquellos documentos elaborados por los cargos Directivo y Legislativo, y revisados conjuntamente con la parte legal de la organización, con el fin de comunicar toda la información necesaria de la empresa a sus colaboradores.

- **Manual De Funciones**

El manual de información es una fuente de información en la que todos los cargos de la empresa encontrarán la descripción clara de las diferentes tareas o actividades que deben desarrollar en todos los niveles estructurales de la empresa, de tal forma que sirva como una base para buscar el perfil más apto entre los futuros postulantes del cargo disponible o vacante.

**Cuadro 45**

<b>GERENTE</b>	
<b>Código</b>	01
<b>Título del Puesto</b>	Gerente
<b>Nivel de Mando</b>	Ejecutivo
<b>Supervisa a</b>	Todo el Personal
<b>Naturaleza del cargo:</b>	
Planificar, organizar, controlar y dirigir todas las actividades relacionadas con la confección de ropa deportiva y manejar los recursos de una forma eficiente y objetiva.	
<b>Funciones:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Representar a la empresa en todas las actividades externas.</li> <li>- Controlar, supervisa y dirigir las actividades del personal bajo su mando.</li> <li>- Desarrollar políticas internas y normas de conducta para todo el personal.</li> <li>- Coordinar con el resto de cargos las diversas actividades de atención al cliente.</li> <li>- Establecer directrices para el cumplimiento de los estándares de atención a clientes.</li> <li>- Propiciar un ambiente favorable para el correcto desarrollo laboral.</li> <li>- Revisar los reportes y balances generados por la secretaria-contadora.</li> <li>- Motivar al personal mediante charlas sobre trabajo y valores humanos.</li> </ul>	
<b>Requisitos Mínimos</b>	
Educación	Universitaria Completa.
Especialización	Administración de Empresas, Ingeniería Comercial y Economía.
Conocimiento Adicionales	Servicio al Cliente, Manejo de Utilitarios.
Experiencia	De 1 a 2 años en funciones similares.
Edad	De 24 años o mayor.
Iniciativa	Proactivo.
Responsabilidad por Persona	Responderá por el trabajo de toda la empresa.
Lugar de Trabajo	Oficina de Gerencia.



Cuadro 46

<b>SECRETARIA - CONTADORA</b>	
<b>Código</b>	02
<b>Título del Puesto</b>	Secretaria – Contadora
<b>Nivel de Mando</b>	Apoyo
<b>Reporta a</b>	Gerente
<b>Supervisa a</b>	Guardia de Seguridad y Ventas.
<b>Naturaleza del cargo:</b>	
Realizar todo el proceso de contabilidad de la Empresa y el manejo administrativo en general.	
<b>Funciones:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Regularizar la documentación del ingreso y salida de los clientes.</li> <li>- Recepcionar los valores monetarios por concepto de uso de las instalaciones.</li> <li>- Redactar y digitar oficios, memorandos, y, circulares de la empresa.</li> <li>- Comunicar y actualizar al personal los cambios que realice el Gerente.</li> <li>- Generar los balances mensuales necesarios para presentarlos al Gerente.</li> <li>- Generar los roles de pago de todos los empleados de la empresa.</li> <li>- Presentar oportunamente las declaraciones de impuestos ante el SRI.</li> <li>- Viabilizar toda la documentación interna o externa de la empresa.</li> </ul>	
<b>Requisitos Mínimos</b>	
Educación	Universitaria Completa
Especialización	Secretariado Ejecutivo
Conocimiento Adicionales	Servicio al Cliente, Manejo de Utilitarios
Experiencia	2 año en funciones similares
Edad	De 22 años o mayor.
Iniciativa	Proactiva
Responsabilidad por Persona	Responder por su propio trabajo
Lugar de Trabajo	Oficina

**Cuadro 47**

<b>ASESOR JURÍDICO</b>	
<b>Código</b>	03
<b>Título del Puesto</b>	Asesor Jurídico
<b>Nivel de Mando</b>	Asesor
<b>Reporta a</b>	Gerente
<b>Supervisa a</b>	-
<b>Naturaleza del cargo:</b>	
Representar jurídicamente a la empresa en todos los aspectos legales.	
<b>Funciones:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Representar legalmente a la empresa.</li> <li>- Asesorar jurídicamente a los propietarios de la empresa.</li> <li>- Elaborar los contratos de trabajo.</li> <li>- Revisará constantemente el estado legal de la empresa.</li> <li>- Realizar las actas de finiquito de los contratos</li> <li>- Revisar los contratos que la empresa mantiene con los proveedores.</li> <li>- Asesorar al Gerente sobre los últimos cambios de las leyes laborales.</li> <li>- Asesorar al personal sobre problemas legales externos</li> </ul>	
<b>Requisitos Mínimos</b>	
Educación	Superior Completa.
Especialización	Derecho Laboral.
Conocimiento Adicionales	Contratos de trabajo.
Experiencia	2 años en funciones similares.
Edad	De 24 años o mayor.
Iniciativa	Proactiva.
Responsabilidad por Persona	Responderá por su propio trabajo.
Lugar de Trabajo	En sus propias oficinas

Cuadro 48

<b>JEFE DE PRODUCCIÓN</b>	
<b>Código</b>	04
<b>Título del Puesto</b>	Jefe de Producción
<b>Nivel de Mando</b>	Operativo
<b>Reporta a</b>	Gerente
<b>Supervisa a</b>	Los Obreros
<b>Naturaleza del cargo:</b>	
Controlar y dirigir el proceso productivo de ropa deportiva en la empresa “ALI SPORT”.	
<b>Funciones:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Guiar a los obreros en el proceso productivo.</li> <li>- Controlar las actividades del proceso productivo.</li> <li>- Controlar el ingreso de la materia prima</li> <li>- Verificar la calidad del producto terminado que sale del área de producción</li> <li>- Coordinar todas las actividades con el Gerente de la Empresa</li> <li>- Atender todos los requerimientos de los clientes en cuanto a los diseños de ropa</li> <li>- Indicar el uso correcto de las instalaciones a todo el personal.</li> <li>- Motivar sobre el buen uso de la maquinaria y equipo de la empresa.</li> <li>- Informar de todas las novedades que se presente al Gerente de la Empresa.</li> </ul>	
<b>Requisitos Mínimos</b>	
Educación	Bachiller, Universitaria Completa
Especialización	En Costura y Producción de Ropa Deportiva.
Conocimiento Adicionales	Servicio al Cliente.
Experiencia	1 año en cargos similares.
Edad	24 años en adelante.
Iniciativa	Proactivo.
Responsabilidad por Persona	Responderá por su propio trabajo.
Lugar de Trabajo	Área de Producción.

**Cuadro 50**

<b>OBREROS</b>	
<b>Código</b>	06
<b>Título del Puesto</b>	Obrero
<b>Nivel de Mando</b>	Operativo
<b>Reporta a</b>	Jefe de Producción
<b>Supervisa a</b>	-
<b>Naturaleza del cargo:</b>	
Participar de todo el proceso productivo de confección de ropa deportiva en el área de producción.	
<b>Funciones:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mantener en perfecto estado de aseo y limpieza las instalaciones del Área de Producción.</li> <li>- Realizar el mantenimiento preventivo de la maquinaria y equipo de la empresa.</li> <li>- Realizar todos los pasos del proceso productivo.</li> <li>- Recibir toda la materia prima a fin de iniciar el proceso productivo.</li> <li>- Verificar que la materia prima este en perfecto estado o comunicar si existe faltante.</li> <li>- Trasladar toda la ropa deportiva hasta la bodega de almacenamiento.</li> <li>- Informar al Jefe de Producción sobre algún desperfecto de la maquinaria y equipo.</li> <li>- Cumplir con los requerimientos establecidos a fin de elaborar la ropa deportiva de buena calidad.</li> </ul>	
<b>Requisitos Mínimos</b>	
Educación	Bachiller
Especialización	Modista.
Conocimiento Adicionales	Todos los conocimientos referentes a costura.
Experiencia	6 meses en cargos similares.
Edad	18 años en adelante.
Iniciativa	Proactiva.
Responsabilidad por Persona	Responderá por su propio trabajo.
Lugar de Trabajo	Área de Producción

## **ESTUDIO FINANCIERO**

Comprende el análisis de todos los requerimientos de inversión, se determina además la fuente de ingresos, el análisis situacional actual y proyectado para los 10 años de vida útil del proyecto, así como también el resultado de operaciones sobre los cuales se realizará la evaluación financiera, a objeto de definir la viabilidad de emprender o no el presente proyecto.

### **Inversiones**

En lo referente a las inversiones de la empresa productora de ropa deportiva en la ciudad de Alamor, incluye las inversiones en activos fijos, inversiones en activos diferidos y las inversiones en capital de trabajo.

### **INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS**

Son las inversiones que se realizan en bienes tangibles y se convierten en propiedad de la empresa, además sirven de apoyo para las operaciones que se va a realizar en la misma; este tipo de activos se deprecian en el tiempo, el cálculo de los mismos se realiza con referencia a una tabla establecida por la contraloría y el SRI. Los activos fijos que se han considerado necesarios para la ejecución del mencionado proyecto son los siguientes:

**Maquinaria y Equipo:** La maquinaria y equipo necesarios para que la empresa inicie sus operaciones y que son indispensables en especial en el proceso de confección de la ropa deportiva en la ciudad de Alamor son los siguientes:

**Cuadro 52  
Maquinaria y Equipo**

ARTÍCULO	UNIDAD	V/U	V/T
Máquinas de Coser Industrial Brother	2	1.380,00	2.760,00
Máquinas de zigzag Industrial	1	1.280,00	1.280,00
<b>TOTAL</b>			<b>4.040,00</b>

*Fuente:* Comercios de la ciudad de Loja.

*Elaborado por:* La Autora.

**Herramientas de Producción:** Las herramientas consideradas para la producción de ropa deportiva son las siguientes:

**Cuadro 53  
Herramientas**

ARTÍCULO	UNIDAD	V/U	V/T
Juego de Tijeras Profesionales de Corte	1	76	76,00
Juegos de Reglas para el Trazado	2	8	16,00
Agujas para Máquina de Coser	30	0,45	13,50
Cintas métricas de 100 cm.	10	1,8	18,00
Carretes de hilos para maquinas.	10	3,2	32,00
Diseños para Estampados	20	2,8	56,00
Armadores para exhibición (docena)	6	3,2	19,20
Maniqués para costura	2	24	48,00
Maniqués de exhibición	4	46	184,00
1 Kit básico de herramientas	1	18	18,00
<b>TOTAL</b>			<b>480,70</b>

*Fuente:* Comercios de Alamor.

*Elaborado por:* La Autora.

## Equipos y útiles de Oficina

Los equipos de oficina constituyen los diversos instrumentos a utilizarse en el área administrativa de la empresa y son los siguientes:

**Cuadro 54**  
**Equipos de Oficina**

ARTÍCULO	UNIDAD	V/U	V/T
Calculadora de Mesa Casio	2	7,8	15,6
Teléfono Convencional	1	32	32
<b>TOTAL</b>			<b>47,6</b>

*Fuente: Comercios de Alamor.*

*Elaborado por: La Autora.*

**Cuadro 55**  
**Utiles de Oficina**

ARTÍCULO	UNIDAD	V/U	V/T
Perforadora	2	3,4	6,8
Grapadoras	2	2,3	4,6
Sellos de la Empresa	2	1,6	3,2
Reloj de Pared	1	8	8
<b>TOTAL</b>			<b>22,6</b>

## Equipos de Computación

Para la puesta en marcha de la empresa es necesarios adquirir el siguiente equipo de computación, que servirá para el área administrativa:

**Cuadro 56**  
**Equipos de Computación**

ARTÍCULO	UNIDAD	V/U	V/T
Computadoras Compac 18	2	580	1.160,00
Impresora multifuncional	1	69	69,00
UPS	2	38	76,00
<b>TOTAL</b>			<b>1.305,00</b>

*Fuente: Comercios de Alamor.*

*Elaborado por: La Autora.*

## Muebles y Enseres

Para la empresa se requieren algunos muebles que son importantes tanto para la confección, exhibición y área administrativa:

**Cuadro 57**  
**Muebles y Enseres**

ARTÍCULO	UNIDAD	V/U	V/T
Mesas Grandes para realizar el trazado y corte	2	165	330
Mesas Medianas para máquinas	3	89	267
Escritorios semi-ejecutivos	2	120	240
Sillón Giratorio	1	76	76
Archivadores Metálicos	2	30	60
Armario Metálico	1	130	130
Stand Metálico	1	100	100
Juego Muebles	1	335	335
Sillas Plásticas	6	12	72
<b>TOTAL</b>			<b>1.610,00</b>

*Fuente:* Comercios de Alamor.

*Elaborado por:* La Autora.

**Cuadro 58**  
**Utiles de seguridad y de aseo**

ARTÍCULO	UNIDAD	V/U	V/T
Cestos de Basura	4	6	24
Extintor 10 libras	2	25	50
Mandiles de Trabajo	5	8	40
Botiquín Primeros Auxilios	1	15	15
<b>TOTAL</b>			<b>129,00</b>

*Fuente:* Comercios de Alamor.

*Elaborado por:* La Autora.

## Imprevistos

El presupuesto debe tener un margen de error debido a la fluctuación de precios y cambios en las condiciones originales; por la cual es conveniente



incluir el rubro de imprevistos que se calcula con el 5% de la suma de inversiones fijas.

### Resumen de los Activos Fijos

A continuación el resumen de inversiones que se debe realizar en lo que se refiere a los Activos Fijos.

**Cuadro 59**  
**Resumen de Inversiones en Activos Fijos**

ACTIVOS	MONTO
MAQUINARIA Y EQUIPO	4.040,00
HERRAMIENTAS	480,7
EQUIPO DE OFICINA	47,6
ÚTILES DE OFICINA	22,6
EQUIPO DE COMPUTACION	1.305,00
MUEBLES Y ENSERES	1.610,00
ÚTILES DE SEGURIDAD Y ASEO	129,00
IMPREVISTOS 5%	381,745
<b>TOTAL</b>	<b>8.016,65</b>

*Fuente: Del Cuadro 52 al 59.*

*Elaborado por: La Autora.*

### ACTIVOS DIFERIDOS O INTANGIBLES

Estos rubros se refieren a los desembolsos que realiza la empresa por conceptos de los gastos intangibles que contribuyen de manera indirecta al buen funcionamiento de la empresa:

- **Permisos de Funcionamiento**

Corresponden a todos los permisos de funcionamiento otorgados por los organismos competentes en la ciudad de Alamor, para que la empresa pueda iniciar sus labores:

**CUADRO 58**  
**Permisos de Funcionamiento de la Empresa**

Detalle	Costo Total
Cuerpo de Bomberos	12,00
Patente Municipal	40,00
Dirección de Higiene del Ministerio de Salud	8,00
<b>TOTAL</b>	<b>60,00</b>

*Fuente: Cuerpo de Bomberos, Municipio y Dispensario de Salud de Alamor.*

*Elaborado por: La Autora.*

- **Instalación de Servicios Básicos y Adecuaciones**

Es necesario que la empresa este adecuadamente equipada con todos los servicios básicos a objeto de que se lleve en forma normal el proceso de producción de la ropa deportiva de Alamor.

**CUADRO 59**  
**Instalación de Servicios Básicos y Adecuaciones**

Detalle	Costo Total
Instalación del Medidor de Agua	110,00
Instalación Eléctrica de Medidores de Luz y Conexiones.	168,00
Instalación de Línea Telefónica Comercial	24,00
<b>TOTAL</b>	<b>302,00</b>

*Fuente: Municipio y Servicios Profesionales de los Técnicos de Alamor.*

*Elaborado por: La Autora.*

- **Registro en las Entidades de Control y Asociaciones.**

Son los gastos que se producen al realizar el registro en el Servicio de Rentas Internas (SRI) y en varias entidades gremiales y asociaciones de la ciudad de Alamor.

**CUADRO 60**  
**Registro en Entidades de Control y Asociaciones**

DETALLE	COSTO TOTAL
Gremio de Artesanos del Cantón Loja	32,00
Obtención del Ruc (SRI)	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>32,00</b>

*Fuente: Asociaciones locales en Alamor y SRI.*

*Elaborado por: La Autora.*

- **Costos de Elaboración del Proyecto**

Corresponde al gasto ocasionado por la elaboración del proyecto de producción de ropa deportiva en la ciudad de Alamor.

**CUADRO 61**  
**Costos de Elaboración del Proyecto**

DETALLE	COSTO TOTAL
Elaboración del proyecto	1503,15
<b>TOTAL</b>	<b>1503,15</b>

*Fuente: Asociaciones locales en Alamor y SRI.*

*Elaborado por: La Autora.*

## Resumen de Inversiones de los Activos Diferidos

**CUADRO 62**  
**RESUMEN DE INVERSIONES EN ACTIVOS DIFERIDOS**

ACTIVOS	MONTO
PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO DE LA EMPRESA	60,00
INSTALACIÓN DE SERVICIOS BÁSICOS	302,00
REGISTRO EN ENTIDADES DE CONTROL Y ASOCIACIÓN	32,00
COSTOS DE ELABORACIÓN DEL PROYECTO	1503,15
IMPREVISTOS 5%	109,89
<b>TOTAL</b>	<b>2007,04</b>

*Fuente: Del Cuadro 58 al Cuadro 61.*

*Elaborado por: La Autora.*

## ACTIVOS CIRCULANTES

Denominados activos corrientes, los mismos que son necesarios para el desarrollo de las operaciones de la empresa y se refieren a los costos y gastos que en algunos rubros se calcula para mes de operaciones, a objeto de que se cumpla con la capacidad utilizada, la misma que fue calculada en el estudio técnico, estos gastos comprenden: la mano de obra directa, mano de obra indirecta, materia prima directa, materia prima indirecta, gastos administrativos, costos indirectos, gastos de ventas, gastos financieros, e imprevistos.

### ▪ Materia Prima Directa para un Mes de Operaciones de la Empresa

Este rubro se establece en función de la capacidad utilizada de la planta para la respectiva confección de los ternos deportivos, según los años de

vida del proyecto que son 10; de ahí que para el primer año de funcionamiento es de 3072, siendo la producción mensual de 256. Con este rubro se calcula en forma exacta la cantidad de materia prima que se requiere.

Se prevé trabajar con 5 tipos de telas, entre telas llanas de diferentes colores y telas de fantasía, las mismas que son adecuadas para trabajar los ternos deportivos, estas telas tienen un precio promedio de USD. 4,80, cada metros., de acuerdo a proformas otorgadas por la empresa *FRANCELANA* de la ciudad de Quito. Además se considera que se debe trabajar con todas las tallas, considerando que ellas ocupan diferentes medidas para la confección. Además se confeccionarán para el primer mes la misma cantidad de ternos en todas las tallas: 24, 26, 28, 30, 32, 34, 36, 38, 40 y 42 y para el segundo mes se debe considerar las ventas realizadas y de acuerdo a estos resultados el número de las tallas puede variar.

Tenemos que para el primer mes por cada talla se tienen confeccionar por cada talla 25,6 ternos. Con estos datos realizamos las operaciones respectivas a fin de conocer exactamente la cantidad de material a utilizarse:

**CUADRO 63**  
**TOTAL DE TERNOS DEPORTIVOS A CONFECCIONAR AL MES**

TALLAS	EDAD DE USO	CANTIDAD MES	CANTIDAD AÑO
TALLA 24	1 - 2 años	25,6	307,2
TALLA 26	2-4 años	25,6	307,2
TALLA 28	4-6 años	25,6	307,2
TALLA 30	6-8 años	25,6	307,2
TALLA 32	8-10 años	25,6	307,2
TALLA 34	10-12 años	25,6	307,2
TALLA 36	12-14 años	25,6	307,2
TALLA 38	16-18 años	25,6	307,2
TALLA 40	20-22 años	25,6	307,2
TALLA 42	23 en adelante	25,6	307,2
<b>TOTAL</b>		<b>256</b>	<b>3072</b>

*Fuente: Investigación de Campo y Capacidad Utilizada.*

*Elaborado por: La Autora.*

**CUADRO 64**  
**CANTIDAD DE TELA A SER EMPLEADA**

TALLAS	CANTIDAD DE TELA A SER UTILIZADA	CANTIDAD EN CENTIMETROS	CANTIDAD TOTAL MES	CANTIDAD TOTAL ANUAL
TALLA 24	1 yarda	91 cm.	2329,6	27955,2
TALLA 26	1 yarda	91 cm.	2329,6	27955,2
TALLA 28	1 yarda 1/4	113,75 cm.	2912	34944
TALLA 30	1 yarda 1/2	136,5 cm.	3494,4	41932,8
TALLA 32	2 yardas	182 cm.	4659,2	55910,4
TALLA 34	2 yardas 1/4	204,75 cm.	5241,6	62899,2
TALLA 36	2 yardas 1/2	227,5 cm.	5824	69888
TALLA 38	2 yardas 3/4	250,25	6406,4	76876,8
TALLA 40	3 yardas	273 cm.	6988,8	83865,6
TALLA 42	3 yardas 1/4	295 cm.	7552	90624
<b>TOTAL</b>			<b>47737,6 cm.</b>	<b>572851,2</b>

*Fuente: Investigación de Campo y Capacidad Utilizada.*

*Elaborado por: La Autora.*

**Cuadro 65**  
**Materia Prima Directa**

PRODUCTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Metros de Tela varios colores	477,38	4,8	2291,4	27496,8
Tubinos de Hilos varios colores de 4000 yardas	15	5,2	78	936
Metros de Encaje varios diseños	102	0,28	28,56	342,72
Cierres diferentes colores y diseños	256	0,35	89,6	1075,2
<b>TOTAL</b>			<b>USD. 2487,58</b>	<b>29850,72</b>

*Fuente:* Telas Francelana, Comercios de la ciudad de Alamor y Capacidad Utilizada.

*Elaborado por:* La Autora.

▪ **Materia Prima Indirecta para un Mes de Operaciones**

Comprenden todos los insumos indispensables para la confección de los ternos deportivos en la empresa.

**Cuadro 66**  
**Materia Prima Directa**

PRODUCTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Cientos de Funda Plástica Blanca Mediana para despachar	3	4,1	12,3	147,6
Caja de Tizas de trazado de varios colores	5	3,8	19	228
<b>TOTAL</b>			<b>31,3</b>	<b>375,6</b>

*Fuente:* Comercios de la ciudad de Alamor y Capacidad Utilizada.

*Elaborado por:* La Autora.

▪ **Mano de Obra Directa**

Comprende los obreros que son necesarios en el área de producción de la empresa de confección de ropa deportiva en la ciudad de Alamor.

**Cuadro 67**  
**Mano de Obra Directa**

DESCRIPCIÓN	Cargo
	Obreros
Salario Básico Unificado	366
13º Sueldo	30,5
14º Sueldo	30,5
Aporte Patronal (12.15%)	44,47
Vacaciones	15,25
<b>Total</b>	<b>486,719</b>
Número de empleados	4
<b>Total Mensual</b>	<b>1946,88</b>
<b>Total Anual</b>	<b>23362,51</b>

*Fuente: Tabla Salarial del Ministerio de Relaciones Laborales  
Elaboración: La Autora.*

▪ **Mano Obra Indirecta**

La mano de obra directa se refiere al Jefe de Confección, el mismo que debe administrar en forma eficiente la producción de la ropa deportiva en la empresa.

**Cuadro 68**  
**Mano de Obra Indirecta**

DESCRIPCIÓN	Cargo
	Jefe de Confección
Salario Básico Unificado	400
13º Sueldo	33,33
14º Sueldo	30,5
Aporte Patronal (12.15%)	48,60
Vacaciones	16,67
<b>Total Mensual</b>	<b>529,1</b>
<b>Total Anual</b>	<b>6349,2</b>

*Fuente: Tabla Salarial del Ministerio de Relaciones Laborales  
Elaboración: La Autora.*



- **Gastos de Administración**

En los gastos de administración se destaca, los salarios del personal administrativo y los gastos en suministros de oficina.

**Cuadro 69**  
**Salarios del Personal Administrativo**

DESCRIPCIÓN	Cargo	Cargo
	Gerente	Secretaria Contadora
Salario Básico Unificado	450	366
13º Sueldo	37,50	30,50
14º Sueldo	30,5	30,5
Aporte Patronal (12.15%)	54,68	44,47
Vacaciones	18,75	15,25
<b>Total</b>	<b>591,43</b>	<b>486,72</b>
Número de empleados	1	1
<b>Subtotal 1/2</b>		<b>1078,14</b>
<b>Total Anual</b>		<b>12937,73</b>

*Fuente: Tabla Salarial del Ministerio de Relaciones Laborales  
Elaboración: La Autora.*

**Cuadro 70**  
**Suministros de Oficina**

DESCRIPCIÓN	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Resma de Papel Bon	1	3,6	3,6
Cartucho de Impresora Negro	1	11,8	11,8
Cartucho de Impresora a Colores	1	18,5	18,5
Esferos	4	0,3	1,2
Grapas	1	0,95	0,95
Libreta de Notas	4	1,8	7,2
Facturero (100 facturas)	3	7,5	22,5
<b>SUBTOTAL 2/2</b>			<b>65,75</b>
<b>Total de Gastos Ad. Mensuales</b>			<b>1143,89</b>
<b>Total de Gastos Ad. Anuales</b>			<b>13726,73</b>

*Fuente: Comercios de la ciudad de Alamor.  
Elaboración: La Autora.*

## ▪ Costos Indirectos

Los costos indirectos comprenden los rubros que corresponden al mantenimiento de las instalaciones, y que ayudan al normal desarrollo de las actividades en la empresa.

**Cuadro 71**  
**Costos Indirectos**

DESCRIPCIÓN	Valor Total
Energía Eléctrica	52
Agua	14
Implementos y Productos de Aseo en General (detergente, jabón de manos, pinoklin, desinfectante. Para el mes)	18
Teléfono	8
Pago de Arriendo del Local	200
<b>TOTAL</b>	<b>292</b>

*Fuente: Servicios Básicos de la ciudad de Alamor..  
Elaboración: La Autora*

## ▪ Gastos de Ventas

Los gastos de ventas se refieren a la publicidad que la empresa va a contratar por el periodo de un mes de operaciones a objeto de dar a conocer el nuevo producto en el mercado local.

**Cuadro 72**  
**Gastos de Ventas**

Descripción	Cantidad Mensual	Costo Unitario	Costo Total
Radio Dinamik 99,7	120	2,7	324
Diseño y Elaboración de Hojas Volantes	1000	0,02	20
<b>TOTAL</b>			<b>344</b>

*Fuente:Radio Dinamik e Imprenta en Alamor.  
Elaboración: La Autora.*

## Resumen de Inversiones de los Activos Circulantes

El valor total de las inversiones en Activos Circulantes, que son considerados para un mes de trabajo de la empresa de confección de Ropa Deportiva en la ciudad de Alamor es de USD. 7031,05

**Cuadro 73**  
**RESUMEN DE INVERSIONES EN ACTIVOS CIRCULANTES**

ACTIVOS	MONTO
MATERIA PRIMA DIRECTA	2487,58
MATERIA PRIMA INDIRECTA	31,3
MANO DE OBRA DIRECTA	1946,88
MANO DE OBRA INDIRECTA	529,1
GASTOS DE ADMINISTRACION	1143,89
COSTOS INDIRECTOS	292
GASTOS DE VENTAS	344
IMPREVISTOS 5%	342,18
<b>TOTAL</b>	<b>7116,93</b>

*Fuente: Del Cuadro 63 hasta el Cuadro 72.*

*Elaboración: La Autora.*

## RESUMEN TOTAL DE INVERSIONES

La estructura de las inversiones del proyecto corresponde a los activos fijos, activos diferidos y capital de operación, conforme se detalla a continuación.

**Cuadro 74**  
**Inversión Inicial del Proyecto**

RUBRO	MONTO	PORCENTAJE
<b>Activos Fijos</b>		
Maquinaria y Equipo	4.040,00	
Herramientas	480,7	
Equipo de Oficina	47,6	
Utiles de oficina	22,6	
Equipo de Computación	1.305,00	
Muebles y Enseres	1.610,00	
Equipos de seguridad y aseo	129,00	
Imprevistos 5%	399,14	
<b>Subtotal 1</b>	<b>8.034,04</b>	<b>46,82</b>
<b>Activos Diferidos</b>		
Permiso de Funcionamiento	60	
Instalación de Servicios Básicos	302	
Registro en Ent. de Control	32	
Costos de Elaboración Proyecto	1503,15	
Imprevistos 5%	109,89	
<b>Subtotal 2</b>	<b>2007,04</b>	<b>11,7</b>
<b>Activos Circulantes</b>		
Materia Prima Directa	2487,58	
Materia Prima Indirecta	31,3	
Mano de Obra Directa	1946,88	
Mano de Obra Indirecta	529,1	
Gastos de Administración	1143,89	
Gastos Indirectos	292	
Gastos de Venta	344	
Imprevistos 5%	342,18	
<b>Subtotal 3</b>	<b>7116,93</b>	<b>41,48</b>
<b>INVERSIÓN TOTAL</b>	<b>17.158,01</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Cuadros 57, 62 y 73.  
Elaboración: La Autora.

## Financiamiento

De acuerdo al monto de las inversiones se necesita considerar dos fuentes de financiamiento, una interna y otra externa; la fuente interna se forma por el capital social, que es el total del aporte de los socios y la fuente externa se

forma por el crédito que otorgará el Banco Nacional de Fomento, como un crédito productivo, cuyo monto es de USD. 8.000,00, a una tasa del 10,00% y una tasa efectiva del 10,25% y la forma de pago será en forma semestral con cuotas fijas, la tabla de amortización se expone en el siguiente cuadro.

### Cuadro 75

#### Tabla de Amortización del Préstamo en el Banco Nacional de Fomento

Cuota	Saldo Capital	Capital	Interés	Seguro	Valor a Pagar
1	8,000.00	245.00	390.47	13.09	648.56
2	7,755.00	256.96	378.51	12.69	648.16
3	7,498.04	269.50	365.97	12.27	647.74
4	7,228.53	282.66	352.82	11.83	647.30
5	6,945.88	296.45	339.02	11.36	646.84
6	6,649.42	310.92	324.55	10.88	646.35
7	6,338.50	326.10	309.37	10.37	645.84
8	6,012.40	342.01	293.46	9.84	645.31
9	5,670.39	358.71	276.77	9.28	644.75
10	5,311.68	376.22	259.26	8.69	644.16
11	4,935.46	394.58	240.89	8.08	643.55
12	4,540.89	413.84	221.64	7.43	642.90
13	4,127.05	434.04	201.44	6.75	642.23
14	3,693.01	455.22	180.25	6.04	641.52
15	3,237.79	477.44	158.03	5.30	640.77
16	2,760.35	500.74	134.73	4.52	639.99
17	2,259.61	525.18	110.29	3.70	639.17
18	1,734.42	550.82	84.66	2.84	638.31
19	1,183.60	577.70	57.77	1.94	637.41
20	605.90	605.90	29.57	0.99	636.46

*Fuente:* Agencia del Banco Nacional de Fomento en la ciudad de Alamor .

*Elaboración:* La Autora.

### Cuadro 76

#### Financiamiento de la Inversión de la Empresa

Financiamiento	Valor	Porcentaje
Crédito BNF	8000	46,63%
Capital social	9.158,01	53,37%
<b>Total</b>	<b>17.158,01</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Banco Nacional de Fomento ciudad de Alamor y aporte de socios.

*Elaboración:* La Autora.

## ▪ Depreciación de los Activos Fijos

Se aplicaran los siguientes coeficientes establecidos por el Sistema de Rentas Internas (SRI), para efectuar la depreciación de los activos fijos: Además se utilizará el método de línea recta y para en el cálculo y actualización anual de los activos se lo hará en base al 3,28% porcentaje de la inflación acumulada anual para Diciembre del 2015, conforme a datos proporcionados por el Reporte de Inflación emitido por el Banco Central del Ecuador.

- ✚ Terrenos: con el 0%,0.
- ✚ Edificaciones con el 5% anual a 20 años.
- ✚ Maquinaria y equipos con el 10% anual a 10 años.
- ✚ Muebles y enseres con el 10% anual a 10 años.
- ✚ Equipos de Oficina con el 10% anual a 10 años.
- ✚ Equipo de Computo con el 33,33% anual a 3 años.
- ✚ Vehículos con el 20% a 5 años.
- ✚ Herramientas: con el 10% a 10 años.

### METODO DE LINEA RECTA

$$\text{Depreciación Anual} = \frac{\text{Valor del Activo} - \text{Valor Residual}}{\text{Años de vida útil del Activo}}$$

**Cuadro 77**  
**DEPRECIACIONES DE LOS ACTIVOS FIJOS**

ACTIVO	% DEPRECIACIÓN	VIDA UTIL (Años)	VALOR DEL ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACION ANUAL
Maquinaria y Equipo	10%	10	4.040,00	404	363,60
Herramientas	10%	10	480,70	48,07	43,26
Equipos de Oficina	10%	10	70,20	7,02	6,32
Muebles y Enseres	10%	10	1.739,00	173,9	156,51
<b>TOTAL</b>			<b>6.329,90</b>	<b>632,99</b>	<b>569,69</b>

*Fuente: Activos Fijos y SRI.*

*Elaboración: La Autora.*

**Cuadro 78**  
**DEPRECIACION DE LOS EQUIPOS DE COMPUTACIÓN**

ACTIVO	% DEPRECIACIÓN	VIDA UTIL (Años)	VALOR DEL ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACION ANUAL
<b>Años 1, 2, 3.</b>	33%	3	1305,00	435,00	290,00
<b>Años 4, 5, 6.</b>	33%	3	1437,67	479,22	319,48
<b>Años 7, 8, 9</b>	33%	3	1583,83	527,94	351,96
<b>Año 10</b>	33%	3	1744,84	581,61	387,74

*Fuente: Activos Fijos y SRI.*

*Elaboración: La Autora.*

#### ▪ Amortización de los Activos Diferidos

Esta amortización se efectúa sobre los activos constituidos o derechos adquiridos necesarios para el funcionamiento de la empresa. Esta amortización afecta al flujo de caja en forma indirecta y se calcula para la vida útil del proyecto que es de 10 años.

**Cuadro 79**  
**Amortización de activos diferidos (10 años)**

Denominación	Vida Útil en Años	Monto del Activo	Amortización del Activo
Activo Diferido	10	2007,04	200,70

*Fuente:* Activos Diferidos.

*Elaboración:* La Autora.

## ANÁLISIS DE COSTOS

El análisis de costos es sumamente importante desde el punto de vista práctico, puesto que el desconocimiento del mismo puede acarrear riesgos para la empresa e incluso podría llevarla a su desaparición, por lo tanto en este análisis se consideran los costos de producción y costos de operación.

### Costos de Producción

Los costos de producción comprenden el costo primo y los costos indirectos de fabricación.

- 1) **Costo Primo:** El costo primo comprende a su vez la materia prima directa, la materia prima indirecta y la mano de obra directa.

**CUADRO 80**  
**Costo Primo**

Detalle	Valor Mensual	Valor Anual
Materia Prima Directa	2.487,58	29.851,01
Materia Prima Indirecta	31,30	375,60
Mano de Obra Directa	1.946,88	23.362,51
<b>TOTAL</b>		<b>53.589,12</b>

*Fuente:* Cuadro 74.

*Elaboración:* La Autora.



- 2) **Costos Indirectos de Fabricación:** Son los costos de fabricación que no son directos; estos son la mano de obra indirecta, los gastos indirectos y las depreciaciones de los activos fijos, a excepción de depreciación del equipo de computación.

**CUADRO 81**  
**Costos Indirectos de Fabricación**

Detalle	Valor Mensual	Valor Anual
Mano de Obra Indirecta	529,10	6.349,20
Gastos Indirectos	292,00	3.504,00
Depreciaciones Activos Fijos	47,47	569,69
<b>TOTAL</b>		<b>10.422,89</b>

*Fuente:* Cuadro 74.

*Elaboración:* La Autora.

### Costos de Operación

Son los rubros que se realiza para permitir el normal desarrollo y funcionamiento de la empresa, estos ayudan a la continuidad de las actividades de la empresa, estos son: gastos de administración, gastos de ventas y gastos financieros.

- 1) **Gastos de Administración:** Se refieren a los sueldos y salarios del personal administrativo, los suministros de oficina y depreciaciones de los equipos de computación.

**CUADRO 82**  
**Gastos de Administración**

Detalle	Valor Mensual	Valor Anual
Sueldos y Salarios	1.078,14	12.937,73
Suministros de Oficina	65,75	789,00
Dep. Equipos Computación	24,17	290,00
<b>TOTAL</b>		<b>14.016,73</b>

*Fuente: Cuadro 74.*

*Elaboración: La Autora.*

- 2) **Gastos de Ventas:** Es el rubro que se invierte en publicidad para promocionar el producto de la empresa y corresponde al pago en cuñas radiales y hojas volantes.

**CUADRO 83**  
**Gastos de Ventas**

Detalle	Valor Mensual	Valor Anual
Publicidad	344	4.128,00
<b>TOTAL</b>		<b>4.128,00</b>

*Fuente: Cuadro 74.*

*Elaboración: La Autora.*

- 3) **Gastos Financieros:** Es el gasto que se realiza por concepto de intereses del préstamo realizado en el Banco Nacional de Fomento.

**CUADRO 84**  
**Gastos de Ventas**

Detalle	Valor Anual
Intereses del Primer Año	768,98
<b>TOTAL</b>	<b>768,98</b>

*Fuente: Cuadro 75.*

*Elaboración: La Autora.*

## **CLASIFICACION DE COSTOS**

En la clasificación de costos se determina las relaciones entre los costos fijos y variables, para de esta manera conocer los valores económicos que se desembolsaran en el primer año de la puesta en marcha del proyecto.

### **1) Costos Fijos:**

Son los costos que incurre la empresa por el solo hecho de existir, exista o no producción en la empresa.

### **2) Costos Variables**

Son los costos que se incurren en función de la capacidad de producción.

### **3) Costos Total de Producción**

El costo total es igual a la suma del costo fijo y el costo variable.

**CUADRO 85**  
**Estructura y Clasificación de Costos**

Descripción	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Total
<b>COSTO DEL PRODUCTO</b>			
<b>Costo Primo</b>			
Materias Prima Directa		29.851,01	29.851,01
Materia Prima Indirecta		375,60	375,60
Mano de Obra Directa		23.362,51	23.362,51
<b>Costos Indirectos de Fabricación</b>			
Mano de obra Indirecta	6.349,20		6.349,20
Gastos Indirectos.	3.504,00		3.504,00
Depreciación de Activos Fijos	569,69		569,69
Amortización de Activos Diferidos	200,70		200,70
Imprevistos 5%	3.210,64		3.210,64
<b>Subtotal</b>	<b>13.834,23</b>	<b>53.589,12</b>	<b>67.423,35</b>
<b>COSTOS DE OPERACIÓN</b>			
<b>Gastos Administrativos</b>			
Sueldos y Salarios	12.937,73		12.937,73
Suministros de Oficina	789,00		789,00
Depreciación de Equipos de Computación	290,00		290,00
<b>Gastos de Ventas</b>			
Publicidad	4.128,00		4.128,00
Imprevistos 5%	907,24		907,24
<b>Gastos Financieros</b>			
Intereses del Préstamo	768,98		768,98
<b>SUBTOTAL</b>	<b>19.820,94</b>		<b>19.820,94</b>
<b>TOTAL</b>	<b>33.655,18</b>	<b>53.589,12</b>	<b>87.244,30</b>

Fuente: Cuadro 74.

Elaboración: La Autora.

### Presupuesto de Costos Proyectados a 10 años de vida del Proyecto.

En los costos proyectados se conocerán los flujos que se egresarán en los próximos diez años de vida útil del proyecto, para la proyección se consideró el Crecimiento Económico Anual estimado de la Comisión Económica para América Latina que es de 3,80%, en el 2015 y la Inflación Anual Estimada

por el Banco Central del Ecuador que es de 3,28% para el 2015. Se proyectarán los costos de mano de obra directa e indirecta y sueldos del personal administrativo con el 3,80% de Crecimiento Económico; mientras que al resto de costos se incrementará el 3,28%, de inflación., con excepción de los intereses por concepto del crédito de la Banco Nacional de Fomento.

**CUADRO 86**  
**Clasificación de Costos Projectados**

ESCRIPCIÓN	Año No. 1	Año No. 2	Año No. 3	Año No. 4	Año No. 5	Año No. 6	Año No. 7	Año No. 8	Año No. 9	Año No. 10
<b>COSTO DEL PRODUCTO</b>										
<b>Costo Primo</b>										
Materias Primas Directa	29.851,01	30830,12	31841,35	32885,75	33964,40	35078,43	36229,00	37417,31	38644,60	39912,14
Materia Prima Indirecta	375,60	387,92	400,64	413,78	427,36	441,37	455,85	470,80	486,25	502,19
Mano de Obra Directa	23.362,51	24250,29	25171,80	26128,33	27121,20	28151,81	29221,58	30332,00	31484,61	32681,03
<b>Costo Indirecto de Fabricación</b>										
Mano de Obra Indirecta	6.349,20	6590,47	6840,91	7100,86	7370,69	7650,78	7941,51	8243,29	8556,53	8881,68
Gastos Indirectos	3.504,00	3618,93	3737,63	3860,23	3986,84	4117,61	4252,67	4392,16	4536,22	4685,01
Depreciación de Activos Fijos	569,69	569,69	569,69	569,69	569,69	569,69	569,69	569,69	569,69	569,69
Amortización de Activos Diferidos	200,70	200,70	200,70	200,70	200,70	200,70	200,70	200,70	200,70	200,70
Imprevistos 5%	3.210,64	3.322,41	3.438,14	3.557,97	3.682,04	3.810,52	3.943,55	4.081,30	4.223,93	4.371,62
<b>SUBTOTAL</b>	<b>67.423,35</b>	<b>69770,53</b>	<b>72200,86</b>	<b>74717,31</b>	<b>77322,93</b>	<b>80020,92</b>	<b>82814,55</b>	<b>85707,25</b>	<b>88702,54</b>	<b>91804,07</b>
<b>COSTOS DE OPERACIÓN</b>										
<b>Gasto Administrativos</b>										
Sueldos y Salarios	12.937,73	13429,36	13939,68	14469,39	15019,22	15589,95	16182,37	16797,30	17435,60	18098,15
Suministros de Oficina	789,00	814,88	841,61	869,21	897,72	927,17	957,58	988,99	1021,43	1054,93
Depreciación de Eq. Computación	290,00	290,00	290,00	319,48	319,48	319,48	351,96	351,96	351,96	387,74
<b>Gastos de Ventas</b>										
Publicidad	4.128,00	4239,46	4353,92	4471,48	4592,21	4716,20	4843,53	4974,31	5108,62	5246,55
Imprevistos 5%	907,24	931,73	956,89	982,72	1009,26	1036,51	1064,49	1093,24	1122,75	1153,07
<b>Gastos Financieros</b>										
Intereses del Préstamo	768,98	718,79	663,57	602,83	570,23	500,15	423,08	338,28	245,02	142,43
<b>SUBTOTAL</b>	<b>19.820,94</b>	<b>20424,22</b>	<b>21045,66</b>	<b>21715,11</b>	<b>22408,12</b>	<b>23089,46</b>	<b>23823,02</b>	<b>24544,07</b>	<b>25285,37</b>	<b>26082,87</b>
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>87.244,30</b>	<b>90194,75</b>	<b>93246,53</b>	<b>96432,42</b>	<b>99731,05</b>	<b>103110,38</b>	<b>106637,57</b>	<b>110251,32</b>	<b>113987,91</b>	<b>117886,94</b>

Fuente: Cuadro 85.

Elaboración: La Autora.

## INGRESOS TOTALES

Los ingresos hacen referencia al efectivo que recibe la empresa por la venta de la ropa deportiva, para lo cual se hace necesario determinar el Costo Unitarios de Producción, el mismo que resulta de la división del Costo Total de Producción y el Número de ternos deportivos internos y externos que se producen en el primer año, para lo cual es necesario considerar la capacidad utilizada en cada uno de los años proyectados respectivamente.

### Costos Unitarios de Producción

Costo Unitario de Producción =  $\frac{\text{Costo Total de Producción}}{\text{Número de Unidades de Producción}}$

$$\text{CUP} = \frac{87224,30}{3072}$$

$$\text{CUP} = 28,40$$

### Precio de Venta al Público

El precio de venta proviene de la suma del costo unitario de producción más el porcentaje de utilidad, que es el 48%, este margen de utilidad es aceptable en vista que se encuentra de acuerdo a la situación socioeconómica de la ciudad de Alamor.

$$\text{PVP} = \text{Costo Unitario del Producto} + \text{Margen de Utilidad}$$

$$\text{PVP} = 28,40 + 13,63$$

$$\text{PVP} = \text{USD. } 42,03$$

**CUADRO 87**  
**Ingresos Totales**

Años	Costos Anuales	Capacidad Utilizada del Servicio	Costo Unitario	Utilidad 48%	Precio Final del Servicio	Ingresos Totales
	Servicio		Servicio			
1	87.244,30	3072	28,40	13,63	42,03	129.121,56
2	90.194,75	3072	29,36	14,09	43,45	133.488,23
3	93.246,53	3072	30,35	14,57	44,92	138.004,86
4	96.432,42	3264	29,54	14,18	43,73	142.719,98
5	99.731,05	3264	30,55	14,67	45,22	147.601,96
6	103.110,38	3264	31,59	15,16	46,75	152.603,36
7	106.637,57	3456	30,86	14,81	45,67	157.823,61
8	110.251,32	3456	31,90	15,31	47,21	163.171,96
9	113.987,91	3456	32,98	15,83	48,81	168.702,11
10	117.886,94	3648	32,32	15,51	47,83	174.472,67

*Fuente:* Cuadro 40 (Capacidad Utilizada), y Cuadro 86.

*Elaboración:* La Autora

## ESTADO DE RESULTADOS

Es el documento contable que presenta los resultados obtenidos, en un periodo de tiempo, sean estas pérdidas o ganancias, en el cual se comparan rubros de ingresos y egresos, en todos los 10 años de vida de la empresa.



**Cuadro 88**  
**Estado de Resultados**

PERIODOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingresos por ventas	129121.56	133488.23	138004.86	142719.98	147601.96	152603.36	157823.61	163171.96	168702.11	174472.67
( - ) Costo Total	87244.30	90194.75	93246.53	96432.42	99731.05	103110.38	106637.57	110251.32	113987.91	117886.94
( = ) Utilidad Bruta Ventas	41877.26	43293.48	44758.33	46287.56	47870.91	49492.98	51186.04	52920.64	54714.20	56585.73
( - ) 15% Utilidad de Trabajadores	6281.59	6494.02	6713.75	6943.13	7180.64	7423.95	7677.91	7938.10	8207.13	8487.86
( = ) Utilidad Ante Impuestos a la Renta	35595.67	36799.46	38044.58	39344.43	40690.27	42069.03	43508.13	44982.54	46507.07	48097.87
( - ) 22% Impuesto a la renta	7831.05	8095.88	8369.81	8655.77	8951.86	9255.19	9571.79	9896.16	10231.55	10581.53
( = ) Utilidad Neta ejercicio	27764.62	28703.58	29674.77	30688.65	31738.41	32813.85	33936.34	35086.38	36275.51	37516.34
( - ) 10% reserva Legal	2776.46	2870.36	2967.48	3068.87	3173.84	3281.38	3393.63	3508.64	3627.55	3751.63
( = ) Utilidad Líquida	<b>24988.16</b>	<b>25833.22</b>	<b>26707.30</b>	<b>27619.79</b>	<b>28564.57</b>	<b>29532.46</b>	<b>30542.71</b>	<b>31577.74</b>	<b>32647.96</b>	<b>33764.71</b>

**Fuente:** Cuadro 40 (Capacidad Utilizada), y Cuadro 86.

**Elaboración:** La Autora

## Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es el punto de balance entre ingresos y egresos, denominado también como PUNTO MUERTO, porque en él no hay pérdidas ni ganancias, cuando los ingresos y gastos son iguales se produce el punto de equilibrio. Para realizar este cálculo es importante clasificar los costos fijos y variables de los años 1, 5 y 10 de vida útil del proyecto, luego se utilizarán los siguientes métodos para calcular el punto de equilibrio, en función de las ventas, el mismo que guarda relación con el volumen total de la venta del producto y de los ingresos y en función de la capacidad instalada, que es el porcentaje de la capacidad que debe generar la empresa para cubrir los productos que la empresa ofrece.

**CUADRO 89**

AÑOS	Costos Fijos	Costos Variables	Costo Total
1	33.655,18	53.589,12	87.244,30
2	34.726,42	55.468,33	90.194,75
3	35.832,74	57.413,79	93.246,53
4	37.004,56	59.427,86	96.432,42
5	38.218,10	61.512,96	99.731,05
6	39.438,76	63.671,61	103.110,38
7	40.731,14	65.906,43	106.637,57
8	42.031,21	68.220,11	110.251,32
9	43.372,45	70.615,46	113.987,91
10	44.791,57	73.095,37	117.886,94

*Fuente:* Cuadro 86.

*Elaboración:* La Autora

## PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 1

### Método Matemático

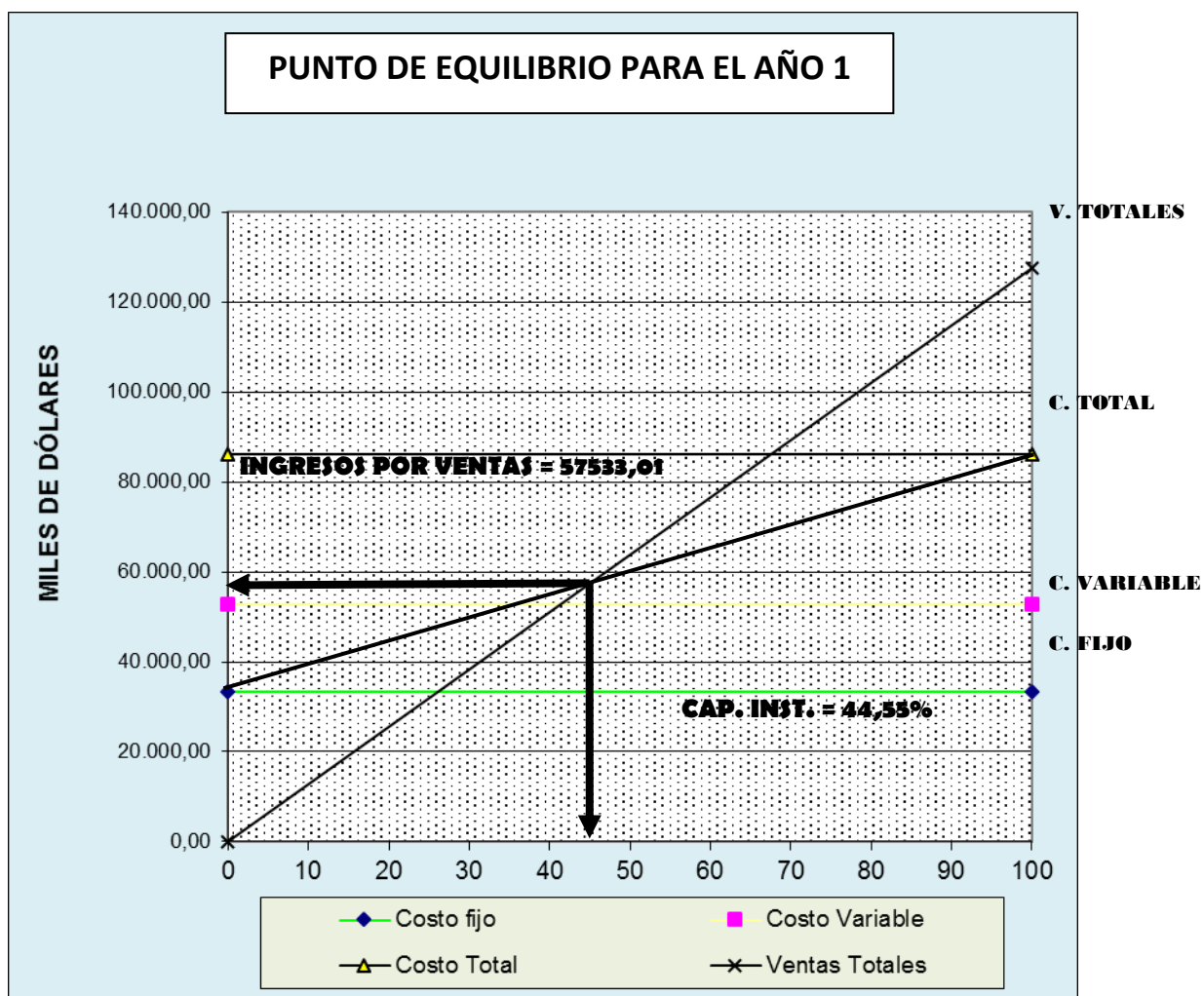
* PE en función de la Capacidad Instalada								
PE =	CF		* 100 =	33.655,18		* 100 =	44,55%	
	VT - CV			129121,56	- 53.589,12			
* PE en función de los Ingresos								
PE =	CF		=	33.655,18		=	57533,01	
	-	CV		-	53.589,12			
		VT			129121,56			

**Fuente:** Costos Fijos y Variables del Proyecto Año 1.

**Elaboración:** La Autora.

## Método Gráfico

Gráfica 41



Fuente: Costos Fijos y Variables Año 1.

Elaboración: La Autora.

## Interpretación y Análisis:

En la gráfica se demuestra que el Punto de Equilibrio para el año No. 1, se produce cuando la empresa que confecciona ropa deportiva, trabaje a una Capacidad Instalada del 44,55% y con un ingreso por las ventas de USD. 57533,01.

## PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 5

### Método Matemático

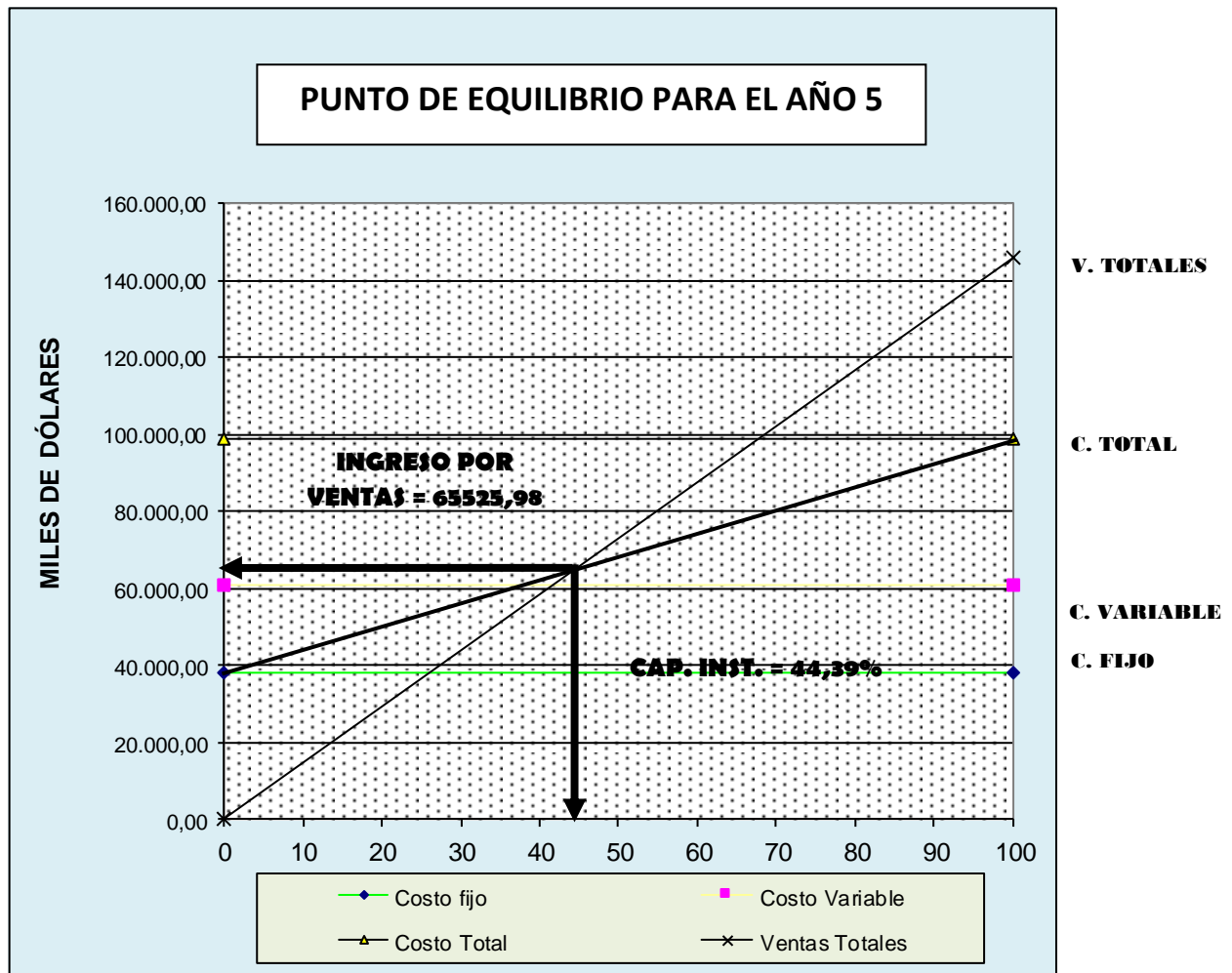
* PE en función de la Capacidad Instalada							
PE =	CF		* 100 =	38.218,10		* 100 =	<b>44,39%</b>
	VT - CV			147601,96	- 61.512,96		
* PE en función de los Ingresos							
PE =	CF		=	38.218,10		=	<b>65525,98</b>
		CV		1 -	61.512,96		
		VT		1 -	147601,96		

**Fuente:** Costos Fijos y Variables del Proyecto Año 5.

**Elaboración:** La Autora.

## Método Gráfico

Gráfica 42



Fuente: Costos Fijos y Variables Año 5

Elaboración: La Autora.

## Interpretación y Análisis:

En la gráfica se demuestra que el Punto de Equilibrio para el año No. 5, se produce cuando la empresa que confecciona ropa deportiva, trabaje a una Capacidad Instalada del 44,39% y con un ingreso por las ventas de USD. 65525,98.

## PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 10

### Método Matemático

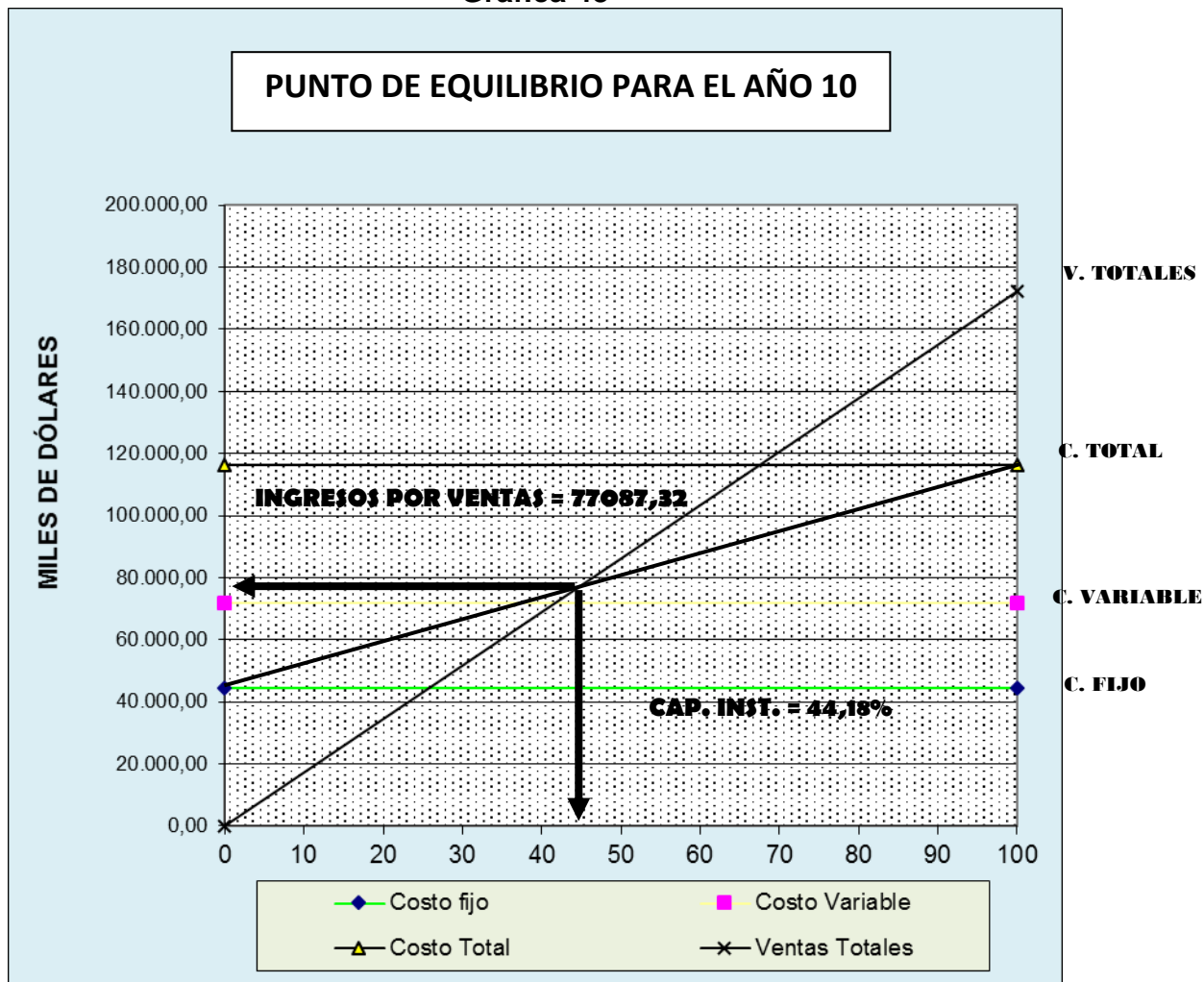
* PE en función de la Capacidad Instalada								
PE =	CF		* 100 =	44.791,57		* 100 =	<b>44,18 %</b>	
	VT - CV			174472,67 - 73.095,37				
* PE en función de los Ingresos								
PE =	CF		=	44.791,57		=	<b>77087,32</b>	
	-	CV		-	73.095,37			
		VT			174472,67			

**Fuente:** Costos Fijos y Variables del Proyecto Año 10.

**Elaboración:** La Autora

## Método Gráfico

Gráfica 43



*Fuente:* Costos Fijos y Variables Año 10.

*Elaboración:* La Autora.

## Interpretación y Análisis:

En la gráfica se demuestra que el Punto de Equilibrio para el año No. 10, se produce cuando la empresa que confecciona ropa deportiva, trabaje a una Capacidad Instalada del 44,18% y con un ingreso por las ventas de USD. 77.087,32.



## **EVALUACIÓN FINANCIERA**

Esta etapa es uno de los análisis más importantes en el desarrollo de un proyecto, en vista que el inversionista pueda evaluar la utilidad de su inversión y saber si es procedente o no la implementación de la empresa, en base a los resultados obtenidos con cada uno de los cálculos hechos anteriormente. Es la evaluación financiera se determina si un proyecto es rentable o no; mediante los resultados que arrojen algunos indicadores o criterios de evaluación como son el VAN, la TIR, la Relación Beneficio – Costo, los Análisis de Sensibilidad, entre otros. Para ello es necesario primeramente determinar el flujo de caja que nos servirá de base para el desarrollo de los demás indicadores antes mencionados.

**Cuadro 90**  
**FLUJO DE CAJA DE LA EMPRESA**

DESCRIPCIÓN	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
<b>INGRESOS</b>											
Ingreso por el Servicio		129.121,56	133.488,23	138.004,86	142.719,98	147.601,96	152.603,36	157.823,61	163.171,96	168.702,11	174.472,67
Crédito BNF	8000										
Capital Propio	9.158,01										
Valor Residual				435,00			479,22			527,94	1796,22
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>17158,01</b>	<b>129.121,56</b>	<b>133.488,23</b>	<b>138.439,86</b>	<b>142.719,98</b>	<b>147.601,96</b>	<b>153.082,58</b>	<b>157.823,61</b>	<b>163.171,96</b>	<b>169.230,05</b>	<b>176.268,89</b>
<b>EGRESOS</b>											
Activo Fijo	8.034,04										
Activo Diferido	2.007,04										
Activo Circulante	716,93										
Reinversión					1437,67			1583,83			1744,84
Presupuesto de Operación		87.244,30	90.194,75	93.246,53	96.432,42	99.731,05	103.110,38	106.637,57	110.251,32	113.987,91	117.886,94
(-) Depreciación y Amortización		1060,39	1060,39	1060,39	1089,88	1089,88	1089,88	1122,36	1122,36	1122,36	1158,14
(+) 15% Distribución de Utilidad		6281,59	6494,02	6713,75	6943,13	7180,64	7423,95	7677,91	7938,10	8207,13	8487,86
(+) 22% de Impuesto a la Renta		7831,05	8095,88	8369,81	8655,77	8951,86	9255,19	9571,79	9896,16	10231,55	10581,53
(+) Amortización del Crédito		1296,72	1295,04	1293,19	1291,15	1288,91	1286,45	1283,75	1280,76	1277,48	1273,87
<b>TOTAL DE EGRESOS</b>	<b>17.158,01</b>	<b>101.593,26</b>	<b>105.019,30</b>	<b>108.562,88</b>	<b>113.670,27</b>	<b>116.062,58</b>	<b>119.986,08</b>	<b>125.632,49</b>	<b>128.243,98</b>	<b>132.581,72</b>	<b>138.816,91</b>
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>0</b>	<b>27.528,30</b>	<b>28.468,93</b>	<b>29.876,98</b>	<b>29.049,71</b>	<b>31.539,38</b>	<b>33.096,50</b>	<b>32.191,12</b>	<b>34.927,98</b>	<b>36.648,33</b>	<b>37.451,98</b>

Fuente: Cuadro 40 (Capacidad Utilizada), y Cuadro 86.

Elaboración: La Autora

## Criterios de Evaluación Financiera

### ▪ Valor Actual Neto (VAN)

En término 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 del préstamo. El VAN representa los valores actuales, bajo este concepto el proyecto es factible de realizarlo cuando el valor neto es positivo, siempre y cuando la tasa de actualización sea un porcentaje que corresponda al costo de oportunidad de las inversiones en el mercado financiero. Y en el análisis tenemos que el VAN corresponde a; 172583,90, con estos resultados se confirma la factibilidad del proyecto.

**CUADRO 91**  
**Valor Actual Neto**

PERIODO	FLUJO NETO	FACTOR ACTUALIZACIÓN 10,5%	VALOR ACTUALIZADO
0	17158,01		
1	27528,3	0,907029478	24968,98
2	28468,93	0,822702475	23421,46
3	29876,98	0,746215397	22294,66
4	29049,71	0,676839362	19661,99
5	31539,38	0,613913254	19362,44
6	33096,5	0,556837418	18429,37
7	32191,12	0,505067953	16258,70
8	34927,98	0,45811522	16000,91
9	36648,33	0,415520655	15228,14
10	37451,98	0,376889483	14115,26
			189741,91
			17158,01
<b>VALOR ACTUAL NETO</b>			<b>172583,90</b>

*Fuente:* Cuadro 90.

*Elaborado:* La Autora.

▪ **Relación Beneficio Costo**

El indicador beneficio-costo se interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio, por cada dólar invertido, y para la toma de decisiones se deberá tomar en cuenta lo siguiente:

B/C > 1 Se puede realizar el proyecto.

B/C = 1 Es indiferente realizar el proyecto.

B/C < 1 Se debe rechazar el proyecto

**CUADRO 92**  
**Relación Beneficio Costo (B ó C)**

PERIODO	ACTUALIZACIÓN COSTO TOTAL			ACTUALIZACIÓN INGRESOS		
	COSTO	FACT. ACT.	COSTO	INGRESO	FACT. ACT.	INGRESO
	ORIGINAL	10,25%	ACTUALIZADO	ORIGINAL	10,25%	ACTUALIZADO
0						
1	87.244,30	0,907029478	79133,15	129121,56	0,907029478	117117,06
2	90.194,75	0,822702475	74203,44	133488,23	0,822702475	109821,10
3	93.246,53	0,746215397	69582,00	138004,86	0,746215397	102981,35
4	96.432,42	0,676839362	65269,26	142719,98	0,676839362	96598,50
5	99.731,05	0,613913254	61226,21	147601,96	0,613913254	90614,80
6	103.110,38	0,556837418	57415,72	152603,36	0,556837418	84975,26
7	106.637,57	0,505067953	53859,22	157823,61	0,505067953	79711,65
8	110.251,32	0,45811522	50507,40	163171,96	0,45811522	74750,95
9	113.987,91	0,415520655	47364,33	168702,11	0,415520655	70099,21
10	117.886,94	0,376889483	44430,35	174472,67	0,376889483	65756,91
			<b>602991,08</b>			<b>892426,80</b>

Fuente: Cuadro 90.

Elaborado: La Autora.

$$B/C = 892426,80 / 602991,08$$

$$B/C = 1,48$$

La relación beneficio-costo para el presente proyecto es mayor que uno (1,48), indicador que sustenta la realización del proyecto, esto quiere decir que por cada dólar invertido, se recibiría 0,48 centavos de utilidad.

- **Periodo de Recuperación de Capital**

El periodo de recuperación del capital consiste en el tiempo requerido para recuperar la inversión original, comúnmente este tipo de análisis se utiliza para evaluar las inversiones proyectadas, además para determinar si el proyecto es aceptable o no, se debe analizar si el periodo de recuperación es inferior al periodo de vida útil del proyecto, y si el tiempo es mayor no se lo debe aceptar. A continuación se expone la fórmula para este indicador y el cuadro respectivo.

**CUADRO 93**  
**Periodo de Recuperación de Capital**

INVERSIÓN	FLUJO NETO DE CAJA	F. ACUMULADO
17158,01		
	27528,30	27528,30
	28468,93	55997,23
	29876,98	85874,21
	29049,71	114923,92
	31539,38	146463,30
	33096,50	179559,80
	32191,12	211750,92
	34927,98	246678,90
	36648,33	283327,23
	37451,98	320779,21
		<b>1672883,02</b>

*Fuente:* Cuadro 90.

*Elaborado:* La Autora.

$$\begin{aligned}
 \text{PRC} &= \text{Año anterior a cubrir la inversión} + \frac{\text{Inversión} - \Sigma \text{ Primeros Flujos}}{\text{Flujo del año que supera la Inversión}} \\
 \text{PRC} &= 0 + \frac{17158,01 - 27528,30}{27528,30} \\
 \text{PRC} &= 0 + \frac{- 10370,29}{27528,30} \\
 \text{PRC} &= 0 + 0,3767 \\
 \text{PRC} &= 0,37
 \end{aligned}$$

$$\text{PRC (Años)} = 0,37 = 0 \text{ años.}$$

$$\text{PRC (Meses)} = 0,37 \times 12 = 4,47 = 4 \text{ meses}$$

$$\text{PRC (Días)} = 0,47 \times 30 = 14,1 = 14 \text{ días}$$

El análisis determina que el monto de la inversión inicial del proyecto de USD. 17158,01 se podrá recuperar en un periodo de 4 meses y 14 días.

#### ▪ Tasa Interna de Retorno (TIR)

La Tasa Interna de Retorno toma en consideración el valor del tiempo del dinero y las variaciones de los flujos de caja durante toda la vida útil del proyecto. Se define la TIR como aquella tasa que iguala al valor presente de los flujos de ingresos con la inversión inicial. En el análisis se debe considera lo siguiente: si la TIR es mayor que el costo del capital debe aceptarse el proyecto, si la TIR es igual que el costo del capital es indiferente llevar a cabo el proyecto y si la TIR es menor que el costo del capital debe rechazarse el proyecto.

**CUADRO 94**  
**Tasa Interna de Retorno (TIR)**

PERIODO	FLUJO NETO	ACTUALIZACIÓN			
		FACT. ACTUALIZ.	VAN	FACT. ACTUALIZ.	VAN
		163,00%	MENOR	164,00%	MAYOR
0					
1	27528,30	0,3802281	10467,03	0,3787879	10427,39
2	28468,93	0,1445734	4115,85	0,1434803	4084,73
3	29876,98	0,0549709	1642,36	0,0543486	1623,77
4	29049,71	0,0209015	607,18	0,0205866	598,03
5	31539,38	0,0079473	250,65	0,0077979	245,94
6	33096,50	0,0030218	100,01	0,0029538	97,76
7	32191,12	0,0011490	36,99	0,0011189	36,02
8	34927,98	0,0004369	15,26	0,0004238	14,80
9	36648,33	0,0001661	6,09	0,0001605	5,88
10	37451,98	0,0000632	2,37	0,0000608	2,28
	SUMATORIA		17243,80		17136,60
	INVERSIÓN INICIAL		17158,01		17158,01
	VAN		<b>85,79</b>		<b>-21,41</b>

*Fuente:* Cuadro 90.

*Elaborado:* La Autora.

$$TIR = 163 + 1 \left( \frac{VAN \text{ Menor}}{VAN \text{ Menor} - VAN \text{ Mayor}} \right)$$

$$TIR = 163 + 1 \left( \frac{85,79}{85,79 + 21,41} \right)$$

$$TIR = 163 + 1 \left( \frac{85,79}{107,20} \right)$$

$$TIR = 163 + 1 \left( 0,80 \right)$$

$$TIR = 163,80\%$$

La TIR del proyecto es 163,80%; este porcentaje es mayor a la tasa de oportunidad del mercado (10%), la cual determina la factibilidad del proyecto.

#### ▪ **Análisis 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 evidencian 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 esperan en el futuro. Para las decisiones se debe tomar en cuenta lo siguiente:

- Cuando el coeficiente de sensibilidad es mayor a 1 el proyecto es sensible, los cambios reducen o anulan la rentabilidad.
- Cuando el coeficiente de sensibilidad es menor a 1 el proyecto no es sensible, los cambios no afectan la rentabilidad.
- Cuando el coeficiente de sensibilidad es igual a 1 no hay efectos sobre el proyecto.



**CUADRO 95**  
**Análisis de Sensibilidad con el Incremento del 36,30% en los Costos**

PERIODO	COSTO	COSTO TOTAL	INGRESO	ACTUALIZACIÓN				
	TOTAL	INCREMENTADO	TOTAL	FLUJO	FACT. ACTUALIZ.	VAN	FACT. ACTUALIZ.	VAN
	ORIGINAL	36,30%	ORIGINAL	NETO	62,00%	MENOR	63,00%	MAYOR
0								
1	87.244,30	118913,98	129.121,56	10207,58	0,61728395	6300,97	0,613496933	6262,32
2	90.194,75	122935,44	133.488,23	10552,79	0,38103948	4021,03	0,376378486	3971,84
3	93.246,53	127095,02	138.004,86	10909,84	0,23520955	2566,10	0,230907047	2519,16
4	96.432,42	131437,39	142.719,98	11282,59	0,14519108	1638,13	0,141660765	1598,30
5	99.731,05	135933,42	147.601,96	11668,54	0,08962412	1045,78	0,086908445	1014,09
6	103.110,38	140539,45	152.603,36	12063,91	0,05532353	667,42	0,053318064	643,22
7	106.637,57	145347,01	157.823,61	12476,60	0,03415033	426,08	0,032710469	408,12
8	110.251,32	150272,55	163.171,96	12899,41	0,02108045	271,93	0,020067772	258,86
9	113.987,91	155365,52	168.702,11	13336,59	0,01301262	173,54	0,012311517	164,19
10	117.886,94	160679,90	174.472,67	13792,77	0,00803248	110,79	0,007553078	104,18
				<b>SUMATORIAS</b>		<b>17221,77</b>		<b>16944,29</b>
				<b>INVERSIÓN INICIAL</b>		<b>17158,01</b>		<b>17158,01</b>
				<b>VAN</b>		<b>63,76</b>		<b>-213,72</b>

*Fuente:* Cuadro 90.

*Elaborado:* La Autora.

$$NTIR = 62 + 1 \left( \frac{VAN Menor}{VAN Menor - VAN Mayor} \right)$$

$$NTIR = 62 + 1 \left( \frac{63,76}{63,76 + 213,72} \right)$$

$$NTIR = 62 + 1 (0,229782326)$$

$$NTIR = 62,23 \%$$

**TIR (Proyecto) = 163,80%**

**1) DIFERENCIA DE TIR**

**2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN**

**3) SENSIBILIDAD**

**DIF. TIR. = TIR - NUEVA TIR**

**% VAR. = (DIF. TIR ÷ TIR PROY)\*100**

**Sensibilidad = %VAR ÷ N TIR**

**DIF. TIR. = (163,80 - 62,23)%**

**% VAR. = (101,57% ÷ 163,80%)\*100**

**Sensibilidad = 62,00% ÷ 62,23%**

**DIF. TIR. = 101,57%**

**% VAR. = 62,00%**

**Sensibilidad = 1**

**Análisis e Interpretación con un incremento en los costos del 36,30%:**

Se determinó que el porcentaje máximo en el incremento de los costos que podrá soportar la empresa productora de ropa deportiva en la ciudad de Alamor, para obtener flujos netos positivos es del 36,30%, en los costos.

**CUADRO 96**  
**Análisis de Sensibilidad con la Disminución del 24,50% en los Ingresos**

PERIODO	INGRESO	INGRESO	COSTO	ACTUALIZACIÓN				
	TOTAL	DECREMENTADO	TOTAL	FLUJO	FACT. ACTUALIZ.	VAN	FACT. ACTUALIZ.	VAN
	ORIGINAL	24,50%	ORIGINAL	NETO	62,00%	MENOR	63,00%	MAYOR
0								
1	129121,56	97486,78	87244,30	10242,48	0,61728395	6322,52	0,613496933	6283,73
2	133488,23	100783,61	90194,75	10588,86	0,38103948	4034,78	0,376378486	3985,42
3	138004,86	104193,67	93246,53	10947,14	0,23520955	2574,87	0,230907047	2527,77
4	142719,98	107753,58	96432,42	11321,16	0,14519108	1643,73	0,141660765	1603,76
5	147601,96	111439,48	99731,05	11708,43	0,08962412	1049,36	0,086908445	1017,56
6	152603,36	115215,54	103110,38	12105,16	0,05532353	669,70	0,053318064	645,42
7	157823,61	119156,83	106637,57	12519,26	0,03415033	427,54	0,032710469	409,51
8	163171,96	123194,83	110251,32	12943,51	0,02108045	272,86	0,020067772	259,75
9	168702,11	127370,09	113987,91	13382,18	0,01301262	174,14	0,012311517	164,75
10	174472,67	131726,87	117886,94	13839,93	0,00803248	111,17	0,007553078	104,53
				<b>SUMATORIAS</b>		<b>17280,65</b>		<b>17002,22</b>
				<b>INVERSIÓN INICIAL</b>		<b>17158,01</b>		<b>17158,01</b>
				<b>VAN</b>		<b>122,64</b>		<b>-155,79</b>

*Fuente: Cuadro 90.*

*Elaborado: La Autora.*

$$NTIR = T_m + Dt \left( \frac{VAN_{Menor}}{VAN_{Menor} - VAN_{Mayor}} \right)$$

$$NTIR = 62 + 1 \left( \frac{122,64}{122,64 + 155,69} \right)$$

$$NTIR = 62 + 1 \quad ( 0,4406 )$$

$$NTIR = 62 + 0,44$$

$$NTIR = 62,44\%$$

**TIR (Proyecto) = 163,80%**

**1) DIFERENCIA DE TIR**

**2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN**

**3) SENSIBILIDAD**

**DIF. TIR. = TIR PROY - NUEVA TIR**

**% VAR. = (DIF. TIR ÷ TIR PROY) \* 100**

**Sensibilidad = %VAR ÷ N TIR**

**DIF. TIR. = (163,80 - 62,44)%**

**% VAR. = (101,36% ÷ 163,80%) \* 100**

**Sensibilidad = 61,88% ÷ 62,44%**

**DIF. TIR. = 101,36%**

**% VAR. = 61,88%**

**Sensibilidad = 1**

**Análisis e Interpretación:**

Aplicadas las respectivas formulas, se confirmó que el proyecto puede soportar un 36,30% de incremento en los costos, este porcentaje es el límite que soportaría el proyecto cuando sufra un incremento en los costos, y soportaría un 24,50% de disminución en los ingresos, es decir, este porcentaje es el límite que soportaría si por alguna circunstancia baja la venta del producto, por lo tanto si se sobrepasa los porcentajes encontrados,

el proyecto se afecta financieramente; entonces se confirma que el proyecto es viable ya que soporta variaciones en los diferentes factores externos de tipo económico que puedan causar turbulencia en la gestión de la empresa productora de ropa deportiva.

## **h. CONCLUSIONES**

De los resultados de todos los estudios que comprenden el proyecto de factibilidad se determinan las siguientes conclusiones:

- El Estudio de Mercado reveló que la demanda potencial para el primer año es de 16622; la demanda real 16456; la demanda efectiva 16456 y la demanda esperada de 15139 ternos de ropa deportiva. La Oferta anual de trajes deportivos es de 3612. Y la demanda insatisfecha anual que no está cubierta por la competencia es de 11527.
  
- El Estudio Técnico determinó que el tamaño del proyecto contará con una capacidad instalada para confeccionar 3840 trajes deportivos, y con una capacidad utilizada de 3072, para lo cual se tiene previsto contar con el recurso humano, el equipo, las herramientas y se prevé laborar jornadas 8 horas diarias; el lugar más adecuado para que se implemente la empresa es las calles Amazonas y Quito, por cuanto el sector cumple con los requerimientos necesarios para su implementación, específicamente en lo referente a todos los factores de localización referente a acceso al cliente, disponibilidad de materia prima, mano de obra, transporte urbano, parqueo disponible, servicios básicos, costos de arriendos, estado de vías e infraestructura.

- El Estudio Organizacional estableció que el proyecto contará con tres propietarios, Así mismo se diseñó tres tipos de organigramas: Estructural, Funcional y Posicional, y se planteó los respectivos manuales de funciones para cada uno de los cargos de la empresa.
  
- En el Estudio Financiero se estableció que la inversión inicial del proyecto es de USD. 17.158,01 de los cuales el 53,37% correspondientes a USD. 9.158,01 será el capital social, y el 46,63% restante, correspondiente a USD. 8.000,00 será financiado a través de un crédito a través del Banco Nacional del Fomento con el 10% de interés. El Estado de Pérdidas y Ganancias es positivo para los 10 años, tiempo de vida del proyecto; en el año base se confirma una utilidad líquida de USD. 24.988,16.
  
- Y la Evaluación Financiera determinó que el VAN es de 172583,90; la TIR es del 163,80%, en la Relación Costo Beneficio se determinó que por cada dólar invertido se obtendrá USD. 0,48 centavos de utilidad; la inversión inicial del proyecto se recuperará en el lapso de 4 meses y 14 días; de igual forma en el Análisis de Sensibilidad se demostró que el proyecto puede soportar un incremento del 36,30% de incremento en sus costos, y un 24,50% de disminución en sus ingresos para no obtener flujos netos negativos.

- De los resultados obtenidos en todas las etapas del estudio de factibilidad, se concluye que es factible la implementación de una empresa de confección de trajes deportivos en la ciudad de Alamor, cantón Puyango, Provincia de Loja.



## **i. RECOMENDACIONES**

De los resultados obtenidos en el presente trabajo investigativo me permito efectuar las siguientes recomendaciones:

- De la demanda insatisfecha existente evidencia una considerable oportunidad de inversión para implementar una empresa de confección de trajes de ropa deportiva en la ciudad de Alamor, cantón Puyango, considerando que la inversión inicial es relativamente pequeña y la rentabilidad es alta, además la puesta en marcha del negocio contribuirá al desarrollo social y económico de la región.
- Considerando que la inversión es mínima, y de las facilidades de crédito de las instituciones como el Banco Nacional de Fomento brinda, los artesanos deberían acoger el presente proyecto e iniciar con el emprendimiento, para beneficio individual y colectivo en la ciudad de Alamor, para satisfacer sus necesidades en cuanto a la producción de trajes deportivos.
- Que las instituciones de educación superior y organizaciones crediticias gubernamentales, continúen en el camino de la investigación y desarrollo, apoyando y motivando este tipo de trabajos investigativos, que incentivan a los artesanos, en suma de mejorar las condiciones socioeconómicas de los ciudadanos en general de la ciudad de Alamor, cantón Puyango, Provincia de Loja.

## j. BIBLIOGRAFÍA

- VINIEGRA Sergio, “Entendiendo el Plan de Negocios”, Argentina 2007
- UNL, “Administración de Empresas Modulo IX”, Loja 2014
- FERNÁNDEZ, G. (2010). *Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión*. México: Editorial Instituto Politécnico Nacional.
- BACA, Urbina G. (2009).*Evaluación de Proyectos*. Mc Graw Hill. 4ta. Edición. México.
- CANELOS, Ramiro. (2011). *Formulación y Evaluación de un Plan de Negocio*. Quito, Ecuador: Edición Universidad Internacional.
- HERNÁNDEZ OROZCO, Carlos. Análisis Administrativo. Primera Edición. Editorial EUNED, Costa Rica, 2011. Pág. 87.
- UNL. (Ed). (2010)*Modulo IX, Elaboración y Evaluación de Proyectos*. Loja, Ecuador: Editorial Universitaria.
- GARCÍA, A. HERRERA, S. VÁZQUEZ, D. (2010) *Evaluación Integral de Proyectos de Inversión*. Veracruz, México.
- ROSEMBERG, J.M. (2012). *Diccionario de Administración y Finanzas*. Barcelona, España.: Edit. Océano.
- BACA, Urbina G. (2009).*Evaluación de Proyectos*. Mc Graw Hill. 4ta. Edición. México.
- CANELOS, Ramiro. (2011). *Formulación y Evaluación de un Plan de Negocio*. Quito, Ecuador: Edición Universidad Internacional.
- GITMAN. J, (2010). *Fundamentos de Administración Financiera*. España: Editorial Limusa. S.A.
- CONFECCIÓN DE TRAJES MATERNOS, Revista; 2014.
- [www.saludalia.com](http://www.saludalia.com) › Ejercicio físico.

## **k. ANEXOS**

### **ANEXO No. 1.**

#### **FICHA DE RESUMEN DEL PROYECTO DE TESIS**

**TEMA: “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONFECCIÓN DE UNIFORMES DEPORTIVOS Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE ALAMOR”**

#### **PROBLEMÁTICA:**

La confección textil en el Ecuador a partir del año 2012 sufrió un crecimiento notable en su producción, esta fue apoyada por políticas públicas definidas desde el Gobierno Nacional en las que se determinaron la subida de aranceles (impuestos) a la entrada de mercadería extranjera la cuál provenía especialmente de otros países como la China, Perú, Colombia, y Panamá; esto permitió que se aumentara la oferta de trabajo para los ecuatorianos así como también la renovación tecnológica y de calidad de los procesos implementados para la fabricación de prendas de vestir confeccionadas en nuestro país.

Pese al apoyo recibido desde los entes gubernamentales en los dos últimos años el sector de la confección textil nacional se ha visto afectada notablemente por la entrada de productos confeccionados, provenientes de otros países las cuáles se ofertan a precios sumamente bajos que van desde cuatro a ocho dólares la prenda de vestir, lo que ha afectado a los

productores nacionales ya que los precios de costo nacionales están por encima del precio de venta al público de la mercadería china por ejemplo.”<sup>18</sup>

Refiriéndome a la mercadería china debo manifestar que la materia prima que componen las prendas de vestir es de mala calidad ya que según información recibida de la asociación de Confeccionistas Textiles ACONTEX, las prendas de vestir chinas que se expenden en nuestro país tienen un tiempo de vida de seis meses por la mala calidad de las mismas, teniendo como resultado la queja permanente de los consumidores. Entre las prendas de vestir más afectadas por la importación de productos extranjeros se pueden citar las prendas deportivas.

En la ciudad de Alamor el sector de confección textil se ha visto notablemente afectada por la venta de prendas de vestir cuyo origen son de otros cantones de la provincia y especialmente del Perú desde donde se trae todo tipo de prendas de especialmente deportivas

En la ciudad de Alamor existen alrededor de 4015 estudiantes de todas las edades, especialmente de escuelas y colegios, que año a año están participando en eventos deportivos. Esto ayudado a los 8 clubes deportivos y culturales bordean alrededor de 5000 potenciales usuarios de ropa deportiva que constituye un sector empresarial con notable demanda y sin explotar.

Una forma bajo la cual se puede evidenciar lo antes mencionado es el alto índice de prendas de vestir peruanas y colombianas en los almacenes y

---

<sup>18</sup> Memoria del II Foro Nacional de Microempresarios de la Confección Textil Ecuador - 2013

puestos ubicados en las plazas y mercados de nuestra ciudad especialmente uniformes deportivos.

Bajo este contexto un alto porcentaje de los productos que tienen que ver con la vestimenta de las personas especialmente en lo que se refiere a los uniformes deportivos que se expenden en la ciudad de Alamor son de origen peruano y colombiano de mala calidad ya que la materia prima de las mismas son 80% fibras sintética, es decir de poliéster, y que debido a la inexistencia de empresas locales de confección textil especialmente de confección de uniformes deportivos, los usuarios muestran su descontento por tal situación, ya que por ejemplo estas prendas de vestir extranjeras tienen poco tiempo de duración y además causan en algunos casos ciertas infecciones dermatológicas debido al alto calor que producen cuando entran en contacto con la luz solar y la piel.

Ante la realidad contextualizada anteriormente, se hace necesaria la implementación de una empresa de confección de ropa deportiva que permita a los usuarios directos disponer de una prenda de vestir a precios accesibles y sobre todo confeccionados en nuestra ciudad y con mano de obra local.

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo General**

Determinar la factibilidad para la creación de una empresa de confección de ropa deportiva y su comercialización en la ciudad de Alamor.

### **Objetivos Específicos**

- Elaborar el estudio de mercado para conocer una serie de elementos que brinda este procedimiento como son la Demanda Potencial, Demanda Real, Demanda Efectiva la Oferta y la Demanda Insatisfecha.
- Determinar el estudio técnico para definir el tamaño, localización, y la ingeniería del proyecto.
- Elaborar el estudio administrativo para determinar el tipo de organización más conveniente para la empresa.
- Realizar el estudio financiero que nos permita determinar las inversiones en activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo, así como los costos de producción, determinar las posibles fuentes de financiamiento y elaborar los estados financieros proforma.
- Realizar la evaluación financiera del proyecto utilizando indicadores como el Valor actual neto, la Tasa Interna de Retorno, la Relación Costo – Beneficio, el periodo de recuperación de capital y Análisis de Sensibilidad, con la finalidad de determinar la factibilidad de implementación del mismo.

## **METODOLOGÍA**

La metodología es el instrumento que enlaza el sujeto con el objeto de la investigación, Sin la metodología es casi imposible llegar a la lógica que conduce al conocimiento científico.

### **MÉTODOS:**

**Método Deductivo:** El método deductivo es un método científico que considera que la conclusión se halla implícita dentro las premisas. Esto quiere decir que las conclusiones son una consecuencia necesaria de las premisas: cuando las premisas resultan verdaderas y el razonamiento deductivo tiene validez, no hay forma de que la conclusión no sea verdadera.

Este método servirá de guía para la realización de una investigación científica, permitiendo la descripción o suposición de una generalidad para sacar de ella una consecuencia, el mismo nos ayudará a comprobar los objetivos planteados en el proyecto, para instalar una microempresa de confección de ropa deportiva en la ciudad de Alamor, considerando la demanda, materia prima y mano de obra existente, lo que asegurará rendimientos económicos aceptables y una oportunidad para generar fuentes de trabajo.

**Método Inductivo:** es aquel método científico que alcanza conclusiones generales partiendo de afirmaciones o antecedentes en particular. Este método será utilizado en la segmentación de mercado.

**Método Estadístico:** Este método se utilizará para definir los diferentes indicadores cuantitativos que permitirán determinar la viabilidad del proyecto como por ejemplo: la tabulación de resultados de la encuesta y entrevista aplicadas, resultados que nos servirá para determinar la demanda real, demanda efectiva, oferta actual y demanda insatisfecha con sus respectivas proyecciones a diez años.

Este método también se utilizará en la determinación de los indicadores del Estudio Financiero como por ejemplo determinación de presupuesto, determinación de costos y definición de la evaluación financiera.

**Método Descriptivo:**

Este método se utilizará para observar los hechos que se producirán alrededor del trabajo de investigación como por ejemplo la determinación de la demanda real y efectiva.

• **Técnicas:**

**Encuestas.-** Las encuestas son técnicas de recolección de información que consisten en un cuestionario para recolectar información de un gran número de personas.

Esta técnica se aplicará para la recolección de información en campo, la misma que se aplicará a las familias de la ciudad de Alamor, por cuanto el producto ropa deportiva aunque es de uso personal pero la decisión de compra es estrictamente familiar. Los jefes de familia disponen de los recursos para adquirir prendas de vestir para los integrantes del hogar, sean estos para uso escolar, diario, o deportivo.



**Observación:** La observación consiste en una técnica de recolección de información que consiste en determinar los factores a observar de una realidad que se desea explicar. Se debe preparar una ficha de observación con ítems preestablecidos. Esta técnica se aplicará para observar atentamente las acciones, hechos o casos, tomar información y registrarla para su posterior análisis.

- **Muestreo:**

**Población Futura:**

Según los resultados del Censo de Población y Vivienda realizado en el año 2010, la ciudad de Alamor tenía 15513 habitantes; aplicando la fórmula de proyección futura, teniendo en cuenta que la tasa de crecimiento poblacional anual de la provincia es de 1,39%<sup>19</sup>, tenemos el siguiente resultado:

Fórmula de Proyección Futura:

$$Pf = Pa (1+i)^n$$

$$Pf = 15513 (1+0,0139)^5$$

$$Pf = 15513 (1,0139)^5$$

$$Pf = 15513 (1.071459)$$

$$Pf = 16622 \text{ habitantes para el año 2015}$$

En Donde:

Pf=Población futura

Pa=Población actual

i= Tasa de crecimiento

n= número de años

Según datos del INEC el promedio de miembros de un núcleo familiar es de 4 miembros, por lo que dividiendo 16622 habitantes que tenemos en el año 2015 para 4 (miembros promedio por núcleo familiar) tenemos como

<sup>19</sup> Información Obtenida del INEC Censo 2010

resultado que existen en la ciudad de Alamor 4155 familias, dato con el cual se procederá a la aplicación de la fórmula de muestreo.

➤ **Cálculo del Muestreo:**

La fórmula que se aplicará será la siguiente:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{4155}{1 + 4155(0,05)^2}$$

$$n = \frac{4155}{1 + 10.3875}$$

$$n = \frac{4155}{11.3875}$$

$$n = 364.87$$

**Distribución Muestral:**

Para efectos de garantizar que los resultados de la muestra tomada de las familias se procede a realizar la distribución muestral con el fin de aplicar el número de encuestas proporcional al número de habitantes.

Cuadro N° 1

PARROQUIA	POBLACIÓN	PORCENTAJE POBLACIÓN	NÚMERO ENCUESTAS APLICAR
ALAMOR	8296	53.48%	195
CIANO	1426	9.19%	34
EL ARENAL	981	6.32%	23
EL LIMO	2370	15.28%	56
MERCADILLO	1174	7.57%	28
VICENTINO	1266	8.16%	30
<b>TOTAL</b>	<b>15513</b>	<b>100%</b>	<b>365</b>

Fuente: INEC Censo de población y vivienda 2010  
 Elaboración: La Autora

## ANEXO No. 2.



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

***ENCUESTA APLICADA A LOS POBLADORES DE LA CIUDAD DE  
 ALAMOR, A FIN DE DETERMINAR LA DEMANDA DE ROPA  
 DEPORTIVA.***

1. Indique su nivel de ingresos promedio mensual?, Marque con una (x) la respuesta que crea conveniente.

De \$1,00 a \$400	De \$401 a \$600	De \$601 a \$800	De \$801 a \$1000	De \$1001 a \$1200
----------------------	---------------------	---------------------	----------------------	-----------------------

2. ¿Conoce si existe una fábrica que confeccione ropa deportiva en la ciudad de Alamor?, Marque con una (x) la respuesta que crea conveniente.

SI		NO	
----	--	----	--

3. ¿En alguna ocasión ha comprado ropa deportiva para usted y su familia?, Marque con una (x) la respuesta que crea conveniente.

SI		NO	
----	--	----	--

4. ¿Con que frecuencia compra ropa deportiva para usted y su familia?, Marque con una (x) la respuesta que crea conveniente.

SEMESTRAL		ANUAL		CADA DOS AÑOS	
-----------	--	-------	--	---------------	--

5. ¿Cuál es el precio promedio que ha pagado usted por un terno de ropa deportiva externo (chompa y pantalón)?, Marque con una (x) la respuesta que crea conveniente.

De \$10 a \$20	De \$21 a \$30	De \$31 a \$40	De \$41 a \$50	De \$51 en adelante
-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	------------------------

6. ¿Cuál es el precio promedio que ha pagado usted por un terno de ropa deportiva interna (camiseta y short)?, Marque con una (x) la respuesta que crea conveniente.

De \$5 a		De \$11 a		De \$21 a		De \$26 en	
----------	--	-----------	--	-----------	--	------------	--

\$10	\$20	\$25	Adelante
------	------	------	----------

7. **¿Cuál es el precio que ha pagado por un par de polines deportivos?**, Marque con una (x) la respuesta que crea conveniente.

\$1,00	\$2,00	\$3,00 en adelante
--------	--------	--------------------

8. **¿Qué opinión tiene sobre la calidad de la ropa deportiva que ha adquirido?**, Marque con una (x) la respuesta que crea conveniente.

Excelente	Buena	Regular	Mala
-----------	-------	---------	------

9. **¿Señale cuál es el aspecto que más le interesa al momento de adquirir la ropa deportiva?**, Marque con una (x) la respuesta que crea conveniente.

Marca	Calidad del Producto	Modelos	Acabados	Precio	Imagen
-------	----------------------	---------	----------	--------	--------

10. **¿Dónde adquiere la ropa deportiva para usted y su familia?**, Marque con una (x) la respuesta que usted estime conveniente

Boutiques	Mercados	Tiendas de Ropa	Bahías	Ropa por Catálogo	Compras por Internet	Fábrica de ropa deportiva
-----------	----------	-----------------	--------	-------------------	----------------------	---------------------------

11. **¿Si se implementara una fábrica de ropa deportiva en la ciudad de Alamor, compraría usted los productos?** Marque con una (x) la respuesta que usted estime conveniente

SI	NO
----	----

12. **¿En qué lugar de la ciudad de Alamor, prefiere que se implemente la fábrica de ropa deportiva?**, Marque con una (x) la respuesta que estime conveniente

Fuera de la ciudad	Centro de la ciudad
--------------------	---------------------

13. **¿Cuánto estaría usted dispuesto a gastar anualmente por la compra de ropa deportiva?**, Marque con una (x) la respuesta que estime conveniente

De \$10 a \$20	De \$21 a \$30	De \$31 a \$40	De \$41 a \$50	De \$51 a \$60	De 61 en adelante
----------------	----------------	----------------	----------------	----------------	-------------------

14. **¿Cuántos ternos de ropa deportiva estaría usted dispuesto a comprar anualmente?**, Marque con una (x) la respuesta que estime conveniente

1	2	3	4	5	De 6 en adelante
---	---	---	---	---	------------------

15. **¿De los medios de TV locales cual prefiere usted?**, Marque con una (x) la respuesta que estime conveniente

Tv. Sur	Ecotel Tv.	Uv. Televisión
---------	------------	----------------

16. **¿De los medios radiales de la localidad cual prefiere usted?**, Marque con una (x) la respuesta que estime conveniente

Integración 103,3	Mega satelital 91,3	Dinamik 99,7	
-------------------	---------------------	--------------	--

**17. ¿De la prensa escrita de la localidad cual prefiere usted?, Marque con una (x) la respuesta que estime conveniente**

La Hora	Crónica de la Tarde	Opinión del Sur	
---------	---------------------	-----------------	--

**18. ¿En que horarios usualmente usted accede a los medios de comunicación?, Marque con una (x) la respuesta que estime conveniente**

07h00 – 12h00	13h00 – 18h00	19h00 en adelante	
---------------	---------------	-------------------	--

**Gracias por su colaboración**

## ANEXO No. 3



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

***ENCUESTA APLICADA A LOS GERENTES O PROPIETARIOS DE  
 LAS EMPRESAS QUE SE DEDICAN A CONFECCIONAR ROPA  
 DEPORTIVA EN LA CIUDAD DE ALAMOR.***

1. En su empresa confeccionan ropa deportiva para la venta y comercialización en la ciudad de Alamor?

*Marque con una (x) la respuesta que estime conveniente*

SI		NO	
----	--	----	--

2. ¿Cuántos ternos externos deportivos (chompa y pantalón) e internos (camiseta y short) confecciona y vende su empresa mensualmente?

*Marque con una (x) la respuesta que estime conveniente*

De 0 a 50	De 51 a 100	De 101 a 200	De 201 a 300	Más de 300	
-----------	-------------	--------------	--------------	------------	--

3. ¿Qué tiempo tiene de funcionamiento su empresa de confección de ropa deportiva de la ciudad de Alamor? *Marque con una (x) la respuesta que estime conveniente*

De 1 a 3 años	De 3 a 6 años	De 6 años en adelante	
---------------	---------------	-----------------------	--

4. ¿Cuál es la cantidad de personal con el que cuenta su empresa entre el personal administrativo y operativo? *Marque con una (x) la respuesta que estime conveniente*

De 1 a 5 empleados	De 6 a 8 empleados	De 8 a 15 empleados	
--------------------	--------------------	---------------------	--

5. ¿Cuál es el precio que usted cobra por cada traje deportivo externo (chompa y pantalón) Talla 36, en su empresa? *Marque con una (x) la respuesta que estime conveniente*

De 10 a 20 USD	De 21 a 25 USD	De 26 a 35 USD	De 36 a 45 USD	
----------------	----------------	----------------	----------------	--

6. **¿Cuál es el precio que usted cobra por cada traje deportivo interno (camiseta y short) Talla 36, en su empresa? Marque con una (x) la respuesta que estime conveniente**

De 0 a 10 USD	De 11 a 20 USD	De 21 a 25 USD	De 26 USD en adelante
---------------	----------------	----------------	-----------------------

7. **¿Qué medio publicitario utiliza su empresa? Marque con una (x) la respuesta que estime conveniente**

Televisión	Radio	Prensa escrita	Trípticos	Vallas publicitarias	Internet
------------	-------	----------------	-----------	----------------------	----------

8. **¿En qué horarios su empresa contrata la publicidad en los medios de comunicación? Marque con una (x) la respuesta que estime conveniente**

De 07H00 A 12H00	De 13H00 A 18H00	De 19H00 en adelante
------------------	------------------	----------------------

**Gracias por su colaboración**



# ÍNDICE

PORTADA .....	i
CERTIFICACIÓN .....	ii
AUTORÍA .....	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN .....	iv
DEDICATORIA .....	v
AGRADECIMIENTO .....	vi
a. TÍTULO .....	1
b. RESUMEN .....	2
ABSTRACT .....	5
c. INTRODUCCIÓN .....	8
d. REVISIÓN DE LITERATURA .....	11
e. MATERIALES Y MÉTODOS .....	36
f. RESULTADOS .....	42
g. DISCUSIÓN .....	69
h. CONCLUSIONES .....	184
i. RECOMENDACIONES .....	187
j. BIBLIOGRAFÍA .....	188
k. ANEXOS .....	189
INDICE .....	203