



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

AREA JURÍDICA SOCIAL, Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TITULO:

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA UNIDAD DESTINADA A LA CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA DEPORTIVA PARA LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA”

Tesis previa la obtención del Grado de Ingenierías Comerciales.

AUTORAS:

Marlene Alexandra Quizhpe Alulima.
Rita Lorena Rodríguez León

DIRECTOR DE TESIS:

Lic. Diego Falconi

LOJA – ECUADOR
2011

CERTIFICACIÓN

Lic. Diego Falconi

DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Certifica:

Que el presente trabajo investigativo denominado “**PLAN DE NEGOCIO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA UNIDAD DESTINADA A LA CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA DEPORTIVA EN LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**”, ejecutada por las señoritas; Rita Lorena Rodríguez León y Marlene Alexandra Quizhpe Alulima, ha sido revisada y dirigida durante el desarrollo de la misma, por lo cual autorizo su presentación para los fines pertinentes.

.....

Lic. Diego Falconi
DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Marlene Alexandra Quizhpe Alulima y Rita Lorena Rodríguez León, egresadas de la Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja, bajo juramento declaramos que los contenidos, criterios y conclusiones vertidos en el presente trabajo investigativo, son de nuestra total autoría resultado exclusivo de nuestro esfuerzo y dedicación. Por lo tanto nos responsabilizamos de las consecuencias legales, en caso de existir plagio parcial o total.

Loja, Junio del 2011

.....
Marlene Alexandra Quizhpe A

.....
Rita Lorena Rodríguez L

AGRADECIMIENTO

Nuestro agradecimiento es para los docentes que con su sabiduría nos supieron guiar por el camino del conocimiento y lograr nuestra meta. En especial al Lic. Diego Falconi por el apoyo desinteresado a lo largo de la realización de la presente tesis, a la Universidad Nacional de Loja, por haber permitido prepararnos en las aulas, a las autoridades de la carrera de Administración de Empresas quienes estuvieron siempre dispuestos a ayudarnos, al Lic. Eduardo Bravo Coordinador del Nivel Técnico Artesanal por permitirnos realizar este proyecto que brindará un servicio a toda la Comunidad Universitaria, y así mismo poner en práctica nuestros conocimientos teórico-prácticos.

Las Autoras

DEDICATORIA

El presente proyecto de tesis lo dedico a Dios por ser mi guía en cada paso que doy, a mis padres, hermanos que con sus consejos y apoyo son un pilar fundamental en mi vida, a mi hija y esposo por toda su comprensión, amor y ayuda en mi formación profesional.

RITA LORENA RODRÍGUEZ LEÓN

El presente trabajo se lo dedico con todo cariño y amor a Dios, que es el ser que guía y alumbra mi camino, a mis padres que son el pilar fundamental de apoyo para alcanzar mis objetivos y a mi familia que con sus consejos me han guiado por el camino correcto.

MARLENE ALEXANDRA QUIZHPE ALULIMA

a. TITULO

a. TITULO

**“PLAN DE NEGOCIO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA UNIDAD
DESTINADA A LA CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA
DEPORTIVA PARA LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA”**

b. RESUMEN

b. RESUMEN

El presente Plan de negocio para la implementación de una unidad destinada a la confección y comercialización de ropa deportiva en la Universidad Nacional de Loja, con el objetivo de ofrecer a la comunidad universitaria un producto de calidad, mejor atención y sobre todo a sus gustos y preferencias. Además la Universidad cuenta con ingresos que irán en beneficio de la misma.

Con respecto a la metodología utilizamos diferentes conocimientos y técnicas que son herramientas que contribuyeron en el desarrollo del presente proyecto.

En el Estudio de Mercado tomamos datos de estudiantes, docentes, administrativos y trabajadores obtenidos en administración central, que nos da a conocer que la universidad cuenta con un total de 13051 personas, mediante la aplicación del muestreo estadístico obtuvimos una muestra de 373 encuestas las cuales las dividimos de la siguiente manera: estudiantes 353, docentes 24, administrativos 17 y trabajadores 4. También realizamos encuestas a los deportivos de la ciudad de Loja el cual dio un total de 22 encuestas.

En el Estudio Técnico se determinó el tamaño y la localización de la planta en el cual tenemos la capacidad instalada que es de 28488 y la capacidad utilizada que es de 24214, también la distribución física de la empresa y el respectivo proceso productivo de confección de ropa deportiva, y detallamos la maquinaria y materia prima necesarias para la fabricación de la misma.

En lo que respecta al Estudio Organizacional, "UNL SPORT" se ha conformado como una Unidad de Producción, detallando los organigramas como son: estructural en el cual contamos con 1 gerente, 1 secretaria-contadora, 1 jefe de producción, 1 jefe de ventas y 3 operarios, el organigrama estructural, funcional y el posicional; también se realizó un Manual de funciones para un mejor desarrollo de la empresa.

Y finalmente realizamos el Estudio Financiero, mismo que permitió conocer la rentabilidad y solvencia financiera para el desarrollo del proyecto, donde se determinó que "UNL SPORT" si es factible de acuerdo a los índices de evaluación financiera realizados, dentro de los cuales tenemos: Valor Actual Neto que nos dio un valor de 190.549,72 Tasa Interna de Retorno del 97%, Relación Beneficio-Costo nos dio un resultado de que por cada \$1,00 invertido tendremos una rentabilidad de 0,34 ctvs. De dólar, Periodo de Recuperación de Capital es en 1 año, 7 meses 11 días y el Análisis de Sensibilidad con un incremento del 23,7% en los costos, y una disminución de 16,6% en los ingresos lo que contribuirá al incremento de fuentes de trabajo y al desarrollo socio económico a la Universidad Nacional de Loja.

Luego de haber realizado todos los estudios se pudo llegar a determinar conclusiones y recomendaciones para el buen funcionamiento de la misma.

b.1 SUMMARY

This business plan for the implementation of a unit intended for the manufacture and marketing of sportswear at the Universidad Nacional de Loja, to provide the university community a quality product, better service and especially to your tastes and preferences. In addition the University has revenues that will benefit from it.

With regard to the methodology used different methods and techniques are tools that contributed to the development of this project.

To make the Market Study we rely on statistical data of students, teachers, administrators and workers obtained in central administration, which shows that the university has a total of 13051 people through the application of statistical sampling obtained a sample of 373 surveys, the which were categorized as follows: 353 students, 24 teachers, administrative workers 17 and 4.

In the Technical Study was determined the size and location of the plant in which we have installed capacity is 28488 and capacity utilization for 24214 is also the physical layout of the company and the respective production process of making clothes sports, and outline the necessary machinery and raw materials for manufacturing the same.

In regard to organizational studies, "UNL SPORT" has taken shape as a production unit, such as organizational charts detailing: structure in which we have a manager, a secretary, a production manager and three workers, the

functional organization and also made an operating manual for a better development of the company.

And finally make the financial study also yielded information on the profitability and financial solvency for the development of our project, where it was determined that "UNL SPORT" if it is feasible according to the financial assessment carried out rates, among which are: Net Present Value gave us a value of 190.549,72 Internal Rate of Return of 97%, benefit-cost ratio gave us a result that for every \$ 1.00 invested will have a yield of 0.34 cents. Dollar, Capital Recovery Period is 1 year, 7 months 11 days and Sensitivity Analysis with a 23,7% increase in costs, and a 16,6% decline in revenue which will contribute to increased sources of employment and socio-economic development at the National University and the city of Loja. After completing all the studies could be reached certain conclusions and recommendations for the proper functioning thereof.

C. INTRODUCCIÓN

c. INTRODUCCIÓN

Este proyecto fue realizado en vista de que la comunidad universitaria no cuenta con una unidad de confección y comercialización de ropa deportiva propia, el propósito del mismo es facilitar a los estudiantes, docentes, administrativos y trabajadores la obtención de ropa deportiva de calidad y a sus gustos y preferencias.

La Universidad Nacional de Loja a través del modelo de enseñanza aprendizaje SAMOT, tiene como fundamento la investigación y vinculación con la sociedad, es así que el tema de investigación está orientado a la Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión, mismo que tiene como título: **“PLAN DE NEGOCIO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA UNIDAD DESTINADA A LA CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA DEPORTIVA PARA LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA”**

En este sentido analizando el medio encontramos que la ropa deportiva es parte de la vestimenta de la persona considerada cómoda y utilizada para hacer deporte, es por ello que buscamos confeccionar prendas deportivas (camiseta, pantaloneta, calentador, chompa y polines) utilizando materia prima de calidad y diseños exclusivos a gusto del cliente, todo esto con el objetivo de dar un excelente servicio. Para ello se procedió a realizar las encuestas en todas las Áreas de la Universidad Nacional de Loja, divididas de tal manera que el proyecto sea conocido por todos los que integran esta prestigiosa institución educativa. Se hizo la división en donde se explica cuántas encuestas se aplicó en cada Área, y cuantas corresponden a los

sectores: Estudiantes, Docentes, Administrativos y Trabajadores. Para tomar en cuenta la oferta también se realizó encuestas a los deportivos de la ciudad de Loja.

Estudio de Mercado sirvió para conocer la situación actual en la que se encuentra la empresa, también ayudó a determinar que en la Universidad Nacional de Loja existe una demanda efectiva del servicio de confección y comercialización de ropa deportiva que está conformado por estudiantes, docentes, administrativos y trabajadores, los cuáles si están de acuerdo en apoyar a la unidad de confección y comercialización de ropa deportiva comprando las mismas, información que se la obtuvo mediante las encuestas realizadas.

Estudio Técnico del proyecto, aquí se determinó, el análisis del Tamaño y Localización del Proyecto, la Ingeniería; análisis que requirió de un estudio concreto, minucioso, objetivo y confiable, a través de este estudio se estimó la cantidad de servicio a realizar u ofrecer a fin de establecer los parámetros técnicos necesarios que ayuden a determinar las características de la maquinaria, materiales, recursos e implementos necesarios para llevar a cabo el servicio de confección de ropa deportiva, así se determinó, la capacidad de producción de la unidad de confección y comercialización de ropa deportiva.

Estudio Financiero permitió determinar de manera detallada los rubros de adquisición, así mismo cuantificar el monto requerido para una inversión y sus posibles fuentes de financiamiento que se determinaron en el estudio

técnico del proyecto, permite además establecer los costos y determinar los ingresos para elaborar la proforma presupuestaria y con esa base elaborar estados financieros y proporcionar además la información necesaria para establecer el punto de equilibrio como herramienta en la toma de decisiones.

La evaluación financiera permitió determinar el nivel de rentabilidad del proyecto, mismo que se fundamenta en los análisis de los ingresos y egresos combinando operaciones matemáticas a fin de obtener coeficientes de evaluación basados en valores actuales de ingresos y gastos para proyectarlos. Los indicadores que permiten medir la rentabilidad del proyecto son: Flujo de Caja, Valor Actual Neto (VAN); la Tasa Interna de Retorno (TIR); la Relación Beneficio-Costo (RBC); Periodo de Recuperación de Capital (PRC), y el Análisis de Sensibilidad (AS) en el cual determinamos el incremento y la disminución en los costos.

Al culminar el proyecto se plantean las conclusiones y recomendaciones que se determinaron de acuerdo a los estudios realizados en el presente proyecto, así como el resumen ejecutivo, bibliografía de donde se obtuvo el apoyo necesario para el desarrollo del trabajo y finalmente lo anexos.

Q. REVICIÓN DE LITERATURA

d. REVISIÓN DE LITERATURA

d.1 ESTUDIO DE MERCADO

El mercado es el punto de encuentro de oferentes con demandantes de un bien o servicio, para llegar a acuerdos en relación con la calidad, la cantidad y precio.

Con el estudio de mercado buscamos estimar la cantidad de bienes y servicios que la comunidad adquiere a determinado precio.

La definición del mercado o segmento del mercado al que van a ser destinados los productos y servicios a ofrecer y las correspondientes estrategias de mercadeo, como base para el planeamiento financiero y la evaluación, exige conocer con el mayor grado de exactitud un conjunto de variables, mas importantes que el precio o la demanda, entre las que se encuentra el análisis de las fuerzas que mueven la competencia en el mercado.

d.2 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.

d.2.1 Tamaño del proyecto

d.2.2.1 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.

d.2.2.2 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.

d.2.2.3 La localización del proyecto

d.2.3.1 Micro localización

En este punto y apoyados preferentemente en la representación gráfica (planos urbanísticos) se indica el lugar exacto en el cual se implementará la empresa dentro de un mercado local.

d.2.3.2 Macro localización

Tiene relación con la ubicación de la empresa dentro de un mercado a nivel local, frente a un mercado de posible incidencia regional, nacional e

internacional. Para su representación se recurre al apoyo de mapas geográficos y políticos.

d.3 EL ESTUDIO DE ORGANIZACIÓN

Este estudio consiste en definir como se hará la empresa, o que cambios hay que hacer si la empresa ya está formada.

- Qué régimen fiscal es el más conveniente.
- Qué pasos se necesitan para dar de alta el proyecto.
- Como organizaras la empresa cuando el proyecto este en operación.

d.4 ESTUDIO FINANCIERO

Son las diferentes fuentes a que debe incurrir el empresario para cumplir con las obligaciones asumidas como egresos.

Una vez determinados los montos correspondientes a las inversiones fijas y el capital de trabajo y en consecuencia el costo total del proyecto, se requiere analizar la manera de financiarlo.

En esencia, el de financiamiento del proyecto debe indicar las fuentes de recursos financieros necesarios para su ejecución y funcionamiento y describir los mecanismos mediante los cuales se canalizan estos recursos hacia los usos específicos del proyecto. Se conoce dos tipos de financiamiento.

d.4.1 COSTOS

Suma de esfuerzos y recursos que se han invertido para producir algo útil, manifiesta las consecuencias obtenidas por la alternativa elegida. Se clasifican en:

d.4.2.1 Costos fijos: Gastos que se mantienen constantes dentro de ciertos límites que por su naturaleza resultan inversamente proporcionales al volumen de producción o de sus ventas.

d.4.2.2 Costos variables: Se hallan en relación proporcional con respecto al aumento o disminución de los volúmenes de producción o sus ventas.

d.4.2.3 Valor actual neto

Este factor expresa en términos absolutos el valor actual de los recursos obtenidos al final del periodo de duración del proyecto de inversión. Se debe tomar en cuenta los siguientes aspectos:

- Si el VAN es positivo, y mayor a 1 significa que es conveniente financieramente.
- Si el VAN es negativo y menor a 1 no es conveniente financieramente.

$VANP = \text{Valor actual neto del proyecto.} = \text{Sumatoria de los valores actuales de los años de vida del proyecto}$

El resultado representa que el valor de la empresa aumenta durante su etapa de operación, ello nos da el referente si es conveniente invertir o no.

d.4.3.1 Tasa interna de retorno

Conocida como criterio de rentabilidad, se cita muy frecuentemente como base para evaluar criterios de inversión. La (TIR) Se la define como la tasa de descuento que hace que el valor presente (VAN), de entradas de efectivo sean igual a la inversión neta relacionada con un proyecto. Por otro parte se la conoce como la tasa por la cual se expresa el lucro o beneficio neto, que proporciona una determinada inversión en función de un porcentaje anual, que permite igualar el valor actual de los beneficios y costos y en consecuencia el resultado del valor neto actual es igual a cero. Además se utiliza para evaluar un proyecto en función de una tasa única de rendimiento anual.

Se debe tomar en cuenta los siguientes criterios:

- Si la TIR. Es mayor que el costo del capital debe aceptarse el proyecto.
- Si la TIR. Es menor que el costo del capital debe rechazarse el proyecto.
- Si la TIR. Es igual que, el costo de capital es indiferente llevar a cabo el proyecto.

d.4.3.2 Tasa interna de retorno versus valor actual neto

Las dos técnicas de valuación de proyectos, la TIR y el VAN pueden en circunstancias conducir a resultados contradictorios. Ello puede ocurrir cuando se evalúa más un proyecto con la finalidad de jerarquizarlos.

La diferencia de los resultados que proporcionan ambas técnicas se debe a los supuestos en que cada una está basada, mientras que el criterio de la TIR supone que los fondos generados por el proyecto serían invertidos a la tasa de rentabilidad del proyecto, reinversión a la tasa de descuento de la empresa.

d.4.3.3 Relación beneficio costo

Se basa en la relación entre los costos y beneficios asociados en el proyecto. Consiste en determinar cuáles elementos son benéficos y cuales son costos, en general los beneficios son ventajas expresadas en términos monetarios que recibe el propietario, en cambio que los costos son gastos anticipados de construcción, operación, mantenimiento, etc.

- Se debe tomar en cuenta los siguientes aspectos:
- Si la relación beneficio costo es mayor a uno se acepta el proyecto.
- Si la relación beneficio costo es menor a uno no se acepta el proyecto.
- Si la relación beneficio costo es igual a uno conviene o no conviene realizar el proyecto.

d.4.4.1 Periodo de recuperación de capital

Son los que la empresa tarda en recuperar la inversión inicial mediante las entradas de efectivo que la misma produce.

La fórmula para calcular el periodo de recuperación es la siguiente:

d.4.4.2 Análisis de sensibilidad.

La vulnerabilidad de los proyectos de inversión frente a las alternativas en los precios de consumo o de otras causas de tipo económico, en periodos de tiempo relativamente cortos obliga a los analistas considerar el riesgo como un factor más en el cálculo de la eficiencia económica

G. MATERIALES Y MÉTODOS

e. MATERIALES Y MÉTODOS

e.1 MÉTODO CIENTÍFICO: mostró el camino a seguir durante todo el proceso investigativo, proporcionándonos los métodos, instrumentos y técnicas necesarias para realizar el mismo.

e.2 EL MÉTODO INDUCTIVO – DEDUCTIVO: El Método Deductivo: Es un proceso sintético analítico que parte del conocimiento general al particular, lo utilizamos para recabar la información. El Método Inductivo: Es un proceso analítico sintético, consiste en ir de los casos particulares a la generalización, utilizamos este método para inferir los resultados obtenidos a un selecto grupo denominado muestra hacia el total de la población.

Estos métodos permitieron a través de los datos obtenidos por medio de aplicaciones de encuestas, entrevistas, generalizar el comportamiento observado de los posibles usuarios frente a la realidad; como también ayudó a dar nuestras conclusiones valederas en la solución del problema y determinar oportunidades del éxito que presta esta investigación.

e.3 MÉTODO ANALÍTICO: Este método fue utilizado, para el análisis de los contenidos teóricos-prácticos, en la formulación y evaluación de proyectos; lo que permitió procesar adecuadamente la información obtenida en el trabajo de campo, y para arribar a las conclusiones y recomendaciones pertinentes.

e.4 TÉCNICAS:

Para la recopilación de la información utilizaremos técnicas científicas, como:

e.4.1 EL SONDEO: Mediante esta técnica se realizó investigaciones de la opinión del mercado, acerca del proyecto, validamos la encuesta que se aplicó posteriormente a toda la muestra.

e.4.2 OBSERVACIÓN: Es un elemento fundamental que utilizamos en el proceso investigativo; en ella nos apoyamos para obtener el mayor número de datos que se requiera.

- **e.4.2.1 observación directa:** Esta técnica permitió tener un contacto personal de empresas que se dedican a esta actividad.
- **e.4.2.2 observación indirecta:** Esta técnica nos permitió tener conocimientos de los que formulan la técnica en la confección de este tipo de prendas.

e.4.3 ENCUESTAS: Se utilizó con el fin de obtener información para la realización del estudio de mercado en la comunidad Universitaria, con la finalidad de conocer el grado de aceptación que tendrá el producto de esta unidad. También se aplicó esta técnica a la competencia como son los almacenes deportivos de la ciudad de Loja.

e.4.4 MUESTREO: sirvió para obtener una serie de operaciones destinadas a tomar una parte de la población que va a ser estudiada, con el fin de facilitarnos la investigación.

e.4.4.1 Proyección de la población:

Cálculo del número de estudiantes, administrativos, docentes y trabajadores de la Universidad Nacional de Loja.

$$\text{Formula:} = \frac{Z^2 NPQ}{E^2(N-1) + Z^2 PQ}$$

n= Tamaño de la muestra.

N = Población.

Z = Nivel de confianza.

P = Probabilidad de que el evento ocurra.

Q = Probabilidad de que el evento no ocurra.

E = Error permitido.

N-1= Factor de correlación finita.

$$n = \frac{Z^2 NPQ}{E^2(N-1) + Z^2 PQ}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 13051 \times 0,5 \times 0,5}{(5\%)^2(13051 - 1) + (1,96)^2 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$n = \frac{3,84 \times 13051 \times 0,5 \times 0,5}{(0,05)^2(13050) + (3,84) \times 0,5 \times 0,5}$$

$$n = \frac{12528,96}{32,63 + 0,96}$$

$$n = \frac{12528,96}{33,59}$$

$n = 373$

NOTA: Los porcentajes corresponden a un estudio preliminar

**e.4.4.2 NÓMINA DEL PERSONAL Y ESTUDIANTES DE LA
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

NÓMINA	CANTIDAD	%	N° ENCUESTAS
Estudiantes	11525	88,31	328
Docentes	846	6,48	24
Administrativos	608	4,66	17
Trabajadores	72	0,55	4
TOTAL	13051	100	373

Fuente: Departamento de Unidad de Desarrollo Universitario

Elaboración: las Autoras

f. RESULTADOS

f. RESULTADOS

f.1 TABULACIÓN DE ENCUESTA A LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

1. Sexo

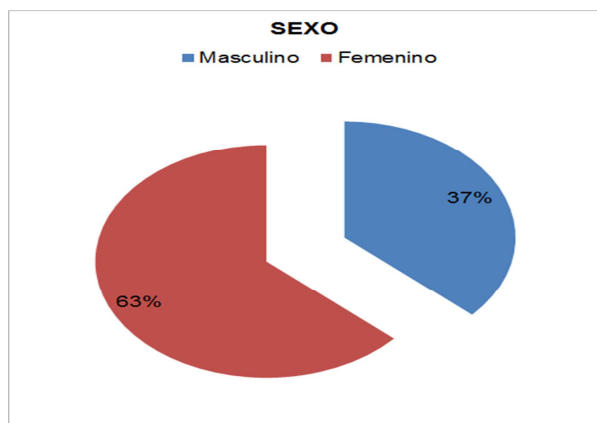
Cuadro N° 1

AREA DE AGROPECUARA			AREA DE ENERGIA		AREA DE LA SALUD		A. J. S. A		AREA DE LA EDUCACIÓN		TOTAL	
Sexo	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Masculino	18	81,8	29	93,5	10	21,3	56	36,6	7	9,3	120	36,6
Femenino	4	18,2	2	6,5	37	78,7	97	63,4	68	90,7	208	63,4
Total	22	100	31	100	47	100	153	100	75	100	328	100

Fuente: Aplicación de encuestas a los estudiantes de la Universidad Nacional de Loja.

Elaboración: Las autoras.

Gráfico N° 1



INTERPRETACIÓN

De las encuestas realizadas a los estudiantes de todas las áreas en la Universidad Nacional de Loja, en base al género que pertenecen, podemos determinar que un total de 328 estudiantes encuestados 120 de ellos que corresponde al 37% son de género masculino y 208 estudiantes que pertenece al 63% son de género femenino.

2. ¿Cuál es el nivel de ingresos?

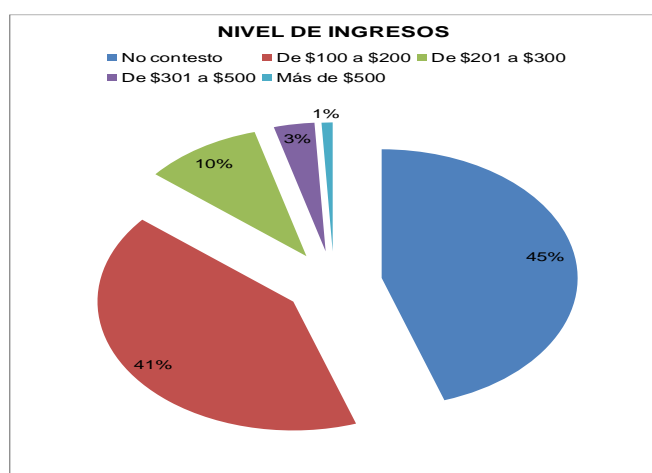
Cuadro N° 2

Nivel de ingresos	AREA DE AGROPECUARA		AREA DE ENERGIA		AREA DE LA SALUD		A. J. S. A		AREA DE LA EDUCACIÓN		TOTAL	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
No contestó	18	81,8	12	38,7	23	48,9	58	37,9	36	48	147	45
De \$100 a 200	2	9,1	14	45,2	16	34	72	47,1	31	41,3	135	41
De \$201 a 300	2	9,1	5	16,1	2	4,3	17	11,1	6	8	32	10
De \$301 a \$500	0	0	0	0	5	10,6	5	3,3	1	1,3	11	3
Más de \$500	0	0	0	0	1	2,1	1	0,7	1	1,3	3	1
Total	22	100	31	100	47	100	153	100	75	100	328	100

Fuente: Aplicación de encuestas a los estudiantes de la Universidad Nacional de Loja.

Elaboración: Las autoras.

Gráfico N° 2



INTERPRETACIÓN

De las encuestas realizadas a los estudiantes de todas las áreas en la Universidad Nacional de Loja, en base al cuál es su nivel de ingresos, podemos determinar que de los 328 estudiantes 147 que corresponde al 45% no contestaron esta interrogante, 135 estudiantes que pertenecen al 41% tienen un nivel de \$100 a \$200, 32 personas que equivale al 10% tienen un total de \$201 a \$300, 11 personas que corresponde al 3% tienen un nivel

de ingresos de \$301 a \$500 y 3 estudiantes que corresponde al 1% tienen ingresos de más de \$500.

3. ¿Utiliza usted ropa deportiva?

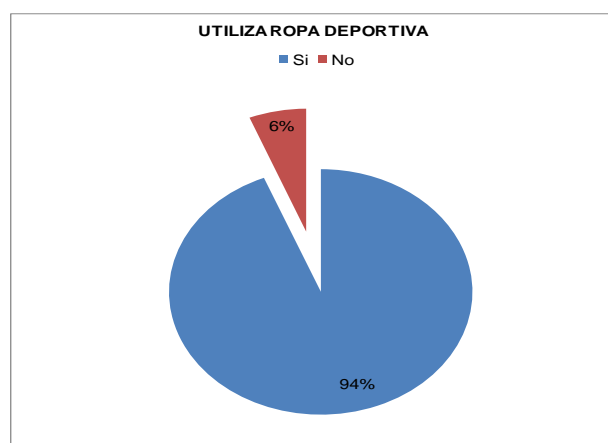
Cuadro N°3

Utiliza ropa deportiva	AREA DE AGROPECUARA		AREA DE ENERGIA		AREA DE LA SALUD		A. J. S. A		AREA DE LA EDUCACIÓN		TOTAL	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Si	21	95,5	29	93,5	43	91,5	144	94,1	71	94,7	308	94
No	1	4,5	2	6,5	4	8,5	9	5,9	4	5,3	20	6
Total	22	100	31	100	47	100	153	100	75	100	328	100

Fuente: Aplicación de encuestas a los estudiantes de la Universidad Nacional de Loja.

Elaboración: Las autoras.

Gráfico N°3



INTERPRETACIÓN

De las encuestas realizadas a los estudiantes de todas las áreas en la Universidad Nacional de Loja, en base a si utiliza o no ropa deportiva, podemos determinar que 328 personas encuestadas 308 de ellas que corresponde al 94% si utilizan ropa deportiva, mientras que 20 estudiantes que equivalen al 6% nos contestaron que no utilizan esta clase de ropa.

4. ¿Qué tipo de ropa utiliza: de marca reconocida (Nike, Adidas, etc.) o marca tradicionales o genéricas?

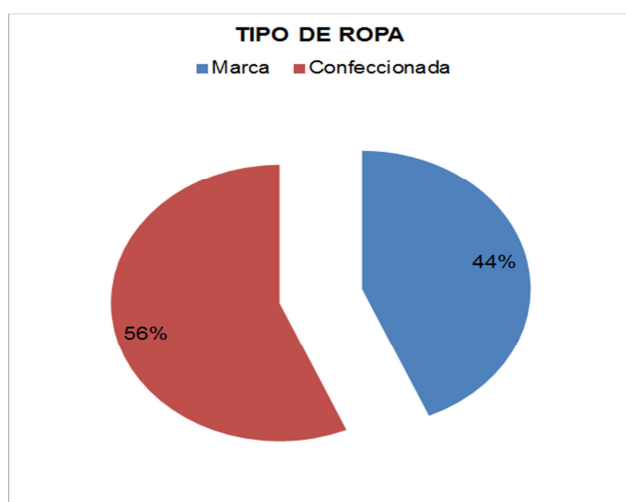
Cuadro N° 4

AREA DE AGROPECUARA			AREA DE ENERGIA		AREA DE LA SALUD		A. J. S. A		AREA DE LA EDUCACIÓN		TOTAL	
Tipo de ropa	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Marca	9	42,9	10	34,5	21	48,8	56	38,9	38	53,3	134	44
Confeccionada	12	57,1	19	65,5	22	51,2	88	61,1	33	46,7	174	56
Total	21	100	29	100	43	100	144	100	71	100	308	100

Fuente: Aplicación de encuestas a los estudiantes de la Universidad Nacional de Loja.

Elaboración: Las autoras.

Gráfico N° 4



INTERPRETACIÓN

De las encuestas realizadas a los estudiantes de todas las áreas en la Universidad Nacional de Loja, en cuanto a que tipo de ropa utiliza, podemos determinar que de las 308 personas encuestadas, 134 de ellas estudiantes que corresponde al 44% nos contestaron que utilizan la ropa de marca, mientras que 174 estudiantes que corresponde al 56% nos dieron a conocer que utilizan la ropa confeccionada.

5. ¿Por qué compra usted ropa deportiva?

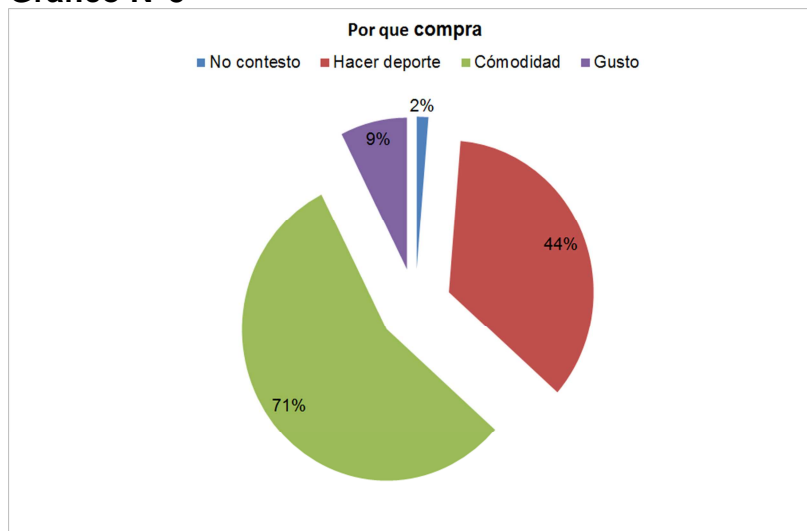
Cuadro N°5

Por qué compra	AREA DE AGROPECUARA		AREA DE ENERGIA		AREA DE LA SALUD		A. J. S. A		AREA DE LA EDUCACIÓN		TOTAL	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
No contesto	0	0,0	0	0,0	3	7,0	2	1,4	0	0,0	5	2
Hacer deporte	10	47,6	24	82,8	13	30,2	75	52,1	15	21,1	137	44
Cómodidad	15	71,4	15	51,7	38	88,4	95	66,0	55	77,5	218	71
Gusto	8	38,1	5	17,2	1	2,3	5	3,5	10	14,1	29	9

Fuente: Aplicación de encuestas a los estudiantes de la Universidad Nacional de Loja.

Elaboración: Las autoras.

Gráfico N°5



INTERPRETACIÓN

De las encuestas realizadas a los estudiantes a todas las áreas de la Universidad Nacional de Loja, en cuanto al por qué compran ropa deportiva, podemos determinar que: para hacer deporte obtuvo una frecuencia de 137 que corresponde al 44%, porque es cómoda obtuvo una frecuencia de 218 que corresponde al 71%, por gusto obtuvo una frecuencia de 29 que corresponde al 9%. La frecuencia 5 que corresponde al 2% no contestó.

6. ¿Dónde compra la ropa deportiva?

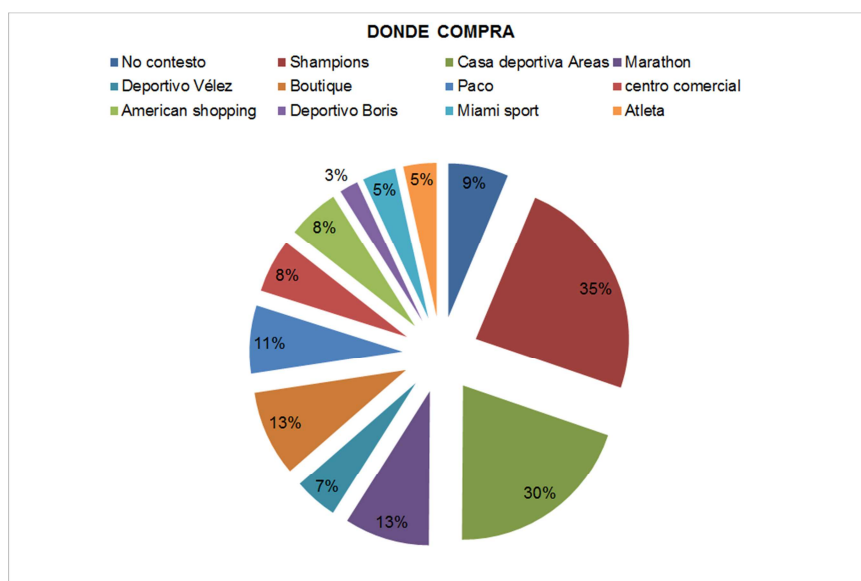
Cuadro N°6

Donde compra	AREA DE AGROPECUARA		AREA DE ENERGIA		AREA DE LA SALUD		A. J. S. A		AREA DE LA EDUCACIÓN		TOTAL	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
No contestó	1	4,8	2	6,9	7	16,3	4	2,8	15	21	29	9
Shampions	8	38,1	11	37,9	15	34,9	55	38,2	20	28	109	35
Casa deportiva Areas	15	71,4	9	31,0	8	18,6	45	31,3	14	20	91	30
Marathon	1	4,8	5	17,2	4	9,3	18	12,5	13	18	41	13
Deportivo Vélez	2	9,5	5	17,2	2	4,7	4	2,8	8	11	21	7
Boutique	5	23,8	6	20,7	9	20,9	14	9,7	7	10	41	13
Paco	3	14,3	5	17,2	8	18,6	13	9,0	4	6	33	11
centro comercial	2	9,5	3	10,3	3	7,0	3	2,1	15	21	26	8
American shopping	3	14,3	6	20,7	4	9,3	5	3,5	7	10	25	8
Deportivo Boris	1	4,8	2	6,9	2	4,7	1	0,7	3	4	9	3
Miami sport	4	19,0	2	6,9	1	2,3	4	2,8	5	7	16	5
Atleta	5	23,8	3	10,3	3	7,0	2	1,4	3	4	16	5

Fuente: Aplicación de encuestas a los estudiantes de la Universidad Nacional de Loja.

Elaboración: Las autoras.

Gráfico N°6



INTERPRETACIÓN

De las encuestas realizadas a los estudiantes de todas las áreas de la Universidad Nacional de Loja, en cuanto a donde compran la ropa deportiva, podemos determinar que casa deportiva áreas obtuvo una frecuencia de 30 que corresponde a una frecuencia de 91, Shampions

obtuvo una frecuencia de 109 que corresponde al 35%, boutique y Marathon obtuvieron una frecuencia de 41 que corresponde al 13%, Miami sport obtuvo una frecuencia de 16 que corresponde al 5%, Paco obtuvo una frecuencia de 33 que corresponde al 11%, American Shopping y Centro comercial Loja obtuvieron una frecuencia de 26 que corresponde al 8%, D. Vélez obtuvo una frecuencia de 21 que corresponde al 7%, Miami y atleta obtuvieron una frecuencia de 16 que corresponde al 5% y D. Boris tienen una frecuencia de 3 que corresponde al 9%, y 9 personas que no contestaron que corresponde al 29%.

7. ¿Cómo solventa Ud. la compra de la ropa deportiva?

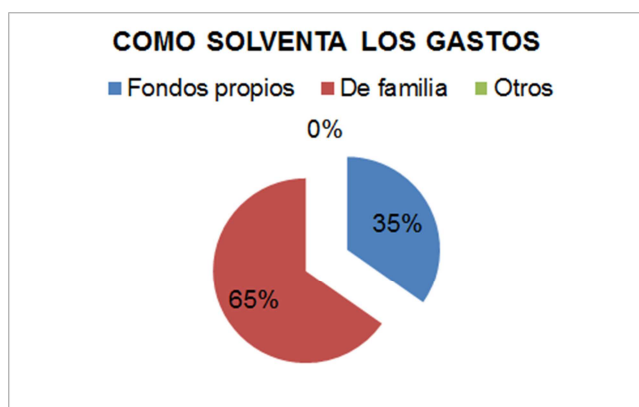
Cuadro N°7

Como solventa sus gastos	AREA DE AGROPECUARA		AREA DE ENERGIA		AREA DE LA SALUD		A. J. S. A		AREA DE LA EDUCACIÓN		TOTAL	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Fondos propios	7	33,33	9	31,03	8	18,60	14	9,72	69	97,18	107	35
De familia	14	66,67	20	68,97	35	81,40	130	90,28	2	2,82	201	65
Otros	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0
Total	21	100	29	100	43	100	144	100	71	100	308	100

Fuente: Aplicación de encuestas a los estudiantes de la Universidad Nacional de Loja.

Elaboración: Las autoras

Grafico N° 7



INTERPRETACIÓN

De las encuestas realizadas a los estudiantes de todas las áreas en la Universidad Nacional de Loja, en cuanto a cómo solventa los gastos para la compra de la ropa deportiva, podemos determinar que de las 308 personas encuestadas, 201 de ellas estudiantes que corresponde al 65% nos contestaron que viven con sus padres y ellos les dan para sus gastos, 107 estudiantes que corresponde al 35% nos dieron que ellos mismos se solventan sus gastos puesto que trabajaban.

8. ¿En qué meses usted compra con mayor frecuencia la ropa deportiva?

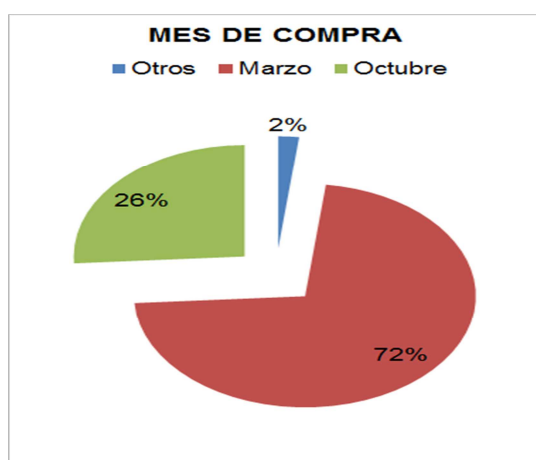
Cuadro N°8

Mes que compra	AREA DE AGROPECUARA		AREA DE ENERGIA		AREA DE LA SALUD		A. J. S. A		AREA DE LA EDUCACIÓN		TOTAL	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Otros	0	0,0	0	0,0	3	7,0	0	0,0	3	4,2	6	2
Marzo	15	71,4	22	75,9	18	41,9	118	81,9	49	69,0	222	72
Octubre	18	85,7	5	17,2	29	67,4	5	3,5	23	32,4	80	26

Fuente: Aplicación de encuestas a los estudiantes de la Universidad Nacional de Loja.

Elaboración: Las autoras.

Gráfico N°8



INTERPRETACIÓN

De las encuestas realizadas a los estudiantes de la Universidad Nacional de Loja de todas las áreas Agropecuaria, en cuanto a en qué mes compran con mayor frecuencia la ropa deportiva, podemos determinar que el mes de octubre obtuvo una frecuencia de 80 que corresponde al 26%, y el mes de marzo obtuvo una frecuencia de 222 que corresponde al 72%. Y la opción otros obtuvo una frecuencia de 6 que corresponde al 2%. Cabe recalcar que manifestaron estos meses puesto que son en los que se realizan los deportes.

9. ¿Por qué razón compra con mayor frecuencia en estos meses?

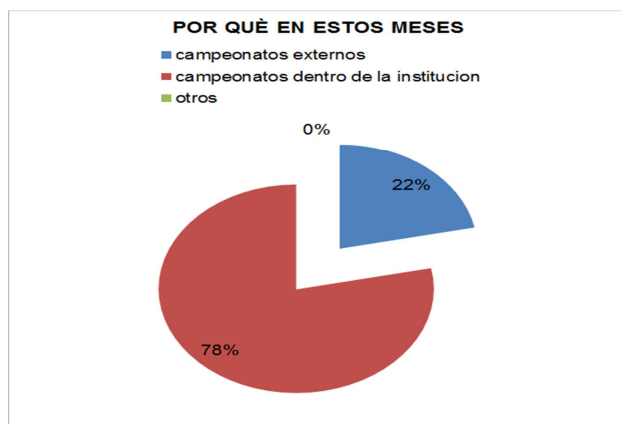
Cuadro N°9

Por que en estos meses	AREA DE AGROPECUARA		AREA DE ENERGIA		AREA DE LA SALUD		A. J. S. A		REA DE LA EDUCACIÓ		TOTAL	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
campeonatos externos	16	76,2	6	20,7	10	23,3	25	17,4	10	14,1	67	22
campeonatos dentro de la institucion	14	66,7	19	65,5	28	65,1	124	86,1	56	78,9	241	78
otros	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0

Fuente: Aplicación de encuestas a los estudiantes de la Universidad Nacional de Loja.

Elaboración: Las autoras.

Gráfico N°9



INTERPRETACIÓN

De las encuestas realizadas los estudiantes de todas las áreas de la Universidad Nacional de Loja, en cuanto a la interrogante de el por qué compra con mayor frecuencia en estos meses, podemos determinar que la opción campeonatos dentro de la institución obtuvo una frecuencia de 241 que corresponde al 78%, campeonatos externos obtuvo una frecuencia de 22 que corresponde al 67%, y la opción otros no obtuvo ninguna frecuencia.

10. ¿Realiza usted compras de ropa deportiva también en otros meses?

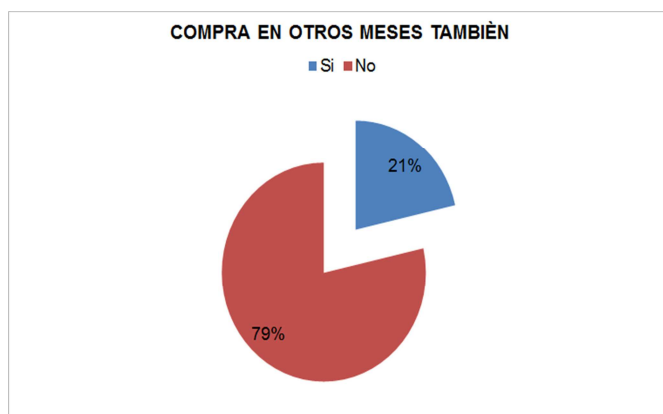
Cuadro N° 10

Compra en otros meses también	AREA DE AGROPECUARA		AREA DE ENERGIA		AREA DE LA SALUD		A. J. S. A		AREA DE LA EDUCACIÓN		TOTAL	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Si	9	42,9	8	27,6	5	11,6	35	24,3	9	12,7	66	21
No	12	57,1	21	72,4	38	88,4	109	75,7	62	87,3	242	79
Total	21	100	29	100	43	100	144	100	71	100	308	100

Fuente: Aplicación de encuestas a los estudiantes de la Universidad Nacional de Loja.

Elaboración: Las autoras.

Gráfico N° 10



INTERPRETACIÓN

De las encuestas realizadas a los estudiantes de todas las áreas de la Universidad Nacional de Loja, en cuanto a la pregunta que si realiza compras de ropa deportiva también en otros meses, podemos determinar que el sí obtuvo una frecuencia de 66 que corresponde al 21%, y el no obtuvo una frecuencia de 242 que corresponde al 79%.

10.1 ¿Por qué?

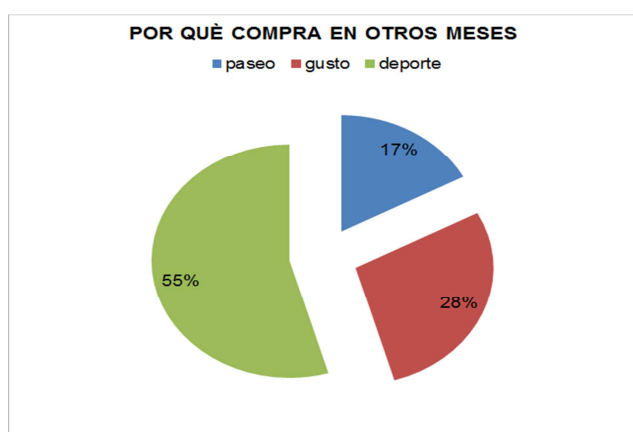
Cuadro N°11

AREA DE AGROPECUARA			AREA DE ENERGIA		AREA DE LA SALUD		A. J. S. A		AREA DE LA EDUCACIÓN		TOTAL	
Por que compra en otros meses	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
paseo	9	42,9	6	20,7	10	23,3	18	12,5	10	14,1	53	17
gusto	12	57,1	18	62,1	18	41,9	19	13,2	20	28,2	87	28
deporte	18	85,7	19	65,5	19	44,2	78	54,2	34	47,9	168	55

Fuente: Aplicación de encuestas a los estudiantes de la Universidad Nacional de Loja.

Elaboración: Las autoras.

Gráfico N°11



INTERPRETACIÓN

De las encuestas realizadas a los estudiantes de la Universidad Nacional de Loja del área de energía, en cuanto a la interrogante de el por qué compra

es otros meses, podemos determinar que la frecuencia 168 que corresponde al 55% contestaron que compran en otros meses para hacer deporte, la frecuencia de 87 que corresponde al 28% contestaron que compran porque les gusta y la frecuencia de 53 que corresponde al 17% manifestaron que compran cuando salen de paseo.

11. ¿Qué precio pagó por la compra de ropa deportiva?

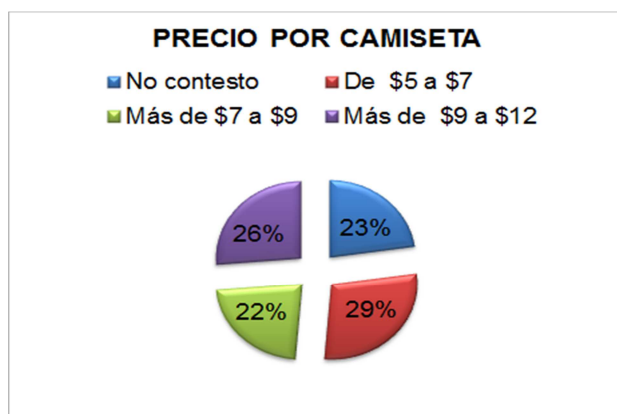
Cuadro N°12

Precio por camiseta	AREA AGROPECUARIA		AREA DE ENERGIA		AREA DE LA SALUD		A. J. S. A.		EA DE LA EDUCACION		TOTAL	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
No contestó	1	4,8	5	17,2	16	37,2	24	16,7	24	33,3	70	23
De \$5 a \$7	6	28,6	8	27,6	9	20,9	46	31,9	19	26,7	88	29
Más de \$7 a \$9	6	28,6	10	34,5	8	18,6	30	20,8	15	21,3	69	22
Más de \$9 a \$12	8	38,1	6	20,7	10	23,3	44	30,6	13	18,7	81	26
Total	21	100	29	100	43	100	144	100	71	100	308	100

Fuente: Aplicación de encuestas a los estudiantes de la Universidad Nacional de Loja.

Elaboración: Las autoras.

Grafico N°12



INTERPRETACIÓN

Esta interrogante nos servirá para determinar cuánto pagan por la compra de una camiseta, podemos observar que de las 308 personas encuestadas 88 de ellas que corresponden al 29% paga de \$5 a \$7 dólares por una

camiseta, mientras que 81 personas que corresponden al 26% paga por una camiseta más de \$9 \$12 dólares, además 69 personas encuestadas que corresponde al 22% paga por una camiseta más de \$7 a \$9 dólares, y 70 personas encuestadas que corresponde al 23% no contesto esta interrogante.

Cuadro N° 13

Precio por tres piezas (camiseta, pantaloneta y medias)	AREA AGROPECUARIA		AREA DE ENERGIA		AREA DE LA		A. J. S. A.		AREA DE LA		TOTAL	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
No contestó	1	4,8	9	31,0	18	41,9	33	22,9	29	41,3	90	29
De \$12 a \$14	5	23,8	11	37,9	6	14,0	36	25,0	8	10,7	66	21
Más de \$14 a \$16	9	42,9	7	24,1	10	23,3	28	19,4	16	22,7	70	23
Más de \$16 a \$18	6	28,6	2	6,9	9	20,9	47	32,6	18	25,3	82	27
Total	21	100	29	100	43	100	144	100	71	100	308	100

Fuente: Aplicación de encuestas a los estudiantes de la Universidad Nacional de Loja.

Elaboración: Las autoras.

Grafico N° 13



INTERPRETACIÓN

Esta encuesta tiene el objetivo de determinar cuánto pagan por tres piezas de ropa deportiva, de las 308 personas encuestadas, 82 de ellas que

corresponde al 27% pagan por tres piezas más de \$16 a \$18 dólares, mientras que 70 personas que corresponde al 23% pagan más de \$14 a \$16 dólares, y 66 personas que corresponde al 21% contestaron que pagan de \$12 a \$14 dólares, además 90 personas que corresponde al 29% no contestaron esta interrogante.

Cuadro N° 14

Precio por completo (chompa, camiseta, pantalóneta, calentador y medias)	AREA AGROPECUARIA		AREA DE ENERGIA		AREA DE LA SALUD		A. J. S. A.		AREA DE LA EDUCACIÓN		TOTAL	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
No contestó	3	14,3	11	37,9	15	34,9	23	16,0	9	12	61	20
De \$30 a \$35	9	42,9	11	37,9	16	37,2	81	56,3	40	57,3	157	51
Más de \$36 a \$40	6	28,6	5	17,2	7	16,3	25	17,4	14	20	57	19
Más de \$41	3	14,3	2	6,9	5	11,6	15	10,4	8	10,7	33	11
Total	21	100	29	100	43	100	144	100	71	100	308	100

Fuente: Aplicación de encuestas a los estudiantes de la Universidad Nacional de Loja.

Elaboración: Las autoras.

Grafico N° 14



INTERPRETACIÓN

Con esta interrogante podemos determinar cuánto pagan por un uniforme deportivo completo, de las 308 personas encuestadas, 157 de ellas que

corresponde al 51% contestaron que pagan de \$30 a \$35 dólares, mientras que 57 personas que corresponde al 19% pagan más de \$36a \$40 dólares por un uniforme completo y 33 personas que corresponde al 11% contestaron que pagan más de \$41dólares por un uniforme completo, y finalmente 61 personas que equivale al 20% no contestaron esta interrogante.

12. ¿Cómo es la calidad del producto que usted compra actualmente?

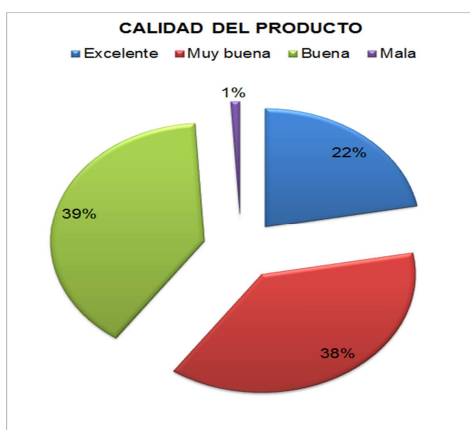
Cuadro N° 15

Calidad del producto	AREA AGROPECUARIA		AREA DE ENERGIA		AREA DE LA SALUD		A. J. S. A.		AREA DE LA EDUCACIÓN		TOTAL	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Excelente	3	14,3	4	13,8	9	20,9	26	18,1	26	34,7	68	22
Muy buena	9	42,9	11	37,9	17	39,5	52	36,1	27	37,3	116	38
Buena	9	42,9	13	44,8	17	39,5	65	45,1	17	26,7	121	39
Mala	0	0	1	3,4	0	0	1	0,7	1	1,3	3	1
Total	21	100	29	100	43	100	144	100	71	100	308	100

Fuente: Aplicación de encuestas a los estudiantes de la Universidad Nacional de Loja.

Elaboración: Las autoras.

Grafico N° 15



INTERPRETACIÓN

El objetivo de esta interrogante es determinar cómo es la calidad del producto que compran actualmente los encuestados, de las 308 personas

encuestadas, 121 de ellas que corresponden al 39% contestó que es de buena calidad el producto que compran actualmente y 116 personas que corresponde al 38% contestó que es de muy buena calidad, y 68 personas que corresponde al 22% contestó que es de excelente calidad, y 3 persona que corresponde al 1% contestó que es de mala calidad.

13. ¿Si se implementara en la Universidad Nacional de Loja una Unidad de confección y comercialización de ropa deportiva Ud. la apoyaría?

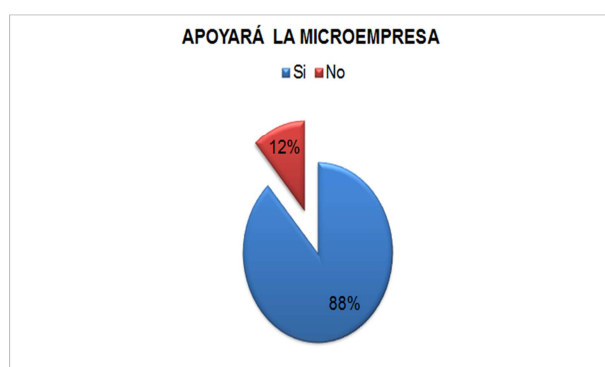
Cuadro N° 16

Apoyaría a la microempresa	AREA AGROPECUARIA		AREA DE ENERGIA		AREA DE LA SALUD		A. J. S. A.		AREA DE LA EDUCACIÓN		TOTAL	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Si	20	90,91	28	90,3	40	85,1	144	94,12	58	77,33	290	88
No	2	9,09	3	9,7	7	14,9	9	5,88	17	22,67	38	12
Total	22	100	31	100	47	100	153	100	75	100	328	100

Fuente: Aplicación de encuestas a los estudiantes de la Universidad Nacional de Loja.

Elaboración: Las autoras.

Grafico N° 16



INTERPRETACIÓN

En esta interrogante podemos determinar la aceptación que tiene nuestra microempresa si fuera implementada, de las 328 personas, 290 de ellas que

corresponde al 88% contestaron que si apoyarían la implementación de la nueva microempresa, y 38 personas que corresponde al 12% contestaron que no apoyarían a la nueva microempresa.

14. ¿En que se fijaría al momento de comprar ropa deportiva?

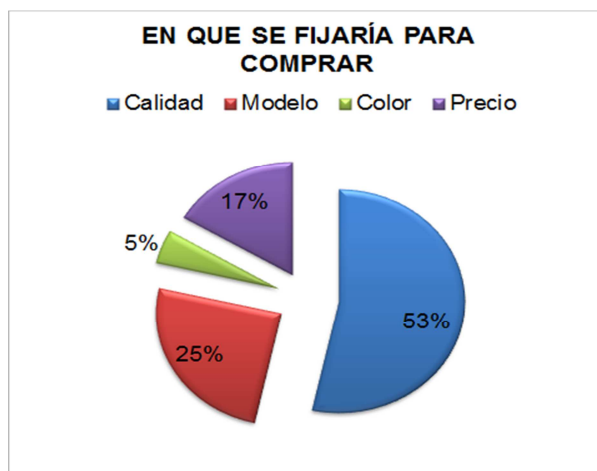
Cuadro N° 17

En que se fijaría para comprar	AREA AGROPECUARIA		AREA DE ENERGIA		AREA DE LA		A. J. S. A.		AREA DE LA		TOTAL	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Calidad	9	47,6	13	48,276	6	14,6	89	61,8	38	60	155	53
Modelo	8	38,1	7	24,138	16	39,0	34	23,6	8	17,3	73	25
Color	2	9,5	2	6,8966	3	7,3	2	1,4	5	8	14	5
Precio	1	4,8	6	20,69	15	39,0	19	13,2	7	13,3	48	17
Total	20	100	28	100	40	100	144	100	58	100	290	100

Fuente: Aplicación de encuestas a los estudiantes de la Universidad Nacional de Loja.

Elaboración: Las autoras.

Grafico N° 17



INTERPRETACIÓN

Con esta pregunta podemos determinar en que se fijarían nuestros encuestados al momento de comprar ropa deportiva, de las 290 personas encuestadas 155 de ellas que corresponde al 53% contestaron que se

fijarían en la calidad del producto al momento de comprar, mientras que 73 personas que corresponde al 25% se fijarían en el modelo de la ropa deportiva para comprar, y 48 personas que corresponden al 17% se fijarían en el precio del producto para comprar, y finalmente 14 personas que corresponden al 5% contestó que se fijarían en el color de la ropa deportiva para comprar.

15. ¿Compraría usted en la microempresa de la universidad Nacional de Loja ropa deportiva para educación física los primeros años?

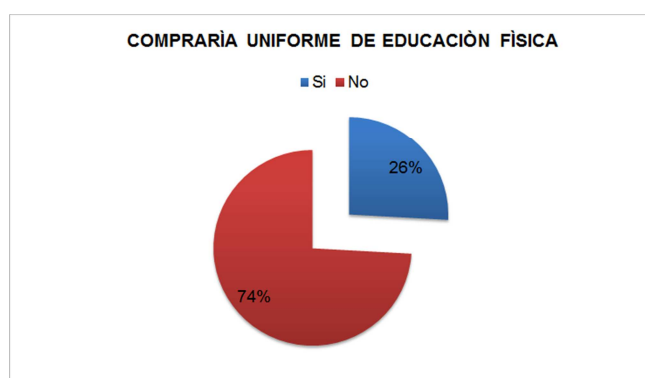
Cuadro N° 18

AREA DE AGROPECUARA			AREA DE ENERGIA		AREA DE LA SALUD		A. J. S. A		AREA DE LA EDUCACIÓN		TOTAL	
Compraria uniforme educacion fisica	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Si	8	40,00	9	32,14	10	25,00	35	24,31	13	22,41	75	26
No	12	60,00	19	67,86	30	75,00	109	75,69	45	77,59	215	74
Total	20	100	28	100	40	100	144	100	58	100	290	100

Fuente: Aplicación de encuestas a los estudiantes de la Universidad Nacional de Loja.

Elaboración: Las autoras.

Gráfico N° 18



INTERPRETACIÓN

En esta interrogante podemos determinar en cuanto a la pregunta si compraría los uniformes de educación física en la microempresa de la

Universidad nacional d Loja. De las opciones si y no, el Si obtuvo 75 que corresponde al 26%y el No obtuvo 215 que corresponde al 74%. Cabe destacar que las personas que contestaron que no es porque ya han adquirido el uniforme o porque ya han adquirido el uniforme.

16. ¿Estaría dispuesto a comprar ropa deportiva (camisetas, blusas, chompas, etc.) que tenga el logotipo d la UNL en diferentes diseños los cuales identifique la imagen de la institución?

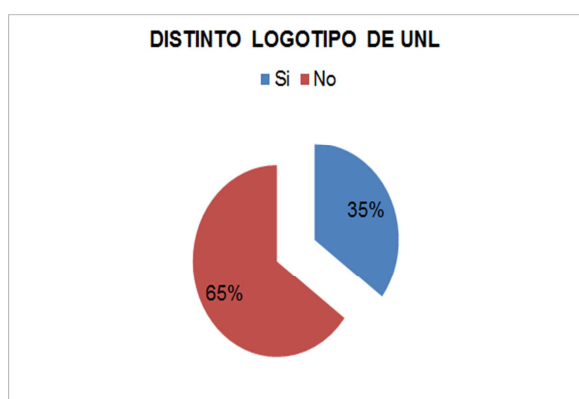
Cuadro N° 19

Diseño distinto de logotipo de la UNL	AREA DE AGROPECUARA		AREA DE ENERGIA		AREA DE LA SALUD		A. J. S. A		AREA DE LA EDUCACIÓN		TOTAL	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Si	11	55,00	11	39,29	16	40,00	45	31,25	19	32,76	102	35
No	9	45,00	17	60,71	24	60,00	99	68,75	39	67,24	188	65
Total	20	100	28	100	40	100	144	100	58	100	290	100

Fuente: Aplicación de encuestas a los estudiantes de la Universidad Nacional de Loja.

Elaboración: Las autoras.

Cuadro N° 19



INTERPRETACIÓN

En esta interrogante podemos determinar en cuanto a la pregunta si compraría ropa deportiva con distinto logotipo de la Universidad Nacional de

Loja en esta microempresa. De las opciones si y no, el Si obtuvo 102 que corresponde al 35%y el No obtuvo 188 que corresponde al 65%.

17.¿En qué opciones estaría dispuesto a comprar ropa deportiva: tres piezas (camiseta, pantaloneta y medias) y completo (camiseta, pantaloneta, chompa, calentador y medias)?

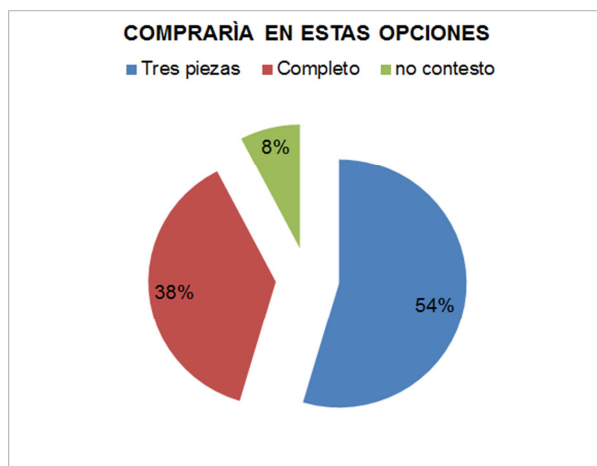
Cuadro N° 20

En que opciones compraría	AREA DE AGROPECUARA		AREA DE ENERGIA		AREA DE LA SALUD		A. J. S. A		AREA DE LA EDUCACIÓI		TOTAL	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Tres piezas	20	95,2	25	86,2	30	69,8	72	50,0	32	45,1	179	54,57
Completo	12	57,1	19	65,5	17	39,5	56	38,9	20	28,2	124	37,80
no contesto	3	14,3	7	24,1	6	14,0	4	2,8	5	7,0	25	7,62

Fuente: Aplicación de encuestas a los estudiantes de la Universidad Nacional de Loja.

Elaboración: Las autoras.

Cuadro N° 20



INTERPRETACIÓN

En esta interrogante podemos determinar en cuanto a la pregunta si compraría ropa deportiva en las siguientes opciones: tres piezas y completo

del cual obtuvimos los siguientes resultados: tres piezas tiene una frecuencia de 179 que corresponde al 54,57%, completo obtuvo una frecuencia de 124 que corresponde al 37,80%. Y una frecuencia de 25 que corresponde al 7,62% no contestó.

18. ¿Cómo le gustaría que sea la atención que se brinde en esta unidad de confección y comercialización de ropa deportiva?

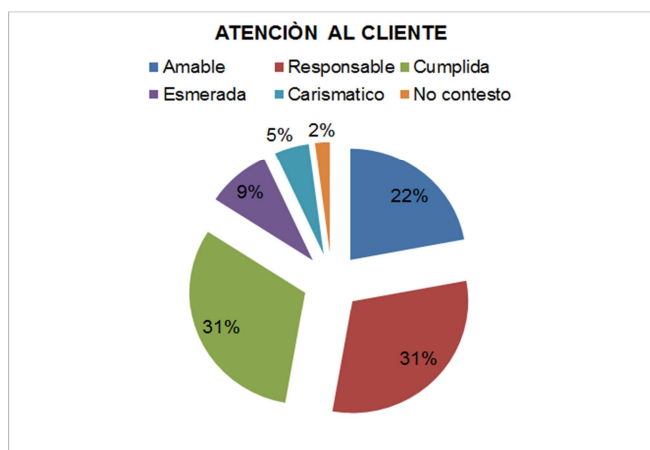
Cuadro N°21

Atención al cliente	AREA AGROPECUARIA		AREA DE ENERGIA		AREA DE LA		A. J. S. A.		AREA DE LA		TOTAL	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Amable	5	25	9	32	5	13	30	21	15	26	64	22
Responsable	4	20	4	14	15	38	58	40	8	14	89	31
Cumplida	3	15	3	11	6	15	70	49	9	16	91	31
Esmerada	4	20	5	18	3	8	12	8	2	3	26	9
Carismatico	2	10	2	7	3	8	2	1	5	9	14	5
No contesto	3	15	2	7	1	3	0	0	0	0	6	2

Fuente: Aplicación de encuestas a los estudiantes de la Universidad Nacional de Loja.

Elaboración: Las autoras.

Grafico N°21



INTERPRETACIÓN

De las encuestas realizadas a los estudiantes del área Agropecuaria de la Universidad Nacional de Loja, en cuanto a cómo le gustaría que sea la atención en esta microempresa, podemos determinar que de la opción de amable obtuvo una frecuencia de 64 que corresponde al 22%, responsable obtuvo una frecuencia de 89 que corresponde al 31%, cumplida obtuvo una frecuencia de 91 que corresponde al 31%, esmerada obtuvo una frecuencia de 26 que corresponde al 9%, carismático obtuvo una frecuencia de 14 que corresponde al 5%, y 6 personas no contestaron y corresponde al 2%.

**f.2 TABULACIÓN DE ENCUESTA A LOS DOCENTES,
ADMINISTRATIVOS Y TRABAJADORES DE LA UNIVERSIDAD
NACIONAL DE LOJA**

1. Sexo

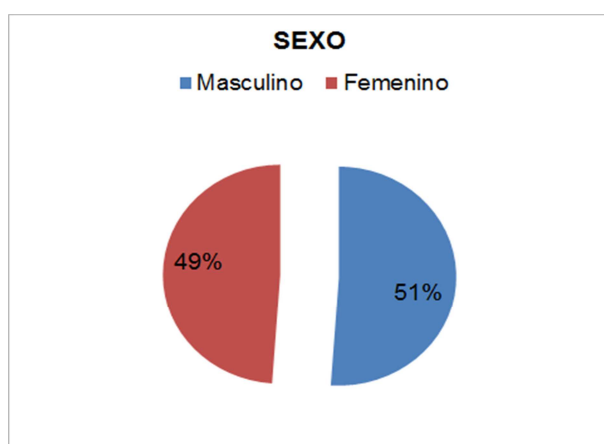
Cuadro N°22

Sexo	DOCENTES		ADMINISTRATIVOS		TRABAJADORES		TOTAL	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Masculino	10	41,7	10	58,8	3	75	23	51
Femenino	14	58,3	7	41,2	1	25	22	49
Total	24	100	17	100	4	100	45	100

Fuente: Aplicación de encuestas a los docentes, administrativos y trabajadores de la U.N.L

Elaboración: Las autoras.

Gráfico N°22



INTERPRETACIÓN

De las encuestas realizadas a los docentes, administrativos y trabajadores de todas las áreas en la Universidad Nacional de Loja, en base al género que pertenecen, podemos determinar que un total de 23 de ellas que corresponden al 51% son de género masculino y 22 personas que pertenecen al 49% son de género femenino.

2. ¿Cuál es el nivel de ingresos?

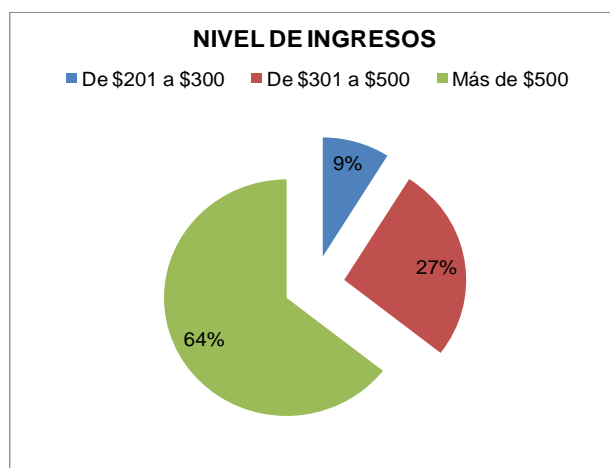
Cuadro N° 23

DOCENTES			ADMINISTRATIVOS		TRABAJADORES		TOTAL	
Nivel de ingresos	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
De \$201 a \$300	1	4,2	1	5,9	2	50	4	9
De \$301 a \$500	10	41,7	0	0	2	50	12	27
Más de \$500	13	54,2	16	94,1	0	0	29	64
Total	24	100	17	100	4	100	45	100

Fuente: Aplicación de encuestas a los docentes, administrativos y trabajadores de la U.N.L

Elaboración: Las autoras.

Gráfico N° 23



INTERPRETACIÓN

De las encuestas realizadas a los docentes, administrativos y trabajadores de todas las áreas en la Universidad Nacional de Loja, podemos determinar que de las 45 personas encuestadas 29 de ellas que corresponde al 64% contestaron que tienen ingresos de más de \$500 dólares, mientras que 12 personas que corresponde al 27% contestaron que tienen ingresos de \$301 a \$500 dólares, y finalmente 4 personas que corresponde al 9% contestaron que tienen ingresos de \$201 a \$300 dólares.

3. ¿Utiliza usted ropa deportiva?

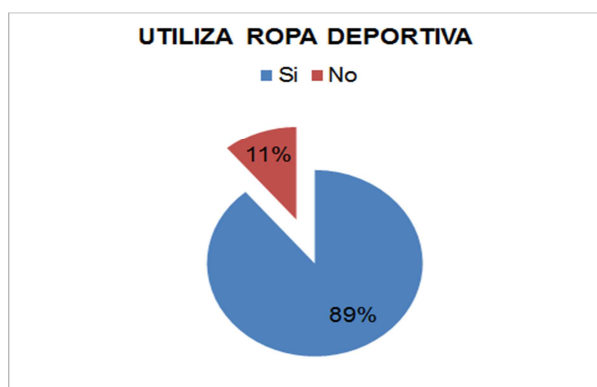
Cuadro N°24

DOCENTES			ADMINISTRATIVOS		TRABAJADORES		TOTAL	
Utiliza ropa deportiva	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Si	23	95,8	15	88,2	2	50	40	89
No	1	4,2	2	11,8	2	50	5	11
Total	24	100	17	100	4	100	45	100

Fuente: Aplicación de encuestas a los docentes, administrativos y trabajadores de la U.N.L.

Elaboración: Las autoras.

Gráfico N°24



INTERPRETACIÓN

De las encuestas realizadas a los docentes, administrativos y trabajadores de todas las áreas en la Universidad Nacional de Loja, podemos determinar que de las 45 personas encuestadas 40 de ellas que corresponde al 89% contestaron que si utilizan ropa deportiva, mientras que 5 personas que corresponde al 11% contestaron que no utilizan ropa deportiva.

4. ¿Qué tipo de ropa utiliza: de marca reconocida o marcas tradicionales o genéricas?

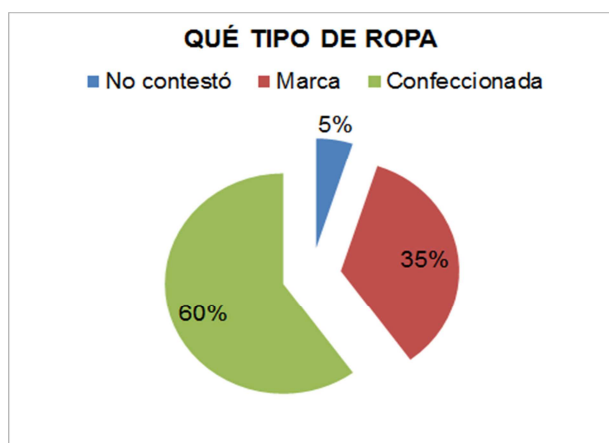
Cuadro N°25

Tipo de ropa	DOCENTES		ADMINISTRATIVOS		TRABAJADORES		TOTAL	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
No contestó	0	0	2	11,8	0	0	2	4
Marca	8	34,8	5	41,2	1	50	14	31
Confeccionada	15	65,2	8	47,1	1	50	24	53
Total	23	100	15	100	2	100	40	100

Fuente: Aplicación de encuestas a los docentes, administrativos y trabajadores de la UN.L.

Elaboración: Las autoras.

Gráfico N°25



INTERPRETACIÓN

De las encuestas realizadas a los docentes, administrativos y trabajadores de todas las áreas en la Universidad Nacional de Loja, podemos determinar que de las 40 personas encuestadas 24 de ellas que corresponde al 53% contestaron que utilizan ropa deportiva confeccionada, mientras que 14 personas que corresponde al 31% contestaron que utilizan ropa deportiva de marca y finalmente 2 personas que corresponde al 4% no contestaron esta interrogante.

5. ¿Qué precio pagó por la compra de ropa deportiva?

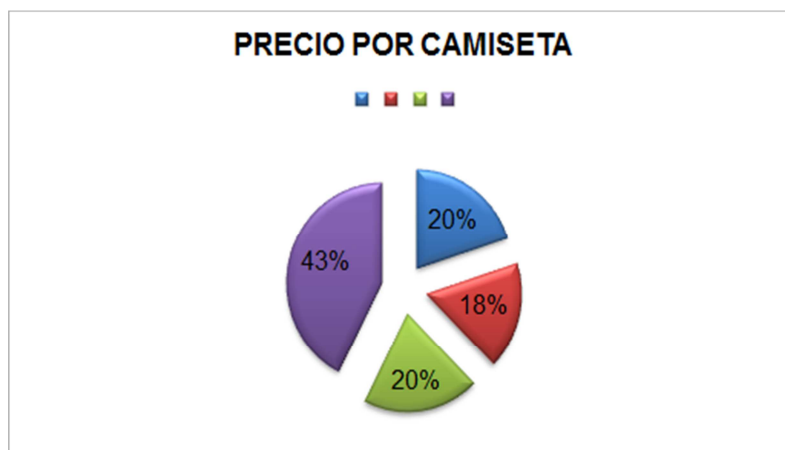
Cuadro N° 26

DOCENTES			ADMINISTRATIVOS		TRABAJADORES		TOTAL	
Precio por camiseta	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
De \$5 a \$7	5	34,8	2	11,8	1	50	8	20
Más de \$7 a \$9	6	21,7	1	5,9	0	0	7	18
Más de \$9 a \$12	4	26,1	4	23,5	0	0	8	20
No contesto	8	34,8	8	58,8	1	50	17	43
Total	23	100	15	100	2	100	40	100

Fuente: Aplicación de encuestas a los docentes, administrativos y trabajadores de la U.N.L.

Elaboración: Las autoras.

Grafico N° 26



INTERPRETACIÓN

De las encuestas realizadas a los docentes, administrativos y trabajadores de todas las áreas en la Universidad Nacional de Loja, podemos determinar que de las 40 personas encuestadas 8 de ellas que corresponde al 20% pagan por una camiseta más de \$5 a \$7 dólares, mientras que 8 personas que corresponde al 20% contestaron que pagan por una camiseta de \$9 a \$12 dólares y 7 personas que corresponde al 18% contestaron que pagan por una camiseta más de \$7 a \$9 dólares y finalmente 17 personas que corresponde al 43% no contestaron esta interrogante.

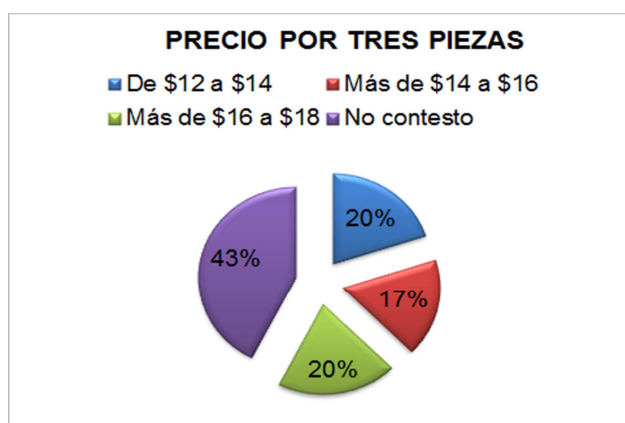
Cuadro N°27

Precio por tres piezas (camiseta, pantaloneta y medias)	DOCENTES		ADMINISTRATIVOS		TRABAJADORES		TOTAL	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
De \$12 a \$14	8	34,8	0	0	0	0	8	20
Más de \$14 a \$16	5	21,7	1	5,9	1	50	7	18
Más de \$16 a \$18	4	17,4	4	23,5	0	0	8	20
No contesto	6	26,1	10	70,6	1	50	17	43
Total	23	100	15	100	2	100	40	100

Fuente: Aplicación de encuestas a los docentes, administrativos y trabajadores de la U.N.L.

Elaboración: Las autoras.

Grafico N°27



INTERPRETACIÓN

De las encuestas realizadas a los docentes, administrativos y trabajadores de todas las áreas en la Universidad Nacional de Loja, podemos determinar que de las 40 personas encuestadas 8 personas que corresponde al 20% contestaron que pagan por tres piezas más de \$12 a \$14 dólares, mientras que 8 personas que corresponde al 20% contestaron que pagan por tres piezas de \$16 a \$18 dólares, además 7 personas que corresponde al 18% contestaron que pagan por tres piezas más de \$14 a \$16 dólares y

finalmente 17 personas que corresponde al 43% no contestaron esta interrogante.

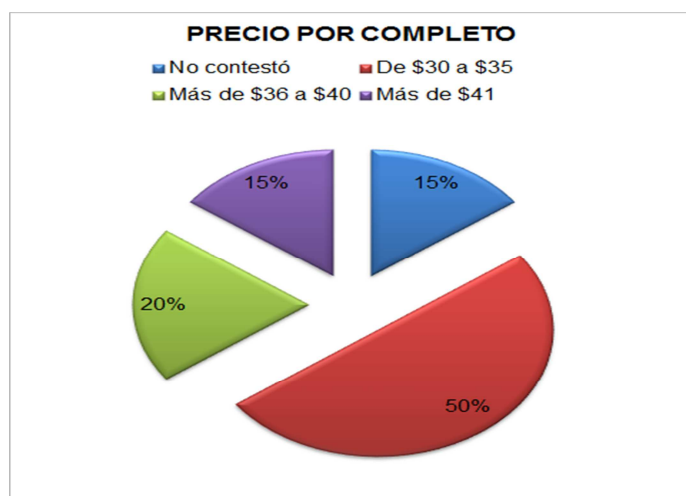
Cuadro N°28

Precio por completo (chompa, camiseta, pantaloneta y calentador)	DOCENTES		ADMINISTRATIVOS		TRABAJADORES		TOTAL	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
No contestó	2	8,7	4	23,5	0	0	6	15
De \$30 a \$35	12	52,2	6	35,3	2	100	20	50
Más de \$36 a \$40	4	17,4	4	35,3	0	0	8	20
Más de \$41	5	21,7	1	5,9	0	0	6	15
Total	23	100	15	100	2	100	40	100

Fuente: Aplicación de encuestas a los docentes, administrativos y trabajadores de la U.N.L.

Elaboración: Las autoras.

Grafico N°28



INTERPRETACIÓN

De las encuestas realizadas a los docentes, administrativos y trabajadores de todas las áreas en la Universidad Nacional de Loja, podemos determinar que de las 40 personas encuestadas 20 de ellas que corresponde al 50% contestaron que pagan por un uniforme completo de \$30 a \$35 dólares, mientras que 8 personas que corresponde al 20% contestaron que pagan

por un uniforme completo más de \$36 a \$40 dólares y 6 personas que corresponde al 15% contestaron que pagan por un uniforme completo más de \$41 dólares y finalmente 6 personas que corresponde al 15% no contestaron esta interrogante.

6. ¿Por qué compra usted ropa deportiva?

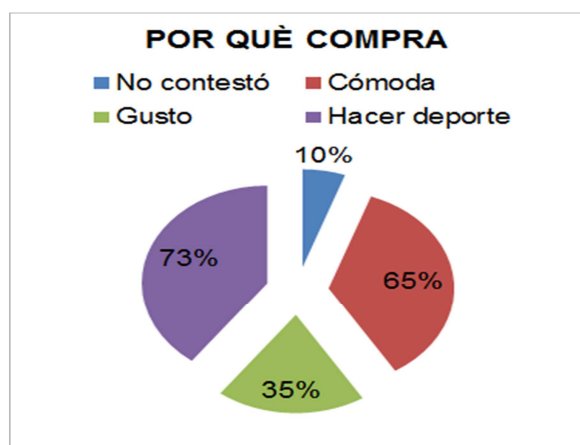
Cuadro N° 29

Por qué compra	DOCENTES		ADMINISTRATIVOS		TRABAJADORES		TOTAL	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
No contestó	0	0	4	27	0	0	4	10
Cómoda	18	78	7	47	1	50	26	65
Gusto	8	35	5	33	1	50	14	35
Hacer deporte	15	65	12	80	2	100	29	73

Fuente: Aplicación de encuestas a los docentes, administrativos y trabajadores de la UN.L.

Elaboración: Las autoras.

Gráfico N° 29



INTERPRETACIÓN

De las encuestas realizadas a los docentes, administrativos y trabajadores de todas las áreas en la Universidad Nacional de Loja, podemos determinar que en cuanto a la pregunta sobre el porqué compra ropa deportiva: la opción cómoda obtuvo una frecuencia de 26 que corresponde el 65%, hacer

deporte obtuvo una frecuencia de 29 que corresponde al 73% y por gusto con una frecuencia de 14 que corresponde al 35%. Y con una frecuencia de 4 que corresponde al 10% no contestaron.

7. ¿Dónde compra la ropa deportiva?

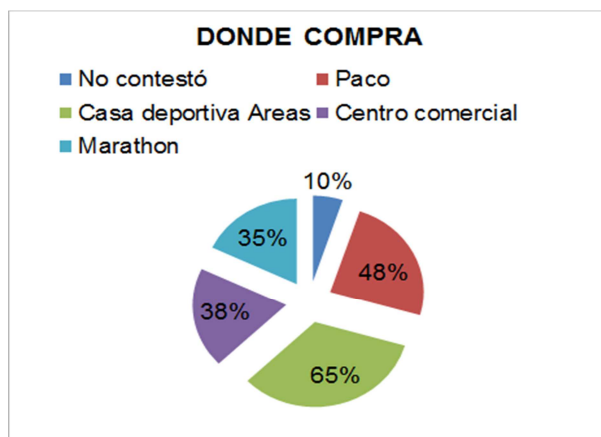
Cuadro N°30

Dónde compra	DOCENTES		ADMINISTRATIVOS		TRABAJADORES		TOTAL	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
No contestó	2	9	1	7	1	50	4	10
Paco	9	39	8	53	2	100	19	48
Casa deportiva Areas	14	61	10	67	2	100	26	65
Centro comercial	9	39	5	33	1	50	15	38
Marathon	7	30	6	40	1	50	14	35

Fuente: Aplicación de encuestas a los docentes, administrativos y trabajadores de la U.N.L.

Elaboración: Las autoras.

Gráfico N°30



INTERPRETACIÓN

De las encuestas realizadas a los Docentes, administrativos y trabajadores de todas las áreas en la Universidad Nacional de Loja, podemos determinar que en cuanto a la pregunta sobre donde compra: la opción casa deportiva

áreas obtuvo una frecuencia de 26 que corresponde el 65%, Paco obtuvo una frecuencia de 19 que corresponde al 48%, Centro comercial obtuvo una frecuencia de 15 que corresponde al 38%, marathon obtuvo una frecuencia de 14 que corresponda al 35% y 4 personas no contestaron y corresponde al 10%.

8. ¿En qué mes usted compra con mayor frecuencia ropa deportiva?

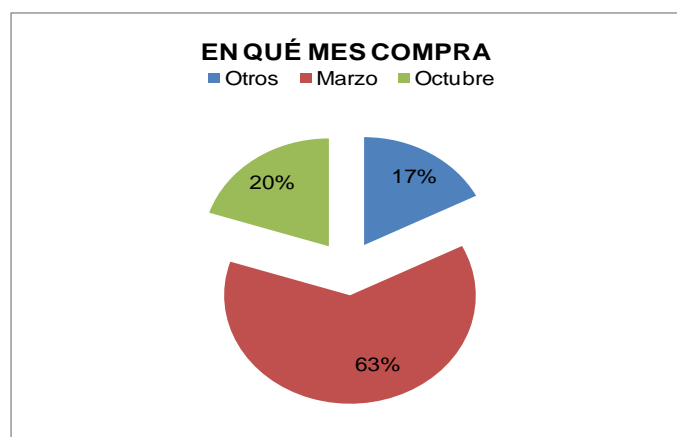
Cuadro N°31

DOCENTES			ADMINISTRATIVOS		TRABAJADORES		TOTAL	
En qué mes compra	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Otros	2	8,7	5	29,4		0	7	17,5
Marzo	15	65,2	8	58,8	2	100	25	63
Octubre	6	26,1	2	11,8		0	8	20
Total	23	100	15	100	2	100	40	100

Fuente: Aplicación de encuestas a los docentes, administrativos y trabajadores de la U.N.L.

Elaboración: Las autoras.

Gráfico N°31



INTERPRETACIÓN

De las encuestas realizadas a los docentes, administrativos y trabajadores de todas las áreas en la Universidad Nacional de Loja, podemos determinar que de las 40 personas encuestadas 25 de ellas que corresponde al 63%

contestaron que compran ropa deportiva en el marzo, mientras que 8 personas que corresponde al 20% contestaron que compran ropa deportiva en el mes de octubre y finalmente 7 personas que corresponde 18% no contestaron esta interrogante.

9. ¿Por qué razón compra con mayor frecuencia en estos meses?

Cuadro N°32

Por que compra en estos meses	DOCENTES		ADMINISTRATIVOS		TRABAJADORES		TOTAL	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Campeonatos externos	10	43,48	5	33,33	1	50,00	16	40,00
Campeonatos en la institucion	18	78,26	14	93,33	2	100,00	34	85,00
Otros	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00

Fuente: Aplicación de encuestas a los docentes, administrativos y trabajadores de la U.N.L.

Elaboración: Las autoras.

Grafico N°32



INTERPRETACIÓN

De las encuestas realizadas a los docentes, administrativos y trabajadores de todas las áreas en la Universidad Nacional de Loja, podemos determinar que en cuanto a la pregunta sobre el porqué razón compra con mayor

frecuencia en estos meses, el 85% que corresponde a una frecuencia de 34 contestaron que comprar para los campeonatos dentro de la institución universitaria, el 40% que corresponde a la frecuencia 16 contestaron que compran para campeonatos externos y la opción otros no obtuvo ningún resultado.

10. ¿realiza usted compra de ropa deportiva en otros meses?

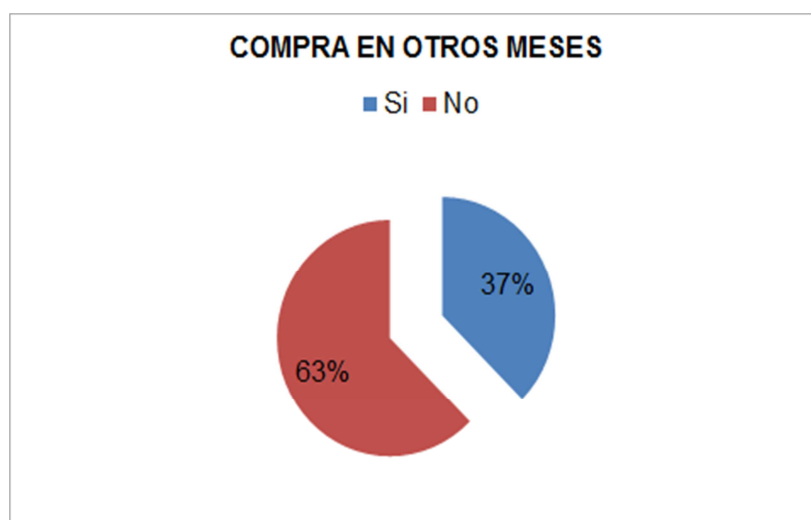
Cuadro N° 33

Compra en otros meses	DOCENTES		ADMINISTRATIVOS		TRABAJADORES		TOTAL	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Si	8	34,78	6	40,0	1	50	15	37,5
No	15	65,22	9	60,0	1	50	25	62,5
Total	23	100	15	100	2	100	40	100

Fuente: Aplicación de encuestas a los docentes, administrativos y trabajadores de la U.N.L.

Elaboración: Las autoras.

Cuadro N° 33



INTERPRETACIÓN

De las encuestas realizadas a los docentes, administrativos y trabajadores de todas las áreas en la Universidad Nacional de Loja, podemos determinar que en cuanto a la pregunta usted realiza compras en otros meses, obtuvimos el siguiente resultado; el 62,5% que corresponde a una frecuencia de 25 manifestaron que no, el 37,5% que corresponde a una frecuencia de 15 manifestaron que sí.

9.1 ¿Por qué?

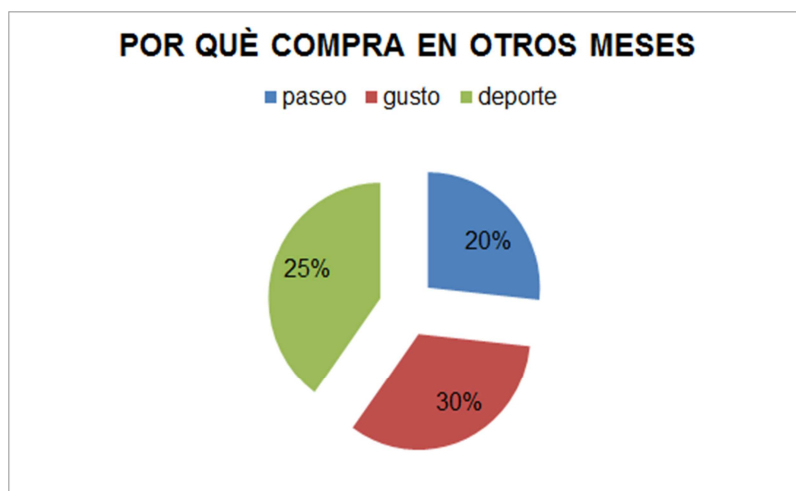
Cuadro N° 34

DOCENTES			ADMINISTRATIVOS		TRABAJADORES		TOTAL	
Por que compra en otros meses	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
paseo	6	26	2	13	0	0	8	20
gusto	5	22	4	27	1	50	10	25
deporte	8	35	3	20	1	50	12	30

Fuente: Aplicación de encuestas a los docentes, administrativos y trabajadores de la U.N.L.

Elaboración: Las autoras.

Cuadro N° 34



INTERPRETACIÓN

De las encuestas realizadas a los docentes, administrativos trabajadores de todas las áreas en la Universidad Nacional de Loja, podemos determinar que en cuanto a la pregunta sobre el porqué razón compra en otros meses obtuvimos el siguiente resultado: el 30% que corresponde a una frecuencia de 12 contestaron que compran por gusto, el 20% que corresponde a una frecuencia de 8 manifestaron que compran cuando tienen algún paseo y el 25% que corresponde a una frecuencia de 10 manifestaron que para hacer deporte.

11. ¿En qué se fijó al momento de comprar ropa deportiva?

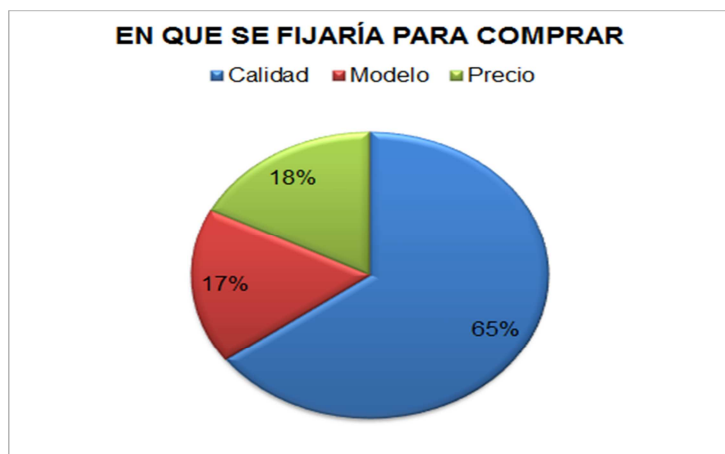
Cuadro N°35

En qué se fijó para comprar	DOCENTES		ADMINISTRATIVOS		TRABAJADORES		TOTAL	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Calidad	15	68,20	10	70,60	1	50,00	26	65,00
Modelo	4	13,60	3	17,60	0	0,00	7	17,50
Precio	4	18,20	2	11,80	1	50,00	7	17,50
Total	23	100	15	100	2	100	40	100

Fuente: Aplicación de encuestas a los docentes, administrativos y trabajadores de la U.N.L.

Elaboración: Las autoras.

Grafico N°35



INTERPRETACIÓN

De las encuestas realizadas a los docentes, administrativos y trabajadores de todas las áreas en la Universidad Nacional de Loja, podemos determinar que de las encuestadas realizadas, el 65% que tiene una frecuencia de 26 contestaron que para comprar ropa deportiva se fijarían en la calidad, mientras que 7 personas que corresponde al 17,5% contestaron que para comprar se fijarían en el precio y modelo de la ropa deportiva.

12. ¿Cómo es la calidad del producto que compra actualmente?

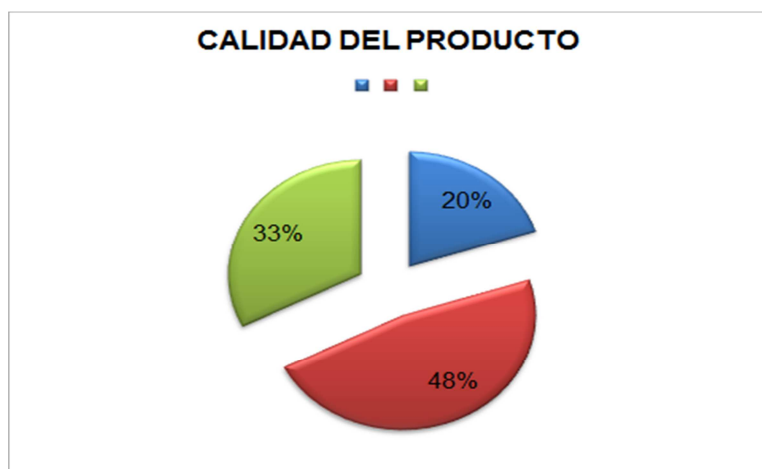
Cuadro N° 36

DOCENTES			ADMINISTRATIVOS		TRABAJADORES		TOTAL	
Calidad del producto	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Excelente	6	26,1	1	5,9	1	50	8	20
Muy buena	9	39,1	10	70,6	0	0	19	48
Buena	8	34,8	4	23,5	1	50	13	33
Total	23	100	15	100	2	100	40	100

Fuente: Aplicación de encuestas a los docentes, administrativos y trabajadores de la UN.L.

Elaboración: Las autoras.

Grafico N° 36



INTERPRETACIÓN

De las encuestas realizadas a los docentes, administrativos y trabajadores de todas las áreas en la Universidad Nacional de Loja, podemos determinar que de las 40 personas encuestadas 19 de ellas que corresponde al 48% contestaron que la calidad del producto que han comprado ha sido de muy buena calidad, mientras que 13 personas que corresponde al 33% contestaron que la calidad del producto que han comprado a sido buena y finalmente 8 personas que corresponde al 20% contestaron que el producto que compraron es de excelente calidad.

13. ¿Si se implementara en la Universidad nacional de Loja una microempresa de confección y comercialización de ropa deportiva Ud. la apoyaría?

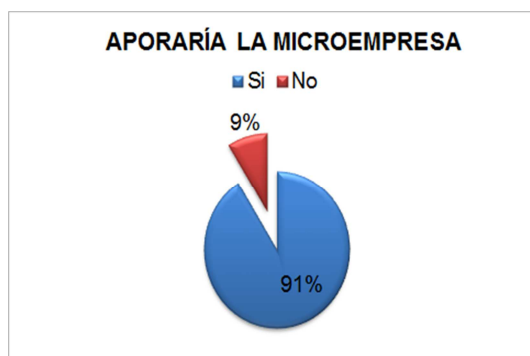
Cuadro N°37

DOCENTES			ADMINISTRATIVOS		TRABAJADORES		TOTAL	
Apoyaría la nueva microempresa	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Si	22	91,3	17	100	2	100	41	91
No	2	4,3	0		2	0	4	9
Total	24	100	17	100	4	100	45	100

Fuente: Aplicación de encuestas a los docentes, administrativos y trabajadores de la U.N.L.

Elaboración: Las autoras.

Grafico N°37



INTERPRETACIÓN

De las encuestas realizadas a los docentes, administrativos y trabajadores de todas las áreas en la Universidad Nacional de Loja, podemos determinar que de las 45 personas encuestadas 41 de ellas que corresponde al 91% contestaron que si apoyarían a la implementación de la nueva microempresa de ropa deportiva, mientras que 4 personas que corresponde al 9% contestó que no apoyaría la implementación de la nueva microempresa.

14. ¿Estaría dispuesto a comprar ropa deportiva (camisetas, blusas, chompas, etc.) que tenga el logotipo d la UNL en diferentes diseños los cuales identifique la imagen de la institución aparte de los otros uniformes?

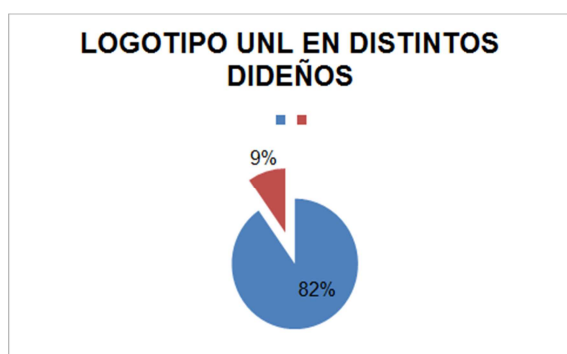
Cuadro N°38

Logotipo de la UNL en distintos diseños	DOCENTES		ADMINISTRATIVOS		TRABAJADORES		TOTAL	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Si	19	91,3	17	100	1	100	37	82
No	3	4,3	0		1	0	4	9
Total	22	100	17	100	2	100	41	100

Fuente: Aplicación de encuestas a los docentes, administrativos y trabajadores de la U.N.L.

Elaboración: Las autoras.

Gráfico N°38



INTERPRETACIÓN

De las encuestas realizadas a los docentes, administrativos y trabajadores de todas las áreas en la Universidad Nacional de Loja en cuanto a la pregunta de si la empresa sacara ropa deportiva con distintos logotipos de la UNL apoyarían de lo cual obtuvimos el siguiente resultado: el 82% que corresponde a una frecuencia de 37 manifestaron que si comprarían, mientras que el 9% que corresponde a una frecuencia de 4 dijeron que no comprarían.

15. ¿En qué opciones estaría dispuesto a comprar ropa deportiva: tres piezas (camiseta, pantaloneta y polines), completo (chompa, calentador, camiseta, pantaloneta y polines)?

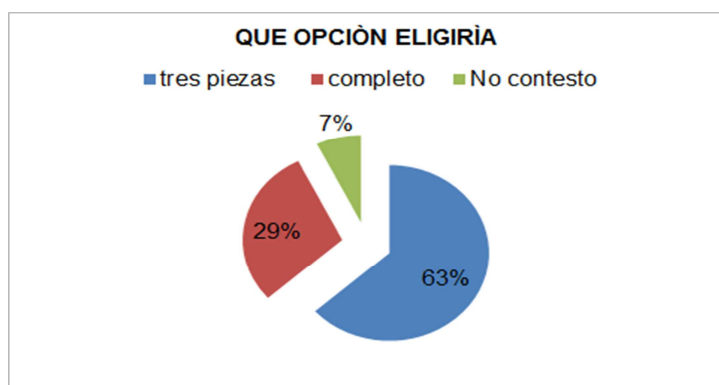
Cuadro N° 39

	DOCENTES		ADMINISTRATIVOS		TRABAJADORES		TOTAL	
Que opción elegiría	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
tres piezas	13	59	12	71	1	50	26	63
completo	8	36	3	18	1	50	12	29
No contesto	1	5	2	12	0	0	3	7
Total	22	100	17	100	2	100	41	100

Fuente: Aplicación de encuestas a los docentes, administrativos y trabajadores de la U.N.L.

Elaboración: Las autoras.

Grafico N° 39



INTERPRETACIÓN

De las encuestas realizadas a los docentes, administrativos y trabajadores de todas las áreas en la Universidad Nacional de Loja en cuanto a la pregunta que opción elegiría para comprar ropa deportiva el resultado fue el siguiente: el 63% que corresponde a una frecuencia de 26 la ropa de la opción d tres piezas puesto que se les hace más fácil y rápido el 29% que obtuvo una frecuencia de 12 manifestaron que comprarían el terno deportivo completo, mientras que el 7% que corresponde a una frecuencia de 3 no contestaron.

16. ¿Cómo le gustaría que sea la atención que se brinde en esta unidad?

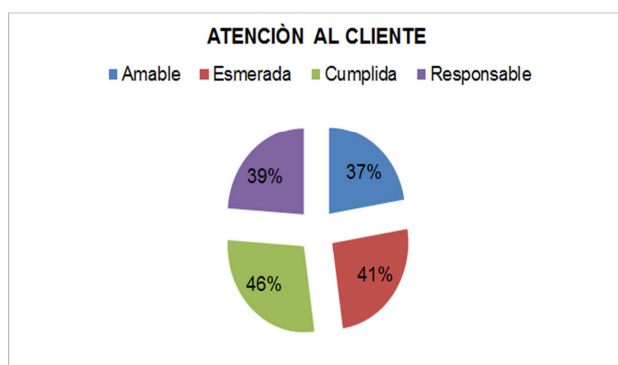
Cuadro N° 40

DOCENTES			ADMINISTRATIVOS		TRABAJADORES		TOTAL	
Atención al cliente	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Amable	8	36	6	35	1	50	15	37
Esmerada	11	50	5	29	1	50	17	41
Cumplida	7	32	10	59	2	100	19	46
Responsable	6	27	8	47	2	100	16	39

Fuente: Aplicación de encuestas a los docentes, administrativos y trabajadores de la U.N.L.

Elaboración: Las autoras.

Grafico N° 40



INTERPRETACIÓN

De las encuestas realizadas a los docentes, administrativos y trabajadores de todas las áreas en la Universidad Nacional de Loja, podemos determinar que de la pregunta cómo le gustaría que sea la atención que se brinde en esta empresa nos contestaron así: amable obtuvo una frecuencia de 15 que corresponde al 37%, responsable obtuvieron una frecuencia de 16 que corresponde al 39%, cumplida obtuvo una frecuencia de 19 que corresponde al 46%, esmerada obtuvo una frecuencia de 17 que corresponde al 41%.

**f.3 TABULACIÓN DE ENCUESTA A LOS ALMACENES Y CASAS
DEPORTIVAS DE LA CIUDAD DE LOJA.**

1. Nombre de su almacén deportivo

CUADRO N° 41

Nombre del almacen deportivo	Dirección
Diez sport	Sucre 04-21 y Quito
Loja Sport	Sucre entre rocafuerte y M. Riofrio
Paulet Sport	Sucre entre J. Felix de valdivieso y Quito
Atleta	Av. Orillas del Zamora 06-06
Nimaran Sport	Sucre entre J. Felix de valdivieso y Quito
Casa Deportivo Gramer	Quito entre Sucre y Bolivar
Bori sport	Sucre entre J. Felix de valdivieso y Quito
Champion sport	Bolivar entre Imbabura y Colón
El rey	Sucre 08-93 y Rocafuerte
Bordados	Bolivar 9-52 y Padre Aguirre
Spencer Sport	Bolivar entre Mercadillo y Azuay
Paco	Sucre entre J. Felix de valdivieso y Quito
Deportivo Arias	Sucre 03-49 y Rocafuerte
Ghatti Sport	Bolivar entre Azuay y Miguel Riofrio
Punto Sport	18 de Noviembre y Cariamanga
Mundy sport	Bolivar entre Cariamanga y Catacocha
El Conde	Sucre entre J. Felix de valdivieso y Quito
Estilo	Sucre y Catacocha
Marsella	Bolivar entre Catacocha y Lourdes
Lex sport	Bolivar entre Cariamanga y Catacocha
Velez	Sucre 08-33 y 10 de Agosto
Olimpica	Chimborazo 706-708 y Colón

Fuente: Aplicación de encuestas a los deportivos de la ciudad de Loja.

Elaboración: Las autoras

2. ¿Qué cantidad de chompa deportiva vende usted al año?

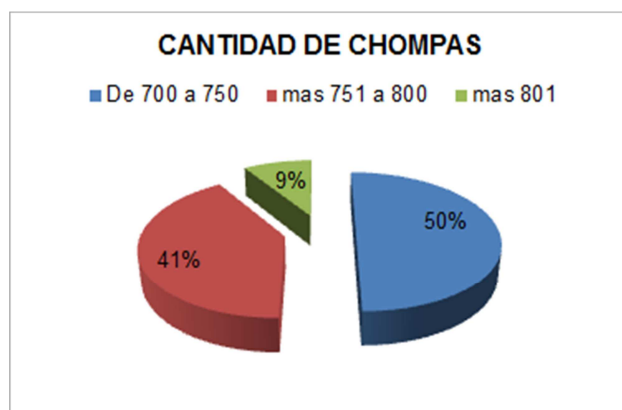
CUADRO N° 42

¿Qué cantidad de chompas deportivas vende al año?	Frecuencia	%
De 700 a 750	11	50
mas 751 a 800	9	41
mas 801	2	9
Total	22	100

Fuente: Aplicación de encuestas a los deportivos de la ciudad de Loja.

Elaboración: Las autoras.

Grafico N° 41



INTERPRETACIÓN

De las encuestas realizadas a los almacenes y casas deportivas de la ciudad de Loja, podemos determinar que de los 22 deportivos, en base a la pregunta planteada de qué cantidad de chompas deportivas venden al año, el 50% que corresponde a 11 deportivos nos manifestaron que venden de 700 a 750 chompas al año, el 41% que corresponde a 9 deportivos nos contestaron que venden de 751 a 800 y el 9% que

corresponde a 2 deportivos nos manifestaron que venden más de 801 chompas al año.

3. ¿Qué cantidad de calentador deportiva vende usted al año?

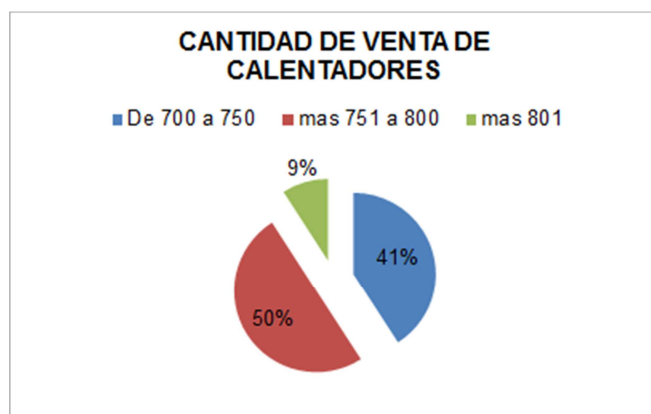
CUADRO N° 43

¿Qué cantidad de calentadores vende al año?	Frecuencia	%
De 700 a 750	9	41
mas 751 a 800	11	50
mas 801	2	9
Total	22	100

Fuente: Aplicación de encuestas a los deportivos de la ciudad de Loja.

Elaboración: Las autoras.

Grafico N° 42



INTERPRETACIÓN

De las encuestas realizadas a los almacenes y casas deportivas de la ciudad de Loja, podemos determinar que de los 22 deportivos, en base a la pregunta planteada de qué cantidad de calentadores deportivos venden al año, el 50% que corresponde a 11 deportivos nos manifestaron que venden de 700 a 750 calentadores al año, mientras

que el 41% que corresponde a 9 deportivos nos contestaron que venden de 751 a 800 calentadores. Y el 9% que corresponde a 2 deportivos manifestaron que más de 801. Cabe manifestar que los calentadores con las chompas deportivas tienen similitud de cantidad de venta, puesto que estas dos prendas se las vende en conjunto como terno deportivo externo.

4. ¿Qué cantidad de camiseta deportiva vende usted al año?

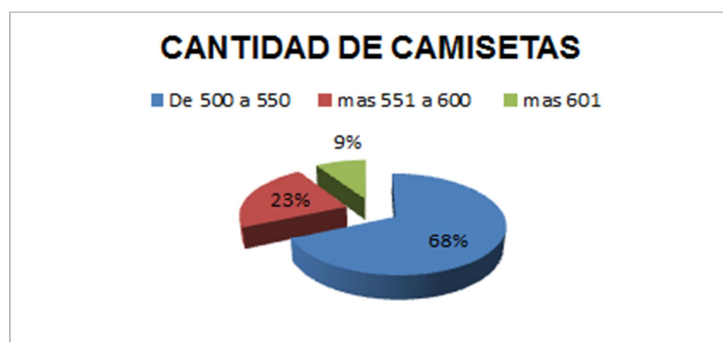
CUADRO N° 44

¿Qué cantidad de camisetas deportivas vende al año?	Frecuencia	%
De 500 a 550	15	68
mas 551 a 600	5	23
mas 601	2	9
Total	22	100

Fuente: Aplicación de encuestas a los deportivos de la ciudad de Loja.

Elaboración: Las autoras.

Grafico N° 43



INTERPRETACIÓN

De las encuestas realizadas a los almacenes y casas deportivas de la ciudad de Loja, podemos determinar que de los 22 deportivos, en base a

la pregunta planteada de qué cantidad de camisetas deportivas venden al año, el 68% que corresponde a 15 deportivos nos manifestaron que venden de 500 a 550 camisetas al año, el 23% que corresponde a 5 deportivos nos contestaron que venden de 551 a 600 camisetas y el 9% que corresponde a 2 deportivos nos manifestaron que venden demás de 601 camisetas al año.

5. ¿Qué cantidad de pantaloneta deportiva vende usted al año?

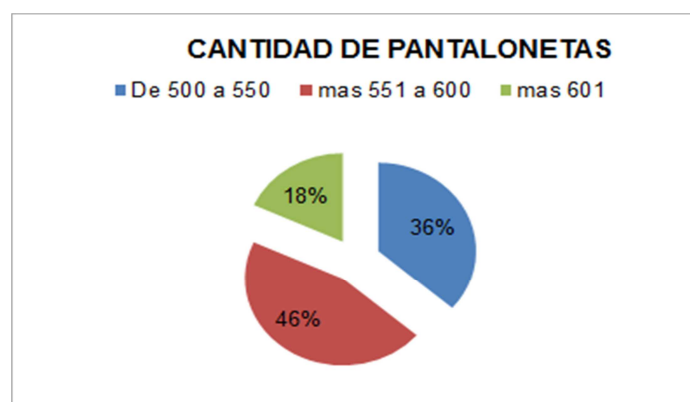
CUADRO N° 45

¿Qué cantidad de pantalonetas deportivas vende al año?	Frecuencia	%
De 500 a 550	8	36,4
mas 551 a 600	10	45,5
mas 601	4	18,2
Total	22	100

Fuente: Aplicación de encuestas a los deportivos de la ciudad de Loja.

Elaboración: Las autoras.

Grafico N° 44



INTERPRETACIÓN

De las 22 encuestas realizadas a los almacenes y casas deportivas de la ciudad de Loja, podemos determinar que, en base a la pregunta

planteada de qué cantidad de pantalonetas deportivas venden al año, el 46% que corresponde a 10 deportivos nos manifestaron que venden de 551 a 600 pantalonetas al año, mientras que el 36% que corresponde a 8 deportivos nos contestaron que venden de 500 a 550 pantalonetas al año. Y más de 601 que tiene un 18% que corresponde a 4 deportivos. Podemos manifestar también que las tres piezas como son camiseta, pantaloneta y polines se venden en igual cantidad puesto que se los adquiere en conjunto como terno deportivo interno.

6. ¿Qué cantidad de polines deportivos vende usted al año?

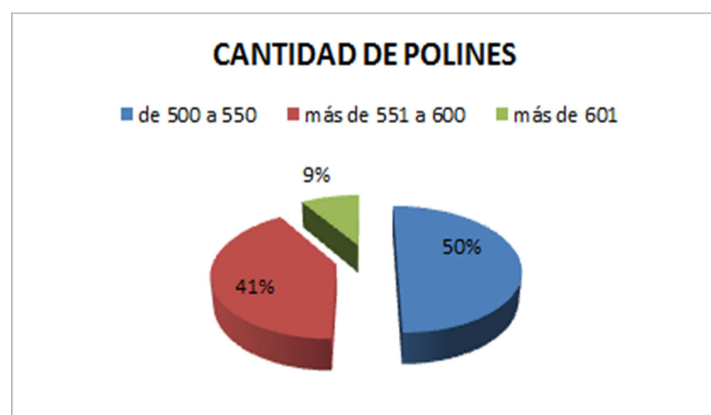
CUADRO N° 46

¿Qué cantidad de polines deportivos vende al año?	Frecuencia	%
de 500 a 550	11	50,0
más de 551 a 600	9	40,9
más de 601	2	9,1
Total	22	100

Fuente: Aplicación de encuestas a los deportivos de la ciudad de Loja.

Elaboración: Las autoras.

Gráfico N° 45



INTERPRETACIÓN

De las 22 encuestas realizadas a los almacenes y casas deportivas de la ciudad de Loja, podemos determinar que, en base a la pregunta planteada de qué cantidad de polines deportivos venden al año, el 50% que corresponde a 11 deportivos nos manifestaron que venden de 500 a 550 pares de polines al año, el 41% que corresponde a 9 deportivos nos contestaron que venden de 551 a 600 par de polines al año y el 9% que corresponde a 2 deportivos nos manifestaron que venden más de 601 par de polines al año.

7. ¿Existen temporadas altas y bajas para la venta?

CUADRO N° 47

¿Existen Temporadas altas y bajas para la venta?	Frecuencia	%
Si	22	100

Fuente: Aplicación de encuestas a los deportivos de la ciudad de Loja.

Elaboración: Las autoras.

Grafico N° 46



INTERPRETACIÓN

De las 22 encuestas realizadas a los almacenes y casas deportivas de la ciudad de Loja, podemos determinar que, en base a la pregunta planteada de si existe temporadas altas y bajas de venta, el 100% que corresponde a los 22 deportivos nos manifestaron que si existe temporadas de venta, puesto que todos los meses no se vende a igual cantidad y eso se da por distintos factores.

8. ¿Por qué?

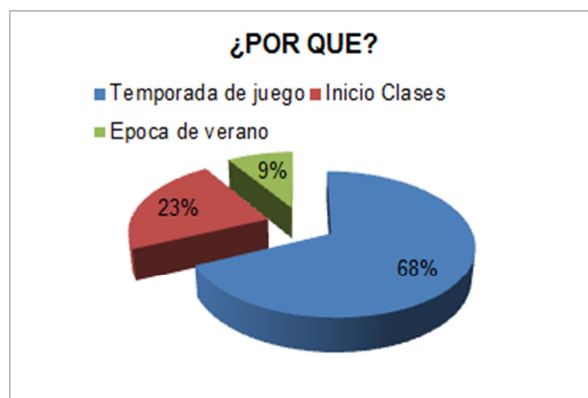
CUADRO N° 48

¿Por qué?	Frecuencia	%
Temporada de juego	15	68,2
Inicio de clases	5	22,7
Epoca de verano	2	9,1
Total	22	100

Fuente: Aplicación de encuestas a los deportivos de la ciudad de Loja.

Elaboración: Las autoras.

Grafico N° 47



INTERPRETACIÓN

De las 22 encuestas realizadas a los almacenes y casas deportivas de la ciudad de Loja, podemos determinar que, en base a la pregunta planteada de el por qué hay temporadas de venta altas y bajas y cuáles son los factores para obtener estos resultados, el 68% que corresponde a 15 deportivos nos manifestaron que venden ellos venden a mayor cantidad en la temporada de juego, puesto que todos inician sus campeonatos y desea confeccionar sus prendas deportivas, el 23% que corresponde a 5 deportivos nos contestaron que venden más a inicio de clases puesto que los establecimientos mandan a confeccionar sus uniformes, y el 9% que corresponde a 2 deportivos nos manifestaron que venden a mayor cantidad en época de verano puesto que es donde inician los deportes.

9. ¿Si su respuesta fue sí que meses vende más?

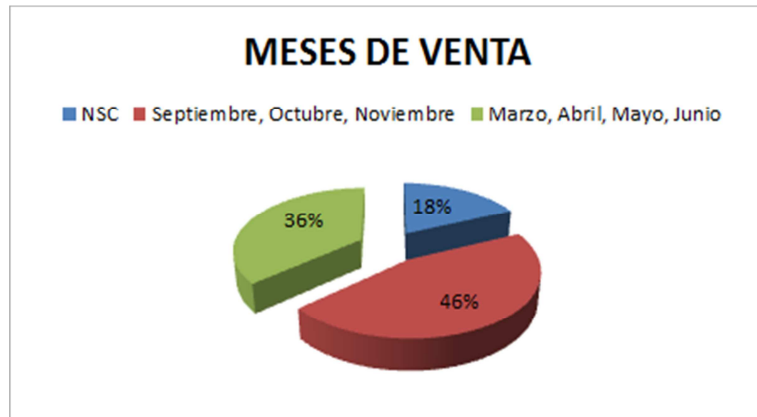
CUADRO N° 49

¿Si su respuesta fue si que meses vende mas?	Frecuencia	%
NSC	4	18,2
Septiembre, Octubre, Noviembre	10	45,5
Marzo, Abril, Mayo, Junio	8	36,4
Total	22	100

Fuente: Aplicación de encuestas a los deportivos de la ciudad de Loja.

Elaboración: Las autoras.

Grafico N°48



INTERPRETACIÓN

De las 22 encuestas realizadas a los almacenes y casas deportivas de la ciudad de Loja, podemos determinar que, en base a la pregunta planteada de si la respuesta fue si a la pregunta 7 en base a si existe temporadas altas y bajas de venta, se plantea otra interrogante que es que cuales son los meses de mayor venta, el 46% que corresponde a 10 deportivos nos manifestaron que los meses de mayor venta son entre enero, febrero y marzo, el 36% que corresponde a 8 deportivos nos contestaron que los meses de mayor venta son entre abril, mayo y junio. Y el 18% que corresponde a 4 personas no contestaron esta interrogante.

10. ¿Cuáles son los principales clientes?

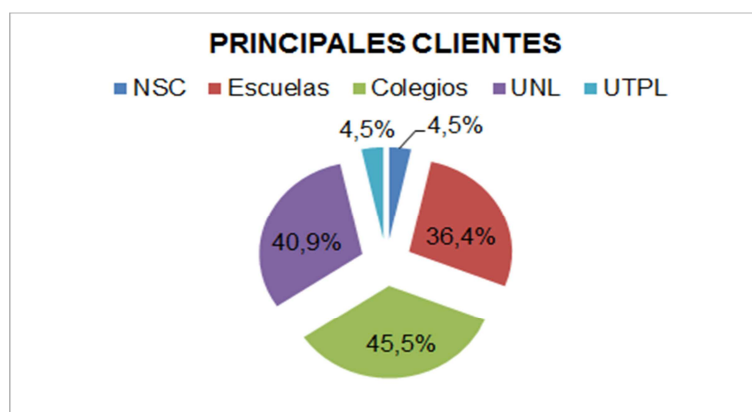
CUADRO N° 50

¿Cuáles son los principales clientes?	Frecuencia	%
NSC	1	4,5
Escuelas	8	36,4
Colegios	10	45,5
UNL	9	40,9
UTPL	1	4,5

Fuente: Aplicación de encuestas a los deportivos de la ciudad de Loja.

Elaboración: Las autoras.

Grafico N° 49



INTERPRETACIÓN

De las 22 encuestas realizadas a los almacenes y casas deportivas de la ciudad de Loja, podemos determinar que, en base a la pregunta planteada de cuáles son los principales clientes, el 45% que corresponde a 10 deportivos nos manifestaron que los principales clientes son de los colegios, el 36% que corresponde a 8 deportivos nos contestaron que los principales clientes que tienen son de escuelas, el

40,9% que corresponde a 9 personas nos contestaron que los principales proveedores son de la Universidad Nacional de Loja, el 5% que corresponde a 1 deportivo nos manifestó que vende en mayor cantidad a la UTPL y el 5% que corresponde a 1 deportivo no supo contestar esta interrogante.

11. ¿Cuál es el precio de venta por cada chompa deportiva?

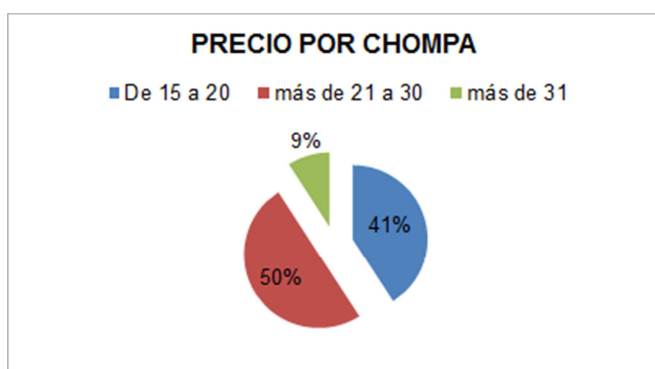
CUADRO N°51

¿Cuál es el precio de venta por chompa deportiva?	Frecuencia	%
De 15 a 20	9	40,9
más de 21 a 30	11	50,0
más de 31	2	9,1
Total	22	100

Fuente: Aplicación de encuestas a los deportivos de la ciudad de Loja.

Elaboración: Las autoras.

Grafico N°50



INTERPRETACIÓN

De las encuestas realizadas a los almacenes y casas deportivas de la ciudad de Loja, podemos determinar que de los 22 deportivos, en base a

la pregunta planteada de cuál es el precio de venta por la chompa deportiva, el 50% que corresponde a 11 deportivos nos manifestaron que venden de \$21 a \$30, el 41% que corresponde a 9 deportivos nos contestaron que venden de \$15 a \$20, y el 9% que corresponde a 2 deportivos nos manifestaron que venden a un precio entre \$31.

12. ¿Cuál es el precio de venta por cada calentador deportivo?

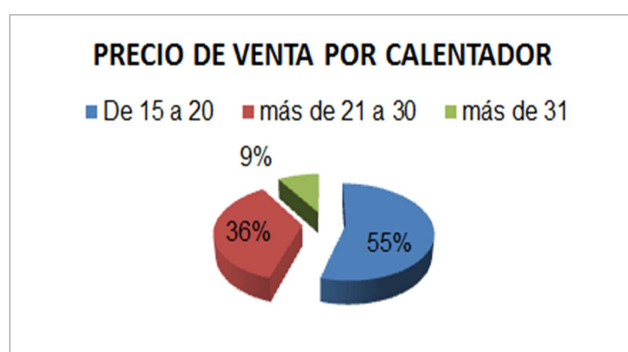
CUADRO N° 52

¿Cuál es el precio de venta por calentador deportiva?	Frecuencia	%
De 15 a 20	12	54,5
más de 21 a 30	8	36,4
más de 31	2	9,1
Total	22	100

Fuente: Aplicación de encuestas a los deportivos de la ciudad de Loja.

Elaboración: Las autoras.

Grafico N° 51



INTERPRETACIÓN

De las 22 encuestas realizadas a los almacenes y casas deportivas de la ciudad de Loja, en base a la pregunta planteada de cuál es el precio de venta por cada calentador deportivo, el 55% que corresponde a 11

deportivos nos manifestaron que venden de \$15 a \$20, el 36% que corresponde a 8 deportivos nos contestaron que venden de \$21 a \$30, y el 9% que corresponde a 2 deportivos nos manifestaron que venden a un precio entre \$31.

13. ¿Cuál es el precio de venta por cada camiseta deportiva?

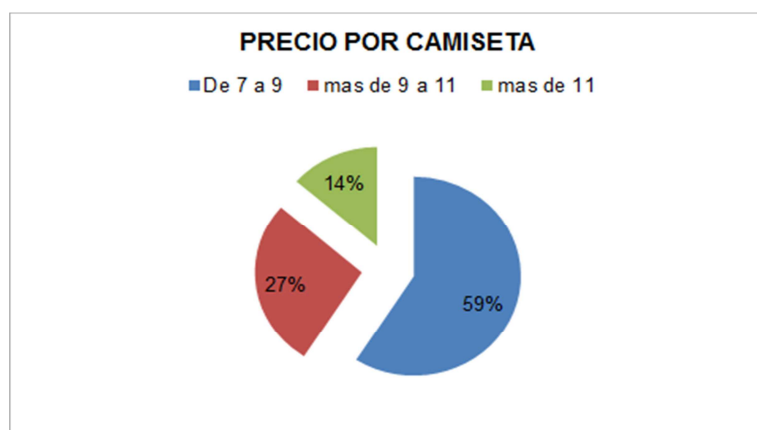
CUADRO N° 53

¿Cuál es el precio de venta por camiseta deportiva?	Frecuencia	%
De 7 a 9	13	59,1
mas de 9 a 11	6	27,3
mas de 11	3	13,6
Total	22	100

Fuente: Aplicación de encuestas a los deportivos de la ciudad de Loja.

Elaboración: Las autoras.

Grafico N° 52



INTERPRETACIÓN

De las 22 encuestas realizadas a los almacenes y casas deportivas de la ciudad de Loja, en base a la pregunta planteada de cuál es el precio de venta por cada camiseta deportiva, el 59% que corresponde a 13

deportivos nos manifestaron que venden de \$7 a \$9, el 27% que corresponde a 6 deportivos nos contestaron que venden de \$9 a \$11, y el 13,6% que corresponde a 3 deportivos nos manifestaron que venden a un precio más de \$11.

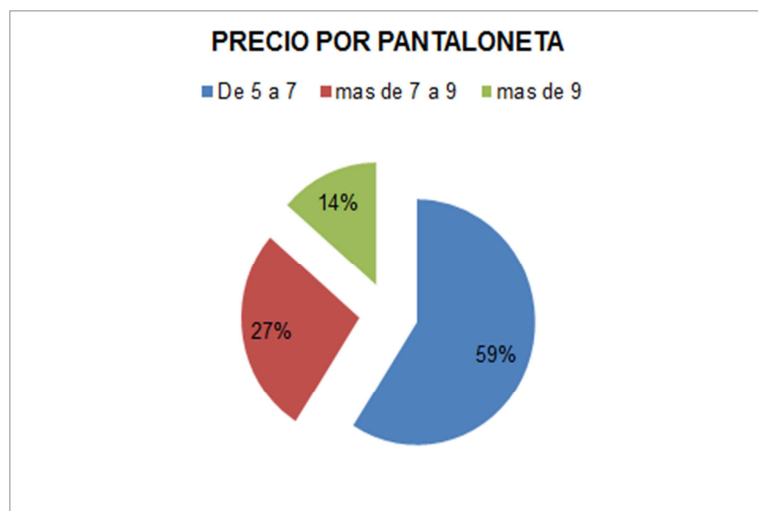
14. ¿Cuál es el precio de venta por cada pantaloneta deportiva?

CUADRO N° 54

¿Cuál es el precio de venta por pantaloneta deportiva?	Frecuencia	%
De 5 a 7	13	59,1
mas de 7 a 9	6	27,3
mas de 9	3	13,6
Total	22	100

Fuente: Aplicación de encuestas a los deportivos de la ciudad de Loja.
Elaboración: Las autoras.

Grafico N° 53



INTERPRETACIÓN

De las 22 encuestas realizadas a los almacenes y casas deportivas de la ciudad de Loja, en base a la pregunta planteada de cuál es el precio de venta por cada pantaloneta deportiva, el 59% que corresponde a 13 deportivos nos manifestaron que venden a un precio entre \$5 a \$7, el 27% que corresponde a 6 deportivos nos contestaron que venden de \$7 a \$9. Y el 14% que corresponde a 3 deportivos contestaron que más de \$9.

g. DISCUSIÓN

g. DISCUSIÓN

g.1 ESTUDIO DE MERCADO

g.2 DETERMINACION DE LA DEMANDA ESTUDIANTES, DOCENTES, ADMINISTRATIVOS Y TRABAJADORES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

CUADRO N°55

Utiliza ropa deportiva	Estudiante	Doc, Adm, tra	Total
Si	308	40	348
No	20	5	25
Total			373

Fuente: Cuadro N° 3, 24 estudio de mercado

Elaboración: Las autoras.

CUADRO N°56

Utiliza ropa deportiva	frecuencia	%
Si	348	93,30
No	25	6,70
TOTAL	373	100

Fuente: Cuadro N°55

Elaboración: Las autoras.

CUADRO N°57

DEMANDA POTENCIAL			
Año	N° Est, doc, adm, trab	Porcentaje de personas que usan ropa	Demanda total
2011	14022	93,30%	13040

Fuente: Cuadro N°56

Elaboración: Las autoras.

Demanda potencial con respecto al uso de ropa deportiva

CUADRO N° 58

Tipo de ropa	Estudiante	Doc, Adm, trb.	Total
Marca reconocida (Adidas, Nike,etc)	134	14	148
Marca tradicional	174	24	198
Total			346

Fuente: Cuadro N° 4, 25 estudio de mercado

Elaboración: Las autoras.

CUADRO N° 59

Tipo de ropa	frecuencia	%
Marca reconocida (Adidas, Nike,etc)	148	42,77
Marca tradicional	198	57,23
TOTAL	346	100

Fuente: Cuadro N° 58

Elaboración: Las autoras.

CUADRO N° 60

DEMANDA REAL			
Tipo de ropa	N° Est, doc, adm, trab	Porcentaje de tipo de ropa deportiva	Demanda actual
Marcas reconocidas (Adidas, Nike,etc)	14022	42,77%	5997
Marcas tradicionales		57,23%	8025
TOTAL			14022

Fuente: Cuadro N° 59

Elaboración: Las autoras.

Demanda real con respecto a las clases de marcas que compran en ropa deportiva.

CUADRO N° 61

Apoyaría a la Unidad de negocio	Estudiantes	Doc, Adm, trb.	Total
si	290	41	331
no	38	4	42
Total			373

Fuente: Cuadro N° 16, 37 estudio de mercado

Elaboración: Las autoras.

CUADRO N°62

Apoyaría a la Unidad de negocio	frecuencia	%
si	331	88,74
no	42	11,26
TOTAL	373	100

Fuente: Cuadro N° 61

Elaboración: Las autoras.

CUADRO N°63

DEMANDA POTENCIAL			
Año	N° Est, doc, adm, trab	Apoyo a la Unidad de negocio	Demanda total
2011	14022	88,74%	12443

Fuente: Cuadro N° 62

Elaboración: Las autoras.

Demanda potencial con respecto a la creación de la microempresa dentro de la UNL y su comercialización en el mercado segmentado del proyecto

CUADRO N°64

Ropa diseño distinto de logotipo UNL	Estudiantes	Doc, Adm, trb.	Total
si	102	37	139
no	188	4	192
Total			331

Fuente: Cuadro N° 19, 38 estudio de mercado

Elaboración: Las autoras.

CUADRO N°65

Ropa diseño distinto de logotipo UNL	frecuencia	%
si	139	41,99
no	192	58,01
TOTAL	331	100

Fuente: Cuadro N° 64

Elaboración: Las autoras.

CUADRO N° 66

DEMANDA POTENCIAL			
Año	N° Est, doc, adm, trab	Ropa diseño distinto de logotipo de UNL	Demanda total
2011	14022	41,99%	5888

Fuente: Cuadro N° 65

Elaboración: Las autoras.

Demanda potencial con respecto a la compra de ropa deportiva que tenga logotipos de la UNL, diferentes diseños y presentación la cual identifique la imagen de la institución.

CUADRO N° 67

Compraria uniforme educacion fisica	Estudiantes	Total
si	75	75
no	215	215
Total		290

Fuente: Cuadro N° 18 estudio de mercado

Elaboración: Las autoras.

CUADRO N° 68

Compraria de uniforme educacion fisica	frecuencia	%
si	75	25,86
no	215	74,14
TOTAL	290	100

Fuente: Cuadro N° 67

Elaboración: Las autoras.

CUADRO N° 69

DEMANDA POTENCIAL			
Año	N° Estudiantes	Uniformes de educación fisica	Demanda total
2011	13000	25,86%	3362

Fuente: Cuadro N° 68

Elaboración: Las autoras.

Demanda potencial de adquisición de uniformes de educación física por parte del estudiantado.

CUADRO N°70

Mes de compra	Estudiantes	Doc, Adm, trb.	Total
marzo	222	25	247
Octubre	80	8	88
Total			335

Fuente: Cuadro N° 8, 28 estudio de mercado

Elaboración: Las autoras.

CUADRO N°71

Mes de compra	frecuencia	%
marzo	247	73,73
Octubre	88	26,27
TOTAL	335	100

Fuente: Cuadro N° 70

Elaboración: Las autoras.

CUADRO N°72

DEMANDA POTENCIAL			
Características	N° Est, doc, adm, trab	Mes de compra	Demanda actual
Marzo	14022	73,73%	10338
Octubre		26,27%	3684
TOTAL			14022

Fuente: Cuadro N° 71

Elaboración: Las autoras.

Demanda potencial de los meses que la UNL mantiene eventos deportivos y los estudiantes compran para su participación y lo adquieren de la siguiente manera: tres piezas (camiseta, pantaloneta y medias), de este porcentaje el 8,7% compra ropa deportiva de 5 piezas o sea incluida (calentador y chompa).

Cuadro N°73

DEMANDA DE ROPA DEPORTIVA POR EVENTOS DEPORTIVOS ANUALES		
Ropa deportiva 3 piezas 89,81%	Ropa deportiva (5 piezas) 8,7%	Ropa deportiva (3 piezas) 81,11%
14022	1220	11373

Fuente: Cuadro N° 72

Elaboración: Las autoras.

Cuadro N°74

DEMANDA DE UNIFORMES DE EDUCACIÓN FÍSICA		
Estudiantes	%	Tota demanda uniformes
13000	25,86%	3362

Fuente: Cuadro N° 69

Elaboración: Las autoras.

Cuadro N°75

DEMANDA DE ROPA DEPORTIVA CON LOGOTIPOS Y NUEVOS DISEÑOS EN TODO EL AÑO		
Características	%	Demanda total
Chompa, calentador, camiseta	12,15	715
Camiseta 41,99% (5888)	76,85	4525

Fuente: Cuadro N° 66

Elaboración: Las autoras.

Cuadro N°76

Características	Chompa	Calentador	camiseta	Pantaloneta	Medias
5 piezas	1220	1220	1220	1220	1220
3 piezas			11373	11373	11373
Uniforme educación física			3361,8	3361,8	3361,8
Chompa, calentador, camiseta	715	715	715		
Camisetas			4525		
TOTAL	1935	1935	21195	15955	15955

Fuente: Cuadro N° 73, 74, 75

Elaboración: Las autoras.

El mercado es estático puesto que por la infraestructura que tiene la UNL ya no puede crecer. No existe demanda insatisfecha puesto que el mercado está copado de iguales, similares o sustitutos.

La oferta se la realizó en base a preguntas realizadas a las personas que están prestas a apoyar la microempresa contribuyendo así a que los productos se comercialicen con normalidad y de esa manera tener un mercado fluido.

g.3 PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

Por medio del plan de comercialización nosotros daremos a conocer nuestra microempresa de confección y comercialización de ropa deportiva ya que para ello tomaremos en cuenta cuatro elementos básicos que son: Producto, Precio, Plaza y Promoción.

g.3.1 SERVICIO

Los servicios que ofrece esta microempresa son:

- Confección y comercialización de ropa deportiva.
- Atención al cliente personalizada.
- Horarios de atención acorde a sus necesidades.
- Precios bajos a la competencia.
- Aceptamos tarjetas de crédito.

g.3.2 PRODUCTO

El propósito es de servir a la Universidad Nacional de Loja con la implementación de una microempresa de confección y comercialización de ropa deportiva, este servicio contara con materia prima de calidad y maquinaria adecuada, los cuales nos permitirá elaborar ropa deportiva acorde a los gustos y preferencias del consumidor y de esta manera tendremos la seguridad de obtener la fidelidad de nuestros clientes, además se contará con profesionales en el arte de corte y confección, previa capacitación y especialización pertinente de acuerdo a la función que vayan a desempeñar.

g.3.3 MERCADO

El mercado es la Universidad Nacional de Loja ya que dentro de ella se encuentra el mercado Objetivo y Demanda Efectiva que son los estudiantes, docentes, administrativos y trabajadores de la misma, los cuales serán los clientes potenciales y ayudaran a que el proyecto pueda desarrollarse.

Nuestro canal de distribución será de forma directa:

GRAFICO N° 54



Elaboración: Las Autoras.

g.4 PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

g.4.1 PROMOCIÓN

- Por la compra de doce ternos deportivos interno (camiseta, pantaloneta y polines) le obsequiamos una gorra.
- Por la compra de doce ternos deportivos completos (camiseta, pantaloneta, chompa calentador y polines) le obsequiamos un balón.
- Por la compra de doce camisetas deportivas te obsequiamos una banda para la madrina.

g.4.2 PUBLICIDAD

La publicidad se realizará a través de los medios de comunicación de mayor sintonía en la ciudad de Loja y dentro de la Universidad estimulando así al usuario a que adquiera nuestro producto.

Los medios de difusión son los siguientes:

- Hojas volantes.
- Tarjetas de presentación.
- Cuñas radiales.
- Diario de la universidad.

g.4.2 .1 HOJA VOLANTE

Realizaremos 1000 hojas volantes de nuestra microempresa de confección y comercialización de ropa deportiva, las mismas que serán repartidas en las principales calles de nuestra ciudad como: 10 de agosto, 18 de noviembre, sucre, Bernardo Valdivieso, redondel de la Universidad Nacional de Loja y en los principales autoservicios de la ciudad.

GRAFICO N°55

The flyer is set against a yellow background with a decorative black and white pattern in the top-left corner. At the top center, there is an image of a red and white sports jersey with a logo. Below the jersey is a blue rectangular box containing the text "UNL SPORT" and "Juégate la vida con estilo". To the left of this box, the text "Ofrecemos:" is followed by "Confección y comercialización de ropa deportiva". Below that, the "Dirección:" is listed as "Universidad Nacional de Loja frente a la feue" and the "Teléfono:" as "097860589- 093058957". To the right of the contact information is a large, orange, starburst-shaped graphic containing the text "Por la compra de 12 camisetas le obsequiamos una gorra te esperamos".

UNL SPORT
Juégate la vida con estilo

Ofrecemos:
Confección y comercialización de ropa deportiva

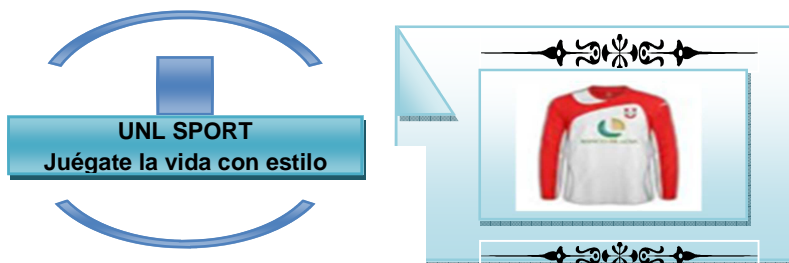
Dirección: Universidad Nacional de Loja
frente a la feue

Teléfono: 097860589- 093058957

Por la compra de 12 camisetas le obsequiamos una gorra te esperamos

GRAFICO N° 56

TARJETA DE PRESENTACIÓN



Ofrecemos:

Confeción y comercialización de ropa

Administradores:

Rita Rodríguez

Marlene Quizhpe

Dirección: Universidad Nacional de Loja
frente a la feue

Teléfono: 097860589– 093058957

g.4.2.2 CUÑAS RADIALES

Para realizar las cuñas acudiremos a la radio universitaria donde se transmitirán tres cuñas radiales en el día en el siguiente horario: en la mañana a las 7hoo am, al medio día a las 12:30 pm y en la noche a las 19hoo pm con una duración de 40 segundos cada uno. El contenido de la cuña radial es el siguiente:

GRAFICO N° 57

TÍTULO DE LA PUBLICIDAD

“Luce elegante y con estilo en UNL SPORT”

Si de moda y estilo se trata no dejes de visitar UNL SPORT que ofrece, toda clase de ropa deportiva a los mejores precios. No te olvides visita UNL SPORT, se encuentra ubicada en la Universidad Nacional de Loja frente a la FEUE, sus teléfonos son: 093058957 o al 097860589.

Elaboración: Las Autoras.

g.4.2.3 DIARIO UNIVERSITARIO

Se publicará en el diario universitario el día de la inauguración.

Contenido de la publicidad del diario:

GRAFICO N° 58

The advertisement is framed by a blue border with pink accents at the top and bottom. At the top center, there is a red and white sports jersey. Below it, a blue banner contains the text "UNL SPORT" and "Juégate la vida con estilo". A horizontal line separates this from the main text. The text includes "Ofrecemos:" followed by "Confección y comercialización de ropa deportiva". Below that, it lists "Dirección: Universidad Nacional de Loja frente a la feue", "Teléfono: 097860589-093058957", and "Correo: loreok21@hotmail.com". A blue starburst graphic contains the promotional offer: "Por el 50% de compras te obsequiamos una camiseta de tu equipo favorito te esperamos". At the bottom, a blue banner reads "Luce elegante y con estilo en UNL SPORT".

UNL SPORT
Juégate la vida con estilo

Ofrecemos:
Confección y comercialización de ropa deportiva

Dirección: Universidad Nacional de Loja frente a la feue
Teléfono: 097860589-093058957
Correo: loreok21@hotmail.com

Por el 50% de compras te obsequiamos una camiseta de tu equipo favorito te esperamos

Luce elegante y con estilo en UNL SPORT

Elaboración: Las Autoras.

h. ESTUDIO TÉCNICO

h. ESTUDIO TÉCNICO

A través del estudio técnico estimamos la cantidad de producto a realizar u ofrecer a fin de establecer los parámetros técnicos necesarios que ayuden a determinar las características de la maquinaria, materiales, recursos e implemento necesarios para llevar a cabo la confección de ropa deportiva.

h.1 TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN

h.1.2 CAPACIDAD INSTALADA

Capacidad instalada del presente proyecto se lo ha considerado en función de la demanda real y potencial con respecto al número de piezas que el mercado segmentado a pedido, para ello se ha tomado a consideración el 50% de la demanda potencial.

CUADRO N°77

CAPACIDAD INSTALADA					
Año	Chompa	Calentador	camiseta	Pantaloneta	Medias
2011	968	968	10598	7977	7977

Fuente: Cuadro N° 76 Demandas

Elaboración: Las Autoras.

h.1.3 CAPACIDAD UTILIZADA

CUADRO N°78

Porcentaje producción	Chompa		Calentador		camiseta		Pantaloneta		Medias	
85%	968	823	968	823	10598	9008	7977	6781	7977	6781
88%	968	852	968	852	10598	9326	7977	7020	7977	7020
91%	968	881	968	881	10598	9644	7977	7259	7977	7259
95%	968	919	968	919	10598	10068	7977	7578	7977	7578
98%	968	948	968	948	10598	10386	7977	7818	7977	7818

Fuente: Cuadro N°77 capacidad instalada

Elaboración: Las Autoras.

CUADRO N°79

CAPACIDAD UTILIZADA							
Año	Porcentaje producción	Chompa	Calentador	Camiseta	Pantaloneta	Medias	TOTAL
2012	85%	823	823	9008	6781	6781	24214
2013	88%	852	852	9326	7020	7020	25069
2014	91%	881	881	9644	7259	7259	25924
2015	95%	919	919	10068	7578	7578	27063
2016	98%	948	948	10386	7818	7818	27918

Fuente: Cuadro N°78

Elaboración: Las Autoras.

h.1.3 LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA

Este estudio nos ayuda a definir el lugar más idóneo para ubicar la unidad de producción. La localización óptima es aquella que ayudará a obtener la máxima producción, logrando así maximizar los beneficios y reducir en lo posible los costos.

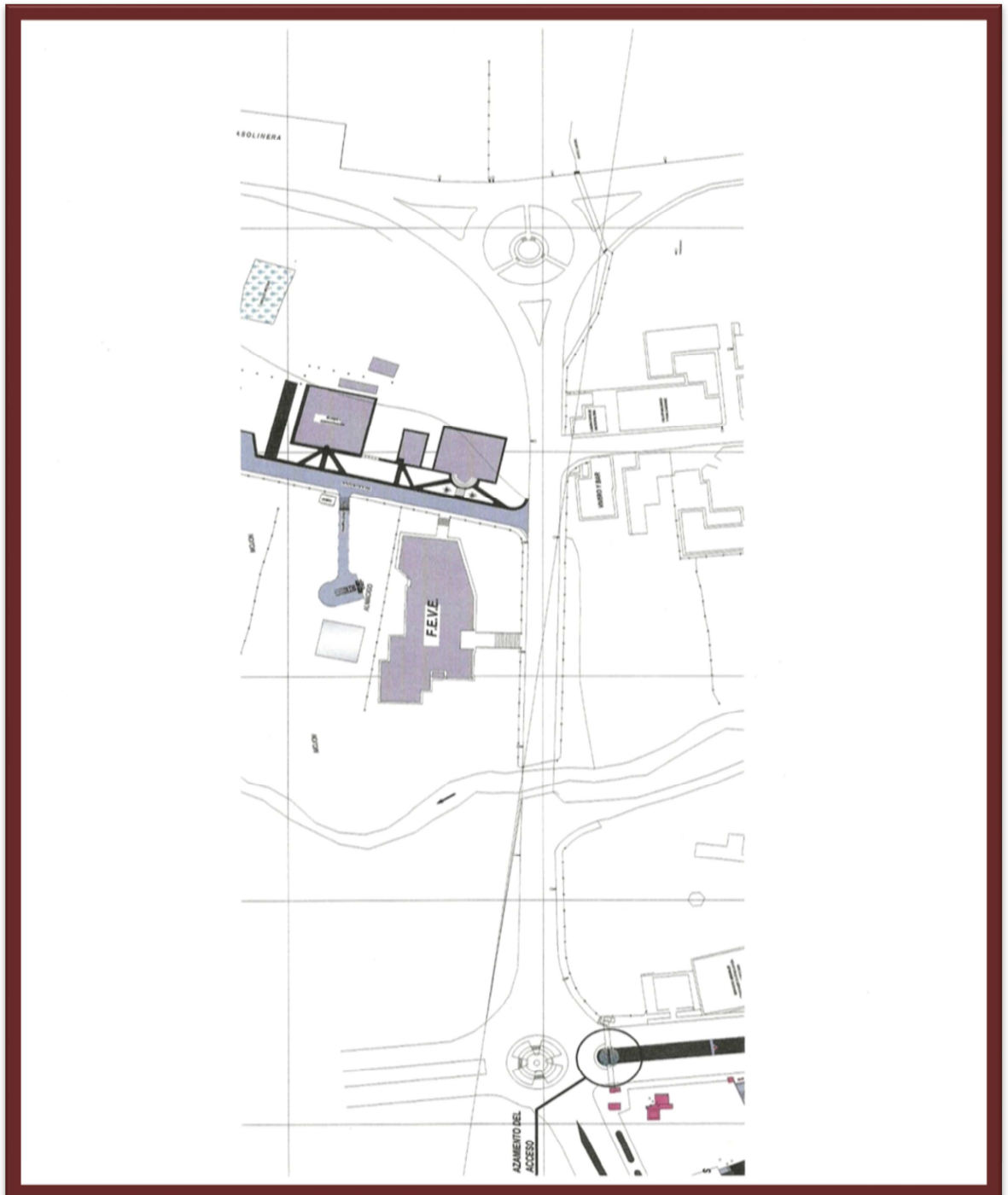
h.2 MACRO LOCALIZACIÓN

Analizando los factores existentes en nuestro medio podemos determinar que la localización óptima de la microempresa de confección y comercialización de ropa deportiva estará ubicada en la ciudad de Loja en la ciudadela universitaria, ya que este es el lugar en donde existe nuestro mercado meta y por ende el producto que se va a ofrecer tendrá mayor acogida por los clientes, el objetivo es que la empresa tenga posicionamiento en los demandantes efectivos, y brindar un producto de calidad para llegar a ser líderes en el mercado; sus instalaciones e infraestructura será la adecuada para brindar un producto eficiente.

h.2.1 MICROLOCALIZACIÓN

La ubicación específica de nuestra microempresa, será en la Ciudadela Universitaria, Guillermo Falconí Espinoza”, en las instalaciones del Nivel Técnico Artesanal frente al edificio de la FEUE-Loja.

GRAFICO N° 59

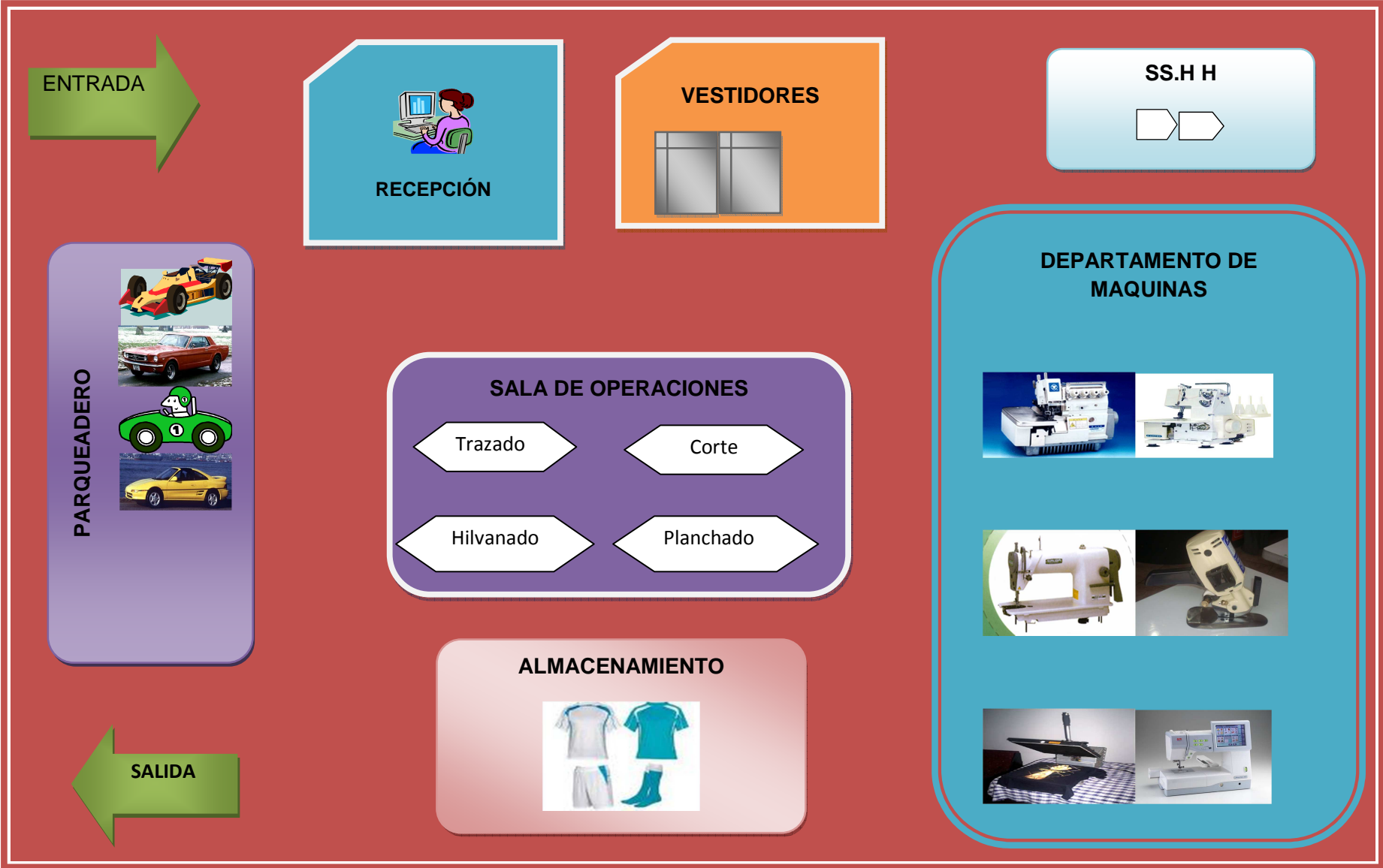


h.3 DISTRIBUCION DE LA PLANTA

El Espacio físico de la planta estará distribuido de la siguiente manera:

- Recepción y exhibición de telas.
- Vestidores.
- Sala de operaciones.
- Departamento de maquinaria.
- almacenamiento.
- Baños.
- Parqueadero.

**DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA
GRAFICO N°60**



ENTRADA

RECEPCIÓN

VESTIDORES

SS.H H

DEPARTAMENTO DE
MAQUINAS

SALA DE OPERACIONES

Trazado

Corte

Hilvanado

Planchado

PARQUEADERO

ALMACENAMIENTO

SALIDA

h.3.1 INGENIERIA DEL PROYECTO

h.3.2 PROCESO DE CONFECCIÓN DE ROPA DEPORTIVA

1. Inspección y recepción de materia prima

GRAFICO N°61



En este proceso revisamos que la materia prima (tela hilos, botones, agujas, etc.) este en buen estado para poder recibirla.

2. Elección de modelo y tela

GRAFICO N°62



En esta fase el cliente elige el modelo y el tipo de tela en el cual quiere que le confeccionemos su ropa deportiva.

3. Toma de medidas al cliente

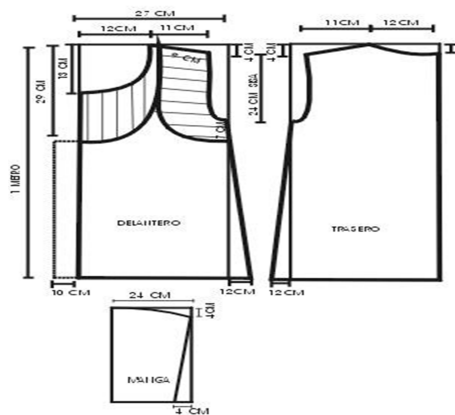
GRAFICO N° 63



Luego de que el cliente haya elegido el modelo y tela procedamos a la toma de medidas para elaborar la prenda.

4. Trazo de la prenda

GRAFICO N° 64



Aquí realizamos el trazado de la prenda seleccionada en la tela.

5. Corte de la tela

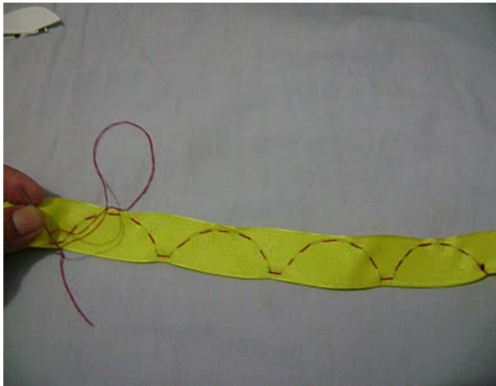
GRAFICO N°65



Este es el proceso donde se realiza el cortado de la prenda.

6. Hilvanado

GRAFICO N°66



Aquí realizamos el cosido a mano de la prenda el cual nos servirá de base para luego coserlo a máquina.

7. Cosido

GRAFICO N°67



Este es el proceso mediante el cual se realiza el cosido a máquina de la ropa.

8. Estampado

GRAFICO N°68



En esta fase procedemos a estampar cada una de las prendas elaboradas.

9. Inspección de acabados

GRAFICO N°69



Consiste en revisar detalladamente cada una de las prendas, con el objetivo de corregir imperfecciones.

10. Planchado y empacado.

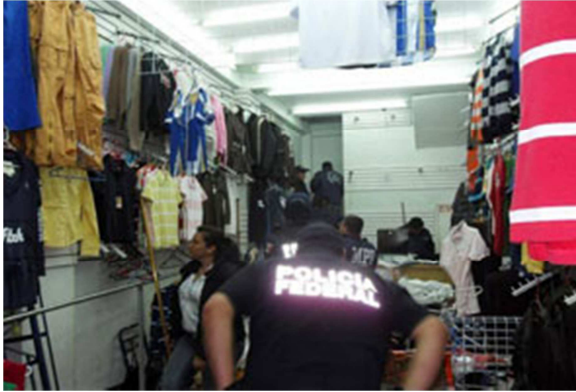
GRAFICO N°70



En esta fase realizamos el respectivo planchado y empacado de las prendas.

11. Almacenado de las prendas






GRAFICO N°71



Esta es la última fase en la cual almacenamos las prendas listas para su respectiva entrega a los clientes.

h.3.3 FLUJOGRAMA DEL PROCESO PRODUCTIVO DE CONFECCIÓN DE ROPA DEPORTIVA

Cuadro N°72

N.-	DESCRIPCIÓN						TIEMPO
		OPERACIÓN	TRANSPORTE	DEMORA	ALMACENAMIENTO	INSPECCIÓN	
1	Recepción de materia prima.	X					30 min
					X		
2	Elección de modelo y tela.	X					20 min
			X				1 min
3	Toma de medidas al cliente.	X					5 min
4	Trazo de la prenda.	X					40 min
						X	1 min
5	Corte de la tela.	X					40 min
6	Hilvanado.	X					30min
						X	1 min
7	Cosido.	X					30 min
8	Estampado.	X					8 min
			X				1 min
9	Inspección de acabados.					X	60 min
10	Planchado y empacado.	X					5 min
			X				
11	Almacenado de las prendas.					X	10 min
TOTAL DE TIEMPO							282 min

Elaboración: las autora

h.4 MAQUINARIA

GRAFICO N°73

MAQUINA OVERLOK



Características:

- Máquina Overlok de Alta Velocidad "Siruba"
- Máquina Overlok / Puntada de seguridad de alta velocidad.
- 3450 RPM
- Cuenta con impulsión directa de la barra de la aguja, para coser regulando según la media de la tela.
- Cuenta con cortador de hilo neumático vertical y horizontal.
- Sistema para evitar el salto de puntada.
- Elementos de fabricación de alta calidad y resistencia.
- Este equipo permite además agregar varios accesorios.
- Precio: \$ 1200.

GRAFICO N°74

MAQUINA RECUBRIDORA



Características:

- Máquina de coser recubridora 2 agujas
- Modelo : CST3680C1
- Máquina de coser recubridora
- 2 agujas
- Excelente para coser telas especiales elásticas.
- Permite excelentes acabados con costuras sobrepuestas.
- Precio: \$1450

GRAFICO N°75

MAQUINA RECTA



Características:

- Máquina Recta Pespuntadora 1 Aguja Alta Velocidad "Siruba"
- Para costura de materiales tanto finos como extra pesados:
- Camisas, trajes, jeans, plástico, cuero, etc.
- Mecanismo de costura superior.
- Cuenta con cortado de hilo automático, dando mayor eficiencia y reduciendo los tiempos de producción.
- Mayor tamaño de brazo y base que facilita la operación de la máquina.
- Precio: \$ 500

GRAFICO N°76

MAQUINA CORTADORA



Características:

- Máquina recta para cortar tela en 6, 8, 10 y 12 pulgadas.
- Conveniente para algodón, cuero y género de lana, lino de fibra sintético, etc.
- Realiza cortes limpios, rectos y curvilíneos.
- Funcionamiento con poco ruido, estable, fácil operar y de alta eficacia.
- Cuenta con dispositivo de cuchillo automático, más fácil operar.
- Precio: \$120.

GRAFICO N°77

MAQUINA ESTAMPADORA



Características:

- Dimensiones: 38*38 cm.
- Marca: EQUIP.
- Modelo: GM4220
- Amperes: 7.5
- Volts: 220
- Timer de: 5, 10, 15, 20, 25,30 segundos.
- Estampa todo tipo de transfer, estampados, ploteos transfer, etc.
- Precio: \$ 600

GRAFICO N°78

MAQUINA BORDADORA



Características:

- Tecnología Japonesa
- Única máquina en el mercado con barras de agujas de acero
- Sistema de Network incorporado (controla hasta 20 maquinas con 1 computadora)
- 5 años de garantía en los motores y fajas
- Máquina con funciones de AUTO-REPARACION en errores menores
Memoria: **1, 000,000** puntadas/99 diseños
- Gráficos con ayuda para operar, arreglar y mantener la maquina
- Área de Bordado Tubular 17.5" x 16.5" pulgadas (expandible a 20"x19")
- Área de Bordado en Gorra de 3" x 14"

- Numero de agujas: 15
- Velocidad Máxima 1,200 puntadas/minuto
- Cambio de Color Automático
- Corta-hilo automático
- Sensores de Hilo roto
- Sensores de bobina vacía
- Conexión directa a computador (Serial o USB)
- Lector de Flash Card incorporado
- Chasis de acero (soporta prendas pesadas)
- Peso: 219 lbs (100 kg)

GRAFICO N°79

MAQUINA ELASTICADORA



Características:

- DFB, la serie de BX es un camión remolcador,
- multi agujas,
- máquina doble de chainstitch.

- son máquinas multiusos para conectar elástico, conectando pretina, cosiendo la frente de camisas, conectando la línea cintas,
- el adorno de frunces y fruncir etc., que son ideales para el ropa interior, la ropa deportiva, ropas de dama, el interior los bienes decorados (cortinas, etc).
- Hay 2 hasta 33 agujas disponibles debido al movimiento vertical del looper y también muchas clases de los calibradores que son seleccionables según sus necesidades.

CUADRO N° 80

SERVICIOS BÁSICOS	
Agua	\$ 0,37metro cubico
Luz	\$ 0.07 kilovatio
Teléfono	\$0.15 minuto

Fuente: UMAPAL, ERSA.

Elaboración: Las Autoras.

CUADRO N° 81

Materia prima para Chompa			
Uni. Mts	Detalle	Valor Un.metro	V. Total
1,5	Tela	2,40	3,60
5	Hilo	0,04	0,20
2	Cordon	0,20	0,40
1	cierre	0,50	0,50
10cm	pellon	0,01	0,10
TOTAL			4,80

Fuente: Diez Sport.

Elaboración: Las Autoras.

CUADRO N° 82

Materia prima para Calentador			
Uni. Mts	Detalle	Valor Un.metro	V. Total
1,5	Tela	2,40	3,60
2	Hilo	0,04	0,08
2	Cordon elástico	0,30	0,60
TOTAL			4,28

Fuente: Diez Sport.

Elaboración: Las Autoras.

CUADRO N° 83

Materia prima para Camiseta			
Uni. Mts	Detalle	Valor Un.metro	V. Total
1	Tela	2,40	2,40
3	Hilo	0,04	0,12
TOTAL			2,52

Fuente: Diez Sport.

Elaboración: Las Autoras.

CUADRO N° 84

Materia prima para pantaloneta			
Uni. Mts	Detalle	Valor Un.metro	V. Total
0,75	Tela	2,40	1,80
1	Hilo	0,04	0,04
TOTAL			1,84

Fuente: Diez Sport.

Elaboración: Las Autoras.

CUADRO N° 85

Descripción	Precio Unitario	%
Chompa	4,8	33,95
Calentador	4,28	30,27
Camiseta	2,52	17,82
Pantaloneta	1,84	13,01
Polines	0,7	4,95
Total	14,14	100,00

Fuente: Diez Sport.

Elaboración: Las Autoras.

CUADRO N° 86

MANO DE OBRA	
CARGO	SUELDO
Gerente	500
Secretaria	300
Jefe de producción	350
Jefe de ventas	350
Oparario 1	264
Oparario 2	264
Oparario 3	264

Fuente: Ministerio de Trabajo.

Elaboración: Las Autoras.

EQUIPO INFORMÁTICO

- Super Case de lujo Prescott HT SUPER POWER INTEL CORE 2 DUO 2.66 GHz, 1066MHz, 4MB CCH mother board INTEL core 2 duo DG31 aja original ht p 2G de memoria ram pc 1033 exp 4 gb.
- Disco duro de 500Gb de capacidad 7200 rpm
- 128mb de memoria de video on board 3d agp share 8x
- Tarjeta de sonido stereo 3d on board full
- Tarjeta de red 10/100 mbps on board full duplex
- Dvdwrite 8x8x16x Lg/samsug 8.4 gb doble capacidad
- Floppy disk drive 1.443 ½ hd o lector de memoria 22
- Parlante súper sinema estéreo watts pmpo
- Teclado multimedia con tecla acceso fácil a internet
- Mouse internet navegador net scroll óptico
- Monitor LCD 19 LG
- PRECIO \$1050

CUADRO N° 87

EQUIPO DE OFICINA	
Teléfono	50,00
Sumadora	\$ 20.75
Impresora HP	90,00

Fuente: Tello Villavicencio.

Elaboración: Las Autoras.

CUADRO N° 88

ÚTILES DE OFICINA	
Resma de Papel Boom	4,00
Cartuchos Negro	4,00
Block de Facturas	6,00
Block de Notas de Venta	3,00
Esferos	0,25
Correctores	1,00
Grapadoras	2,50
Perforadora	2,00
Carpetas Archivadoras	2,40
Rollos de papel para sumadora	1,20

Fuente: L a Reforma.

Elaboración: Las Autoras.

CUADRO N° 89

UTILES DE ASEO	
Escobas	2,00
Recogedores	5,00
Cesto de basura	5,00
Trapeadores	4,00
Desinfectantes de 2 litro	2,10
Papel higienico (docena)	5,00
Detergente	4,00
Jabon de tocador	1,00
Toallas	2,00

Fuente: Fundación Remar.

Elaboración: Las Autoras.

L'ESTUDIO ADMINISTRATIVO

I. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

Este estudio nos permite asignar funciones y responsabilidades a cada uno de los elementos que conforman la empresa, esto hará posible que los recursos especialmente el humano sea administrado eficientemente. La estructura organizativa se representa por medio de los organigramas a los cuales se acompaña con el manual de funciones.

DETERMINACIÓN DE NIVELES

Los niveles jerárquicos lo conforman el conjunto de organismos agrupados de acuerdo con el grado de autoridad y responsabilidad que posee independiente de las funciones que realizan.

Nivel ejecutivo.- Es el segundo nivel de autoridad y lo constituye el gerente, este nivel toma decisiones sobre políticas generales y sobre las actividades básicas, ejerciendo la autoridad para garantizar su fiel cumplimiento.

Nivel auxiliar.- El nivel auxiliar aconseja, informa, prepara proyectos en materia jurídica, económica, financiera, técnica, contable, industrial y más áreas que tengan que ver con la entidad .En el caso de “nasa sport” el nivel auxiliar lo constituye la secretaria.

Nivel operativo.- Es el responsable directo de ejecutar las actividades básicas de producción de la empresa, mismo que está integrado por los tres operarios que trabajan en la producción del servicio a ofrecer de manera rotativa y serán los encargados de los departamentos de caja y de servicio al cliente, es decir en este nivel se describe todos los departamentos que se encargan de la marcha operacional de la empresa.

ORGANIGRAMAS

Los organigramas son la representación gráfica de las relaciones e interrelaciones existentes en una organización, identificando líneas de autoridad y responsabilidad.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

El organigrama estructural representa la estructura organizativa básica con la que cuenta la empresa, mismo que nos permite conocer de una forma objetiva sus unidades o departamentos y las relaciones que las ligan entre sí.

ORGANIGRAMA FUNCIONAL

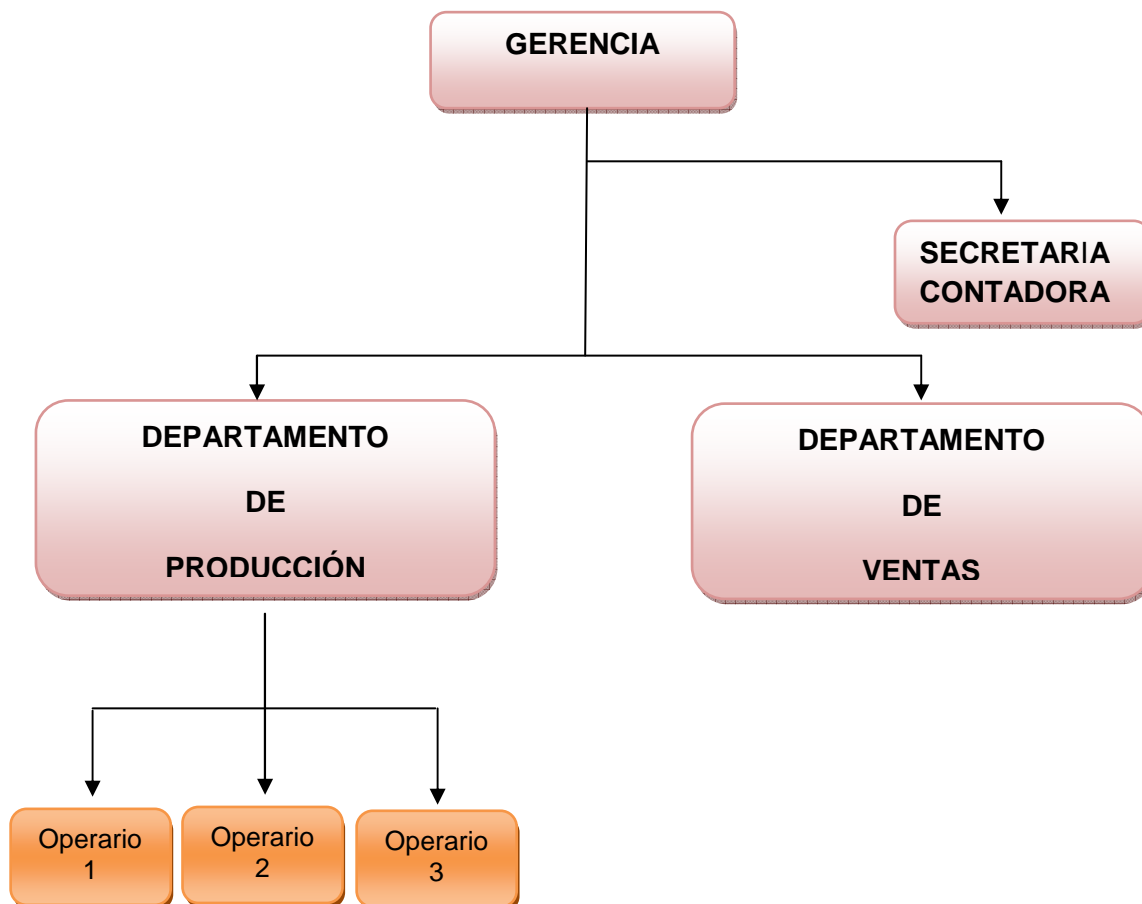
Determina el cargo y las actividades que desempeña cada uno miembros que conforman la empresa.

ORGANIGRAMA POSICIONAL

Enfoca aspectos como distribución de personal, cargo que ejerce y remuneración que percibe.

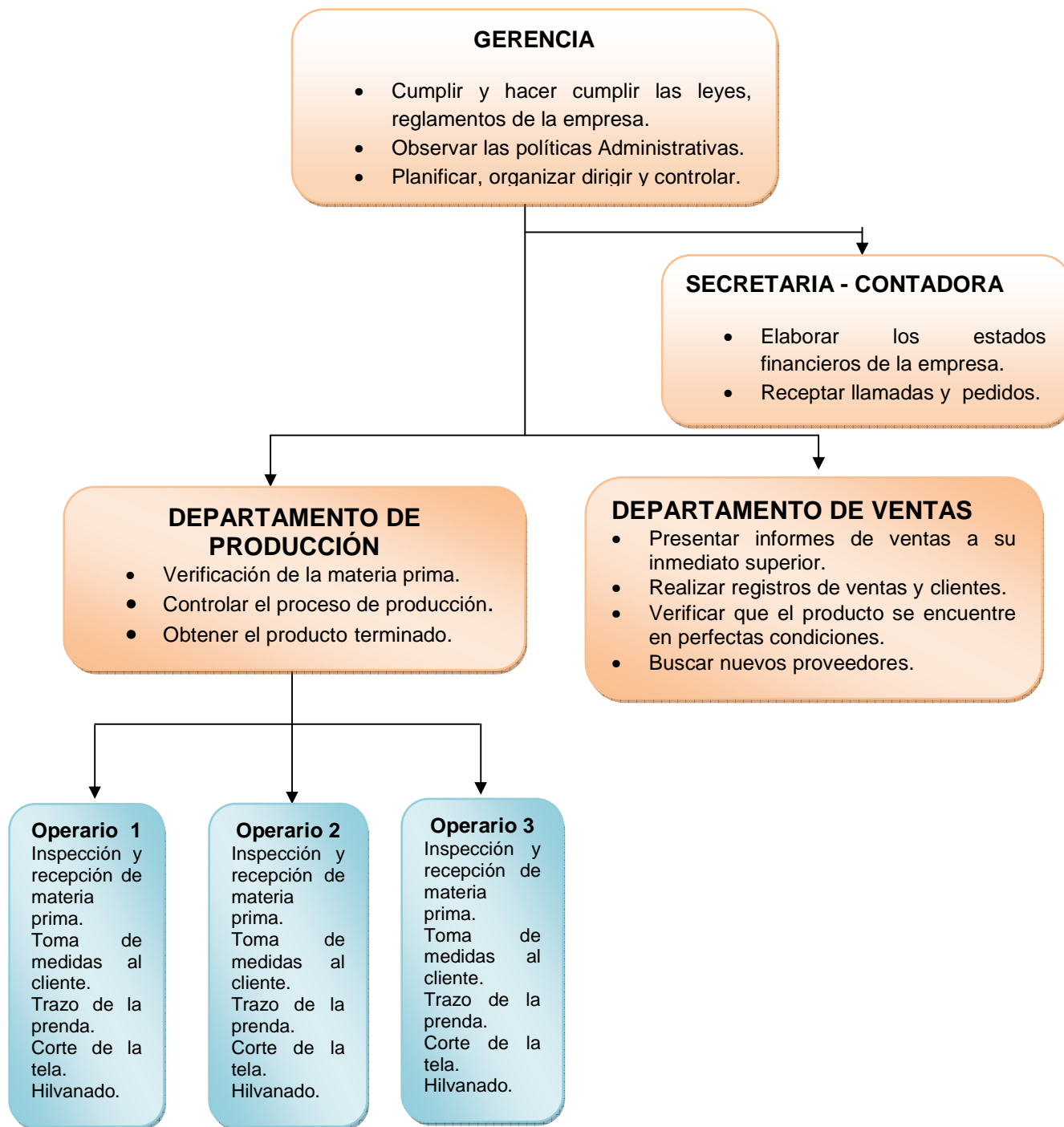
i.1 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA “UNL SPORT”

GRAFICO N°80



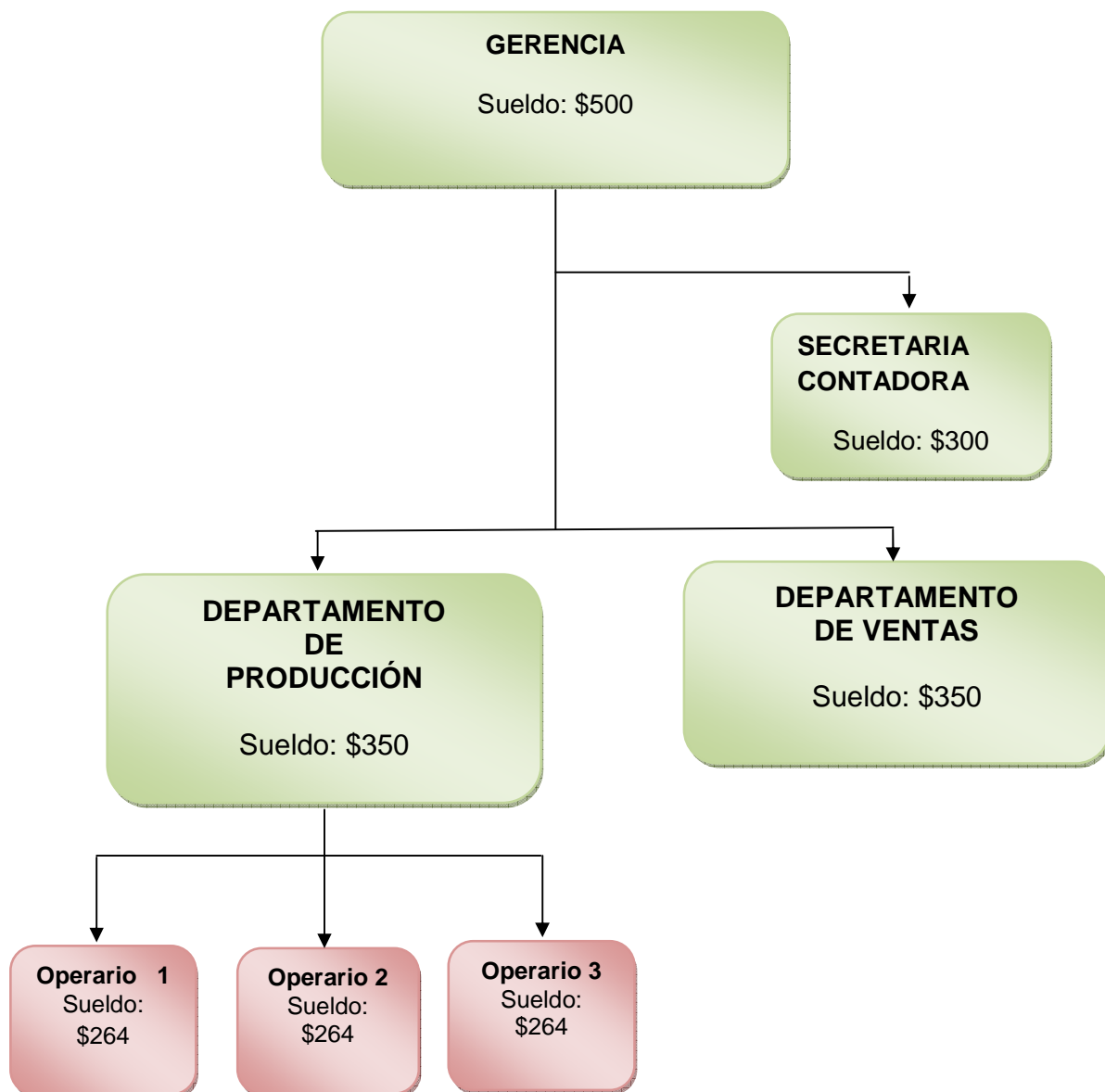
i.2 ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA EMPRESA “UNL SPORT”

GRAFICO N° 81



ORGANIGRAMA POSICIONAL DE LA EMPRESA "UNL SPORT"

GRAFICO N°82



i.3 MANUAL ORGÁNICO FUNCIONAL EMPRESA “UNL SPORT”

Título del puesto: Gerente General.

Código: 001

Nivel jerárquico: Ejecutivo.

Cargo: Gerente.

Naturaleza de trabajo: Planear, organizar, dirigir y controlar todas las actividades a las que se dedica la empresa y por su puesto tener conocimiento del mismo (corte y confección); tomar dediciones sobre aspectos relacionados a diseño y confección de la ropa deportiva.

Funciones:

- Cumplir y hacer cumplir las leyes, reglamentos y otras normas que regulan el funcionamiento del mismo, así como las resoluciones que adopte el directorio.
- Observar las políticas Administrativas, así como planificar, organizar y supervisar la marcha económica y administrativa del centro.
- Planificar y ejecutar el presupuesto en función de las prioridades establecidas por el directorio.
- Realzar el control y evaluar los proyectos.
- Autorizar gastos, adquisiciones y suscripción de contratos de obra.

- Asegurar la implementación, funcionamiento y actualización de los sistemas de administración financiera, de presupuesto, de determinación de cobros de los recursos financieros.

Características del puesto:

- Tener presencia y liderazgo.
- Ser ágil en la toma de decisiones.
- Ser intuitivo.
- Tener capacidad de liderazgo.
- Tener aptitudes emprendedoras.

Requisitos:

- Poseer un título profesional en Administración de Empresas.
- Poseer una Maestría en Administración de Empresas
- Tener experiencia y conocimiento en corte y confección.
- Estar capacitado en liderazgo empresarial, dirección empresarial.
- Curso de Relaciones Humanas.

EMPRESA “UNL SPORT”

Título del puesto: Secretaria- contadora.

Código: 002

Nivel jerárquico: Auxiliar

Cargo: Secretaria- contadora

Naturaleza de trabajo: Llevar el sistema de contabilidad, es responsable por el manejo de los libros contables; Realiza las relaciones públicas, lleva el control de la comunicación de la empresa.

Funciones:

- Elaborar los estados financieros de la empresa, presupuestos, los formularios de ingresos, presentar informes contables, elaborar los libros contables, Flujo de caja, roles de pago, presentar las declaraciones al SRI, realizar los análisis financieros, registrar los ingresos, realizar ajustes económicos, seleccionar el software adecuado.
- Receptar llamadas y pedidos, prepara las sesiones de trabajo, y redactar las sesiones de trabajo.
- Receptar toda la documentación y correspondencia que llegue a nombre de la empresa.
- Registrar y redactar oficios, memorándums.

Características:

- Responsable
- Ágil
- Carismática
- Eficiente

Requisitos:

- Contabilidad computarizada, cursos sobre programas contables actualizados, relaciones públicas y relaciones humanas.
- Poseer dos años en funciones similares.
- Curso de relaciones humanas.

EMPRESA “UNL SPORT”

Título del puesto: Jefe de Producción

Código: 003

Nivel jerárquico: Operativo.

Cargo: Jefe de Producción

Naturaleza de trabajo: Suministrar la materia prima; transformación de la materia prima (corte y confección de ropa deportiva); tener conocimiento sobre los tipos de costura como: costura recta, zigzag, oberlok, etc. Saber manejar todas las máquinas de coser.

Funciones:

- Verificación de la materia prima.
- Controlar el proceso de producción (confección de ropa deportiva).
- Obtener el producto terminado.

Características:

- Responsables
- Comunicativo
- Visualizador
- Creativo

Requisitos:

- Experiencia de dos años en cargos similares,
- Conocimiento en el manejo de las máquinas de coser (overlok, costura recta, zigzag, etc).
- Curso en relaciones humanas.

EMPRESA “UNL SPORT”

Título del puesto: Jefe de Ventas

Código: 004

Nivel jerárquico: Operativo

Cargo: Encargado en realizar las ventas

Naturaleza de trabajo: Comercialización del producto (ropa deportiva) adquirirse de estrategias de venta de la ropa deportiva; y publicidad de la empresa.

Funciones:

- Establecer stocks mínimos y máximos del producto.
- Elaborar calendarios de pedidos y entregas del producto.
- Presentar informes de ventas a su inmediato superior.
- Realizar registros de ventas y clientes.
- Facturar y despachar pedidos así como las cobranzas a los clientes.
- Verificar que el producto se encuentre en perfectas condiciones.
- Buscar nuevos proveedores.
- Expandir su mercado.
- Estrategias publicitarias.

Características:

- Carismático
- Intuitivo
- Ágil
- Eficiente
- Creativo

Requisitos:

- Experiencia en ventas sobre ropa deportiva.
- Conocimiento en ventas y marketing.
- Cursos en estudio de mercado.
- Conocimiento en informática avanzada.

- Curso de relaciones humanas.

EMPRESA “UNL SPORT”

Título del puesto: Operario 1

Código: 005

Nivel jerárquico: Operativo

Cargo: Operario

Naturaleza de trabajo: Realizar todo el proceso de corte y confección, con eficiencia, eficacia y responsabilidad.

Funciones:

- Inspección y recepción de materia prima.
- Toma de medidas al cliente.
- Trazo de la prenda.
- Corte de la tela.
- Hilvanado.
- Cosido.
- Estampado.
- Inspección de acabados.
- Planchado y empacado.
- Almacenado de las prendas

Características:

- Responsable
- Eficiente
- Correcto
- Objetivo
- Ágil

Requisitos:

- Experiencia de dos años en corte y confección.
- Tener conocimiento de programas de computación.
- Cursos de relaciones humanas.

EMPRESA “UNL SPORT”

Título del puesto: Operario 2

Código: 006

Nivel jerárquico: Operativo

Cargo: Operario

Naturaleza de trabajo: Realizar todo el proceso de corte y confección, con eficiencia, eficacia y responsabilidad.

Funciones:

- Inspección y recepción de materia prima.
- Toma de medidas al cliente.
- Trazo de la prenda.
- Corte de la tela.
- Hilvanado.
- Cosido.
- Estampado.
- Inspección de acabados.
- Planchado y empacado.
- Almacenado de las prendas.

Características:

- Responsable
- Eficiente
- Correcto
- Objetivo
- Ágil

Requisitos:

- Experiencia de dos años en corte y confección.
- Tener conocimiento de programas de computación.
- Cursos de relaciones humanas.

EMPRESA “UNL SPORT”

Título del puesto: Operario 3

Código: 007

Nivel jerárquico: operativo

Cargo: Operario

Naturaleza de trabajo: Realizar todo el proceso de corte y confección, con eficiencia, eficacia y responsabilidad.

Funciones:

- Inspección y recepción de materia prima.
- Toma de medidas al cliente.
- Trazo de la prenda.
- Corte de la tela.
- Hilvanado.
- Cosido.
- Estampado.
- Inspección de acabados.
- Planchado y empacado.
- Almacenado de las prendas.

Características:

- Responsable
- Eficiente
- Correcto
- Objetivo
- Ágil

Requisitos:

- Experiencia de dos años en corte y confección.
- Tener conocimiento de programas de computación.
- Cursos de relaciones humanas.

NOTA:

Este proyecto es un estudio para el nivel técnico artesanal con la finalidad de crear una sección como unidad productora la cual servirá como laboratorio de los estudiantes.

J. ESTUDIO FINANCIERO

j. ESTUDIO FINANCIERO

La última etapa del análisis de viabilidad financiera de un proyecto es el estudio financiero. En esta etapa se ordena y sistematiza la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elaborar los cuadros analíticos y antecedentes para la evaluación del proyecto, evaluar los antecedentes para determinar su rentabilidad.

La sistematización de la información financiera consiste en identificar y ordenar todos los ítems de inversiones, costos e ingresos que puede deducirse de los estudios previos. Sin embargo, y debido a que no se ha proporcionado toda la información necesaria para la evaluación, en esta etapa deben definirse todos aquellos elementos que debe suministrar el propio estudio financiero.

j.1 ACTIVOS FIJOS

Representa aquellos bienes tangibles adquiridos por la empresa, no con el ánimo de venderlos sino que, dedicarlos a la explotación de la empresa que son necesarios y se utilizan en el proceso de transformación de los insumos sujetos a depreciación a excepción del terreno.

j.1.1 Maquinaria y equipo

La maquinaria y equipo necesarios para la producción de nuestro producto se la cotiza en la empresa “nasa sport” la misma que cuenta con toda la maquinaria necesaria para el proceso productivo, los costos los detallamos en el siguiente cuadro:

CUADRO N°90

Presupuesto de Maquinaria y Equipo			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Máquina overlock	1.200,00	1.200,00
1	Máquina recubridora	1.450,00	1.450,00
1	Máquina recta	500,00	500,00
1	Máquina cortadora	120,00	120,00
1	Máquina estampadora	600,00	600,00
1	Máquina bordadora	15.000,00	15.000,00
1	Máquina elasticadora	1.500,00	1.500,00
Total			20.370,00

Fuente: comercializadora "La máquina".

Elaboración: Las autoras.

j1.2 Equipo de Oficina

Aquí se incluyen los costos en que se deben incurrir para la adquisición de bienes que serán utilizados por el personal administrativo.

CUADRO N°91

Presupuesto de Equipo de Oficina			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
2	Teléfono	50,00	100,00
1	Sumadora	20,75	20,75
Total			120,75

Fuente: Tello Villavicencio.

Elaboración: Las autoras.

j.1.3 Equipo de computación

En esta cuenta registramos el costo del equipo de computación que será utilizado por el personal del área administrativa.

CUADRO N°92

Presupuesto de Equipo de Cómputo			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Computadora	1.050,00	1.050,00
1	Impresora	90,00	90,00
Total			1.140,00

Fuente: Master PC.

Elaboración: Las autoras.

j.2.1 Muebles y enseres

Comprende todos los bienes que se necesitan para la adecuación de cada una de las oficinas de acuerdo a la función para lo que fueron diseñados.

CUADRO N°93

Presupuesto de Muebles y Enseres			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Escritorio	200,00	200,00
15	Sillas	20,00	300,00
4	Mesas	150,00	600,00
1	Archivador	145,00	145,00
2	Vitrinas	200,00	400,00
Total			1.645,00

Fuente: Mueblería Iñiguez.

Elaboración: Las autoras.

j.2.2 Presupuestos de instrumentos de exhibición

Comprende todos los instrumentos que sirven de exhibición para la venta de la ropa deportiva

CUADRO N°94

Presupuesto de instrumentos de exhibicion			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
4	Maniquies	60,00	240,00
Total Anual			240,00

Fuente: Comercial Reina del Cisne.

Elaboración: Las autoras.

j.3 ACTIVOS DIFERIDOS

Bajo esta denominación se agrupan los valores correspondientes a los costos ocasionados en la fase de formulación e implementación del proyecto, antes de entrar en operación y lo constituye.

CUADRO N°95

Presupuesto de Activos Diferidos			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Constitución de la empresa	900,00	900,00
1	Permiso de Funcionamiento	100,00	100,00
1	Adecuacion de Local	932,10	932,10
1	Imprevistos	200,00	200,00
Total			2.132,10

Fuente: Investigación directa.

Elaboración: Las autoras

j.3.1 Amortización de Activos Diferidos

Se considera los valores generados en los gastos pre-operativos, cuyo valor de amortización es el resultado de la división del valor de los activos diferidos para el número de años de vida económica del proyecto, lo cual se detalla en el siguiente cuadro.

CUADRO N° 96

Amortización de Activos Diferidos			
DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL	AÑOS	AMORTIZACIÓN
Constitución de la empresa	900,00	5,00	180,00
Permiso de Funcionamiento	100,00	5,00	20,00
Adecuación de Local	932,10	5,00	186,42
Imprevistos	200,00	5,00	40,00
Total anual			426,42

Fuente: Cuadro N° 75.

Elaboración: Las autoras

j.3.2 Presupuesto de adecuación del local

Aquí se incluyen todos los costos en para la adquisición de materiales que serán utilizados para la adecuación del local donde funcionara nuestra microempresa.

CUADRO N° 97

Presupuesto de Adecuación del Local			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
10	Planchas de Plywood	40,21	402,10
1	Línea Telefónica	80,00	80,00
1	Medidor de Energía Eléctrica	150,00	150,00
1	Medidor de Agua	250,00	250,00
1	Extintor	25,00	25,00
1	Botiquín	25,00	25,00
Total			932,10

Fuente: Dicensa.

Elaboración: Las autoras

j.4 DEPRECIACIONES

Para las depreciaciones consideramos los bienes tangibles que sufren desgaste durante la vida económica de nuestro proyecto como son: vehículo, maquinaria y equipo, muebles y enseres de oficina, de producción, equipo de oficina, equipo de computación y equipo de computación reinvertido.

CUADRO N°98

BIENES A DEPRECIARSE	VIDA UTIL (años)	PORCENTAJE
Maquinaria y equipos	10	10%
Muebles y Enseres	5	20%
Equipo de Oficina	5	20%
Equipo de Computo	5	20%
Instrumentos para exhibición	5	20%
Adecuación de local	10	10%

Fuente: tabla de depreciaciones

Elaboración: Las autoras

CUADRO N°99

Depreciación Maquinaria y Equipo			
AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
0			20.370,00
1	1.833,30	1.833,30	18.536,70
2	1.833,30	3.666,60	16.703,40
3	1.833,30	5.499,90	14.870,10
4	1.833,30	7.333,20	13.036,80
5	1.833,30	9.166,50	11.203,50
6	1.833,30	10.999,80	9.370,20
7	1.833,30	12.833,10	7.536,90
8	1.833,30	14.666,40	5.703,60
9	1.833,30	16.499,70	3.870,30
10	1.833,30	18.333,00	2.037,00
			valor residual
			2.037,00

Fuente: Cuadro N°85

Elaboración: Las autoras.

$Dp = (VA-VR) / 10 \text{ AÑOS}$
$Dp = (20370-2037) / 10 \text{ AÑOS}$

CUADRO N° 100

Depreciación Muebles y Enseres			
AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
0			1.645,00
1	312,55	312,55	1.332,45
2	312,55	625,10	1.019,90
3	312,55	937,65	707,35
4	312,55	1.250,20	394,80
5	312,55	1.562,75	82,25
			valor residual
			82,25

Fuente: Cuadro N°85

Elaboración: Las autoras

$$Dp = (VA-VR)/5 \text{ AÑOS}$$

$$Dp = (1645-82,25)/5 \text{ años}$$

CUADRO N° 101

Depreciación Equipo de Oficina			
AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
0			120,75
1	22,94	22,94	97,81
2	22,94	45,89	74,87
3	22,94	68,83	51,92
4	22,94	91,77	28,98
5	22,94	114,71	6,04
			valor residual
			6,04

Fuente: Cuadro N°85

Elaboración: Las autoras.

$$Dp = (VA-VR)/5 \text{ AÑOS}$$

$$Dp = (120,75-6,04)/5 \text{ años}$$

CUADRO N° 102

CUADRO N° 13			
Depreciación Equipo de Cómputo			
AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
0			1140,00
1	182,40	182,40	957,60
2	182,40	364,80	775,20
3	182,40	547,20	592,80
4	182,40	729,60	410,40
5	182,40	912,00	228,00
			valor residual
			228,00

Fuente: Cuadro N°85

Elaboración: Las autoras

$$Dp = (VA-VR)/3 \text{ AÑOS}$$

$$Dp = (1140-228)/5 \text{ años}$$

CUADRO N° 103

Depreciación de instrumentos de exhibición			
AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
0			240,00
1	45,60	45,60	194,40
2	45,60	91,20	148,80
3	45,60	136,80	103,20
4	45,60	182,40	57,60
5	45,60	228,00	12,00
			valor residual
			12,00

Fuente: Cuadro N° 85

Elaboración: Las autoras

$Dp = (VA-VR)/5 \text{ AÑOS}$
$Dp = (240-12)/ 5 \text{ años}$

CUADRO N° 103.1

DEPRECIACIONES	Valor Residual
Depreciación de maquinaria y equipo	11.203,50
Depreciación de muebles y enseres	82,25
Depreciación equipo de oficina	6,04
Depreciación de equipo de computo	228,00
Depreciación instrumentos exhibición	12,00
TOTAL VALOR RESIDUAL	11531,79

j.5 GASTOS DE OPERCIÓN

j.5.1 Gastos Administrativos

Son todos los gastos relacionados con la administración de la empresa, otros insumos de administración, por ejemplo la planilla de empleados que corresponda, gastos de energía eléctrica, gastos telefónicos.

CUADRO N° 104

Presupuesto de Energía Eléctrica			
CANTIDAD kw./h	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
500	Consumo de Energía Eléctrica	0,07	35,00
1	Impuesto de Comercialización	1,50	1,50
Total Mensual			36,50

Fuente: Empresa Eléctrica.

Elaboración: Las autoras

CUADRO N° 105

Presupuesto de Teléfono			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	P. UNIT	V. TOTAL
1	Consumo de Teléfono	30,00	30,00
Total Mensual			30,00

Fuente: Planilla de pago.

Elaboración: Las autoras

CUADRO N° 106

Presupuesto de Útiles de Oficina			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Resma de Papel Boom	4,00	4,00
1	Cartuchos Negro	4,00	4,00
2	Block de Facturas	6,00	12,00
2	Block de Notas de Venta	3,00	6,00
5	Esferos	0,25	1,25
1	Correctores	1,00	1,00
1	Grapadoras	2,50	2,50
1	Perforadora	2,00	2,00
3	Carpetas Archivadoras	2,40	7,20
3	Rollos de papel para sumadora	1,20	3,60
Total mensual			43,55
Total			43,55

Fuente: La reforma.

Elaboración: Las autoras

CUADRO N° 107

PRESUPUESTO DE ÚTILES DE ASEO			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Escobas	2,00	2,00
1	Recogedores	5,00	5,00
2	Cestos para Basura	5,00	10,00
1	Trapeadores	4,00	4,00
1	Desinfectantes de 2 Litros	2,10	2,10
2	Papel higiénico(resma)	5,00	10,00
3	Detergente	4,00	12,00
2	Jabón de tocador	1,00	2,00
1	Toallas	2,00	2,00
Total mensual			49,10
TOTAL			49,10

Fuente: Fundación Remar.

Elaboración: Las autoras

CUADRO N° 108

Presupuesto de Sueldos Administrativos				
RUBROS/CARGO	GERENTE	SECRETARIA	JEFE DE PRODUCCIÓN	JEFE DE VENTAS
Salario	500,00	300,00	350,00	350,00
Vacaciones 1/24	20,83	12,50	14,58	14,58
Aporte patronal 11,15%	55,75	33,45	39,03	39,03
Aporte IECE 0,50%	2,50	1,50	1,75	1,75
Aporte SECAP 0,50%	2,50	1,50	1,75	1,75
Fondos de reserva 1/12	41,67	25,00	29,17	29,17
COSTO REAL DEL TRABAJO	623,25	373,95	436,28	436,28
LIQUIDO PAGAR	623,25	373,95	436,28	436,28
Nº de Empleados	1,00	1,00	1,00	1,00
Total Mensual	623,25	373,95	436,28	436,28
Décimo tercer sueldo	500,00	300,00	350,00	350,00
Décimo cuarto sueldo	264,00	264,00	264,00	264,00
Total Anual	8.243,00	5.051,40	5.849,30	5.849,30

Fuente: Ministerio de trabajo IESS.

Elaboración: Las autoras

j.6 GASTOS DE VENTA

Son todos los gastos relacionados con la venta del producto, por ejemplo: los lubricantes y combustibles los mismos que son necesarios para la movilización, promoción y publicidad, se la toma del estudio de mercado y otros insumos de ventas.

CUADRO N° 109

Presupuesto de Publicidad y Promoción				
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
20	Cuñas radiales en Radio Universitaria	2,00	40,00	480,00
1000	hojas volantes	0,10	100,00	1.200,00
100	Tarjetas de presentación	0,20	20,00	240,00
Total			160,00	1.920,00
Total			160,00	1.920,00

Fuente: Radio universitaria, Imprenta Karlita.

Elaboración: Las autoras.

j.7 COSTO DE PRODUCCION O CAPITAL DE TRABAJO

Se trata del conjunto de recursos, constituidos por activos corrientes, utilizados para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo (para una capacidad y tamaño determinados).

j.7.1 Presupuestos de producción

j.7.2 Materia prima directa

Son todos los materiales sujetos a transformación, que se pueden identificar o cuantificar plenamente con los productos terminados.

CUADRO N° 110

Presupuesto de Materia Prima Directa			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
823	Chompa	4,80	3.950,40
823	Calentador	4,28	3.522,44
9008	Camiseta	2,52	22.700,16
6781	pantaloneta	1,84	12.477,04
6781	Polines	0,70	4.746,70
Total Anual			47.396,74

Fuente: Cuadro N°85 Estudio técnico.

Elaboración: Las autoras.

CUADRO N°111

Materia prima directa y materiales directos año 1				
Piezas	Precio	% precio	Unidades Producidas	Valor total
chompa	4,8	33,95	823	3.950,40
calentador	4,28	30,27	823	3.522,44
Camista	2,52	17,82	9008	22.700,16
Pantaloneta	1,84	13,01	6781	12.477,04
medias	0,7	4,95	6781	4.746,70
Total	14,14			47.396,74

Fuente: Cuadro N°85 Estudio técnico.

Elaboración: Las autoras.

CUADRO N°112

Materia prima directa y materiales directos año 2				
Piezas	Precio	% precio	Unidades Producidas	Valor total
chompa	4,8	33,95	852	4.089,60
calentador	4,28	30,27	852	3.646,56
Camista	2,52	17,82	9326	23.501,52
Pantaloneta	1,84	13,01	7020	12.916,80
medias	0,7	4,95	7020	4.914,00
Total	14,14			49.068,48

Fuente: Cuadro N°85 Estudio técnico.

Elaboración: Las autoras.

CUADRO N°113

Materia prima directa y materiales directos año 3				
Piezas	Precio	% precio	Unidades Producidas	Valor total
chompa	4,8	33,95	881	4.228,80
calentador	4,28	30,27	881	3.770,68
Camista	2,52	17,82	9644	24.302,88
Pantaloneta	1,84	13,01	7259	13.356,56
medias	0,7	4,95	7259	5.081,30
Total	14,14			50.740,22

Fuente: Cuadro N°85 Estudio técnico.

Elaboración: Las autoras.

CUADRO N°114

Materia prima directa y materiales directos año 4				
Piezas	Precio	% precio	Unidades Producidas	Valor total
chompa	4,8	33,95	919	4.411,20
calentador	4,28	30,27	919	3.933,32
Camista	2,52	17,82	10068	25.371,36
Pantaloneta	1,84	13,01	7580	13.947,20
medias	0,7	4,95	7580	5.306,00
Total	14,14			52.969,08

Fuente: Cuadro N°85 Estudio técnico.

Elaboración: Las autoras.

CUADRO N°115

Materia prima directa y materiales directos año 5				
Piezas	Precio	% precio	Unidades Producidas	Valor total
chompa	4,8	33,95	948	4.550,40
calentador	4,28	30,27	948	4.057,44
Camista	2,52	17,82	10386	26.172,72
Pantaloneta	1,84	13,01	7818	14.385,12
medias	0,7	4,95	7818	5.472,60
Total	14,14			54.638,28

Fuente: Cuadro N°85 Estudio técnico.

Elaboración: Las autoras.

CUADRO N°116

Proyeccion MPD	
Años	VALOR TOTAL
1	47.396,74
2	49.068,48
3	50.740,22
4	52.969,08
5	54.638,28

Fuente: Cuadro N°111, 112, 113, 114.

Elaboración: Las autoras.

j.7.3 Materia prima indirecta

Es aquella que no interviene de manera directa en la elaboración del producto, pero es un complemento necesario para obtener el producto terminado.

CUADRO N°117

Presupuesto de Materia Prima Indirecta			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
24214	funda	0,01	339,00
24214	etiqueta de marca y talla	0,005	121,07
Total Anual			460,07
Total mensual			38,34

Fuente: comercial

Elaboración: Las autoras

CUADRO N°118

Proyección de Materia Prima Indirecta			
Años	CANTIDAD	Precio unitario	VALOR TOTAL
1	24.214	0,0190	460,07
2	25.069	0,0190	476,31
3	25.924	0,0190	492,55
4	27.063	0,0190	514,20
5	27.918	0,0190	530,44
Total			2.473,57

Fuente: Cuadro N°104.

Elaboración: Las autoras

CUADRO N°119

Materiales Fungibles			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
15	Cintas métrica c/u	0,25	3,75
100	Tizas c/u	0,60	60,00
7	Agujas (caja)	12,00	84,00
15	Tijeras c/u	30,00	450,00
6	mandiles	7,00	42,00
Total			639,75

Fuente: Comercial reina del Cisne

Elaboración: Las autoras

CUADRO N°120

Presupuesto de Agua				
CANTIDAD <i>m</i> ³	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
500	Consumo de Agua	0,37	15,42	185,00
Total			15,42	185,00

Fuente: UMAPAL.

Elaboración: Las autoras.

CUADRO N°121

Rol de Pagos	
RRUBROS/CARGO	OBRERO
Salario	264,00
Vacaciones 1/24	11,00
Aporte patronal 11,15%	29,44
Aporte IECE 0,50%	1,32
Aporte SECAP 0,50%	1,32
Fondos de reserva 1/12	22,00
COSTO REAL DEL TRABAJO	329,08
LIQUIDO PAGAR	329,08
Nº de Empleados	3,00
Total Mensual	987,23
Décimo tercer sueldo *	792,00
Décimo cuarto sueldo SBU *	792,00
Total Anual	13.430,74

Fuente: MINISTERIO DE TRABAJO IESS.

Elaboración: Las autoras.

*El décimo tercer y cuarto sueldo para 3 obreros.

CUADRO N° 122

Proyección de Mano de Obra Directa			
Años	N° empleados	Precio unitario	Total
1	3	4.476,91	13.430,74
2	3	4.611,22	13.833,66
3	3	4.749,56	14.248,67
4	3	4.939,54	14.818,61
5	3	5.137,12	15.411,36

Fuente: Cuadro N°108.

Elaboración: Las autoras.

* Se trabajara con los 3 obreros, con horas extras o contrato de obra cierta

j.8 RESUMEN DE ACTIVOS

Para determinar el monto requerido como tal capital de operación o capital de trabajo no se toma en consideración los valores correspondientes a depreciaciones y amortizaciones de activos diferidos ya que estos valores se los consideran y contabiliza para el ejercicio económico anual por otro lado los valores correspondientes de dichos rubros no significan desembolsos monetarios para empresa.

CUADRO N° 123

Resumen de Activos Fijos	
DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
Maquinaria y Equipo	20.370,00
Equipo de Oficina	120,75
Equipo de Computo	1.140,00
Muebles y Enseres	1.645,00
Instrumentos de exhibicion de venta	240,00
Total	23.515,75

Fuente: Cuadros de activos fijos y depreciaciones.

Elaboración: Las autoras.

CUADRO N° 124

Resumen de Activos Diferidos	
DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
Constitución de la empresa	900,00
Permiso de Funcionamiento	100,00
Adecuación del local	932,10
Imprevistos	200,00
Total	2.132,10

Fuente: Cuadros de activos diferidos.

Elaboración: Las autoras

CUADRO N° 125

Resumen de costos de Producción o capital de trabajo		
DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Costo primo		
Materia Prima Directa	3.949,73	47.396,74
Mano de Obra Directa	987,23	13.430,74
Costo general de fabricacion		
Materia Prima Indirecta	38,34	460,07
Mano de Obra Indirecta	436,28	5.849,30
Materiales fungbles	53,31	639,75
Depreciacion de maquinaria y equipo		1.833,30
Depreciacion de instrumentos de exhibicion		45,60
Total	5.464,88	69.655,49

Fuente: Cuadros capital de trabajo y gastos de operación.

Elaboración: Las autoras.

CUADRO N° 126

Resumen de Gastos Administrativos		
DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Sueldos y Salarios	1.107,87	13.294,40
Servicios básicos	81,92	983,00
Útiles de Oficina	43,55	522,60
Útiles de Aseo	49,10	589,20
Amortización de Activos Diferidos		426,42
Depreciacion de muebles y enseres		312,55
Depreciacion de equipo de computo		182,40
Depreciacion de equipo de oficina		22,94
Total	1.282,43	16.333,51

Fuente: Cuadros activos diferidos y gastos de operación.

Elaboración: Las autoras.

CUADRO N°127

Resumen de Gastos de Ventas		
DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Publicidad y Promoción	160,00	1.920,00
Sueldos y salarios	487,44	5.849,30
Total	647,44	7.769,30

Fuente: Cuadros de gastos de operación.

Elaboración: Las autoras

CUADRO N°128

Resumen de Gastos financieros		
DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Gastos bancarios	100,00	100,00
Intereses	150,00	1.635,00
Total	250,00	1.735,00

Fuente: Cuadros 88 a 92.

Elaboración: Las autoras.

CUADRO N° 129

Resumen de la Inversión (1 mes)	
RUBROS	VALOR TOTAL
Activos Fijos	
Maquinaria y Equipo	20.370,00
Equipo de Oficina	120,75
Equipo de Computo	1.140,00
Muebles y Enseres	1.645,00
Instrumentos de exhibicion de venta	240,00
Total de Activos Fijos	23.515,75
Activos Diferidos	
Constitución de la empresa	900,00
Permiso de Funcionamiento	100,00
Presupuesto de adecuacion de local	932,10
Imprevistos	200,00
Total de Activos Diferidos	2.132,10
Capital de Trabajo	
Materia Prima Directa	3.949,73
Mano de Obra Directa	987,23
Materia Prima Indirecta	38,34
Mano de Obra Indirecta	436,28
Presupuesto de materiales fungibles	53,31
Gastos Administrativos	1.282,43
Gastos de Ventas	596,28
Gastos financieros	250,00
Total Capital de Trabajo	7.343,59
Total de la Inversión	32.991,44

Fuente: Cuadros 110,111, 112.

Elaboración: Las autoras.

j.9 FINANCIAMIENTO

Permite identificar las fuentes de recursos financieros necesarios para la ejecución y operación del proyecto, asegurar los mecanismos a través de los cuales fluirán esos recursos hacia los usos específicos.

CUADRO N° 130

Financiamiento		
DENOMINACIÓN	VALOR	PORCENTAJE
Aporte UNL	17.991,44	55
Capital Externo	15.000,00	45
Total	32.991,44	100

Fuente: UNL, BNF.

Elaboración: Las autoras.

Tasa de interés Activa	12,00%
Tasa de interés Pasiva	4,30%

Fuente: BNF.

CUADRO N° 131

Amortización del crédito					
PERIODO	SALDO ANTERIOR	INTERES	AMORTIZACIÓN	DIVIDENDOS	SALDO FINAL
0					15.000,00
1	15.000,00	150,00	250,00	400,00	14.750,00
2	14.750,00	147,50	250,00	397,50	14.500,00
3	14.500,00	145,00	250,00	395,00	14.250,00
4	14.250,00	142,50	250,00	392,50	14.000,00
5	14.000,00	140,00	250,00	390,00	13.750,00
6	13.750,00	137,50	250,00	387,50	13.500,00
7	13.500,00	135,00	250,00	385,00	13.250,00
8	13.250,00	132,50	250,00	382,50	13.000,00
9	13.000,00	130,00	250,00	380,00	12.750,00
10	12.750,00	127,50	250,00	377,50	12.500,00
11	12.500,00	125,00	250,00	375,00	12.250,00
12	12.250,00	122,50	250,00	372,50	12.000,00
13	12.000,00	120,00	250,00	370,00	11.750,00
14	11.750,00	117,50	250,00	367,50	11.500,00
15	11.500,00	115,00	250,00	365,00	11.250,00
16	11.250,00	112,50	250,00	362,50	11.000,00
17	11.000,00	110,00	250,00	360,00	10.750,00
18	10.750,00	107,50	250,00	357,50	10.500,00
19	10.500,00	105,00	250,00	355,00	10.250,00
20	10.250,00	102,50	250,00	352,50	10.000,00
21	10.000,00	100,00	250,00	350,00	9.750,00
22	9.750,00	97,50	250,00	347,50	9.500,00
23	9.500,00	95,00	250,00	345,00	9.250,00
24	9.250,00	92,50	250,00	342,50	9.000,00
25	9.000,00	90,00	250,00	340,00	8.750,00
26	8.750,00	87,50	250,00	337,50	8.500,00
27	8.500,00	85,00	250,00	335,00	8.250,00
28	8.250,00	82,50	250,00	332,50	8.000,00
29	8.000,00	80,00	250,00	330,00	7.750,00
30	7.750,00	77,50	250,00	327,50	7.500,00
31	7.500,00	75,00	250,00	325,00	7.250,00
32	7.250,00	72,50	250,00	322,50	7.000,00
33	7.000,00	70,00	250,00	320,00	6.750,00
34	6.750,00	67,50	250,00	317,50	6.500,00
35	6.500,00	65,00	250,00	315,00	6.250,00
36	6.250,00	62,50	250,00	312,50	6.000,00

37	6.000,00	60,00	250,00	310,00	5.750,00
38	5.750,00	57,50	250,00	307,50	5.500,00
39	5.500,00	55,00	250,00	305,00	5.250,00
40	5.250,00	52,50	250,00	302,50	5.000,00
41	5.000,00	50,00	250,00	300,00	4.750,00
42	4.750,00	47,50	250,00	297,50	4.500,00
43	4.500,00	45,00	250,00	295,00	4.250,00
44	4.250,00	42,50	250,00	292,50	4.000,00
45	4.000,00	40,00	250,00	290,00	3.750,00
46	3.750,00	37,50	250,00	287,50	3.500,00
47	3.500,00	35,00	250,00	285,00	3.250,00
48	3.250,00	32,50	250,00	282,50	3.000,00
49	3.000,00	30,00	250,00	280,00	2.750,00
50	2.750,00	27,50	250,00	277,50	2.500,00
51	2.500,00	25,00	250,00	275,00	2.250,00
52	2.250,00	22,50	250,00	272,50	2.000,00
53	2.000,00	20,00	250,00	270,00	1.750,00
54	1.750,00	17,50	250,00	267,50	1.500,00
55	1.500,00	15,00	250,00	265,00	1.250,00
56	1.250,00	12,50	250,00	262,50	1.000,00
57	1.000,00	10,00	250,00	260,00	750,00
58	750,00	7,50	250,00	257,50	500,00
59	500,00	5,00	250,00	255,00	250,00
60	250,00	2,50	250,00	252,50	0,00

Fuente: Cuadro N° 117 BNF.

Elaboración: Las autoras

Para realizar la amortización del crédito se tomó en cuenta la tasa de interés activa según el Banco Nacional de Fomento, la misma que se va a pagar en cuotas mensuales, mediante el método de amortización de cuota variable.

j.10 ANALISIS DE COSTOS

Es el conjunto de pagos obligaciones contraídas, consumos, depreciaciones, amortizaciones y aplicaciones atribuibles a un periodo determinado, relacionadas con funciones de producción, distribución, administración y financiamiento.

j.10.1 Presupuestos Preformados o Proyectados

Es un instrumento financiero para la toma de decisiones en la cual se estima los costos en que se incurrirá en un periodo de tiempo determinado sirve para planear y controlar.

j.10.2 Costo Primo

Para presupuestar este rubro se toma en cuenta la materia prima directa y mano de obra directa.

j.10.3 Costos Generales de Fabricación

Se los denomina costos por cuanto al igual que la materia prima como la mano de obra se capitaliza al inventario de productos determinados. Representan todos aquellos valores indirectos que no se pueden cargar a unidades de costo o trabajo especial.

j.10.4 Costos de Operación

Comprende los gastos administrativos, de venta y otros no especificados.

CUADRO N° 132

Presupuestos Proformados o Proyectados					
DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
* Costo Primo					
Materia Prima Directa	47.396,74	49.068,48	50.740,22	52.969,08	54.638,28
Mano de Obra Directa	13.430,74	13.833,66	14.248,67	14.818,61	15.411,36
*Costos Generales de Fabricación					
Materia Prima Indirecta	460,07	476,31	492,55	514,20	530,44
Mano de Obra Indirecta	5.849,30	5.849,30	5.849,30	5.849,30	5.849,30
Presupuesto de mteriales fungibles	639,75	658,94	678,71	705,86	734,09
Depreciacion de maquinaria y equipo	1.833,30	1.833,30	1.833,30	1.833,30	1.833,30
Depreciacion de instrumentos de exhibicion	45,60	45,60	45,60	45,60	45,60
Total Costos de Fabricación	69.655,49	71.765,59	73.888,35	76.735,95	79.042,37
* Costos de Operación					
Gastos Administrativos					
Sueldos y Salarios	13.294,40	13.294,40	13.294,40	13.294,40	13.294,40
Servicios básicos	983,00	1.012,49	1.042,86	1.084,58	1.127,96
Útiles de Oficina	522,60	538,28	554,43	576,60	599,67
Útiles de Aseo	589,20	606,88	625,08	650,09	676,09
Amortización de Activos Diferidos	426,42	426,42	426,42	426,42	426,42
Depreciacion de muebles y enseres	312,55	312,55	312,55	312,55	312,55
Depreciacion de equipo de computo	182,40	182,40	182,40	182,40	182,40
Depreciacion de equipo de oficina	22,94	22,94	22,94	22,94	22,94
Total Gastos Administrativos	16.333,51	16.396,36	16.461,09	16.549,98	16.642,43
Gastos de Venta					
Publicidad y Promoción	1.920,00	1.920,00	1.920,00	1.920,00	1.920,00
Sueldos y salarios	5.849,30	5.849,30	5.849,30	5.849,30	5.849,30
Total Gastos de Ventas	7.769,30	7.769,30	7.769,30	7.769,30	7.769,30
Gastos Financieros					
Interés por préstamo	1.635,00	1.275,00	915,00	555,00	195,00
Gastos bancarios	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Total Gastos Financieros	1.735,00	1.375,00	1.015,00	655,00	295,00
Total Gastos de Operación	25.837,81	25.540,66	25.245,39	24.974,28	24.706,73
Costo Total de Producción	95.493,30	97.306,25	99.133,73	101.710,23	103.749,10

Fuente: Capital de trabajo, gastos de operación, financiamiento, cuadro de resumen.

Elaboración: Las autoras.

j.11 COSTO, VENTA, INGRESO

j.11.1 Costo unitario de producción

En todo se hace necesario establecer el costo unitario de producción para ello se relaciona el costo total con el número de unidades producidas durante el periodo.

DISEÑO DE COSTO UNITARIO

CUADRO N° 133

		AÑO 1				
Porcentaje		33,95%	30,27%	17,82%	13,01%	4,95%
produccion al año		823	823	9008	6781	6781
piezas		Chompa	calentador	camiseta	pantaloneta	polines
DESCRIPCIÓN						
* Costo Primo						
Materia Prima Directa	47.396,74	4,8	4,28	2,52	1,84	0,7
Mano de Obra Directa	13.430,74	5,5404	4,9398	0,2657	0,2577	0,0980
*Costos Generales de Fabricación						
Materia Prima Indirecta	460,07	0,0190	0,0190	0,0190	0,0190	0,0190
Mano de Obra Indirecta	5.849,30	0,2416	0,2416	0,2416	0,2416	0,2416
Presupuesto de mteriales fungibles	639,75	0,0264	0,0264	0,0264	0,0264	0,0264
Depreciacion de maquinaria y equipo	1.833,30	0,7563	0,6743	0,0363	0,0352	0,0134
Depreciacion de instrumentos de exhibicion	45,60	0,0188	0,0168	0,0009	0,0009	0,0003
Total Costos de Fabricación	69.655,49					
* Costos de Operación						
Gastos Administrativos						
Sueldos y Salarios	13.294,40					
Servicios básicos	983,00					
Útiles de Oficina	522,60					
Útiles de Aseo	589,20					
Amortización de Activos Diferidos	426,42					
Depreciacion de muebles y enseres	312,55					
Depreciacion de equipo de computo	182,40					
Depreciacion de equipo de oficina	22,94					
Total Gastos Administrativos	16.333,51					
Gastos de Venta						
Publicidad y Promoción	1.920,00					
Sueldos y salarios	5.849,30					
Total Gastos de Ventas	7.769,30					
Gastos Financieros						
Interés por préstamo	1.635,00					
Gastos bancarios	100,00					
Total Gastos Financieros	1.735,00					
Total Gastos de Operación	25.837,81	1,4821	1,4821	1,4821	1,4821	
Costo Total de Producción	95.493,30					
TOTAL		12,8846	11,6800	4,5920	3,9028	1,0987
		10.603,9976	9.612,6430	41.364,4653	26.465,1474	7.450,5894

Fuente: Cuadro N° 81, 82, 83, 84.

Elaboración: Las autoras

CUADRO N° 134

AÑO 2						
Porcentaje		33,95%	30,27%	17,82%	13,01%	4,95%
produccion al año		852	852	9326	7020	7020
Precio		4,8	4,28	2,52	1,84	0,7
piezas		Chompa	calentador	camiseta	pantaloneta	polines
DESCRIPCIÓN						
* Costo Primo						
Materia Prima Directa	49.068,48	4,8	4,28	2,52	1,84	0,7
Mano de Obra Directa	13.833,66	5,5124	4,9148	0,2643	0,2564	0,0975
*Costos Generales de Fabricación						
Materia Prima Indirecta	476,31	0,0197	0,0197	0,0197	0,0197	0,0197
Mano de Obra Indirecta	5.849,30	0,2416	0,2416	0,2416	0,2416	0,2416
Presupuesto de mteriales fungibles	658,94	0,0272	0,0272	0,0272	0,0272	0,0272
Depreciacion de maquinaria y equipo	1.833,30	0,7305	0,6513	0,0350	0,0340	0,0129
Depreciacion de instrumentos de exhibicion	45,60	0,0182	0,0162	0,0009	0,0008	0,0003
Total Costos de Fabricación	71.765,59					
* Costos de Operación						
Gastos Administrativos						
Sueldos y Salarios	13.294,40					
Servicios básicos	1.012,49					
Útiles de Oficina	538,28					
Útiles de Aseo	606,88					
Amortización de Activos Diferidos	426,42					
Depreciacion de muebles y enseres	312,55					
Depreciacion de equipo de computo	182,40					
Depreciacion de equipo de oficina	22,94					
Total Gastos Administrativos	16.396,36					
Gastos de Venta						
Publicidad y Promoción	1.920,00					
Sueldos y salarios	5.849,30					
Total Gastos de Ventas	7.769,30					
Gastos Financieros						
Interés por préstamo	1.275,00					
Gastos bancarios	100,00					
Total Gastos Financieros	1.375,00					
Total Gastos de Operación	25.540,66	1,4151	1,4151	1,4151	1,4151	
Costo Total de Producción	97.306,25					
TOTAL		12,7646	11,5659	4,5238	3,8347	1,0992
		10.875,4162	9.854,1540	42.188,5653	26.919,7443	7.716,6981

Fuente: Cuadro N° 81, 82, 83, 84.

Elaboración: Las autoras

CUADRO N° 135

AÑO 3						
Porcentaje		33,95%	30,27%	17,82%	13,01%	4,95%
produccion al año		881	881	9644	7259	7259
Precio		4,8	4,28	2,52	1,84	0,7
Piezas		Chompa	calentador	camiseta	pantaloneta	polines
DESCRIPCIÓN						
* Costo Primo						
Materia Prima Directa	50.740,22	4,8	4,28	2,52	1,84	0,7
Mano de Obra Directa	14.248,67	5,4908	4,8957	0,2633	0,2554	0,0972
*Costos Generales de Fabricación						
Materia Prima Indirecta	492,55	0,0203	0,0203	0,0203	0,0203	0,0203
Mano de Obra Indirecta	5.849,30	0,2416	0,2416	0,2416	0,2416	0,2416
Presupuesto de mteriales fungibles	678,71	0,0280	0,0280	0,0280	0,0280	0,0280
Depreciacion de maquinaria y equipo	1.833,30	0,7065	0,6299	0,0339	0,0329	0,0125
Depreciacion de instrumentos de exhibicion	45,60	0,0176	0,0157	0,0008	0,0008	0,0003
Total Costos de Fabricación	73.888,35					
* Costos de Operación						
Gastos Administrativos						
Sueldos y Salarios	13.294,40					
Servicios básicos	1.042,86					
Útiles de Oficina	554,43					
Útiles de Aseo	625,08					
Amortización de Activos Diferidos	426,42					
Depreciacion de muebles y enseres	312,55					
Depreciacion de equipo de computo	182,40					
Depreciacion de equipo de oficina	22,94					
Total Gastos Administrativos	16.461,09					
Gastos de Venta						
Publicidad y Promoción	1.920,00					
Sueldos y salarios	5.849,30					
Total Gastos de Ventas	7.769,30					
Gastos Financieros						
Interés por préstamo	915,00					
Gastos bancarios	100,00					
Total Gastos Financieros	1.015,00					
Total Gastos de Operación	25.245,39	1,3526	1,3526	1,3526	1,3526	
Costo Total de Producción	99.133,73					
TOTAL		12,6574	11,4638	4,4606	3,7716	1,0999
		11.151,2070	10.099,5925	43.017,6871	27.378,1191	7.984,2750

Fuente: Cuadro N° 81, 82, 83, 84.

Elaboración: Las autoras

CUADRO N° 136

AÑO 4						
Porcentaje		33,95%	30,27%	17,82%	13,01%	4,95%
produccion al año		919	919	10068	7578	7578
Precio		4,8	4,28	2,52	1,84	0,7
Piezas		Chompa	calentador	camiseta	pantaloneta	poines
DESCRIPCIÓN						
* Costo Primo						
Materia Prima Directa	52.969,08	4,8	4,28	2,52	1,84	0,7
Mano de Obra Directa	14.818,61	5,4743	4,8810	0,2623	0,2544	0,0968
*Costos Generales de Fabricación						
Materia Prima Indirecta	514,20	0,0212	0,0212	0,0212	0,0212	0,0212
Mano de Obra Indirecta	5.849,30	0,2416	0,2416	0,2416	0,2416	0,2416
Presupuesto de mteriales fungibles	705,86	0,0292	0,0292	0,0292	0,0292	0,0292
Depreciacion de maquinaria y equipo	1.833,30	0,6773	0,6039	0,0324	0,0315	0,0120
Depreciacion de instrumentos de exhibicion	45,60	0,0168	0,0150	0,0008	0,0008	0,0003
Total Costos de Fabricación	76.735,95					
* Costos de Operación						
Gastos Administrativos						
Sueldos y Salarios	13.294,40					
Servicios básicos	1.084,58					
Útiles de Oficina	576,60					
Útiles de Aseo	650,09					
Amortización de Activos Diferidos	426,42					
Depreciacion de muebles y enseres	312,55					
Depreciacion de equipo de computo	182,40					
Depreciacion de equipo de oficina	22,94					
Total Gastos Administrativos	16.549,98					
Gastos de Venta						
Publicidad y Promoción	1.920,00					
Sueldos y salarios	5.849,30					
Total Gastos de Ventas	7.769,30					
Gastos Financieros						
Interés por préstamo	555,00					
Gastos bancarios	100,00					
Total Gastos Financieros	655,00					
Total Gastos de Operación	24.974,28	1,2817	1,2817	1,2817	1,2817	
Costo Total de Producción	101.710,23					
TOTAL		12,5421	11,3535	4,3892	3,7003	1,1010
		11.526,2104	10.433,8619	44.190,5834	28.041,1505	8.343,5497

Fuente: Cuadro N°81, 82, 83, 84.

Elaboración: Las autoras

CUADRO N° 137

AÑO 5						
Porcentaje		33,95%	30,27%	17,82%	13,01%	4,95%
produccion al año		948	948	10386	7818	7818
Precio		4,8	4,28	2,52	1,84	0,7
piezas		Chompa	calentador	camiseta	pantaloneta	polines
DESCRIPCIÓN						
* Costo Primo						
Materia Prima Directa	54.638,28	4,8	4,28	2,52	1,84	0,7
Mano de Obra Directa	15.411,36	5,5192	4,9209	0,2644	0,2565	0,0976
*Costos Generales de Fabricación						
Materia Prima Indirecta	530,44	0,0219	0,0219	0,0219	0,0219	0,0219
Mano de Obra Indirecta	5.849,30	0,2416	0,2416	0,2416	0,2416	0,2416
Presupuesto de mteriales fungibles	734,09	0,0303	0,0303	0,0303	0,0303	0,0303
Depreciacion de maquinaria y equipo	1.833,30	0,6565	0,5854	0,0315	0,0305	0,0116
Depreciacion de instrumentos de exhibicion	45,60	0,0163	0,0146	0,0008	0,0008	0,0003
Total Costos de Fabricación	79.042,37					
* Costos de Operación						
Gastos Administrativos						
Sueldos y Salarios	13.294,40					
Servicios básicos	1.127,96					
Útiles de Oficina	599,67					
Útiles de Aseo	676,09					
Amortización de Activos Diferidos	426,42					
Depreciacion de muebles y enseres	312,55					
Depreciacion de equipo de computo	182,40					
Depreciacion de equipo de oficina	22,94					
Total Gastos Administrativos	16.642,43					
Gastos de Venta						
Publicidad y Promoción	1.920,00					
Sueldos y salarios	5.849,30					
Total Gastos de Ventas	7.769,30					
Gastos Financieros						
Interés por préstamo	195,00					
Gastos bancarios	100,00					
Total Gastos Financieros	295,00					
Total Gastos de Operación	24.706,73	1,2292	1,2292	1,2292	1,2292	
Costo Total de Producción	103.749,10					
TOTAL		12,5150	11,3238	4,3396	3,6507	1,1033
		11.864,2286	10.734,9871	45.071,5211	28.541,2454	8.625,3182

Fuente: Cuadro N° 81, 82, 83, 83.

Elaboración: Las autoras

j.11.2 Precio de venta al público

Es el precio fijado por la empresa que debería ser pagado por el consumidor final. Se lo obtiene de la suma del costo unitario de producción de cada año más un margen de utilidad; en lo que respecta a este último utilizamos diferentes porcentajes para cada uno de los años de vida de la empresa así como tomando en cuenta los precios de la competencia todos estos valores mencionados los presentamos a continuación.

CUADRO N°138

Precio de Venta al Público			
AÑOS	COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN	MARGEN DE UTILIDAD	PRECIO DE VENTA PÚBLICO
1	12,79	18,00%	15,09
2	11,59	18,00%	13,68
3	4,55	18,00%	5,37
4	3,86	18,00%	4,55
5	1,10	18,00%	1,30

Fuente: Cuadro N°120

Elaboración: Las autoras

$$PVP = CUP + MU$$

$$PVP = (12,79 \cdot 18\%) + 12,79$$

$$PVP = 2,3022 + 12,79$$

$$PVP = 15,09$$

j.11.3 Ingreso por venta

Para este cálculo se multiplico el precio de venta al público por el número de unidades producidas para cada año de vida útil del proyecto.

CUADRO N° 139

Piezas	Año 1			Año 2			Año 3		
	Unid. producidas	PVP	Total	Unid. producidas	PVP	Total	Unid. producidas	PVP	Total
Chompa	823	15,09	12.420,88	852	15,09	12.858,55	881	15,09	13.296,23
Calentador	823	13,68	11.255,51	852	13,68	11.652,12	881	13,68	12.048,73
Camiseta	9008	5,37	48.363,95	9326	5,37	50.071,29	9644	5,37	51.778,64
Pantalóneta	6781	4,55	30.886,10	7020	4,55	31.974,70	7259	4,55	33.063,29
Medias	6781	1,30	8.801,74	7020	1,30	9.111,96	7259	1,30	9.422,18
TOTAL			111.728,18			115.668,63			119.609,07

Fuente: Cuadro N° 120.

Elaboración: Las autoras.

CUADRO N° 139.1

Año 4			Año 5		
Unid. producidas	PVP	Total	Unid. producidas	PVP	Total
919	15,09	13.869,73	948	15,09	14.307,41
919	13,68	12.568,43	948	13,68	12.965,04
10068	5,37	54.055,09	10386	5,37	55.762,43
7580	4,55	34.525,38	7818	4,55	35.609,43
7580	1,30	9.838,84	7818	1,30	10.147,76
		124.857,48			128.792,07

Fuente: Cuadro N° 120.

Elaboración: Las autoras.

CUADRO N° 140

Ingreso por ventas	
AÑOS	INGRESO POR VENTAS
1	111.728,18
2	115.668,63
3	119.609,07
4	124.857,48
5	128.792,07

Fuente: Cuadro N° 126.

Elaboración: Las autoras.

j.12 ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

El de resultado o estado de pérdidas y ganancias muestran los ingresos y gastos, así como la utilidad o pérdida resultante de las operaciones de la empresa durante un periodo determinado.

CUADRO N°141

Estado de Pérdidas y Ganancias					
DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1. Ingresos					
Ventas	111.728,18	115.668,63	119.609,07	124.857,48	128.792,07
Otros ingresos					
Valor residual					11.531,79
Total de Ingresos	111.728,18	115.668,63	119.609,07	124.857,48	140.323,86
2. Egresos					
Total Costos de Fabricación	69.655,49	71.765,59	73.888,35	76.735,95	79.042,37
Costos de Operación	25.837,81	25.540,66	25.245,39	24.974,28	24.706,73
Total Egresos	95.493,30	97.306,25	99.133,73	101.710,23	103.749,10
Rentabilidad	16.234,88	18.362,38	20.475,34	23.147,24	36.574,75

Fuente: Costos, ventas e ingresos, SRI.

Elaboración: Las autoras.

j.13 CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS

j.13.1 Los costos se subdividen en fijos y variables.

j.13.2 Costos Fijos: son aquellos que en su magnitud permanecen constantes independientemente de las fluctuaciones de los volúmenes de producción.

j.13.3 Costos variables: son aquellos que tiene a fluctuar en proporción al volumen total de la producción, de ventas de artículos o la presentación de un servicio, se incurren a la actividad de la empresa.

CUADRO N° 142

Clasificación de los costos para el primer año 1			
DESCRIPCIÓN	AÑO 1	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES
* Costo Primo			
Materia Prima Directa	47.396,74		47.396,74
Mano de Obra Directa	13.430,74		13.430,74
*Costos Generales de Fabricación			
Materia Prima Indirecta	460,07		460,07
Mano de Obra Indirecta	5.849,30	5.849,30	
Presupuesto de mteriales fungibles	639,75	639,75	
Depreciacion de maquinaria y equipo	1.833,30	1.833,30	
Depreciacion de instrumentos de exhibic	45,60	45,60	
Total Costos de Fabricación	69.655,49	8.367,95	61.287,54
* Costos de Operación			
Gastos Administrativos			
Sueldos y Salarios	13.294,40	13.294,40	
Servicios básicos	983,00	983,00	
Útiles de Oficina	522,60	522,60	
Útiles de Aseo	589,20	589,20	
Amortización de Activos Diferidos	426,42	426,42	
Depreciacion de muebles y enseres	312,55	312,55	
Depreciacion de equipo de computo	182,40	182,40	
Depreciacion de equipo de oficina	22,94	22,94	
Total Gastos Administrativos	16.333,51	16.333,51	
Gastos de Venta			
Publicidad y Promoción	1.920,00	1.920,00	
Sueldos y salarios	5.849,30	5.849,30	
Total Gastos de Ventas	7.769,30	7.769,30	
Gastos Financieros			
Interés por préstamo	1.635,00	1.635,00	
Gastos bancarios	100,00	100,00	
Total Gastos Financieros	1.735,00	1.735,00	
Total Gastos de Operación	25.837,81	25.837,81	
Costo Total de Producción	95.493,30	34.205,76	61.287,54

Fuente: Cuadro de presupuestos proformados.

Elaboración: Las autoras.

CUADRO N°143

Clasificación de los costos para el año 2			
DESCRIPCIÓN	AÑO 2	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES
* Costo Primo			
Materia Prima Directa	49.068,48		49.068,48
Mano de Obra Directa	13.833,66		13.833,66
*Costos Generales de Fabricación			
Materia Prima Indirecta	476,31		476,31
Mano de Obra Indirecta	5.849,30	5.849,30	
Presupuesto de mteriales fungibles	658,94	658,94	
Depreciacion de maquinaria y equipo	1.833,30	1.833,30	
Depreciacion de instrumentos de exhibi	45,60	45,60	
Total Costos de Fabricación	71.765,59	8.387,14	63.378,45
* Costos de Operación			
Gastos Administrativos			
Sueldos y Salarios	13.294,40	13.294,40	
Servicios básicos	1.012,49	1.012,49	
Útiles de Oficina	538,28	538,28	
Útiles de Aseo	606,88	606,88	
Amortización de Activos Diferidos	426,42	426,42	
Depreciacion de muebles y enseres	312,55	312,55	
Depreciacion de equipo de computo	182,40	182,40	
Depreciacion de equipo de oficina	22,94	22,94	
Total Gastos Administrativos	16.396,36	16.396,36	
Gastos de Venta			
Publicidad y Promoción	1.920,00	1.920,00	
Sueldos y salarios	5.849,30	5.849,30	
Total Gastos de Ventas	7.769,30	7.769,30	
Gastos Financieros			
Interés por préstamo	1.275,00	1.275,00	
Gastos bancarios	100,00	100,00	
Total Gastos Financieros	1.375,00	1.375,00	
Total Gastos de Operación	25.540,66	25.540,66	
Costo Total de Producción	97.306,25	33.927,80	63.378,45

Fuente: Cuadro de presupuestos proformados

Elaboración: Las autoras.

CUADRO N°144

Clasificación de los costos para el año 3			
DESCRIPCIÓN	AÑO 3	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES
* Costo Primo			
Materia Prima Directa	50740,22		50740,22
Mano de Obra Directa	14248,67		14248,67
*Costos Generales de Fabricación			
Materia Prima Indirecta	492,55		492,55
Mano de Obra Indirecta	5849,30	5849,30	
Presupuesto de mteriales fungibles	678,71	678,71	
Depreciacion de maquinaria y equipo	1833,30	1833,30	
Depreciacion de instrumentos de exhibición	45,60	45,60	
Total Costos de Fabricación	73888,35	8406,91	65481,44
* Costos de Operación			
Gastos Administrativos			
Sueldos y Salarios	13294,40	13294,40	
Servicios básicos	1042,86	1042,86	
Útiles de Oficina	554,43	554,43	
Útiles de Aseo	625,08	625,08	
Amortización de Activos Diferidos	426,42	426,42	
Depreciacion de muebles y enseres	312,55	312,55	
Depreciacion de equipo de computo	182,40	182,40	
Depreciacion de equipo de oficina	22,94	22,94	
Total Gastos Administrativos	16461,09	16461,09	
Gastos de Venta			
Publicidad y Promoción	1920,00	1920,00	
Sueldos y salarios	5849,30	5849,30	
Total Gastos de Ventas	7769,30	7769,30	
Gastos Financieros			
Interés por préstamo	915,00	915,00	
Gastos bancarios	100,00	100,00	
Total Gastos Financieros	1015,00	1015,00	
Total Gastos de Operación	25245,39	25245,39	
Costo Total de Producción	99133,73	33652,30	65481,44

Fuente: Cuadro de presupuestos proformados

Elaboración: Las autoras.

CUADRO N° 145

Clasificación de los costos para el año 4			
DESCRIPCIÓN	AÑO 4	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES
* Costo Primo			
Materia Prima Directa	52969,08		52969,08
Mano de Obra Directa	14818,61		14818,61
*Costos Generales de Fabricación	0,00		
Materia Prima Indirecta	514,20		514,20
Mano de Obra Indirecta	5849,30	5849,30	
Presupuesto de mteriales fungibles	705,86	705,86	
Depreciacion de maquinaria y equipo	1833,30	1833,30	
Depreciacion de instrumentos de exhibi	45,60	45,60	
Total Costos de Fabricación	76735,95	8434,06	68301,89
* Costos de Operación			
Gastos Administrativos			
Sueldos y Salarios	13294,40	13294,40	
Servicios básicos	1084,58	1084,58	
Útiles de Oficina	576,60	576,60	
Útiles de Aseo	650,09	650,09	
Amortización de Activos Diferidos	426,42	426,42	
Depreciacion de muebles y enseres	312,55	312,55	
Depreciacion de equipo de computo	182,40	182,40	
Depreciacion de equipo de oficina	22,94	22,94	
Total Gastos Administrativos	16549,98	16549,98	
Gastos de Venta			
Publicidad y Promoción	1920,00	1920,00	
Sueldos y salarios	5849,30	5849,30	
Total Gastos de Ventas	7769,30	7769,30	
Gastos Financieros			
Interés por préstamo	555,00	555,00	
Gastos bancarios	100,00	100,00	
Total Gastos Financieros	655,00	655,00	
Total Gastos de Operación	24974,28	24974,28	
Costo Total de Producción	101710,23	33408,34	68301,89

Fuente: Cuadro de presupuestos proformados

Elaboración: Las autoras.

CUADRO N° 146

Clasificación de los costos para el año 5			
DESCRIPCIÓN	AÑO 5	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES
* Costo Primo			
Materia Prima Directa	54638,28		54638,28
Mano de Obra Directa	15411,36		15411,36
*Costos Generales de Fabricación	0,00		
Materia Prima Indirecta	530,44		530,44
Mano de Obra Indirecta	5849,30	5849,30	
Presupuesto de mteriales fungibles	734,09	734,09	
Depreciacion de maquinaria y equipo	1833,30	1833,30	
Depreciacion de instrumentos de exhibi	45,60	45,60	
Total Costos de Fabricación	79042,37	8462,29	70580,08
* Costos de Operación			
Gastos Administrativos			
Sueldos y Salarios	13294,40	13294,40	
Servicios básicos	1127,96	1127,96	
Útiles de Oficina	599,67	599,67	
Útiles de Aseo	676,09	676,09	
Amortización de Activos Diferidos	426,42	426,42	
Depreciacion de muebles y enseres	312,55	312,55	
Depreciacion de equipo de computo	182,40	182,40	
Depreciacion de equipo de oficina	22,94	22,94	
Total Gastos Administrativos	16642,43	16642,43	
Gastos de Venta			
Publicidad y Promoción	1920,00	1920,00	
Sueldos y salarios	5849,30	5849,30	
Total Gastos de Ventas	7769,30	7769,30	
Gastos Financieros			
Interés por préstamo	195,00	195,00	
Gastos bancarios	100,00	100,00	
Total Gastos Financieros	295,00	295,00	
Total Gastos de Operación	24706,73	24706,73	
Costo Total de Producción	103749,10	33169,03	70580,08

Fuente: Cuadro de presupuestos proformados

Elaboración: Las autora.

j.14 PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es el punto en el cual los ingresos son iguales a los egresos, también se lo denomina como punto muerto porque es en este punto donde no hay ganancia ni pérdida y sólo se cubre los egresos.

- **En función de la capacidad instalada:** Se basa en la capacidad de producción de la planta, determina el porcentaje de capacidad al que debe trabajar, la maquinaria para que su producción pueda cubrir los costos; para su cálculo se aplica la siguiente fórmula:
- **En función de las ventas:** Se basa en el volumen y los ingresos monetarios que el género; para su cálculo se aplica la siguiente fórmula.

PARA EL PRIMER AÑO

DATOS

COSTO VARIABLE	61287,54
COSTO FIJO	34205,76
VENTAS TOTALES	111728,18

RESULTADOS

COSTO TOTAL	95493,30
P.E CAPAC. INST	67,81
P.E VENTAS	75767,23

En función de la capacidad instalada:

$$pe = \frac{CF}{VT - CV} * 100$$

$$pe = \frac{34.205,76}{111.728,18 - 61.287,54} * 100$$

$$pe = \frac{34.205,76}{50.449,64} * 100$$

$$pe = 67,81\%$$

En función de las ventas:

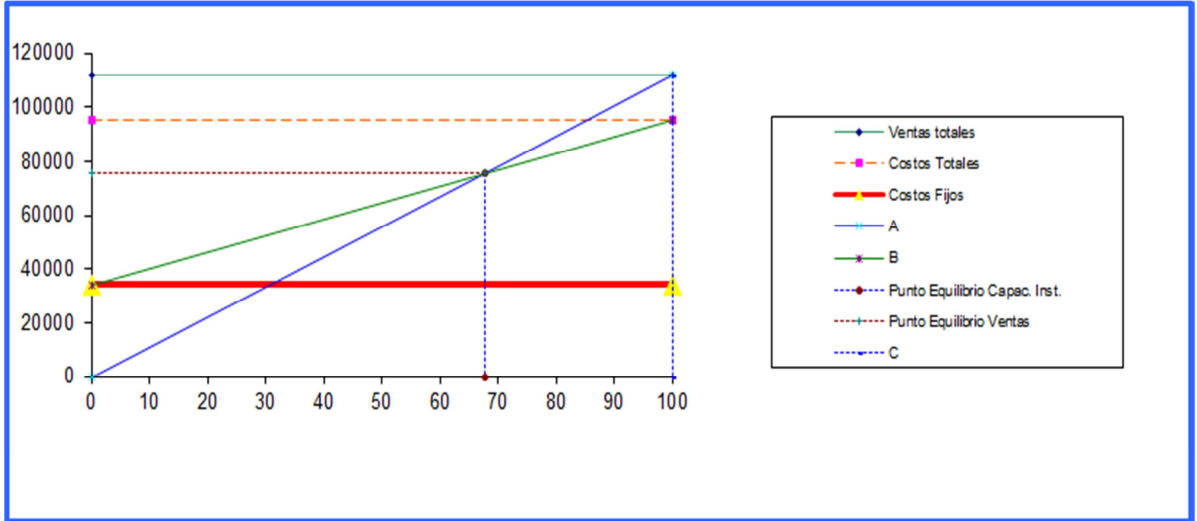
$$pe = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}}$$

$$pe = \frac{34.205,76}{1 - \frac{61.287,54}{111.728,18}}$$

$$pe = \frac{34.205,76}{0,45145853}$$

$$pe = 75.767,23$$

GRÁFICO N° 83



Elaboración: Las Autoras

PARA EL QUINTO AÑO

DATOS

COSTO VARIABLE	70580,08
COSTO FIJO	33169,03
VENTAS TOTALES	128792,07

RESULTADOS

COSTO TOTAL	103749,10
P.E CAPAC. INST	56,98
P.E VENTAS	73385,35

En función de la capacidad instalada:

$$pe = \frac{CF}{VT - CV} * 100$$

$$pe = \frac{33.169,03}{128.792,07 - 70.580,08} * 100$$

$$pe = \frac{33.169,03}{58.211,99} * 100$$

$$pe = 56,98\%$$

En función de las ventas:

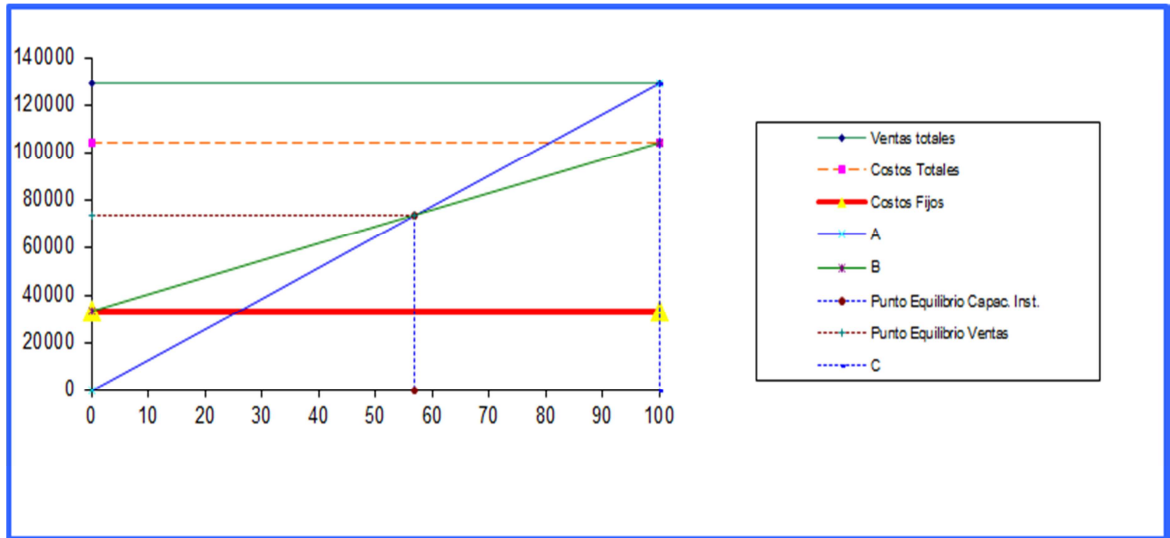
$$pe = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}}$$

$$pe = \frac{33.169,03}{1 - \frac{70.580,08}{128.792,07}}$$

$$pe = \frac{33.169,03}{0,451984272}$$

$$pe = 73.385,36$$

GRÁFICO N° 84



Elaboración: Las Autoras

j.15 FLUJO DE CAJA

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

CUADRO N° 147

Flujo de Caja					
DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1. Ingresos					
Ventas	111.728,18	115.668,63	119.609,07	124.857,48	128.792,07
Saldo Anterior		16.058,09	34.243,68	54.542,23	77.512,68
Valor residual					11.531,79
Total de Ingresos	111.728,18	131.726,72	153.852,75	179.399,71	217.836,54
2. Egresos					
Total Costos de Fabricación	69.655,49	71.765,59	73.888,35	76.735,95	79.042,37
Costos de Operación	25.837,81	25.540,66	25.245,39	24.974,28	24.706,73
Total Egresos	95.493,30	97.306,25	99.133,73	101.710,23	103.749,10
Total de utilidad del ejercicio económico	16.234,88	34.420,47	54.719,02	77.689,47	114.087,44
Amortización de activos diferidos	426,42	426,42	426,42	426,42	426,42
Depreciación	2.396,79	2.396,79	2.396,79	2.396,79	2.396,79
Total FNC antes de pago de obligaciones	19.058,09	37.243,68	57.542,23	80.512,68	116.910,65
Amortización de créditos	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00
Flujo neto de Caja	16.058,09	34.243,68	54.542,23	77.512,68	113.910,65

Fuente: Cuadro Estado de pérdidas y ganancias

Elaboración: Las autora

j.16 EVALUACIÓN DEL PROYECTO

La evolución del proyecto es un instrumento o herramienta que genera información, permitiendo emitir un juicio sobre la conveniencia y confiabilidad de la estimación preliminar del beneficio que genera el proyecto en estudio.

j.16.1 EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación de un proyecto debe tener como base el análisis con el que se mide la rentabilidad económica, en el que principalmente tenemos cuatro evaluaciones: **Valor Actual Neto (VAN)**, **Tasa Interna De Retorno (TIR)**, **Tiempo de la Recuperación de la inversión y Relación Beneficio de Costo**, todos estos con base en el flujo de Efectivo.

Tiene la función de medir tres aspectos fundamentales que son:

- Estructurar el plan de financiamiento una vez medida el grado en que los costos pueden ser cubierto por los ingresos.
- Medir el grado de rentabilidad que ofrece la inversión en el proyecto.
- Brindar la información base para la toma de decisiones sobre la inversión en el proyecto.

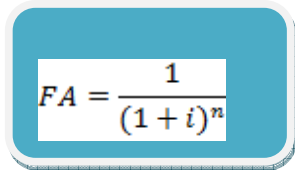
CUADRO N°148

Valor Actual Neto			
AÑOS	FLUJOS NETOS	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VALOR ACTUALIZADO
0	32.991,44		
1	16.058,09	0,927635971	14.896,06
2	34.243,68	0,860508495	29.466,98
3	54.542,23	0,798238634	43.537,72
4	77.512,68	0,740474870	57.396,19
5	113.910,65	0,686891125	78.244,21
			223.541,17
Fuente: Financiamiento, flujo de caja			32.991,44
Elaboración: Las Autoras			190.549,72

$$FA = CP(CO) + CA(TIA)$$

$$FA = (55\%(4,30\%) + (45\%(12\%))$$

$$FA = 7,80$$


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

$$FA = \frac{1}{(1+7.80)^1}$$

$$FA = 0,927635971$$

$$VAN = ValorActualizado - Inversión$$

$$VAN = 223.541,17 - 32.911,44$$

$$VAN = 190.549,72$$

j.16.2 PERÍODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL.

El Período de recuperación mide el número de años en que la empresa debe esperar para recuperar el capital invertido a través de los flujos de efectivo que produce el proyecto.

CUADRO N° 149

Período de Recuperación de Capital			
AÑOS	FLUJOS NETOS	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN 10,83%	FLUJO ACTUALIZADO
0	32.991,44		
1	16.058,09	0,927635971	14.896,06
2	34.243,68	0,860508495	29.466,98
3	54.542,23	0,798238634	43.537,72
4	77.512,68	0,740474870	57.396,19
5	113.910,65	0,686891125	78.244,21
			223.541,17

Fuente: Cuadro N° 135

Elaboración: Las Autoras

$$PRC = \text{Año.que.supera.la.inversión} + \left(\frac{\text{Inversión} - \sum \text{primeros.flujos}}{\text{Flujo.neto.del.año.que.supera.la.inversión}} \right)$$

$$PRC = 2 + \frac{32.911,44 - 44.363,04}{29.466,98}$$

$$PRC = 1,61$$

El tiempo para recuperar el capital es de 1 año, 7 meses 11 días.

j.16.3 TASA INTERNA DE RETORNO

La tasa interna de retorno, se define como la tasa máxima de interés que pudiera pagarse por un préstamo que financie la inversión, en el cálculo de la TIR, el objetivo es encontrar un factor de interés por aproximación, que dé como resultado un VAN positivo que se acerque a cero y un VAN negativo que igualmente se acerque a cero.

La TIR como criterio de decisión permite rechazar o aceptar el proyecto basado en:

- Si la TIR es mayor al costo de capital debe aceptarse el proyecto.
- Si la TIR es igual al costo de capital es indiferente realizar la inversión.
- Si la TIR es menor al costo de capital debe rechazarse el proyecto.

CUADRO N° 150

Tasa Interna de Retorno					
AÑOS	FLUJOS NETOS	ACTUALIZACIÓN			
		FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VAN MENOR	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VAN MAYOR
0	32.991,441	97,23%		97,24%	
1	16.058,090	0,507022258	8.141,81	0,506996552	8.141,40
2	34.243,681	0,257071570	8.803,08	0,257045504	8.802,18
3	54.542,231	0,130341008	7.109,09	0,130321184	7.108,01
4	77.512,684	0,066085792	5.122,49	0,066072391	5.121,45
5	113.910,650	0,033506968	3.816,80	0,033498475	3.815,83
Fuente: Cuadro N° 136			32.993,26		32.988,87
Elaboración: Las Autoras			32.991,44		32.991,44
			2		-2,57

$$TIR = T_m + DT \left(\frac{VAN_{Tm}}{VAN_{Tm} - VAN_{TM}} \right)$$

$$TIR = 97,23\% + 0,01 \left(\frac{2}{2 - (-2,57)} \right)$$

$$TIR = 97$$

j.16.4 RELACIÓN BENEFICIO COSTO

El indicador beneficio-costo, se interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio por cada dólar invertido, para su análisis se debe tomar en cuenta lo siguiente:

- Si la relación ingreso sobre egreso es igual a uno el proyecto es indiferente.
- Si la relación es mayor que uno el proyecto es rentable.
- Si la inversión es menor que uno el proyecto no es rentable.

CUADRO N° 151

Relación Beneficio Costo					
AÑOS	INGRESO ORIGINAL	EGRESO ORIGINAL	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
1	111.728,18	95.493,30	0,507022258	56.648,68	48.417,23
2	131.726,72	97.306,25	0,257071570	33.863,19	25.014,67
3	153.852,75	99.133,73	0,130341008	20.053,32	12.921,19
4	179.399,71	101.710,23	0,066085792	11.855,77	6.721,60
5	217.836,54	103.749,10	0,033506968	7.299,04	3.476,32
				129.720,01	96.551,01

Fuente: Cuadro N° 137

Elaboración: Las autora

$$RBC = \frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Egresos Actualizados}} - 1$$

$$RBC = \frac{129.720,01}{96.551,01}$$

$$RBC = 1,34 - 1$$

$$RBC = 0,34$$

Por cada dólar invertido vamos a tener de ganancias \$ 0.34 Centavos.

j.16.5. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

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

Según el análisis de sensibilidad, la aceptación de un proyecto se basa en:

- Coeficiente de sensibilidad > 1 el proyecto es sensible.
- Coeficiente de sensibilidad $= 1$ el proyecto no sufre ningún efecto.
- Coeficiente de sensibilidad < 1 el proyecto no es sensible.

CUADRO N° 152

Análisis de Sensibilidad con el Incremento del 23,7% en los Costos								
AÑOS	COSTO ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO TOTAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VAN MENOR	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VAN MAYOR
0	32.991,44				49,29%		49,30%	
1	95.493,30	118.153,87	111.728,18	-6.425,68	0,669837230	-4.304,16	0,669792364	-4.303,87
2	97.306,25	120.397,02	131.726,72	11.329,70	0,448681914	5.083,43	0,448621811	5.082,75
3	99.133,73	122.658,17	153.852,75	31.194,58	0,300543850	9.375,34	0,300483464	9.373,46
4	101.710,23	125.846,07	179.399,71	53.553,63	0,201315460	10.781,17	0,201261530	10.778,29
5	103.749,10	128.368,76	217.836,54	89.467,78	0,134848590	12.064,60	0,134803436	12.060,56
						33.000,39		32.991,18
						32.991,44		32.991,44
						8,94		-0,26

Fuente: VAN, TIR, PRC, RBC
Elaboración: Las Autoras

Nueva Tasa interna de retorno

$$NTIR = T_m + DT \left(\frac{VAN_{Tm}}{VAN_{Tm} - VAN_{TM}} \right)$$

$$NTIR = 49,29\% + 0,01 \left(\frac{8,94}{8,94 - (-0,26)} \right)$$

$$NTIR = 49$$

Tasa interna de retorno resultante

$$TIRR = TIRA - NTIR$$

$$TIRR = 97 - 49$$

$$TIRR = 48$$

Porcentaje de Variación

$$\% V = \left(\frac{TIRR}{TIRA} \right) \times 100$$

$$\% V = \left(\frac{48}{97} \right) \times 100$$

$$\% V = 49,48$$

Valor de sensibilidad

$$S = \left(\frac{\% V}{NTIR} \right)$$

$$S = \left(\frac{49,48}{97} \right)$$

$$S = 0,99963921$$

CUADRO N° 153

Análisis de Sensibilidad con la disminución del 16,6% en los ingresos								
AÑOS	COSTO ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	INGRESO TOTAL ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VAN MENOR	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VAN MAYOR
0	32.991,44		16,60%		49,30%		49,31%	
1	95.493,30	111.728,18	93.181,30	-2.312,00	0,669792364	-1.548,56	0,669747505	-1.548,46
2	97.306,25	131.726,72	109.860,08	12.553,83	0,448621811	5.631,92	0,448561721	5.631,17
3	99.133,73	153.852,75	128.313,20	29.179,46	0,300483464	8.767,95	0,300423093	8.766,18
4	101.710,23	179.399,71	149.619,36	47.909,12	0,20126153	9.642,26	0,201207617	9.639,68
5	103.749,10	217.836,54	181.675,67	77.926,57	0,134803436	10.504,77	0,1347583	10.501,25
						32.998,34		32.989,83
						32.991,44		32.991,44
						6,90		-1,61

Fuente: Cuadro N°139
Elaboración: Las Autoras

Nueva Tasa interna de retorno

$$NTIR = T_m + DT \left(\frac{VAN_{Tm}}{VAN_{Tm} - VAN_{TM}} \right)$$

$$NTIR = 49,30\% + 0,01 \left(\frac{6,90}{6,90 - (-1,61)} \right)$$

$$NTIR = 49$$

Tasa interna de retorno resultante

$$TIRR = TIRA - NTIR$$

$$TIRR = 97 - 49$$

$$TIRR = 48$$

Porcentaje de Variación

$$\% V = \left(\frac{TIRR}{TIRA} \right) X 100$$

$$\% V = \left(\frac{48}{97} \right) X 100$$

$$\% V = 49,48$$

Valor de sensibilidad

$$S = \left(\frac{\% V}{NTIR} \right)$$

$$S = \left(\frac{49,48}{49} \right)$$

$$S = 0,999618829$$

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

K. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

k.1 CONCLUSIONES

Al finalizar el presente trabajo hemos llegado a las siguientes conclusiones:

- Después de haber realizado el Estudio de Mercado, podemos comprobar que nuestro producto si tiene acogida por la comunidad universitaria.
- La capacidad instalada de confección y comercialización de ropa deportiva tendrá una producción de 28.488 prendas al trabajar las 24 horas, mientras que con la capacidad utilizada la empresa tendrá una producción de 24.214 prendas trabajando las 8 horas diarias cubriendo un 85% de la demanda efectiva.
- Para la realización del presente proyecto se requiere una inversión \$32.991,44
- Al establecer el VAN, el presente proyecto nos da un valor positivo de \$190.549,72 lo que nos permite interpretar que es conveniente la realización del mismo.
- Al invertir la empresa un dólar se espera una rentabilidad de \$0,34centavos de dólar.
- El tiempo que se requerirá para recuperar la inversión original es de 1 año, 7 meses Y 11 días.
- La Tasa Interna de Retorno del proyecto es de 97% la cual nos indica que el proyecto es factible.

- Al disminuir los ingresos en un 16,6% y aumentar los costos en un 23,7% aun así el proyecto sigue siendo rentable, puesto que la sensibilidad es menor que uno.

k.2 RECOMENDACIONES

También hemos realizados unas recomendaciones para la empresa universitaria las cuáles son las siguientes.

- Se recomienda a las autoridades de la Universidad Nacional de Loja implementar la empresa "UNL SPORT", puesto que esta es factible y se estaría ayudando al desarrollo de la misma.
- Se recomienda que la empresa "UNL SPORT" sea establecida en el sector del Nivel Técnico Artesanal puesto que ahí existe espacio suficiente para realizar las respectivas operaciones.
- Fomentar una buena gestión organizacional con especificación clara de funciones, personal calificado y bajo la dirección de profesionales en sus áreas.
- Puesto que existe una gran demanda se recomienda aumentar su capacidad de producción, esto extendiendo el número de horas trabajadas.
- Tomar en cuenta los estudios realizados en este trabajo por cuanto se lo ha realizado con mucho esfuerzo y dedicación.

I. BIBLIOGRAFIA

I. BIBLIOGRAFÍA

- MARCIAL CÓRDOBA PADILLA. **Formulación y Evaluación de Proyectos.**
- PASACA MORA MANUEL ENRIQUE. **Formulación y evaluación de proyectos de inversión.**
- MODULO 10 DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS. **Elaboración y evaluación de proyectos de inversión.**
- EC. MARCO PACHAR LASSO E ING. NEY ALFREDO GALLARDO. **Marketing estratégico.**
- CHIAVENATO, Idalberto. **Administración de Recursos Humanos. Editorial McGraw Hill, México 1995.**
- HARDIG, H. A. **Administración de la Producción, Sao Paulo Atlas 1987.**
- JONSON W. Robert. **Administración Financiera. Editorial, Continental. Mexico1994.**
- RODRÍGUEZ VALENCIA JOAQUÍN. **Introducción a la Administración.**
PASACA MORA, Manuel Enrique, “Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión”, Loja UNL, 143 páginas.
- SAPAG CHAING, Nassir y Reinaldo, 1997, “**Fundamentos de Preparación y Evaluación de Proyectos**”, Tercera Edición, Mc Graw-Hill/Interamericana, S.A, 399 páginas.

- VARELA, Rodrigo, 1982, Bogotá- Colombia, **“Evaluación Económica y de Alternativas Operacionales y Proyectos de Inversión”**, Editorial Norma, 377 páginas.

m. ANEXOS

m. ANEXOS

ENCUESTA A LOS ESTUDIANTES

Nosotros como egresadas de la Universidad Nacional de Loja de la Carrera de Administración de Empresas nos dirigimos a usted para que se digne contestar las siguientes preguntas:

1. Sexo.

Masculino () femenino ()

2. ¿Cuál es su nivel de ingresos?

- a. \$100-\$200 () c. \$301-\$500 ()
b. \$201-\$300 () d. \$Más de \$500 ()

3. ¿Utiliza usted ropa deportiva?

SI () NO ()

4. ¿Qué tipo de ropa utiliza: de marca reconocida o marcas tradicionales?

Marca reconocida () Marca tradicional ()

5. ¿Por qué compra usted ropa deportiva?

- a. Hacer deporte ()
b. Cómoda ()
c. Gusto ()

6. ¿Dónde compra Ud. la ropa deportiva?

.....

7. ¿Cómo solventa Ud. los gastos para la compra de la ropa deportiva?

- a. Fondos propios ()
b. De familia ()
c. Otros ()

8. ¿En qué mes usted compra con mayor frecuencia ropa deportiva?

- a. Marzo ()
- b. Octubre ()
- c. Otros ()

¿Por qué?.....

9. ¿Qué precio pagó por la compra de ropa deportiva?

\$5-\$7 () \$12-\$14 ()
Camiseta + \$7-\$9 () Tres piezas + \$14-\$16 ()
+ \$9-\$12 () + \$16-\$18 ()

\$30-\$35()
Completo +\$36-\$40()
+\$41()

10. ¿Cómo es la calidad del producto que usted compra actualmente?

- a. Excelente ()
- b. Muy buena ()
- c. Buena ()
- d. Mala ()
- e. Pésima ()

11. ¿Si se implementará en la Universidad Nacional de Loja una microempresa de confección y comercialización de ropa deportiva usted la apoyaría?

SI () NO ()

12. ¿En que se fijaría al momento de comprar ropa deportiva?

- a. Calidad ()
- b. Modelo ()
- c. Color ()
- d. Precio ()

13. ¿Estaría dispuesto a comprar ropa deportiva (camiseta, pantaloneta, Chompa, etc.) que tengan el logotipo de la UNL en diferentes diseños los cuales identifique la imagen de la institución?

SI () NO ()

14. ¿Realiza usted compras de ropa deportiva también en otros meses?

- a. Si ()
- b. No ()

¿Por qué?.....

15. ¿Compraría los uniformes de educación física en esta microempresa?

- SI () NO ()

16. ¿En cuál de estas opciones compraría la ropa deportiva?

- a. Tres piezas (camiseta, pantaloneta, polines) ()
- b. Completo (camiseta, pantaloneta, polines, calentador, chompa) ()

17. ¿Cómo le gustaría que sea la atención que se le brinde en esta empresa?

- | | |
|-----------------|-----------------------------|
| a. Amable () | d. Responsable () |
| b. Esmerada () | e. Carismático () |
| c. Cumplida () | f. Todas las anteriores () |

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ENCUESTA A LOS DOCENTES ADMINISTRATIVOS Y TRABAJADORES

Nosotros como egresadas de la Universidad Nacional de Loja de la Carrera de Administración de Empresas nos dirigimos a usted para que se digne contestar las siguientes preguntas:

18. Sexo.

Masculino () femenino ()

19. ¿Cuál es su nivel de ingresos?

- c. \$100-\$200 () c. \$301-\$500 ()
d. \$201-\$300 () d. \$Más de \$500 ()

20. ¿Utiliza usted ropa deportiva?

SI () NO ()

21. ¿Qué tipo de ropa utiliza: de marca reconocida (Nike, Adidas, etc) o marcas tradicionales?

De marca () confeccionada ()

22. ¿Por qué compra usted ropa deportiva?

- d. Hacer deporte ()
e. Cómoda ()
f. Gusto ()

23. ¿Dónde compra Ud. la ropa deportiva?

.....

24. ¿En qué mes usted compra ropa deportiva?

- d. Marzo ()
e. Octubre ()
f. Otros ()

25. ¿Qué precio pagó por la compra de ropa deportiva?

	\$5-\$7	()		\$12-\$14	()
Camiseta	+ \$7-\$9	()	Tres piezas	+ \$14-\$16	()
	+ \$9-\$12	()		+ \$16-\$18	()
	\$30-\$40	()			
Completo	+\$41-\$50	()			
	+\$51-\$60	()			

26. ¿Cómo es la calidad del producto que usted compra actualmente?

- d. Excelente () d. Mala ()
e. Muy buena () e. Pésima ()
f. Buena ()

27. ¿Si se implementará en la Universidad Nacional de Loja una microempresa de confección y comercialización de ropa deportiva usted la apoyaría?

SI () NO ()

28. ¿Estaría dispuesto a comprar ropa deportiva (camiseta, pantaloneta, Chompa, etc.) que tengan el logotipo de la UNL en diferentes diseños los cuales identifique la imagen de la institución?

SI () NO ()

29. ¿En qué mes usted compraría ropa deportiva?

- c. Marzo ()
d. Octubre ()
e. Otros ()

¿Por qué?.....

30. ¿En cuál de estas opciones compraría la ropa deportiva?

- a. Tres piezas (camiseta, pantaloneta, polines) ()
b. Completo (camiseta, pantaloneta, polines, calentador, chompa) ()

c. ¿En que se fijaría al momento de comprar ropa deportiva?

- a. Calidad ()
b. Color ()
c. Modelo ()
d. Precio ()

e. ¿Qué forma de pago usted prefiere?

- a. Efectivo ()
- b. Tarjeta ()
- c. Cheque ()

f. ¿Cómo le gustaría que sea la atención que se le brinde en esta empresa?

- | | |
|-----------------|-----------------------------|
| d. Amable () | d. Responsable () |
| e. Esmerada () | e. Carismático () |
| f. Cumplida () | f. Todas las anteriores () |

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ENCUESTA A LOS DEPORTIVOS DE LA CIUDAD DE LOJA

Nosotras como egresadas de la Universidad Nacional de Loja de la Carrera de Administración de Empresas nos dirigimos a usted para que se digne contestar las siguientes preguntas

15. Nombre de su almacén deportivo

16. ¿Qué cantidad de ropa deportiva vende usted al año?

- a. Chompa ()
- b. Calentador ()
- c. Camiseta ()
- d. Pantalóneta ()
- e. Polín ()

17. ¿Existen temporadas altas y bajas para la venta?

- a. Si ()
- b. No ()

¿Por qué?

18. ¿Si su respuesta fue sí que meses vende más?

19. ¿Cuáles son los principales clientes?

- a. Escuelas ()
- b. Colegios ()
- c. Universidad Nacional de Loja ()
- d. UTPL ()
- e. Otros ()

20. ¿Cuál es el precio de venta por cada prenda deportiva?

- a. Chompa de 15 a 30 ()
- b. Calentador + 15 a 30 ()
- c. Camiseta + 7 a 12 ()
- d. Pantalóneta + 5 a 10 ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

n. INDICE

n. ÍNDICE

Certificación	II
Autoría	III
Agradecimiento.....	IV
Dedicatoria	V
Título	1
Resumen	2
Introducción	6
Revisión de literatura	9
Materiales y métodos.....	16
Resultados	20
Discusión	78
Estudio técnico.....	90
Estudio administrativo.....	114
Estudio financiero	130
Conclusiones Recomendaciones.....	185

Bibliografía	187
Anexos	289
Índice	