



1859

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

**MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TÍTULO:**

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA INSTALACIÓN DE  
UNA SUCURSAL DE LA EMPRESA NOESPORT  
DISEÑOS EN LA CIUDAD DE ZARUMA, PROVINCIA  
DE EL ORO”**

TESIS PREVIA A OPTAR EL GRADO  
DE INGENIERA COMERCIAL

**AUTORA:**

*GLORIA SOFÍA MACAS APOLO*

1859

**DIRECTOR:**

*Ing. Carlos Rodríguez MBA*

**LOJA – ECUADOR**

**2015**

## CERTIFICACIÓN

**Ing. Carlos Rodríguez MBA**

**DIRECTOR DE TESIS**

### **CERTIFICA:**

Haber dirigido, orientado y revisado bajo mi dirección, la investigación realizada por la egresada, Señora Gloria Sofía Macas Apolo, cuyo estudio se denomina: **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA INSTALACIÓN DE UNA SUCURSAL DE LA EMPRESA NOESPORT DISEÑOS EN LA CIUDAD DE ZARUMA, PROVINCIA DE EL ORO”**, la misma que cumple con los requerimientos de fondo y de forma establecidos por la Universidad Nacional de Loja ,para efectos de la obtención del título de Ingeniera en Administración de Empresas, por lo que autorizo su presentación, sustentación y defensa pública de grado.

Loja, Noviembre del 2015



Ing. Carlos Rodríguez MBA

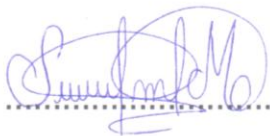
**DIRECTOR DE TESIS**

## AUTORÍA

Yo, Gloria Sofía Macas Apolo declaro ser autora del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

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

**AUTORA:** Gloria Sofía Macas Apolo

**FIRMA:** .....

**CÉDULA:** 0703738146

**FECHA:** Loja, Noviembre del 2015

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

Yo, **Gloria Sofía Macas Apolo**, declaro ser autora de la Tesis titulada: “**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA INSTALACIÓN DE UNA SUCURSAL DE LA EMPRESA NOESPORT DISEÑOS EN LA CIUDAD DE ZARUMA, PROVINCIA DE EL ORO**”.

Como requisito para optar al Grado de: **INGENIERA COMERCIAL**: autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional:

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

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

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, 19 días de noviembre del dos mil quince, firma el autor.

**FIRMA:** 

**AUTORA:** Gloria Sofía Macas Apolo

**CÉDULA:** 0703738146

**DIRECCIÓN:** Avda. 8 de diciembre junto al cementerio General de Zaruma.(Zaruma)

**CORREO ELECTRONICO:** [sofiamacas@hotmail.es](mailto:sofiamacas@hotmail.es)

**CELULAR:** 0991227521

**DATOS COMPLEMENTARIOS**

**DIRECTOR DE TESIS:** Ing. Carlos Rodríguez MAE

**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL:** Dr. Luis Quizhpe Salinas

**MIEMBROS DEL TRIBUNAL:** Ing. Carlos Carpio Ayala

Ing. Galo Salcedo López

## AGRADECIMIENTO

Mi sincero agradecimiento a la Universidad Nacional de Loja, a la Modalidad de Estudios a Distancia, entidad que me abrió sus puertas para realizar mis estudios profesionales, particularmente a los docentes de la carrera de Administración de Empresas por la formación profesional recibida.

Al Ing. Carlos Rodríguez, Director de mi Tesis, por sus sabias sugerencias, por todo su esfuerzo, dedicación y tiempo, quién con sus conocimientos, su experiencia y su paciencia me permitió realizar de una mejor manera el presente trabajo.

*Sofía...*

## DEDICATORIA

Dedico este trabajo:

**CON DEVOCIÓN** a Dios porque está conmigo a cada paso que doy, cuidándome y dándome fortaleza...

**CON AMOR** a mi esposo, por su confianza y paciencia...

**CON CARIÑO** a mis hijos, ya que ellos son mi razón principal de superación...

**CON AFECTO** a mis padres y hermanos por el invaluable apoyo que me brindan...

*Sofía...*

**a. TÍTULO:**

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA INSTALACIÓN DE UNA SUCURSAL DE LA EMPRESA NOESPORT DISEÑOS EN LA CIUDAD DE ZARUMA, PROVINCIA DE EL ORO”.**

## **b. RESUMEN**

El presente trabajo investigativo se denomina: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA INSTALACIÓN DE UNA SUCURSAL DE LA EMPRESA NOESPORT DISEÑOS EN LA CIUDAD DE ZARUMA, PROVINCIA DE EL ORO”, cuyo objetivo general es diseñar un Plan de Negocios acorde a la empresa, la cual se dedica a la producción y comercialización de ropa deportiva, para ello se debió ejecutar cada una de las etapas que conlleva un Plan de Negocios, partiendo desde el estudio de mercado hasta la evaluación financiera, cumpliendo así con cada uno de los objetivos específicos.

Para la obtención de la información que se requiere para los estudios realizados, fue indispensable el uso de métodos y técnicas. Entre ellos están: El método Inductivo, Deductivo, Descriptivo, Analítico, Sintético, Estadístico y las técnicas como la encuesta, aplicada a 370 clientes que adquieren ropa deportiva, y 6 encuestas aplicadas a las empresas oferentes; además de la entrevista realizada a la Gerente de la empresa Noesport Diseños.

Del Estudio de Mercado, obtuvimos los siguientes resultados: La demanda potencial asciende a 4.980, la demanda real a 3.553 y la demanda efectiva a 5.842. En cuanto a la oferta el monto es de 1.770 obteniéndose una demanda insatisfecha de 4.072 unidades.

En cuanto al Estudio Técnico elaborado se pudo establecer el tamaño y localización del proyecto, determinándose así, una capacidad instalada de producción anual que corresponde a 3.168 unidades y la capacidad utilizada que corresponde a 2376 que corresponde al 75% de la capacidad instalada; además del detalle del proceso



productivo, incluye también la descripción de la materia prima, materiales, maquinaria y los requerimientos de mano de obra directa e indirecta. En cuanto a la localización se hizo referencia al lugar específico donde se establecerá la empresa, que es en la Avda. "8 de Diciembre", del Cantón Zaruma, Provincia de El Oro.

El estudio administrativo, especifica la clase de compañía a constituirse, denominada "NOESPORT Diseños Cía. Ltda.; la estructura administrativa representada en los organigramas correspondientes, y un manual de funciones donde se especifica y se define los cargos que conforman la empresa, las funciones, responsabilidades, requisitos y relaciones jerárquicas.

El estudio económico y financiero permitió establecer que para el inicio de operaciones se necesita de una inversión inicial de **16.099,75** dólares, la que será suministrada de la siguiente manera; el **62.73 %** capital propio, por medio del aporte de los socios, y el **37.27 %** restante, con un crédito en una entidad financiera.

Al realizar la Evaluación Financiera del proyecto, se obtuvo los siguientes resultados: un Valor Actual Neto (VAN) de \$ **16.754,06** y una Tasa Interna de Retorno (TIR) de **44,78%**. La Relación Beneficio Costo de **\$1.30** es decir que, por cada dólar invertido, la empresa ganara **\$0.30** centavos de dólar. El Periodo de Recuperación de Capital es de **2 años, 1 día**. El Análisis de Sensibilidad del Capital, indica, que el proyecto soporta un incremento en los costos del **21.82%**, dando un total del **0,9999** y una disminución de los ingresos del **16.79%**, dando un total de **0,9999**.

Estos valores financieros indican la factibilidad del proyecto a crearse ya que todos sus resultados son positivos de acuerdo al criterio de aceptación de cada uno. Se concluye el presente trabajo de investigación con la exposición de conclusiones y recomendaciones.

## **ABSTRAC**

This investigative work is called "BUSINESS PLAN FOR THE INSTALLATION OF A BRANCH NOESPORT BUSINESS DESIGNS IN THE CITY OF ZARUMA, EL ORO PROVINCE, whose general objective is Design a business plan according to the company, which is engaged in production and marketing of sportswear; It must have to do is execute each of the steps involves a business plan, starting from market research to financial evaluation, compliance with each of the specific objectives.

To obtain the information required for essential studies was performed using methods and techniques. Among them they are: The descriptive, analytical, synthetic, statistical, inductive, method, deductive, and survey techniques as applied 370 customers who purchase sports clothing and 6 surveys of the companies offering and addition to the interview with the manager of the company NOESPORT DISEÑOS.

The Market Study, We obtained the following results: potential demand ascends 4.980, real demand at 3553, and effective demand is 5842.

On the supply side is the amount 1770 resulting in an unmet demand for 4072 units.

Regarding the Technical Study produced could establish the location and size of the project, installed capacity corresponding to 3,168 sports complexes and capacity utilization corresponding to 2376 that is 75% of the installed capacity, besides the detail of the production process also includes a description of the raw material, materials, machinery and labor

requirements of direct and indirect labor. As for the location referred to the specific place where the company is Avenida 8 December, the canton Zaruma.

The management study specifies the legal organization of the company, the administrative structure shown in the corresponding charts, and a manual of functions which specifies charges and make the company defines the roles, responsibilities, requirements and hierarchical relationships.

The financial study established that for the start of operations requires an initial investment of \$ 16,099.75, which will be provided as follows; the 62.73% equity, through the contribution of the partners, and the remaining 37.27%, with a loan at a financial institution.

In conducting the financial evaluation of the project, the following results were obtained: A Net (NPV) Present Value of \$ 16.754, 06; and an Internal Rate of Return (IRR) of 44.78%. The benefit cost \$ 1.30 which means that, for every dollar invested, the company to earn \$ 0.30 cents. The Capital Recovery Period is 2 years, 1 day. Sensitivity Analysis of Capital indicates that the project supports an increase in the cost of 21.82%, giving a total of 0.9999 and a decrease in revenues 16.79%, giving a total of 0.9999.

These financial appraisers indicate the feasibility of the project to create since all results are positive according to the acceptance criteria of each. This research with exposure of conclusions and conclusions and recommendations. .

### **c. INTRODUCCIÓN**

En Ecuador actualmente una de las políticas de nuestro gobierno es promover los proyectos de inversión previamente identificados y calificados, según datos del CORPEI, las MYPIMES, constituyen un apoyo significativo a la economía nacional, nuestro Ecuador es un país de inmensa riqueza con grandes recursos para ser explotados.

Uno de los problemas que generalmente las MIPYMES ecuatorianas, y de Zaruma tienen, es la falta de emprendedores e inversionistas, el desconocimiento, la falta de capacitación de empresarios, necesaria para mejorar su eficiencia y convertirse en empresas competitivas y sólidas en el mercado lo cual no permiten establecer oportunidades de negocio. Un Plan de Negocios y los estudios que se efectúan para el mismo, determina la viabilidad de un negocio, que se pretende desarrollar y establecer cuáles serían las condiciones para que sea exitoso. Como los recursos siempre son limitados, es necesario tomar una decisión, las buenas decisiones solo pueden ser adoptadas sobre la base de evidencias y cálculos correctos. Siendo analizada la problemática originada por la falta de un Plan de Negocios que promuevan la creación de nuevas empresas y para las empresas ya constituidas; que permitan un desarrollo económico y social de la región, y a la vez colocar en el mercado, nuevos y novedosos productos que tiendan a satisfacer las necesidades de los consumidores.

Tomando en consideración lo antes expuesto y basados en este criterio se definió como propósito del estudio; elaborar un “PLAN DE NEGOCIOS

PARA LA INSTALACIÓN DE UNA SUCURSAL DE LA EMPRESA NOESPORT DISEÑOS EN LA CIUDAD DE ZARUMA”.

Para la elaboración del Plan de Negocios fue necesario un proceso minucioso, que partió de la elaboración de un Estudio de mercado realizado a través de una encuesta a los clientes y oferentes, permitiendo determinar la demanda potencial, real, efectiva e insatisfecha así como la oferta.

Luego se elaboró el Estudio Técnico, donde se especifica el tamaño y localización de la empresa a crearse, en cuanto al tamaño se determinó la capacidad instalada y utilizada, la localización macro y micro, donde se ubicará la empresa.

En el Estudio Administrativo se determinó que la empresa se denominará “NOESPORT Diseños Cía. Ltda.; además de la estructura organizacional de la empresa, representada en los respectivos organigramas y se implementará un manual de funciones.

En el Estudio Económico y Financiero se estableció la inversión requerida, presupuestos y costos, además de la Evaluación Financiera correspondiente que determinó la viabilidad y factibilidad del proyecto.

El presente estudio consta: a) Título de la Tesis; b) Resumen, donde se expone una visión general del trabajo de investigación; c) Introducción, en la cual se detalla de una forma clara y ordenada el tema de investigación y su estructura; d) Revisión de la Literatura, donde figura las diferentes teorías a partir de las cuales se desarrolla la tesis; e) Materiales y Métodos,

empleados para el desarrollo del trabajo; f) Resultados, obtenidos luego de la encuesta realizada, expuesta de forma ordenada y gráfica ; g) Discusión; en donde se desarrolla los Estudios de: Mercado, Técnico, Administrativo y Económico y Financiero; h) Conclusiones, descritas de acuerdo a los resultados obtenidos ; i) Recomendaciones, detalladas en concordancia con las conclusiones descritas ; j) Bibliografía, utilizada en el desarrollo de la investigación; k) Anexos, en donde se hace contar el proyecto inicial y formatos de encuestas y entrevistas.

## **d. REVISIÓN DE LITERATURA**

### **MARCO REFERENCIAL**

#### **Historia de la ropa**

El ser humano es el único animal racional, y no se sabe si esa será la explicación de que sea el único que se viste. Desde el principio de los tiempos hasta nuestros días, su vestimenta ha sufrido numerosas transformaciones que en la mayoría de los casos han sido debidas al descubrimiento de nuevos tejidos y materiales e, indudablemente, a las tendencias que dictan los diseñadores y la moda en general.

En los inicios el diseño y creación de ropa era manejado por un gran número de modistas anónimas, y la alta moda estaba basada en los estilos usados en cortes reales. Fue así que Charles Frederick Worth (1826–1895) conocido como el primer diseñador de modas, estableció su casa de modas en París. Su éxito fue tal que pudo ordenar a sus clientes lo que debían usar, en lugar de seguir su dirección como los modistos solían hacer. Durante este período muchas casas de modas comenzaron a contratar artistas para bosquejar o pintar diseños de prendas. En el siglo XX las revistas de modas de otros países enviaban editores y compradores a los espectáculos y desfiles de moda de París, para copiar y robaban abiertamente las líneas de estilo y el corte de otras. Tanto en los talleres que fabricaban trajes sobre medidas como las tiendas de ropa lista para usarse aparecían con las últimas modas de París, adaptadas a las características económicas y



cotidianas de los clientes de las tiendas. Surgiendo un nuevo estilo para la juventud en los años 50, cambiando el enfoque de la moda para siempre.

“En las últimas décadas del siglo las modas comenzaron a cruzar los límites internacionales rápidamente. Los diseñadores que planeaban colecciones dos veces al año, debían adivinar con más de un año de anticipación lo que sus clientes podían querer. Los estilos populares occidentales fueron adoptados alrededor de todo el mundo, y muchos diseñadores que no eran occidentales tuvieron un alto impacto en la moda. Materiales sintéticos como la lycra, el spandex y la viscosa fueron ampliamente usados y la moda, después de dos décadas de mirar al futuro, volvió a buscar en sus raíces para encontrar elementos de innovación.<sup>1</sup>

### **Ropa Deportiva**

“La ropa de deporte o ropa deportiva es ropa específicamente creada para la práctica de deporte, tanto por los materiales y tecnologías empleadas como por el diseño, proporcionando al deportista comodidad, seguridad y un mayor rendimiento. Además, la ropa de deporte es actualmente un producto de gran consumo y su uso va más allá de la práctica deportiva, habiéndose incorporado plenamente al mercado de la moda para uso casual o informal, alcanzado en ciertos casos el estatus de icono cultural”<sup>2</sup>.

### **Características de la Ropa Deportiva**

Veamos las principales características de la ropa de deporte:

---

<sup>1</sup> <http://www.diseñodemodas-Wikipedia.laenciclopedia Libre.com>

<sup>2</sup> <http://www.articuloz.com/deporte-articulos/la-ropa-de-deporte-4488771.html>

- **Transpirabilidad:** la ropa de deporte debe ser transpirable y debe ser capaz de transferir el sudor hacia el exterior alejándolo de la piel.
- **Secado:** deben ser prendas de secado rápido, tanto para la humedad procedente del exterior por la lluvia como la procedente del sudor, para lo cual debe emplearse tejidos que absorban poca humedad.
- **Impermeabilidad:** para practicar deporte bajo la lluvia es necesario vestir prendas impermeables, pero deben emplearse tejidos que sean a la vez transpirables para evitar la condensación del sudor.
- **Comodidad:** la comodidad de la ropa de deporte es un aspecto básico.
- **Aislamiento térmico:** para la práctica deportiva en invierno o con tiempo frío se emplean tejidos con capacidad aislante, pero que a la vez sean ligeros y transpirables.
- **Ligereza:** una característica exigible en la ropa de deporte es la ligereza, para no sobrecargar al usuario con peso innecesario.
- **Estética:** dada la notoriedad que tiene actualmente el deporte en la sociedad, la estética es un factor fundamental a la hora de diseñar ropa de deporte.
- **Polivalencia:** en la ropa de deporte podemos encontrar tanto prendas específicas para un deporte que no admiten otro uso, hasta ropa polivalente que se puede emplear casi en cualquier ocasión, se han convertido incluso en un icono cultural más allá de la práctica deportiva, dando lugar a estilos de vestir como la ropa casual, informal o sport<sup>3</sup>.

---

<sup>3</sup> <http://www.articuloz.com/deporte-articulos/la-ropa-de-deporte-4488771.html>

## **MARCO CONCEPTUAL**

### **LA EMPRESA**

“La unidad económica fundamental del régimen capitalista de producción es la empresa, la cual se encarga de generar los bienes y servicios que demanda la población con carácter lucrativo o no lucrativo, en el ámbito privado o estatal, así la empresa para su adecuado funcionamiento requiere de varias áreas de actividad, que son: finanzas, producción, mercadotecnia y recursos humanos<sup>4</sup>”.

#### **Importancia**

- La empresa es un agente económico que constituye uno de los pilares fundamentales de la actividad económica.
- Producen los bienes y servicios que satisfacen las necesidades de las sociedades.
- Crean o aumentan la utilidad de los bienes, es decir, añaden valor al transformar materias primas en productos.
- Crean empleo y generan riqueza.

#### **CLASIFICACIÓN**

Las empresas se pueden clasificar de la siguiente manera:

- Sectores Económicos
- El origen de su capital
- Su Tamaño

---

<sup>4</sup> Bustamante, Engel Sofía (2009). “**LA EMPRESA**”. Argentina. Editorial: El Cid Editor

- Conformación de su capital
- El pago de impuestos
- El número de propietarios
- La función social
- La forma de explotación

## **POR SECTORES ECONÓMICOS**

**Mineras:** Dedicadas a explotar recursos naturales

**“Servicios:** Entregarle sus servicios o la prestación de estos a la comunidad.

Ejemplo: Clínicas, salones de belleza, transportes.

**Comercial:** Desarrolla la venta de los productos terminados en la fábrica.

Ejemplo: Cadenas de almacenes”<sup>5</sup>

**Agropecuaria:** Explotación del campo y sus recursos. Ejemplo: Hacienda, agroindustria.

**Industrial:** Transforma la materia prima en un producto terminado.

Ejemplo: Ingenio San Carlos.

**Financieras:** Se dedican a la captación de dinero de los ciudadanos para luego negociarlo a valor futuro.

---

<sup>5</sup> Balanko-Dickson, G. (2010). “**CÓMO PREPARAR UN PLAN DE NEGOCIOS EXITOSO**”. México: McGraw-Hill Interamericana

## **POR SU TAMAÑO**

“**Grande:** Su constitución se soporta en grandes cantidades de capital, un gran número de trabajadores y el volumen de ingresos al año, su número de trabajadores excede a 100 personas.

**Mediana:** Su capital, el número de trabajadores y el volumen de ingresos son limitados y muy regulares, número de trabajadores superior a 20 personas e inferior a 100.

**Pequeñas:** Se dividen a su vez en:

**Pequeña:** Su capital, número de trabajadores y sus ingresos son muy reducidos, el número de trabajadores no excede de 20 personas.

**Micro:** Su capital, número de trabajadores y sus ingresos solo se establecen en cuantías muy personales, el número de trabajadores no excede de 10.

**Famiempresa:** Es un nuevo tipo de explotación en donde la familia es el motor del negocio convirtiéndose en una unidad productiva”<sup>6</sup>.

**POR EL ORIGEN DEL CAPITAL:** Se pueden clasificar así:

**Público:** Su capital proviene del Estado o Gobierno. Ejemplo: Alcaldía de Naranjal, Gobernación del Guayas.

**Privado:** Son aquellas en que el capital proviene de particulares. Ejemplo: Sociedades comerciales.

**Economía Mixta:** El capital proviene una parte del estado y la otra de particulares.

---

<sup>6</sup> Prieto, G. M. Á., Álvarez, M. J. C., & Herráez, V. P. (2013). ” **EMPRESA INICIATIVA EMPRENDEDORA**”. España: Macmillan Iberia, S.A..

## **POR LA EXPLOTACIÓN Y CONFORMACIÓN DE SU CAPITAL.**

**“Multinacionales:** En su gran mayoría el capital es extranjero y explotan la actividad en diferentes países del mundo (globalización).

**Grupos Económicos:** Estas empresas explotan uno o varios sectores pero pertenecen al mismo grupo de personas o dueños.

**Nacionales:** El radio de atención es dentro del país normalmente tienen su principal en una ciudad y sucursales en otras.

**Locales:** Son aquellas en que su radio de atención es dentro de la misma localidad.

## **POR EL PAGO DE IMPUESTOS**

**Personas Naturales:** El empresario como Persona Natural es aquel individuo que profesionalmente se ocupa de algunas de las actividades mercantiles.

**“Sucesiones indivisas:** En este grupo corresponde a las herencias o legados que se encuentran en proceso de liquidación”<sup>7</sup>.

**Régimen Simplificado:** Pertenecen los comerciantes que no están obligados a llevar contabilidad.

**Régimen Común:** Empresas legalmente constituidas y sobrepasan las limitaciones del régimen simplificado, deben llevar organizadamente su contabilidad.

---

<sup>7</sup> Prieto, G. M. Á., Álvarez, M. J. C., & Herráez, V. P. (2013). ” **EMPRESA INICIATIVA EMPRENDEDORA**”. España: Macmillan Iberia, S.A..

**Contribuyente Especial:** Agrupa el mayor número de empresas con capitales e ingresos compuestos en cuantías superiores de miles de dólares.

### **POR EL NÚMERO DE PROPIETARIOS**

**“Individuales:** Su dueño es la empresa, por lo general es él solo quien tiene el peso del negocio.

**Unipersonales:** Se conforma con la presencia de una sola Persona Natural o Jurídica, que destina parte de sus activos para la realización de una o varias actividades mercantiles.

**Sociedades:** Todas para su constitución exigen la participación como dueño de más de una persona lo que indica que mínimo son dos (2) por lo general corresponden al régimen común, y son regentadas por la superintendencia de compañías”<sup>8</sup>.

### **POR LA FUNCIÓN SOCIAL**

**Con Ánimo de Lucro:** Se constituye la empresa con el propósito de explotar y ganar más dinero.

**Trabajo Asociado:** Grupo organizado como empresa para beneficio de los integrantes.

**Sin fines de Lucro:** Aparentemente son empresas que lo más importante para ellas es el factor social de ayuda y apoyo a la comunidad.

**Economía Solidaria:** En este grupo pertenecen todas las cooperativas sin importar a que actividad se dedican lo más importante es el bienestar de los asociados y su familia.

---

<sup>8</sup> Prieto, G. M. Á., Álvarez, M. J. C., & Herráez, V. P. (2013). “EMPRESA INICIATIVA EMPRENDEDORA”. España: Macmillan Iberia, S.A..

**Plan.-** Se define como la intención y proyecto de hacer algo, un plan es una serie de pasos o procedimientos determinados, que buscan conseguir un objetivo o propósito.

**Importancia de un plan.-** Un plan es una herramienta importante para la identificación de las tareas de un proyecto, el establecimiento de plazos y la identificación de las personas para ayudar a completar las tareas. Un plan es eficaz cuando se sabe dónde quiere llegar y la necesidad de planificar los pasos para llegar allí.

**Negocio.-** Es una actividad comercial o social que se ha pensado y que se desea desarrollar. Es una herramienta que nos permite organizar y planificar las actividades que debemos realizar para lograr las metas de nuestra empresa.

## **PLAN DE NEGOCIOS**

**Concepto.-** “El Plan de Negocios es aquel documento que esquematiza de manera clara la información necesaria para conocer si el nuevo negocio o la ampliación de la actividad productiva va ser exitosa y rentable. Uno de los errores frecuentes en estas iniciativas es no vislumbrar resultados alcanzables. Es imprescindible identificar las fortalezas y las necesidades para no incurrir en el desperdicio de recursos. Un plan de negocio es una guía y base para concretar el inicio de operaciones de su propia empresa, en forma exitosa, rentable y sustentable toda vez que éste cuenta con varias partes y requiere de abundante información, soliendo ser necesario el



desarrollo de una o varias investigaciones que permitan conocer todos los aspectos relacionados con el proyecto o futuro negocio”<sup>9</sup>.

El plan de negocios o plan de empresa es una declaración formal de los objetivos de negocio, recogidos por escrito en un documento, que desarrolla, sistematiza e integra las actividades, estrategias de negocio, análisis de la situación del mercado y otros estudios que son necesarios para que una idea de negocio se convierta en una empresa viable.

### **Importancia de un Plan de Negocios**

“Tener un plan de negocios y ajustarse a él es una forma de velar por que la empresa se mantenga en la pista. Además, un plan de negocios, sirve como herramienta para medir el rendimiento de tu empresa, y es una buena práctica empresarial”<sup>10</sup>.

Además contar con un plan de negocio permite tener nociones claras y detalladas sobre la empresa misma, su personal, los productos o servicios que ofrece, conocimiento sobre sus competidores y el mercado en el que se encuentra, así como sus metas, las estrategias y cada uno de los planes de acción para conseguir sus metas.

---

<sup>9</sup> Balanko-Dickson, G. (2010). “**CÓMO PREPARAR UN PLAN DE NEGOCIOS EXITOSO**”. México: McGraw-Hill Interamericana.

<sup>10</sup> Balanko-Dickson, G. (2010). “**CÓMO PREPARAR UN PLAN DE NEGOCIOS EXITOSO**”. México: McGraw-Hill Interamericana.

## **Ventajas de elaborar un Plan de Negocios**

- “El plan de negocios te permite conocer los posibles escenarios y todas las variables a las que deberás enfrentarte. Ello te ofrecerá un análisis completo sobre la viabilidad de tu empresa.
- Con dicha herramienta podrás elaborar las estrategias y soluciones más adecuadas para concretar tus proyectos productivos.
- A diferencia de otros instrumentos parecidos, el Plan de Negocios es muy flexible y adaptable, ya que se elabora con base en el momento de la vida de la empresa y el tipo de negocio que se pretenda arrancar.
- El Plan de Negocios asegura que una empresa tenga sentido financiero y operativo antes de su puesta en marcha.
- Evalúa el desempeño que tiene un negocio en marcha.
- Permite hacer una evaluación de la empresa en caso de fusión o venta.
- A través del Plan de Negocios se crea una imagen que permite identificar necesidades, así como prever problemas de recursos y su asignación en el tiempo, generando así un ahorro.
- Se convierte en una guía para iniciar un emprendimiento o negocio.
- En las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES), elaborar un Plan de Negocios, permite establecer una distancia considerable y necesaria entre los cambios sin fundamento y las decisiones tomadas con base la información y análisis”<sup>11</sup>.

---

<sup>11</sup> Pedraza, R. O. H. (2014). “**MODELO DEL PLAN DE NEGOCIOS: PARA LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA**”. México: Larousse - Grupo Editorial Patria

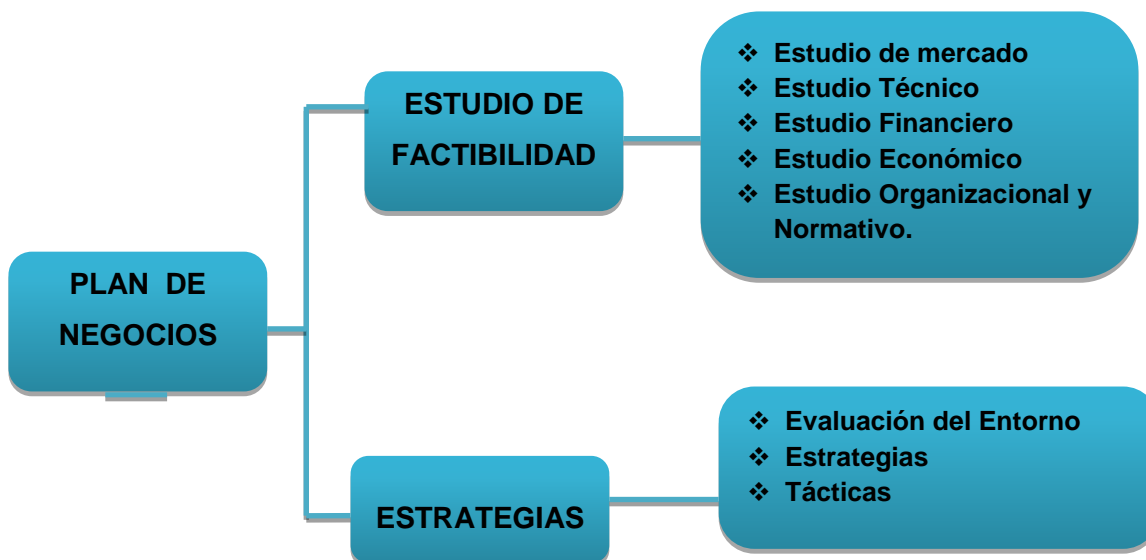
## Características de un Plan de Negocios

Un plan de negocios debe:

- Definir diversas etapas que faciliten la medición de sus resultados.
- Establecer metas a corto y mediano plazos.
- Definir con claridad los resultados finales esperados.
- Establecer criterios de medición para saber cuáles son sus logros.
- Identificar posibles oportunidades para aprovecharlas en su aplicación.
- Involucrar en su elaboración a los ejecutivos que vayan a participar en su aplicación.
- Nombrar un coordinador o responsable de su aplicación.
- Prever las dificultades que puedan presentarse y las posibles medidas.
- Tener programas para su realización.
- Ser claro, conciso e informativo.

Gráfica 1

### ESTRUCTURA DE UN PLAN DE NEGOCIOS



Elaboración: La autora

## ESTUDIO DE MERCADO

**Concepto.-** “Es un método para recopilar, analizar e informar los hallazgos relacionados con una situación específica en el mercado”<sup>12</sup>. Se lo utiliza para tomar decisiones sobre:

- La introducción al mercado de un nuevo producto o servicio.
- Los canales de distribución más apropiados para el producto.
- Cambios en la estrategia de promoción y publicidad.

Una investigación de mercado refleja:

- Cambios en la conducta del consumidor.
- Cambios en los hábitos de compra.
- La opinión de los consumidores.

“Este estudio significa el aspecto clave del proyecto ya que determina los bienes o servicios que serán demandados por la comunidad. Por tal motivo se necesita comprobar la existencia de un cierto número de agentes económicos que en ciertas condiciones de precios e ingresos ocasionen una demanda que justifique la puesta en marcha del proyecto”<sup>13</sup>. El estudio obliga por lo tanto a la realización de un análisis profundo de la oferta, demanda, precios, comercialización; es decir determinar: cuanto, a quien, como y donde se venderá el producto o servicio. Puede considerarse como un estudio de oferta, demanda, calidad, mercado y precios, tanto de los productos como de los insumos de un negocio.

---

<sup>12</sup> KOTLER Philip, BLOOM Paul y HAYES Thomas. (2009). “**EL MARKETING DE SERVICIOS PROFESIONALES**”, Primera Edición, Ediciones Paidós Ibérica S.A.,

<sup>13</sup> KOTLER Philip, BLOOM Paul y HAYES Thomas. (2009). “**EL MARKETING DE SERVICIOS PROFESIONALES**”, Primera Edición, Ediciones Paidós Ibérica S.A.,

Por el lado de la demanda de los productos, deben analizarse su volumen presente y futuro y las variables relevantes para su estimación, como población objetiva, niveles de ingreso esperado, bienes complementarios y sustitutos que ya existan o estén por entrar en el mercado, en algunos casos será relevante conocer el mercado global. Por el lado de la oferta de productos, es necesario definir estrategias de mercadeo, publicidad y presentación del producto. Dentro de ese proceso será indispensable estudiar la competencia en aspectos básicos como su capacidad instalada y su nivel de utilización, la tecnología incorporada en su proceso productivo y posibles programas de actualización, sus fallas y limitaciones en cuanto en calidad de producto, empaque, etc.

Una vez realizado el análisis de oferta y demanda, se podrán hacer estimaciones del precio esperado de los productos a lo largo de la vida útil del proyecto.

En cuanto a los insumos y materias primas es necesario conocer los diferentes demandantes, no solo a nivel de otros productores del bien o servicio que genere el proyecto, sino también de todos aquellos que hagan uso de ellos.

“En cuanto a la demanda podemos decir que es la cantidad de bienes o servicios que requiere el mercado para satisfacer una necesidad específica, mientras que la oferta es la cantidad de bienes y servicios específicos que los productores están dispuestos a ofrecer en un mercado en ambos casos

teniendo como agente regular al precio, al mismo que se lo concibe como la cantidad de unidades monetarias a pagar por un bien o servicio”<sup>14</sup>.

**Mercado.-** Es el lugar donde se llevan a cabo las transacciones económicas, es decir, es el lugar donde concurren demandantes y ofertantes.

Un estudio de mercado debe servir para tener una noción clara de la cantidad de consumidores que habrán de adquirir el bien o servicio que se piensa vender, dentro de un espacio definido, durante un periodo de mediano plazo y a qué precio están dispuestos a obtenerlo.

Adicionalmente, el estudio de mercado va a indicar si las características y especificaciones del servicio o producto corresponden a las que desea comprar el cliente.

### **Importancia de la investigación de mercados.**

A continuación se expone algunos motivos, internos y externos a las empresas, que hacen precisar de una continua y elaborada investigación:

- Las necesidades del consumidor cambian constantemente.
- El tiempo para la toma de decisiones se ha reducido. Quien dirige la empresa necesita decidir entre muchas alternativas, que conllevan un riesgo importante, en un tiempo muy corto, por esto la importancia de disponer de una información rápida y fluida.
- Adelantarse a la competencia

---

<sup>14</sup> Balanko-Dickson, G. (2010). “**CÓMO PREPARAR UN PLAN DE NEGOCIOS EXITOSO**”. México: McGraw-Hill Interamericana.

“La investigación ayuda a identificar oportunidades, ya que al realizar una investigación en cierto lugar, y se descubre que hay poca competencia, entonces se ha identificado una oportunidad”<sup>15</sup>.

Si no se pudo identificar oportunidades en el mercado objeto de estudio, entonces indica que se debe realizar algunos ajustes, como cambiar de localización, permitiendo entonces reducir los riesgos.

Mediante la investigación de mercados se puede prever futuros problemas, permite además determinar si se ha logrado las metas y los objetivos que se propuso la empresa.

Determina la demanda y oferta; datos básicos e imprescindibles para determinar la factibilidad o no de un proyecto a ejecutarse.

### **La demanda:**

“La demanda se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado), en un momento determinado”<sup>16</sup>.

La demanda se define como la respuesta al conjunto de mercancías o servicios, ofrecidos a un cierto precio en una plaza determinada y que los consumidores están dispuestos a adquirir, en esas circunstancias. En este punto interviene la variación que se da por efecto de los volúmenes consumidos. A mayor volumen de compra se debe obtener un menor precio.

---

<sup>15</sup> Aragón, M. I., Bonnelly, R. R., & Castañeda, C. C. (2011). “**INNOVACIÓN EN LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS**”. México: Alfaomega Grupo Editor

<sup>16</sup> Pedraza, R. O. H. (2014). “**MODELO DEL PLAN DE NEGOCIOS: PARA LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA**”. México: Larousse - Grupo Editorial Patria

Es bajo estas circunstancias como se satisfacen las necesidades de los consumidores frente a la oferta de los vendedores.

La demanda tiene, adicionalmente, modalidades que ayudan a ubicar al oferente de bienes y servicios, en función de las necesidades de los demandantes. En primer lugar hay bienes y servicios necesarios y bienes y servicios superfluos, de lujo o no necesarios.

Para el caso de los bienes necesarios se trata de productos o servicios indispensables para el cliente, con los cuales satisface sus necesidades más importantes.

En algunos casos, en función de los estratos sociales, algunos bienes o servicios se vuelven indispensables, pero no es igual para todos los niveles de consumo. Hay una serie de factores determinantes de las cantidades que los consumidores desean adquirir de cada bien por unidad de tiempo, tales como la preferencia, la renta o ingresos en ese período, los precios de los demás bienes y, sobre todo, el precio del propio bien en cuestión. A través de la demanda vamos a examinar la conducta de los compradores, que se relacionan con los vendedores a través de un mercado.

“Los bienes y servicios de lujo no son necesarios para el cliente, pero su demanda obedece a la satisfacción de un gusto, lo cual generalmente los coloca en un costo más elevado.

En este caso el beneficio que deja la producción o comercialización de los mismos es proporcionalmente mucho mayor que en la producción”<sup>17</sup>.

---

<sup>17</sup> Aragón, M. I., Bonnelly, R. R., & Castañeda, C. C. (2011). “**INNOVACIÓN EN LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS**”. México: Alfaomega Grupo Editor



Los bienes intermedios o insumos son aquellos productos que todavía se van a transformar y que han de servir para la producción de otros bienes o servicios.

Por último, los bienes finales son los consumidos por el cliente quien hará uso de ellos directamente, tal como la entrega, el productor o comercializador al usuario final.

### **Tipos de demandas en el estudio de mercado:**

#### **La Demanda Potencial**

La Demanda Potencial es la demanda de todos los consumidores que tienen algún interés por un producto o servicio en particular, hipótesis respecto a cuantos individuos son posibles compradores del producto y que es posible alcanzarla utilizando los instrumentos de marketing.

#### **Demanda real**

De un producto es el volumen total que adquiriría un grupo de clientes “definidos”, en un área geográfica definida, dentro de un período “definido”, en un ambiente o ámbito de mercadotecnia “definido”, bajo un programa de mercadotecnia “definido”. Son todos aquellos consumidores del mercado disponibles que compran un producto específico

#### **Demanda efectiva**

Conjunto de mercancías y servicios que los Consumidores realmente adquieren en el mercado en un tiempo determinado y a un precio dado.

## **La oferta**

“La oferta se define como la cantidad de bienes o servicios que se ponen a la disposición del público consumidor en determinadas cantidades, precio, tiempo y lugar para que, en función de éstos, aquél los adquiera. Así, se habla de una oferta individual, una de mercado o una total.

En el análisis de mercado, lo que interesa es saber cuál es la oferta existente del bien o servicio que se desea introducir al circuito comercial, para determinar si los que se proponen colocar en el mercado cumplen con las características deseadas por el público. En un sentido general, la "oferta" es una fuerza del mercado que representa la cantidad de bienes o servicios que individuos, empresas u organizaciones quieren y pueden vender en el mercado a un precio determinado”<sup>18</sup>.

## **Demanda insatisfecha**

“Es la demanda en la cual el público no ha logrado acceder al producto y/o servicio y en todo caso si accedió no está satisfecho con él. Espacio que el mercado no puede satisfacer por razones diversas, como problemas de precio, disponibilidad del espacio suficiente para cubrir necesidades, localización no adecuada, etc.

## **PLAN DE COMERCIALIZACIÓN**

“Es el conjunto de actividades realizadas por la empresa para lograr que el bien o servicio que ofrece esté al alcance de los consumidores. Es un

---

<sup>18</sup> Pedraza, R. O. H. (2014). “**MODELO DEL PLAN DE NEGOCIOS: PARA LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA**”. México: Larousse - Grupo Editorial Patria

análisis de estrategia de aspectos internos, desarrollada comúnmente por las empresas para analizar cuatro variables básicas de su actividad: producto, precio, distribución y promoción”<sup>19</sup>.

**Característica del Producto.-** Esta variable engloba tanto el producto en sí que satisface una determinada necesidad, como todos aquellos elementos o servicios suplementarios a ese producto en sí. Estos elementos pueden ser: embalaje, atención al cliente, garantía, etc.

**Precio.-** En esta variable se establece la información sobre el precio del producto al que la empresa lo ofrece en el mercado. Este elemento es muy competitivo en el mercado, dado que, tiene un poder esencial sobre el consumidor, además es la única variable que genera ingresos

**Distribución.-** En esta variable se analiza los canales que atraviesa un producto desde que se crea hasta que llega a las manos del consumidor. Además, podemos hablar también del almacenaje, de los puntos de venta, la relación con los intermediarios, el poder de los mismos, etc.

**Promoción.-** La promoción del producto analiza todos los esfuerzos que la empresa realiza para dar a conocer el producto y aumentar sus ventas en el público, por ejemplo: la publicidad, las relaciones públicas, la localización del producto, etc.

---

<sup>19</sup> Balanko-Dickson, G. (2010). “CÓMO PREPARAR UN PLAN DE NEGOCIOS EXITOSO”. México: McGraw-Hill Interamericana.

## **ESTUDIO TÉCNICO**

En este estudio se determina el tamaño del proyecto, la capacidad utilizada y la capacidad instalada, se define la ingeniería que tendrá el proyecto es decir, los procesos, los materiales, recursos y equipos necesarios para la instalación y funcionamiento de la empresa. “El estudio técnico conforma la segunda etapa de los proyectos de inversión, en el que se contemplan los aspectos técnicos operativos necesarios en el uso eficiente de los recursos disponibles para la producción de un bien o servicio deseado y en el cual se analizan la determinación del tamaño óptimo del lugar de producción, localización, instalaciones y organización requeridos. La importancia de este estudio se deriva de la posibilidad de llevar a cabo una valorización económica de las variables técnicas del proyecto, que permitan una apreciación exacta o aproximada de los recursos necesarios para el proyecto.”<sup>20</sup>

## **TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN.**

**Tamaño:** “Se relaciona a la capacidad de producir que tendrá la empresa durante un período de tiempo, a la capacidad instalada y se mide en unidades producidas por año. El tamaño óptimo a elegir debe ser aceptado únicamente si la demanda es inmensamente superior a la capacidad de producción ya que ello implicaría menos riesgo de mercado para el proyecto”<sup>21</sup>.

---

<sup>20</sup> Pedraza, R. O. H. (2014). “**MODELO DEL PLAN DE NEGOCIOS: PARA LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA**”. México: Larousse - Grupo Editorial Patria

<sup>21</sup> Balanko-Dickson, G. (2010). “**CÓMO PREPARAR UN PLAN DE NEGOCIOS EXITOSO**”. México: McGraw-Hill Interamericana.

**1. Capacidad Instalada:** Se la determina por el rendimiento o producción máxima que puede alcanzar el componente tecnológico en un período de tiempo determinado. Está en función de la demanda a cubrir durante el tiempo de vida de la empresa.

**2. Capacidad Utilizada:** Es el rendimiento o nivel de producción con lo que se hace trabajar la maquinaria, está determinada por el nivel de demanda que se desea cubrir durante un período de tiempo.

**Localización:** Permite ubicar geográficamente el lugar donde se implementará la nueva unidad productiva, para esto debe analizarse ciertos aspectos que son fundamentales y constituyen la razón de su ubicación; estos factores están relacionados con el entorno empresarial y de mercado.

**1. Macrolocalización:** Se relaciona 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.

**2. Microlocalización:** Se indica el lugar exacto en el cual se implementará la empresa dentro de un mercado local (planos urbanísticos).

**Factores determinantes de la localización.-** Los factores condicionantes de la localización empresarial más relevantes son:

**a)** El mercado de consumo: Entorno donde se produce la venta del producto de la empresa.

**b)** El mercado de abastecimiento: Ubicación de los factores necesarios para el proceso de producción de la empresa.

- c) El transporte: Incluye costes fijos de carga/descarga y los variables, establecidos en base al recorrido realizado.
- d) El terreno: Sobre todo, en cuanto a precio y calidad se refiere.
- e) Elementos de naturaleza jurídica, fiscal y social: Leyes de contratación de personal, liberalización de precios, presión fiscal en la zona, ambiente social, presencia de mano de obra especializada.

## INGENIERÍA DEL PROYECTO

“Tiene como función el acoplar los recursos físicos para los requerimientos óptimos de producción tiene que ver con la construcción de una nave industrial, su equipamiento y características del producto de la empresa.

El objeto de este estudio es dar solución a todo lo relacionado con la instalación y funcionamiento de la planta.”<sup>22</sup>

- **Componente tecnológico.-** Establece la maquinaria y equipo adecuado a los requerimientos del proceso productivo y que esté acorde a los niveles de producción esperados de acuerdo al nivel de demanda a satisfacer.
- **Estructura física.-** Se relaciona exclusivamente con la parte física de la empresa, se determinan las áreas requeridas para el cumplimiento de cada una de las actividades en la fase operativa. En esta parte del estudio debe siempre contarse con el asesoramiento de los profesionales de la

---

<sup>22</sup> Balanko-Dickson, G. (2010). “CÓMO PREPARAR UN PLAN DE NEGOCIOS EXITOSO”. México: McGraw-Hill Interamericana.

construcción; al igual que la tecnología debe guardar relación con el mercado y sus posibilidades de expansión.

- **Distribución de la planta:** La distribución del área física debe ser la idónea y brindar la seguridad necesaria para el correcto cumplimiento de las funciones
- **Proceso de Producción:** “Se refiere al proceso mediante el cual se obtendrá el producto o generará el servicio, es importante indicar cada una de las fases aunque no al detalle. Luego debe incluirse el flujo grama del proceso, es decir representar gráficamente el mismo, indicando los tiempos necesarios para cada fase; se debe incluir lo relacionado con el diseño del producto, indicando las principales características del mismo tales como: estado, color, peso, empaque, etc.”<sup>23</sup>

**Flujograma:** Representa de manera gráfica de un proceso que puede responder a diferentes ámbitos como situaciones, hechos, movimientos y relaciones de todo tipo a partir de símbolos, para describir paso a paso las operaciones que se realizarán dentro del proceso de fabricación de un producto, o asimismo la perspectiva comercial de una empresa o negocio.

**Determinación de la necesidad de insumos.-** estos requerimientos estarán determinados por el programa de producción, determinados asimismo por el tipo de producto, operaciones de producción y sistema de producción elegidos. Para la determinación de los insumos y materiales, se

---

<sup>23</sup> Aramburu, G. N., & Rivera, H. O. (2010). “**ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS**” (3a. ed.). España: Publicaciones de la Universidad de Deusto

recurre al estándar de materiales, el requerimiento de servicios (energía, agua, gases, mantenimiento, etc.) también están determinados por el programa de producción.

### **ESTUDIO ADMINISTRATIVO:**

“Este componente se propone aportar los elementos de juicio necesarios para decidir qué tipo de organización legal, si es que se requiere, se debe constituir y cuál debe ser su estructura organizacional para la implementación y operación del proyecto”<sup>24</sup>.

**Organización de los Recursos Humanos:** Es fundamental hacer esfuerzos para identificar el modelo administrativo al cual debe ajustarse el proyecto y amoldarse a los propósitos de la empresa. Adicionalmente la organización debe estar constituida por niveles, los cuales deben de tener objetivos claramente definidos, basados en información confiable y oportuna, y una administración eficiente de los recursos que permitan el logro de los objetivos del proyecto. Los efectos económicos de la estructura organizativa se manifiestan tanto en las inversiones como en los costos de operación del proyecto.

**Organigrama de una empresa:** “Es la representación gráfica de la estructura organizacional, que en este caso, se propone para un nuevo negocio. Toda forma empresarial tiene que nacer bajo estructuras sólidas y

---

<sup>24</sup> Rivas, Q. J. F. (2009). “**DESARROLLO ORGANIZACIONA**”L. Argentina: El Cid Editor

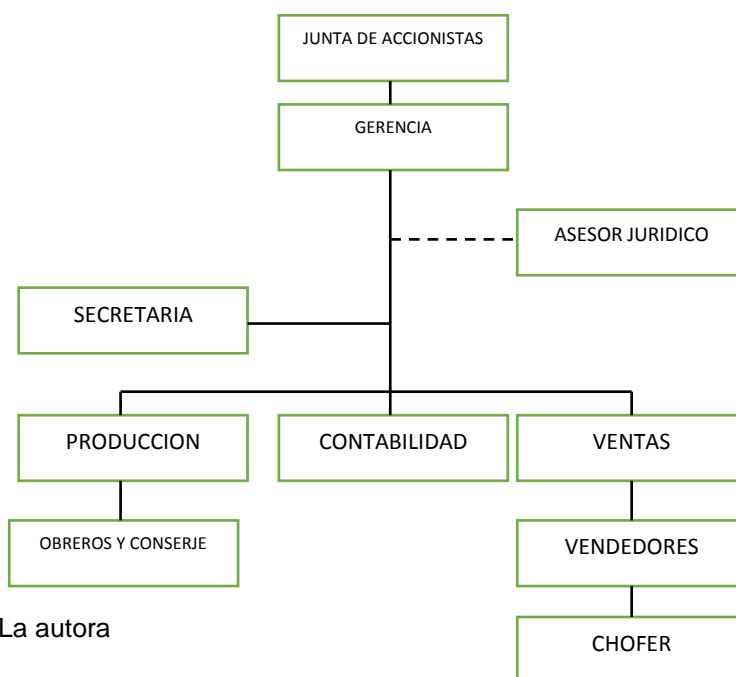


una de ellas es su organización, en la que se definen la estructura funcional de la empresa y la función de cada persona relacionada con ella”<sup>25</sup>.

### Clasificación de los Organigramas

**Organigrama estructural:** Es la espina dorsal de una empresa, en donde se señalan los puestos jerárquicos tanto de forma horizontal como vertical, desde los puestos más bajos hasta los que tomas las decisiones. Ejemplo:

**Gráfica 2**

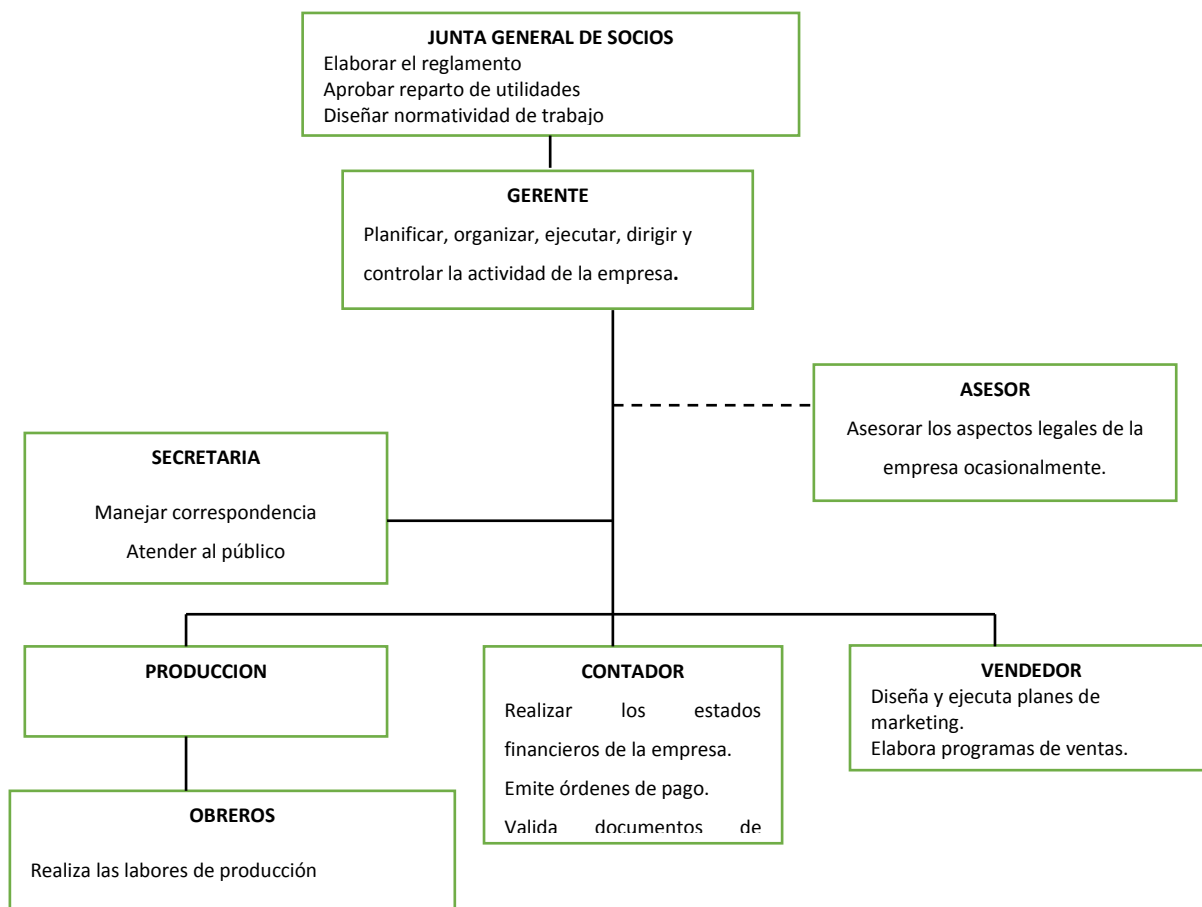


Elaboración: La autora

**Organigrama Funcional:** Va relacionado a la actividad a desempeñar si son operativos (rango más bajos), supervisores o jefes (rangos medios), y dirección o administración (rangos altos).

<sup>25</sup> Marín, D. (2009). “**DETERMINANTES DEL ANÁLISIS Y DISEÑO ORGANIZACIONAL**”. Colombia: B - Facultad de Ciencias Económico Administrativos

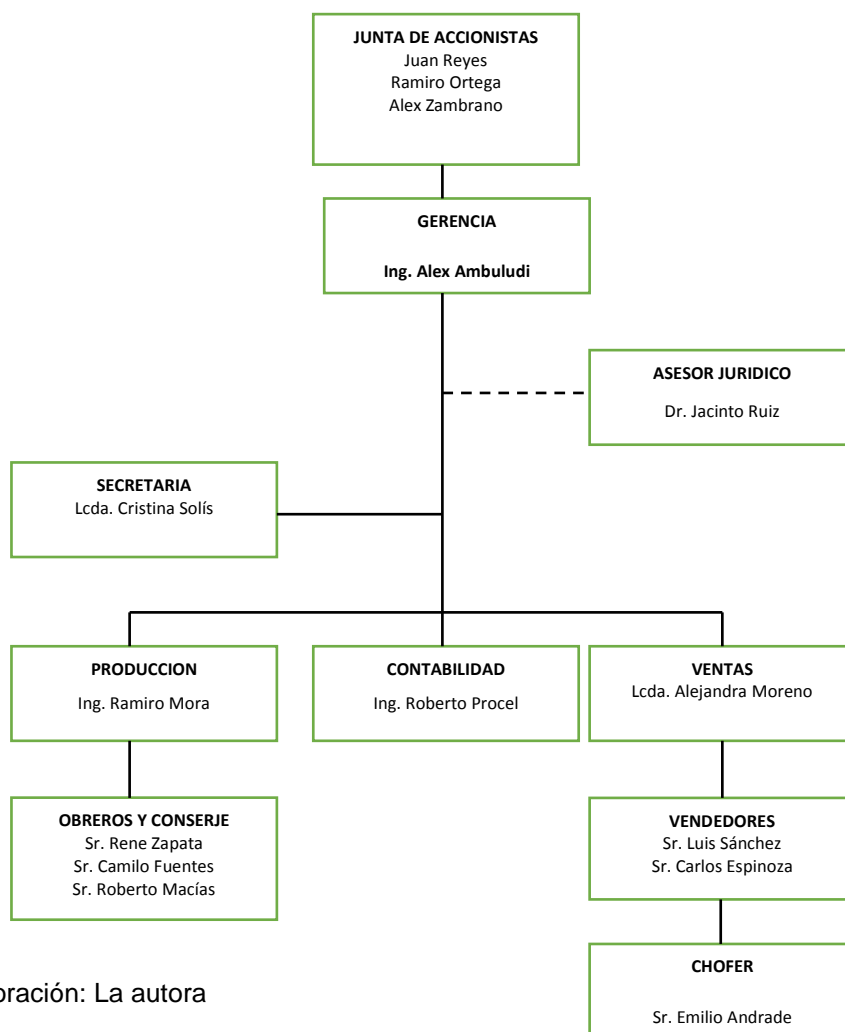
Gráfica 3



**Organigrama posicional:** “Es el tipo de organigrama donde se detallan aspectos tales como distribución del personal, ( Elaboración: La autora denominación y en algunos casos su sueldo”<sup>26</sup>.

<sup>26</sup> Marín, D. (2009). “**DETERMINANTES DEL ANÁLISIS Y DISEÑO ORGANIZACIONAL**”. Colombia: B - Facultad de Ciencias Económico Administrativos

Gráfica 4



Elaboración: La autora

**Marco legal de la empresa:** “Este componente es aplicable cuando el proyecto no está enmarcado dentro del aparato funcional de una organización ya constituida, pero hace parte de una iniciativa independiente, la cual debe avanzar paralelamente en su formulación con los demás componentes, y determinar de forma precisa, cómo piensa operar dentro del marco jurídico y qué normas debe acatar para desarrollar la misión”<sup>27</sup>. Estas razones determinan el respaldo legal con el que debe contar el proyecto

<sup>27</sup> Marín, D. (2009). “**DETERMINANTES DEL ANÁLISIS Y DISEÑO ORGANIZACIONAL**”. Colombia: B - Facultad de Ciencias Económico Administrativos

para desarrollar las actividades correspondientes a su implementación y operación. Toda empresa debe legalizarse inicialmente por escritura pública cuando a ello hubiere lugar y luego registrarse en la Cámara de Comercio, donde se expide el registro mercantil, para poder legalizarse ante las entidades competentes y otros permisos o licencias que debe obtener de acuerdo al tipo y características del proyecto a implementar.

**Tipos de empresas:** Existen varios tipos de empresas:

- “Empresas individuales y colectivas. Las primeras pertenecen a un solo propietario y las segundas son constituidas entre varios socios.  
Sociedades de personas (en comanditas simples, cooperativas y comunitarias), de capital (anónimas, en comanditas por acciones, de responsabilidad limitada y unipersonales) y mixtas
- Empresas sin ánimo de lucro (son de ayuda y no buscan generar rentabilidad monetaria) y con ánimo de lucro (buscan generar rentabilidad económica).

Este estudio consiste en definir como se hará la empresa, las competencias que se requieren para el establecimiento y desarrollo de cualquier proyecto empresarial, desde la perspectiva legal.

- Qué régimen fiscal es el más conveniente.
- Qué pasos se necesitan para dar de alta el proyecto.
- Como organizar la empresa cuando el proyecto esté en operación”<sup>28</sup>.

---

<sup>28</sup> Aramburu, G. N., & Rivera, H. O. (2010). “**ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS**” (3a. ed.). España: Publicaciones de la Universidad de Deusto

## **Formalización del Negocio**

“Uno de los aspectos dentro de un proyecto es la formalidad, considerando que el presente trabajo puede ser empleado como un instrumento de acceso a capitales de terceros, en tal sentido la formalización contempla los siguientes aspectos”<sup>29</sup>:

- Definición de la personería natural o jurídica, en caso de ser personería jurídica, establecer el tipo de sociedad.
- Una vez que se definió el tipo de personería, en caso de ser jurídica, se tiene que establecer una razón social (nombre de la empresa)
- Luego de ello, se tiene que realizar una serie de trámites administrativos en los registros públicos, Ministerio de Trabajo y Municipios distritales para el funcionamiento de la empresa.

**Aspecto ecológico.-** Reglamentos en cuanto a la prevención y control de la contaminación del agua, del aire y en materia de impacto ambiental.

### **Manual de Funciones:**

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

- Relación de dependencia (ubicación interna)
- Dependencia Jerárquica (relaciones de autoridad)
- Naturaleza del Trabajo
- Tareas principales y secundarias
- Responsabilidades y requerimientos para el puesto.

---

<sup>29</sup> Gilli, J. J., (2013), “**DISEÑO ORGANIZATIVO: ESTRUCTURA Y PROCESOS**”, Ediciones Granica, Bogotá, Colombia,

## **ESTUDIO ECONOMICO Y FINANCIERO**

“El análisis económico pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación de la planta (que abarque las funciones de producción, administración y ventas), así como otras son indicadores que servirán de base para la parte final y definitiva del proyecto, que es la evaluación financiera”<sup>30</sup>.

### **Determinación de inversión en activos fijos**

Las inversiones en activos fijos se realizan inicialmente o durante las operaciones del proyecto. La estimación de la inversión fija puede tener diversos grados de aproximación, desde estimaciones de orden de magnitud hasta las estimaciones precisas.

La inversión inicial comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, con excepción del capital del trabajo. Se entiende por activo tangible (que se puede tocar) o fijo, los bienes propiedad de la empresa como terrenos, edificios, maquinaria, equipo, vehículos de transporte etc., se le llamó fijo por que la empresa no puede desprenderse tan fácilmente de el sin que ello ocasione problemas a sus actividades productivas.

**Inversiones del Proyecto.-** La información que obtenemos de los estudios de mercado, técnico, y organizacional definen la cuantía de las inversiones

---

<sup>30</sup> Meza, O. J. J. (2010). “EVALUACIÓN FINANCIERA DE PROYECTOS” (2a. ed.). Colombia: Ecoe Ediciones

de un proyecto .Las inversiones previas a la puesta en marcha del proyecto pueden ser de tres tipos:

**Activos Fijos:** Son aquellas que se realizan en bienes tangibles, se utilizan para garantizar la operación del proyecto y no son objeto de comercialización por parte de la empresa y se adquieren para utilizarse durante su vida útil; son entre otras: los terrenos, las construcciones, las vías de acceso, cerramientos, maquinaria, equipo y herramientas, vehículos, muebles, etc. Están sujetos a depreciación.

**Activos Intangibles:** Son aquellas que se realizan sobre la compra de servicios o derechos que son necesarios para la puesta en marcha del proyecto. Cuando existe cierta incertidumbre en la estimación de estos montos es aconsejable incluir una partida para imprevistos por un porcentaje entre el 5% y el 10% del total de los diferidos.

Comprenden los gastos de organización, las patentes y licencias, los gastos de puesta en marcha, la capacitación, estas inversiones son susceptibles de amortizar.

**Capital de trabajo:**” Constituye el conjunto de recursos necesarios, en forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo, para una capacidad y tamaño determinado. El capital de trabajo inicial constituirá una parte de las inversiones a largo plazo, ya que forma parte del monto permanente de los activos necesarios para asegurar la operación del proyecto.”<sup>31</sup>

---

<sup>31</sup> Alfonso, P. A. (2009). “EL CAPITAL DE TRABAJO NETO EN LAS EMPRESAS”. Argentina: El Cid Editor

**Capital social.-** Es la emisión y venta de aportes en efectivo o en especies de los socios de utilidades y reservas de la empresa.

**Capital financiero.-** El capital financiero se lo obtiene a través de los bancos e instituciones financieras públicas o privadas de proveedores o de la emisión de obligaciones propios de la empresa

### **Financiamiento de la inversión:**

“Este estudio persigue identificar las fuentes de capital en el momento de invertir. Se identifican así dos fuentes:

1.- Fuentes Internas

2.- Fuentes Externas”<sup>32</sup>

**Fuentes internas de financiamiento.-** Son aquellas que se generan dentro de la empresa como resultado de sus operaciones, entre éstas están: aportaciones de los socios, utilidades retenidas, flujos de efectivo, venta de activos.

**Fuentes externas de financiamiento.-** Se otorgan a través de terceras personas y son de deuda o capitales.

En este orden se encuentran los bancos proporcionando facilidades de préstamos a los inversionistas. Los préstamos se asumen a:

- Corto Plazo: (10 años),
- Mediano Plazo (1 a 10 años),
- Largo Plazo (más de 10 años)

### **Costos e ingresos**

---

<sup>32</sup> Meza, O. J. J. (2010). “EVALUACIÓN FINANCIERA DE PROYECTOS” (2a. ed.). Colombia: Ecoe Ediciones



**Costos.-** Es el valor monetario de todos los recursos y esfuerzos que han de invertirse para la producción de un bien o de un servicio.

**Costos Primo.-** Es el costo de aquellos insumos que se incorporan al producto terminado en forma directa.

**Gastos de fabricación.-** Aquí se incluyen la mano de obra indirecta, servicios como electricidad, teléfono, agua, combustible, repuestos, mantenimiento, depreciación, etc.

**Gastos de administración y ventas.-** Son parte de este rubro las remuneraciones del personal de administración y ventas que se refieren a los sueldos, salarios y prestaciones sociales.

**Costos Indirectos.-** Son aquellos que no pueden ser directamente incluidos en el producto específico; pero son indispensables en el proceso de fabricación.

**Costos de producción.-** Valor monetario de los gastos incurridos y aplicados en la obtención de un producto o servicio.

**Costos Fijos.-** son aquellos costos cuyo valor es permanente, independientemente del nivel de actividad de la empresa, es decir que se realice o no la producción, se venda o no la mercadería o servicio, dichos costos igual deben ser asumidos por la empresa.

**Costos Variables.-** “Son aquellos costos que varían en forma proporcional, de acuerdo al nivel de producción o actividad de la empresa.”<sup>33</sup>

---

<sup>33</sup> Meza, O. J. J. (2010). “EVALUACIÓN FINANCIERA DE PROYECTOS” (2a. ed.). Colombia: Ecoe Ediciones

**Gastos Financieros.-** Son los intereses a ser pagados por los préstamos previstos, según plazos concedidos y las tasas de interés vigentes para el momento de la formulación del proyecto.

**Ingresos.-** Se conoce como ingresos al valor monetario obtenido por la venta de un producto o servicio.

### **Estado de Pérdidas y Ganancias**

“El Estado de resultado se prepara periódicamente y en él se registran ventas, costos de ventas, gastos y utilidades o pérdidas. Este estado mide el desempeño de una empresa durante cierto periodo, por lo común un trimestre o un año”<sup>34</sup>.

La Ecuación es:  $\text{Ingresos} - \text{Gastos} = \text{Beneficios (utilidades)}$

Es un documento complementario donde se informa detallada y ordenadamente como se obtuvo la utilidad del ejercicio contable.

Está compuesto por las cuentas nominales, transitorias o de resultados, o sea las cuentas de ingresos, gastos y costos.

Los valores deben corresponder exactamente a los valores que aparecen en el libro mayor y sus auxiliares, o a los valores que aparecen en la sección de ganancias y pérdidas de la hoja de trabajo

---

<sup>34</sup> Barajas, N. A.,(2010) ,**FINANZAS PARA NO FINANCIEROS**, Colombia, Editorial Pontificia Universidad Javeriana.

### **Punto de equilibrio**

“El análisis del punto de equilibrio es una técnica útil para estudiar las relaciones entre los costos fijos, los costos variables y los beneficios.

El punto de equilibrio es el nivel de producción en el que son exactamente iguales los beneficios por ventas a la suma de los costos fijos y variables”<sup>35</sup>. El llamado punto de equilibrio consiste en determinar el volumen de ventas necesario para cubrir los gastos operativos; en ese momento la empresa no pierde ni gana, es decir obtiene equilibrio con utilidad cero.

#### **• METODO MATEMÁTICO**

**Fórmulas:**

- **PE en Función de la Capacidad Instalada**

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Venta Total} - \text{Costo de Venta Total}} \times 100$$

- **PE en Función de los Ingresos (Ventas)**

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas Totales}}}$$

---

<sup>35</sup> Meza, O. J. J. (2010). “EVALUACIÓN FINANCIERA DE PROYECTOS” (2a. ed.). Colombia: Ecoe Ediciones

- **PE en Función de las Unidades Producidas**

$$CVu = \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Unidades Producidas}}$$

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{PVu - CVu}$$

## **EVALUACIÓN FINANCIERA**

“El único objetivo en la evaluación financiera de los proyectos de inversión es cerciorarse si el dueño, el cual tiene ánimo de lucro, está logrando su propósito de agregar valor.”<sup>36</sup>

La evaluación de un proyecto es una herramienta, la cual al comparar flujos de beneficios y Costos, permite determinar si conviene realizar un proyecto o no; es decir, si es o no es rentable. Al evaluar, entre otras cosas, se debe decidir cuál es el tamaño más adecuado del proyecto. Los estudios de Mercado, los técnicos y los económicos entregan la información necesaria para estimar los flujos esperados de Ingresos y Costos que se producirán durante la vida útil del proyecto en cada una de las alternativas posibles.

### **El Flujo de Caja**

Es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa. El

---

<sup>36</sup> Moreno, D. L. M. (2009). “ESTADOS FINANCIEROS”. Argentina: El Cid Editor

estudio de los flujos de caja dentro de una empresa puede ser utilizado para determinar

- Problemas de liquidez: El ser rentable no significa necesariamente poseer liquidez. Una compañía puede tener problemas de efectivo, aun siendo rentable. Por lo tanto, permite anticipar los saldos en dinero.
- Para analizar la viabilidad de proyectos de inversión, los flujos de fondos son la base de cálculo del Valor actual neto y de la Tasa interna de retorno.
- Para medir la rentabilidad o crecimiento de un negocio cuando se entienda que las normas contables no representan adecuadamente la realidad económica

### **Criterios de Evaluación de proyectos.**

Los principales métodos que se utilizan para la evaluación de proyectos, basados en el flujo de caja son:

- Valor Actual Neto
- Tasa Interna de Retorno
- Relación Beneficio-Costo
- Período de recuperación de la inversión
- Análisis de sensibilidad

### **Valor Actual neto:**

“En finanzas, el valor actual neto (VAN) de una serie temporal de flujos de efectivo, tanto entrante como saliente, se define como la suma del valor

actual de los flujos de efectivo individuales”<sup>37</sup>. El valor actual neto de un proyecto es la suma de todos los flujos de fondos, llevados a su valor presente. Para llevar un valor futuro al valor presente se utiliza una tasa de interés.

### **FÓRMULAS:**

$$VAN = \text{Sumatoria del Flujo Neto} - \text{Inversión Inicial}$$

$$VAN = FNC (1 + I)^N$$

En donde:

**VAN**= Valor Actual Neto

**FNC** = Flujo Neto de Caja

**I**= Tasa de Interés

**N** = Número de períodos

**Tasa interna de retorno:** “La evaluación de proyectos de inversión busca averiguar la conveniencia de una inversión. Para esto se utilizan diversos análisis. Uno de ellos es el cálculo de la tasa interna de retorno.

La tasa interna de retorno es la rentabilidad promedio (geométrico) de una inversión. La tasa interna de retorno se compara con un rendimiento mínimo que se deseaba ganar, por ejemplo, la rentabilidad de la mejor inversión alternativa con un nivel de riesgo similar o bien ajustado por el riesgo. Esta última tasa se denomina tasa de corte”<sup>38</sup>.

---

<sup>37</sup> Moreno, D. L. M. (2009). “ESTADOS FINANCIEROS”. Argentina: El Cid Editor

<sup>38</sup> Meza, O. J. J. (2010). “EVALUACIÓN FINANCIERA DE PROYECTOS” (2a. ed.). Colombia: Ecoe Ediciones

Si la tasa interna de retorno es superior a la tasa de corte, el proyecto se acepta. Si la tasa interna de retorno es inferior a la tasa de corte, el proyecto se rechaza.

**FÓRMULA:**

$$TIR = Tm + Dt \left( \frac{VAN Menor}{VAN Menor - VAN Mayor} \right)$$

**Relación Beneficio-Costo:** "También llamado "índice de rendimiento". Es un método de Evaluación de Proyectos, que se basa en el del "Valor Presente", y que consiste en dividir el Valor Presente de los Ingresos entre el Valor Actual de los egresos"<sup>39</sup>. Si este índice es mayor que 1 se acepta el proyecto; si es inferior que 1 no se acepta, ya que significa que la Rentabilidad del proyecto es inferior al Costo del Capital.

**FÓRMULA:**

$$RELACIÓN BENEFICIO COSTO = \frac{INGRESO TOTAL ACTUALIZADO}{COSTO TOTAL ACTUALIZADO}$$

**Período de Recuperación del Capital:**

---

<sup>39</sup> Moreno, D. L. M. (2009). "ESTADOS FINANCIEROS". Argentina: El Cid Editor

El Período de Recuperación del capital (PRC) mide en cuanto tiempo se recuperará el total de la inversión a valor presente, es decir, nos revela la fecha en la cual se cubre la inversión inicial en años, meses y días.

Este método de evaluación de proyectos indica el plazo en que la inversión original se recupera con las utilidades futuras.

El principio en que se basa este método es que, en tanto más corto sea el plazo de recuperación y mayor la duración del proyecto, mayor será el beneficio que se obtenga.

**FÓRMULA:**

$$PRC = a + \frac{(b - c)}{d}$$

En Donde:

**a=** Año inmediato anterior en que se recupera la inversión.

**b=** Inversión Inicial.

**c=** Flujo de Efectivo Acumulado del año inmediato anterior en que se recupera la inversión.

**d =** Flujo de efectivo del año en el que se recupera la inversión.

**Análisis de sensibilidad:** “El análisis de sensibilidad consiste en suponer variaciones que castiguen el presupuesto de caja, por ejemplo una disminución de cierto porcentaje en ingresos, o un aumento porcentual en los costos y/o gastos, etc.”<sup>40</sup>.

El análisis de sensibilidad es la interpretación dada a la incertidumbre en lo que respecta a la posibilidad de implantar el proyecto, debido a que no se

---

<sup>40</sup> Moreno, D. L. M. (2009). “ESTADOS FINANCIEROS”. Argentina: El Cid Editor



conocen las condiciones en las que se desenvolverá la empresa en el futuro.

Los criterios de decisión que considera este indicador son:

- Si el Coeficiente de Sensibilidad es mayor que 1, el proyecto es sensible.
- Si el Coeficiente de Sensibilidad es igual a 1, el proyecto es indiferente.
- Si el Coeficiente de Sensibilidad es menor que 1, el proyecto no es sensible.

### **FÓRMULAS:**

$$**Diferencia de TIR** = *TIR Proyecto* – *Nueva TIR*$$

$$**Porcentaje de Variación** =  $\frac{\text{Diferencia TIR}}{\text{TIR del Proyecto}}$$$

$$**Sensibilidad** =  $\frac{\text{Porcentaje de Variación}}{\text{Nueva TIR}}$$$

### **e. MATERIALES Y MÉTODOS**

Para la realización del presente trabajo de investigación fue necesario utilizar: materiales, métodos, técnicas y procedimientos, que sirvieron como base para el desarrollo de este estudio y permitieron ampliar la información.

Los mismos que se describen a continuación:

#### **MATERIALES:**

Para el desarrollo de la presente investigación se utilizó diferentes materiales. A continuación se describen los principales materiales empleados:

- Cuadernos
- Carpetas
- Escritorio
- Sillas
- Lápices
- Esferos
- Borrador
- Materiales de oficina
- Formularios de encuestas
- Textos, folletos
- Papel bond
- Computadora
- Impresora
- Tinta de impresora

- Calculadora
- Cámara fotográfica
- Flash Memory

## **MÉTODOS**

En el presente proyecto se empleó los métodos lógicos o científicos, que estuvieron destinados a descubrir la verdad o confirmarla mediante concesiones ciertas o afines.

Se empleó en forma general el Método Científico a través de la observación, análisis, síntesis, y de manera particular en el presente proyecto se utilizó los métodos Inductivo, Deductivo, Descriptivo, Analítico, Sintético y Estadístico.

**Método Inductivo:** Este método sirvió como apoyo para definir el segmento de la población encuestada y la percepción del usuario. Se lo aplica además en el estudio de las diversas causas que originaron el problema central que se estudia; mediante el estudio y análisis de las causas efectos y posibles soluciones. Los datos obtenidos de la Investigación de Campo, permitió determinar la demanda potencial, real, efectiva, uso promedio, la oferta y la demanda insatisfecha.

**Método Deductivo:** Sirvió para obtener la fundamentación teórica, para realizar cada una de las partes que contempla el Plan de Negocios. La aplicación de este Método permitió obtener conclusiones válidas para comprender y determinar si es factible o no la instalación de una sucursal de la empresa Noesport Diseños en la ciudad de Zaruma, provincia de El Oro.

**Método Descriptivo.-** Consiste en desarrollar una caracterización de las situaciones y eventos de cómo se manifiesta el objeto de investigación, ya

que éste busca especificar las propiedades importantes del problema en cuestión, mide independientemente los conceptos y también puede ofrecer la posibilidad de predicciones aunque sean muy rudimentarios. Este método permitió describir y analizar los procesos y resultados del presente proyecto tanto en la teoría como en la práctica.

**Método Analítico.-** Es aquel método de investigación que consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos. Es un método fue utilizado en el análisis e interpretación de los resultados proporcionados por las encuestas que se aplicó en la ciudad de Zaruma.

**Método Sintético.-** Es un proceso de razonamiento que tiende a reconstruir un todo, a partir de los elementos distinguidos por el análisis. Dicho método se utilizó para instaurar las conclusiones a las que se llegó dentro del desarrollo del presente proyecto y las respectivas recomendaciones.

**Método estadístico.-** Es aquel que demuestra un proceso de obtención, representación, simplificación, análisis, interpretación y proyección de las características, variables o valores numéricos de un estudio o de un proyecto de investigación para una mejor comprensión de la realidad y una optimización en la toma de decisiones. Facilitó la interpretación y comprensión de datos estadísticos mediante la presentación en cuadros y gráficos.

## **TÉCNICAS**

Para el desarrollo del trabajo de investigación se utilizaron algunas técnicas como: entrevistas, encuestas, observación directa, las mismas que sirvieron

para determinar datos importantes que sirvieron como parte del diagnóstico a ejecutar en la presente investigación.

**OBSERVACIÓN DIRECTA.-** Esta técnica permitió realizar un sondeo minucioso con el propósito de determinar el tipo de competencia que se tendría con respecto a la elaboración de prendas de vestir deportivas, con respecto a calidad y precio que se ofrecería en la ciudad de Zaruma, esta técnica se la utilizó para observar las condiciones en las que actualmente los demandantes de la ciudad adquieren su producto, como también las principales necesidades y requerimientos del mercado.

**ENTREVISTA.-** Permitted recabar información, obteniendo datos precisos y confiables; se realizó una entrevista a la Sra. Lucila Noemí Apolo, Gerente de la Empresa NOESPORT Diseños, con el fin de obtener información sobre los motivos por los cuales desea expandir la empresa, como la situación actual de la misma, información necesaria para la elaboración del presente estudio de mercado.

**ENCUESTA.-** Esta técnica permitió la obtención de información de interés sociológico, mediante un banco de preguntas previamente formulado, a través de la cual se pudo conocer la opinión o valoración de los posibles consumidores, obteniendo datos importantes para su posterior análisis siendo estos la base y el punto de partida del Estudio de mercado a realizarse.

#### **PROCEDIMIENTO PARA DETERMINAR EL TAMAÑO DE LA MUESTRA**

En esta parte se describe el procedimiento que se utilizó para determinar el tamaño de la muestra. Para el desarrollo adecuado de la encuesta es

preciso obtener el tamaño de la muestra del mercado al cual va dirigido nuestro estudio. Para esto primero hay que definir el lugar; que en este caso es la ciudad de Zaruma, luego hay que segmentar el mercado partiendo de la población total de Zaruma, hasta llegar a la segmentación de las personas, quienes van a hacer uso del producto.

### **Población:**

Para determinar el tamaño de la muestra se utilizó la población de la ciudad de Zaruma del último censo 2010 que son 24.097 habitantes siendo esta la primera segmentación, se realizó una segunda segmentación tomándose el porcentaje de la PEA (Población Económicamente Activa) que es 19,21%, siendo la PEA de la Ciudad de Zaruma 4.630 habitantes, cantidades que fueron proyectadas hacia el año actual en el que se realizará el proyecto con la tasa de crecimiento de 1,47% es decir 4.980 habitantes, siendo este el sector hacia el que se orienta el proyecto; como se demuestra en el siguiente procedimiento:

## **DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA**

**Gráfica 5**



## SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

**Cuadro 1**

1ra.Segmentación	2da.Segmentación	FUENTE	CRECIMIENTO POBLACIONAL
POBLACIÓN DE LA CIUDAD DE ZARUMA 24.097 habitantes	Población económicamente Activa (PEA) 19,21% de la Población Total= 4.630 habitantes	INEC. Censo 2010	1,47%

Fuente: Datos obtenidos en el INEC según censo 2010  
Elaboración: La Autora

### **Proyección de la Población:**

#### **Formula de la proyección**

$$Pf = Po (1+r)^n$$

$$Pf \text{ 2015} = 4.630 (1+0,0147)^5$$

$$Pf \text{ 2015} = 4.630 (1,0757)$$

$$Pf \text{ 2015} = 4.980 \text{ Habitantes P.E. A}$$

### **TAMAÑO DE LA MUESTRA:**

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

**En donde:**

**n**= tamaño de la muestra

**Z**= 95 % margen de confiabilidad igual a 1.96 según tabla tipificada de 0 a Z, relacionada con el margen de seguridad.

**N**= Población Total

**P=** probabilidad que el evento ocurra 0.5

**Q=** probabilidad que el evento no ocurra 0.5

**E=** Margen de error (5 %)

**1=** factor de corrección

**Reemplazando los valores de la fórmula:**

$$n = \frac{4.980}{1 + 4.980(0,05)^2}$$

$$n = \frac{4.980}{1 + 4.980(0,0025)}$$

$$n = \frac{4.980}{1 + 12.45}$$

$$n = \frac{4.980}{13.45}$$

$$n = 370$$

### **Distribución Muestral**

En el presente estudio se aplicaran 370 encuestas a los habitantes que están dentro de las cifras del PEA de la Ciudad de Zaruma, siendo la única parroquia urbana que se segmento para la investigación.

Así mismo, una vez aplicados los instrumentos de investigación al sector en estudio, se procedió a sistematizar la información de acuerdo a las respuestas obtenidas, representada a través de cuadros y gráficos estadísticos, permitiendo un análisis e interpretación de la información; estos datos son de vital importancia ya que permitió determinar la oferta y



demanda, además se realizó una encuesta a 6 empresas oferentes, recabando información referente a los productos que ofrecen, la comercialización y precio.

**Cuadro 2**

**DISTRIBUCIÓN MUESTRAL**

PARROQUIAS	PORCENTAJE	POBLACIÓN	ENCUESTAS
ABAÑÍN	3,23%	161	12
GUANAZÁN	13,79%	687	51
HUERTAS	10,45%	520	39
SALVIAS	9,01%	449	33
MULUNCAY GRANDE	5,66%	282	21
ARCAPAMBA	7,02%	350	26
MALVAS	5,45%	271	20
SINSAO	5,26%	262	19
GÜIZHAGÜIÑA	11,01%	548	41
ZARUMA	29,12%	1.450	108
TOTAL	100%	4.980	370

Fuente: Datos obtenidos en el INEC según censo 2010

Elaboración: La Autora

**Cuadro 3**

EMPRESAS OFERENTES	
N°	NOMBRE
1	Joe Creaciones
2	Confecciones Anitex
3	VISPORT
4	JJ SPORT
5	ARCATEX
6	CASA DEPORTIVA JESSENIA

Fuente: Cámara de Comercio

Elaboración: La Autora

## f. RESULTADOS

### RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS APLICADAS, A LOS DEMANDANTES DE ROPA DEPORTIVA DE LA CIUDAD DE ZARUMA.

Los Resultados de las encuestas aplicadas se presentan a continuación:

#### Pregunta N°1

¿Actualmente, está usted trabajando?

**Cuadro 4**

SITUACIÓN LABORAL		
TRABAJA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	370	100%
NO	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>370</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta PEA de Zaruma

**Elaboración:** La Autora

**Gráfica 6**



**Análisis e Interpretación:** De acuerdo a la información obtenida se aprecia que el 100% de las personas encuestadas cuentan con una situación laboral lo que nos indica que tienen poder adquisitivo.

### Pregunta N° 2

En caso afirmativo ¿El trabajo es estable u ocasional?

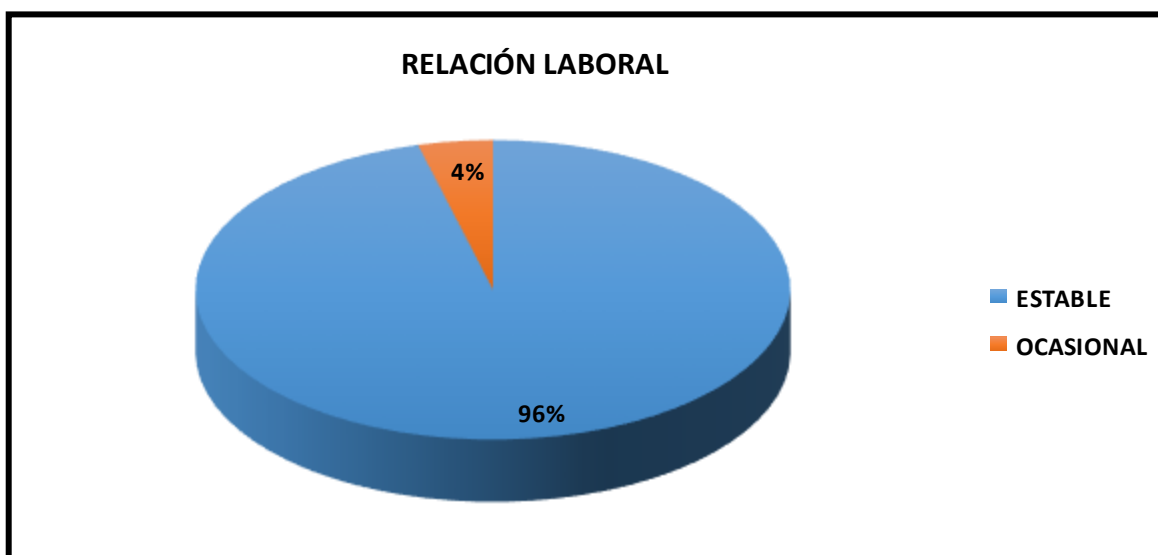
**Cuadro 5**

RELACIÓN LABORAL		
TRABAJO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ESTABLE	355	96%
OCASIONAL	15	4%
<b>TOTAL</b>	<b>370</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta PEA de Zaruma

**Elaboración:** La Autora

**Gráfica 7**



**Análisis e Interpretación:** Según la información obtenida el 96% de las personas encuestadas afirma poseer una situación laboral estable, ya que para efectos de esta investigación las personas que poseen un trabajo estable serian aquellas que poseen poder adquisitivo para nuestro producto.

### Pregunta N°3

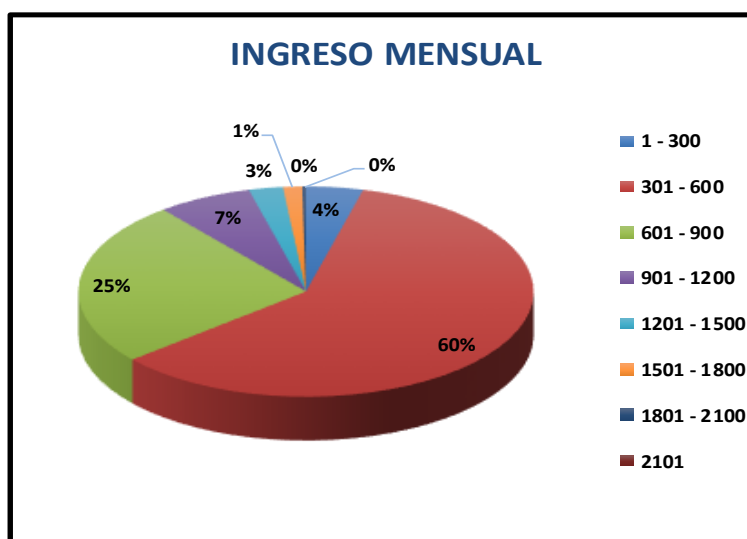
Indique ¿Cuál es su ingreso económico Mensual?

**Cuadro 6**

INGRESO MENSUAL		
INGRESO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 – 300	78	4.05%
301 – 600	158	59.72%
601- 900	94	25.40%
901 – 1200	25	6.75%
1201 – 1500	9	2.43%
1501 – 1800	5	1.35%
1801 – 2100	1	0.27%
<b>TOTAL</b>	<b>370</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta PEA de Zaruma  
**Elaboración:** La Autora

**Gráfica 8**



**Análisis e Interpretación:** De acuerdo a los datos obtenidos se puede concluir que el 59,72% de los encuestados perciben ingresos entre 301-600 dólares mensuales.

**Cuadro 7**

<b>INGRESO MENSUAL</b>				
<b>X</b>	<b>XM</b>	<b>F</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>XMF</b>
1 – 300	150,5	78	4.05%	11.739
301 – 600	450,5	158	59.72%	71.179
601- 900	750,5	94	25.40%	70.547
901 – 1200	1.050,5	25	6.75%	26.262,5
1201 – 1500	1.350,5	9	2.43%	12.154,5
1501 – 1800	1.650,5	5	1.35%	8.252,5
1801 – 2100	1.950,5	1	0.27%	1.950,5
<b>TOTAL</b>		<b>370</b>	<b>100%</b>	<b>202.085,00</b>

Fuente: Cuadro N.6  
Elaboración: La Autora

**Procedimiento:**

$$X = \frac{\sum XMF}{N}$$

$$X = \frac{202.085,00}{370}$$

$$X = 546,17$$

- Con la información del cuadro N. 6 se obtuvo el ingreso mensual promedio de \$546,17

#### Pregunta N°4

En sus labores diarias o eventualmente ¿Utiliza conjuntos deportivos?

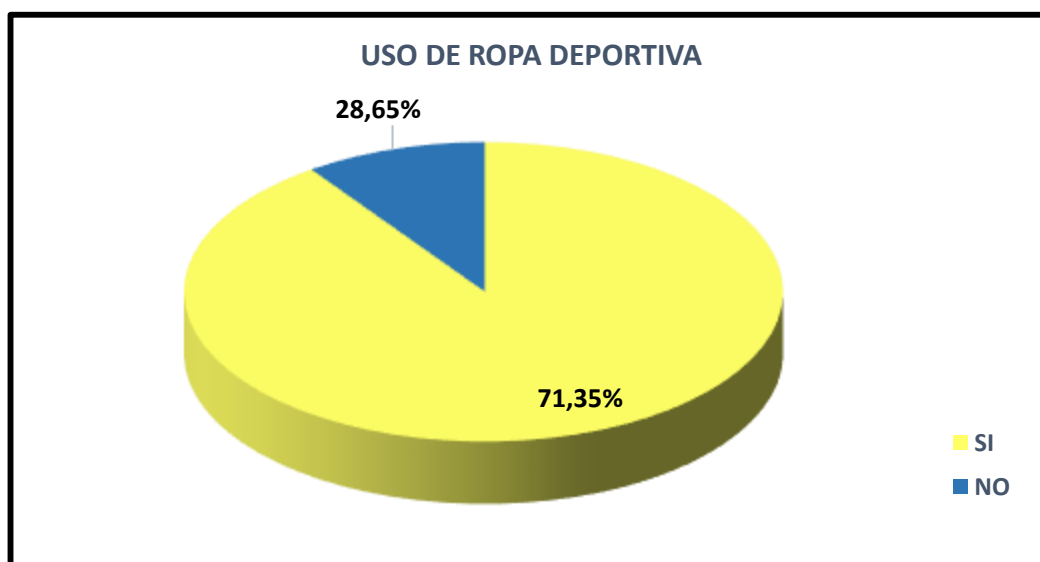
**Cuadro 8**

USO DE ROPA DEPORTIVA		
UTILIZA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	264	71,35%
NO	106	28,65%
<b>TOTAL</b>	<b>370</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta PEA de Zaruma

Elaboración: La Autora

**Gráfica 9**



**Análisis e Interpretación:** La información obtenida demuestra que el 71,35% de los encuestados es decir 264 de ellos, usan ropa deportiva, mientras que 106 de ellos, es decir el 28,65 % no lo hacen.

### Pregunta N°5

¿Cuántos conjuntos deportivos adquiere anualmente?

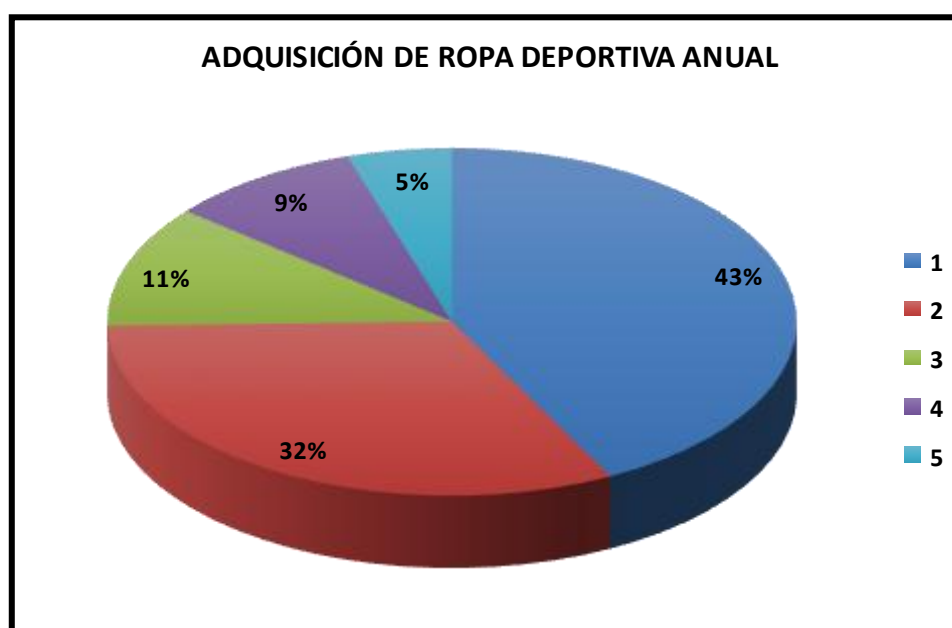
**Cuadro 9**

ADQUISICIÓN DE CONJUNTOS DEPORTIVOS ANUAL		
CANTIDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	112	42.42%
2	85	32.20%
3	30	11.36%
4	24	9.10%
5	13	4.92%
<b>TOTAL</b>	<b>264</b>	<b>100 %</b>

**Fuente:** Encuesta PEA de Zaruma

**Elaboración:** La Autora

**Gráfica 10**



**Análisis e Interpretación:** De acuerdo a la información obtenida, se puede indicar que el mayor porcentaje que es 42.42% y 32.20% de los encuestados compran entre 1 y 2 conjuntos deportivos al año.

**Cuadro 10**

<b>CANTIDAD DE CONJUNTOS DEPORTIVOS ANUALES</b>			
<b>X</b>	<b>F</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>XF</b>
1	112	42.42%	112
2	85	32.20%	170
3	30	11.36 %	90
4	24	9.10%	96
5	13	4.92%	65
<b>TOTAL</b>	<b>264</b>	<b>100%</b>	<b>533</b>

Fuente: Cuadro N. 9  
Elaboración: La Autora

**Procedimiento:**

$$X = \frac{\sum XF}{N}$$

$$X = \frac{533}{264}$$

$$X = 2.01 = 2$$



- Con la información detallada del cuadro N 9, se puede indicar que el promedio de compra es de 2 conjuntos deportivos por año.

### Pregunta N° 6

¿Al adquirir un conjunto deportivo qué colores prefiere?

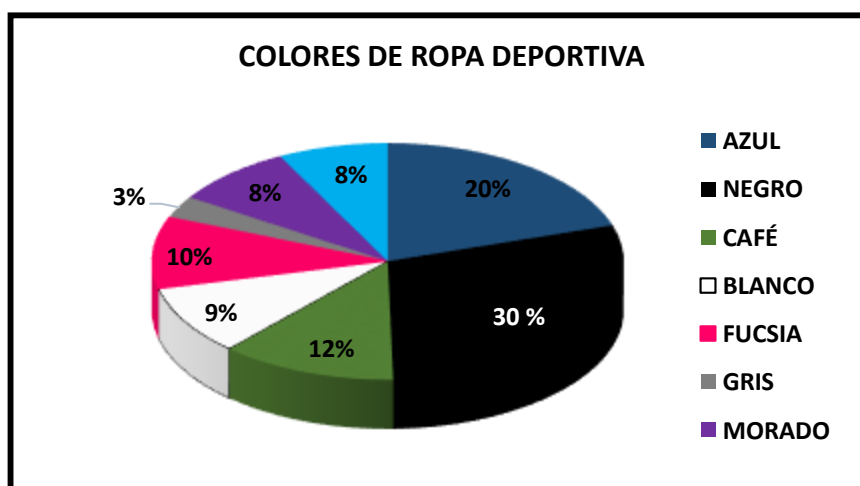
Cuadro 11

COLORES DE ROPA DEPORTIVA		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Azul	53	20,08 %
Negro	78	29,55 %
Café	32	12,12 %
Blanco	25	9,47 %
Fucsia	26	9,85 %
Gris	8	3,03 %
Lila	22	8,33%
Turquesa	20	7,57 %
<b>TOTAL</b>	<b>264</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta PEA de Zaruma

Elaboración: La Autora

Gráfica 11



**Análisis e Interpretación:** De acuerdo a la información recopilada; los colores de mayor preferencia que tienen los posibles consumidores son el azul, negro, café y blanco.

### Pregunta N° 7

¿Qué características toma en cuenta usted a la hora de comprar conjuntos deportivos?

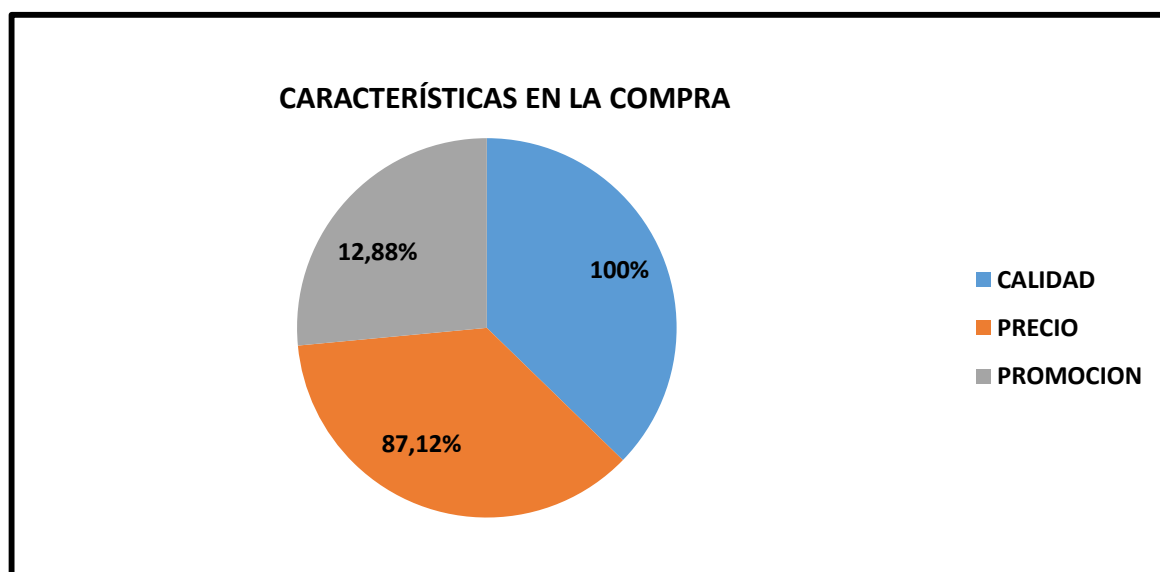
**Cuadro 12**

CARACTERÍSTICAS AL MOMENTO DE COMPRAR		
CARACTERISTICAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
CALIDAD	264	100%
PRECIO	230	87,12 %
PROMOCION	34	12,88 %

**Fuente:** Encuesta PEA de Zaruma

**Elaboración:** La Autora

**Gráfica 12**



**Análisis e Interpretación:** En esta pregunta de opción múltiple la información obtenida fue la siguiente: 264 personas consideran como primera opción la calidad, como segunda opción 230 personas el precio y 34 personas las promociones.

### Pregunta N°8

¿Cuánto paga en promedio por un conjunto deportivo?

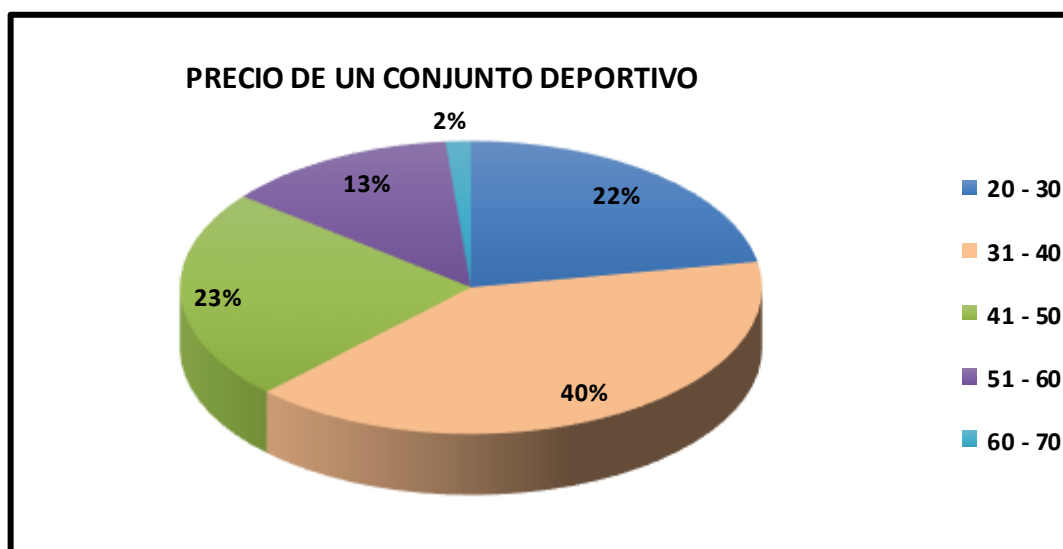
**Cuadro 13**

PRECIO DE UN CONJUNTO DEPORTIVO		
PRECIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
20 – 30	125	31,44%
31 – 40	83	47,35%
41- 50	25	9,47%
51 – 60	20	7,57%
60 - 70	11	4,17%
<b>TOTAL</b>	<b>264</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta PEA de Zaruma

**Elaboración:** La Autora

**Gráfica 13**



**Análisis e Interpretación:** De acuerdo a la información representada el 40% de los encuestados pagan por un conjunto deportivo entre 31 y 40 dólares.

**Cuadro 14**

<b>PRECIO DE UN CONJUNTO DEPORTIVO</b>				
<b>X</b>	<b>XM</b>	<b>F</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>XMF</b>
20 – 30	25	83	47,35%	2.075
31 – 40	35,5	125	31,44%	4.437,50
41- 50	45,5	25	9,47%	1.137,50
51 – 60	55,5	20	7,57%	1.110
60 - 70	65,5	11	4,17%	720,50
<b>TOTAL:</b>		<b>264</b>	<b>100%</b>	<b>9.480,50</b>

**Fuente:** Cuadro N.13

**Elaboración:** La Autora

**Procedimiento:**

$$X = \frac{\sum XMF}{N}$$

$$X = \frac{9.480,50}{264}$$

$$X = 35,91$$

- El precio promedio que pagan los encuestados por un conjunto deportivo es de \$ 35,91.

### Pregunta N° 9

¿Al adquirir usted conjuntos deportivos como prefiere hacerlo?

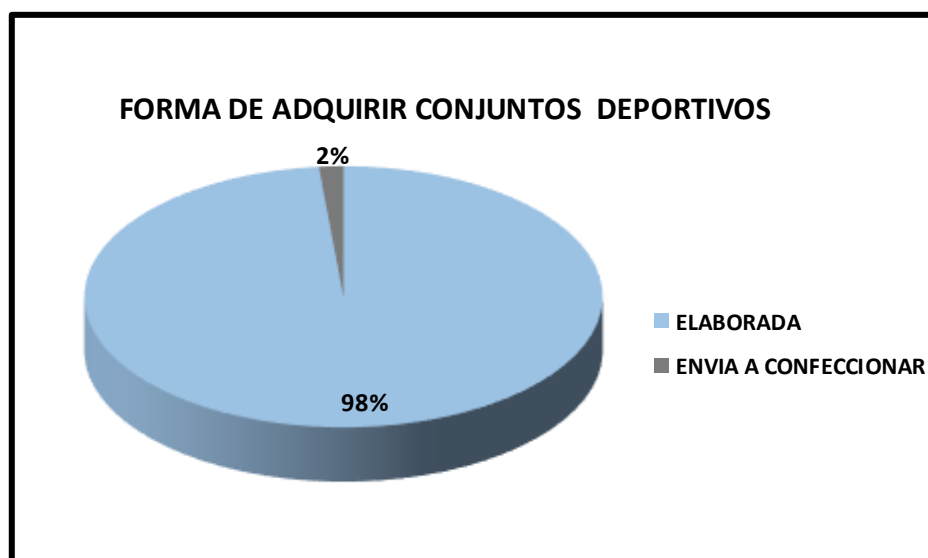
**Cuadro 15**

<b>FORMA DE ADQUIRIR CONJUNTOS DEPORTIVOS</b>		
<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
ELABORADOS	260	98,48%
ENVIAR A CONFECCIONAR	4	1,52%
<b>TOTAL</b>	<b>264</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta PEA de Zaruma

**Elaboración:** La Autora

**Gráfica 14**



**Análisis e Interpretación:** De acuerdo a la información obtenida el 98,48 % de los encuestados prefiere comprar un conjunto deportivo elaborado y solo el 1,52% envía a confeccionar.

**Pregunta N° 10**

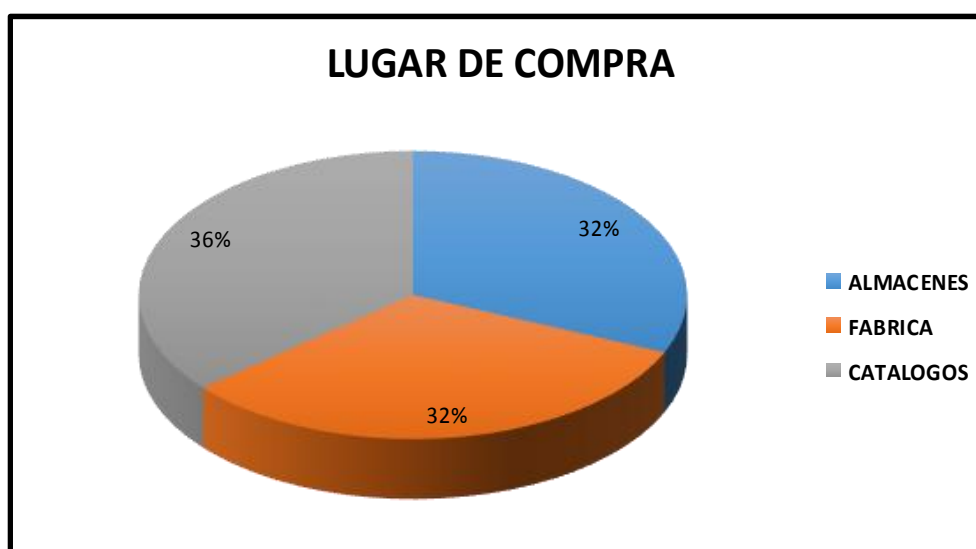
**¿En dónde prefiere usted adquirir conjuntos deportivos?**

**Cuadro 16**

<b>LUGAR DE COMPRA</b>		
<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
ALMACENES	82	31.54%
FÁBRICA	84	32.31%
POR MEDIO DE CATALOGOS	94	36.15%
<b>TOTAL</b>	<b>260</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta PEA de Zaruma  
**Elaboración:** La Autora

**Gráfica 15**



**Análisis e Interpretación:** De acuerdo a la información obtenida el 31.54 % de los encuestados prefiere comprar un conjunto deportivo en almacenes, el 32.31 % prefiere hacerlo directamente a la fábrica y el 36.15 % por medio de catálogos.

### Pregunta N° 11

¿Qué criterio tiene de la Industria Textil de la ciudad de Zaruma?

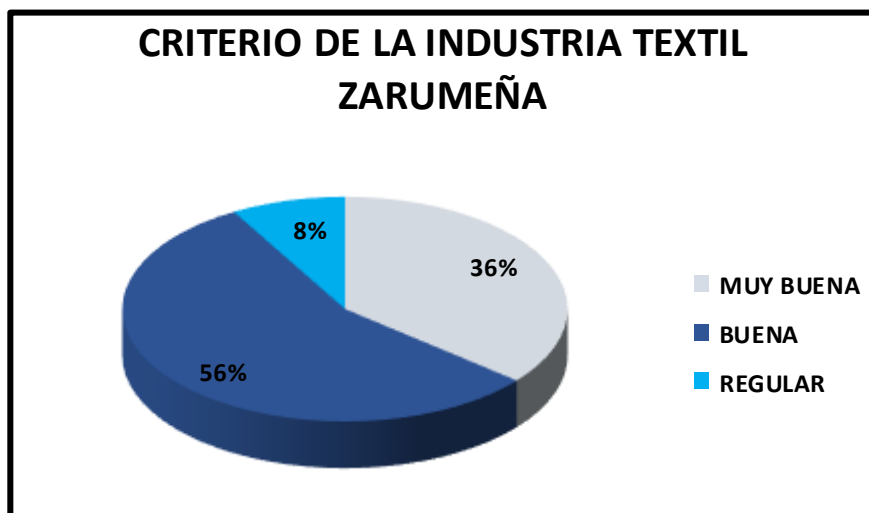
**Cuadro 17**

CRITERIO DE LA INDUSTRIA TEXTIL DE ZARUMA		
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUY BUENA	95	35,99%
BUENA	147	55,68%
REGULAR	22	8,33%
<b>TOTAL</b>	<b>264</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta PEA de Zaruma

**Elaboración:** La Autora

**Gráfica 16**



**Análisis e Interpretación:** Según los datos recopilados el 56% de los encuestados considera que la industria textil de Zaruma es buena y el 36 % de los encuestados la considera muy buena.

**Pregunta N°12**

De implementarse una nueva empresa dedicada a la elaboración de conjuntos deportivos. ¿Adquirirá usted sus productos?

**Cuadro 18**

<b>ADQUIRIRÍA ROPA DEPORTIVA DE LA NUEVA SUCURSAL</b>		
<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
SI	217	82,20 %
NO	47	17,80%
<b>TOTAL</b>	<b>264</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta PEA de Zaruma

**Elaboración:** La Autora

**Gráfica 17**





**Análisis e Interpretación:** De acuerdo con la información recolectada el 82,20 % del total de los encuestados si estarían dispuestos a adquirir los productos de la nueva sucursal.

**Pregunta N°13**

**¿Qué tipo de promoción le gustaría que la empresa a implementarse le ofreciera por sus compras?**

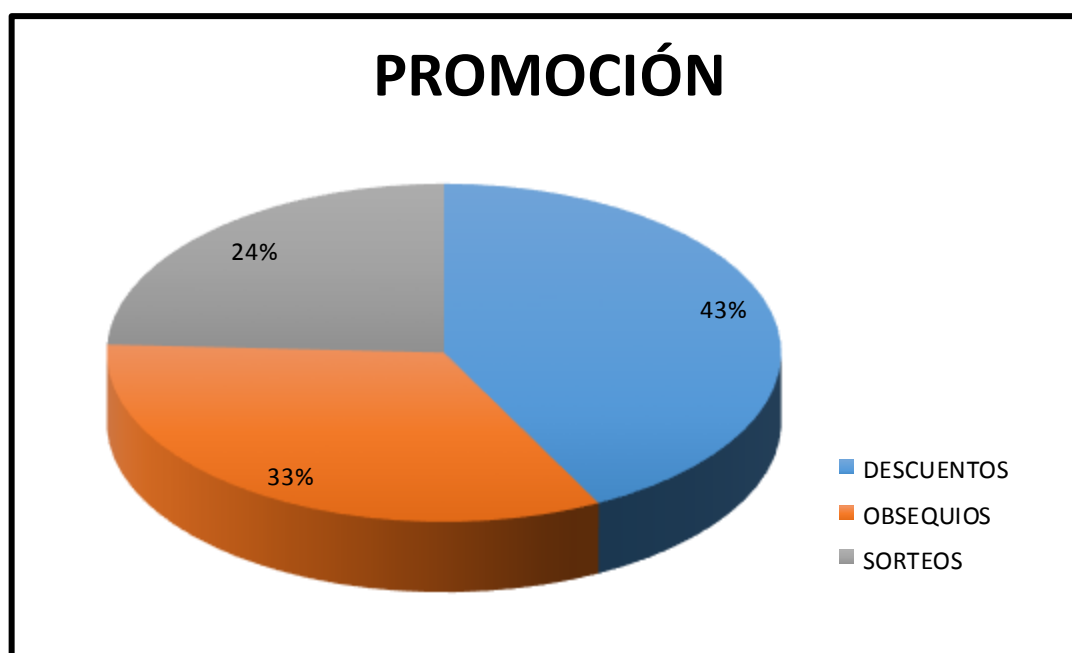
**Cuadro 19**

PROMOCIÓN		
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DESCUENTOS	112	42.43%
OBSEQUIOS	88	33.33%
SORTEOS	64	24.24 %
<b>TOTAL</b>	<b>264</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta PEA de Zaruma

**Elaboración:** La Autora

**Gráfica 18**



**Análisis e Interpretación:** De acuerdo con la información recolectada el 42.43 % del total de los encuestados prefiere como promoción descuentos en sus compras, el 33% prefiere obsequios y un 24.24% prefiere sorteos.

**Pregunta N°14**

**¿Por qué medios de comunicación le gustaría conocer los productos, promociones, precios que ofrece la empresa a implementarse?**

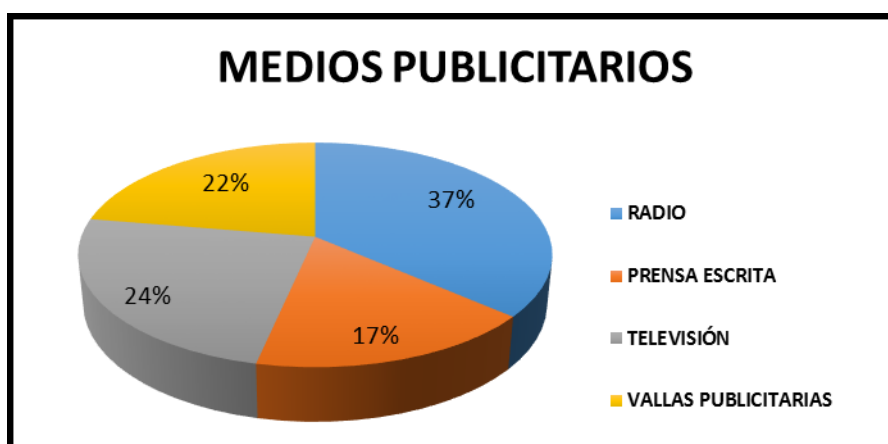
**Cuadro 20**

MEDIOS PUBLICITARIOS		
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
RADIO	96	36.36 %
PRENSA ESCRITA	45	17.05 %
TELEVISIÓN	64	24.24 %
VALLAS PUBLICITARIAS	59	22.35 %
<b>TOTAL</b>	<b>264</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta PEA de Zaruma

**Elaboración:** La Autora

**Gráfica 19**



**Análisis e Interpretación:** De acuerdo con la información recolectada el 36.36 % del total de los encuestados prefiere como medio publicitario la

radio, el 17.05 % la prensa escrita, el 24.24% la televisión y el 22.35% vallas publicitarias.

### **RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS APLICADAS, A LAS EMPRESAS OFERENTES DE ROPA DEPORTIVA DE LA CIUDAD DE ZARUMA.**

Los Resultados de las encuestas a continuación:

#### **Pregunta N°15**

**¿Usted elabora conjuntos deportivos para todas las edades y ambos sexos?**

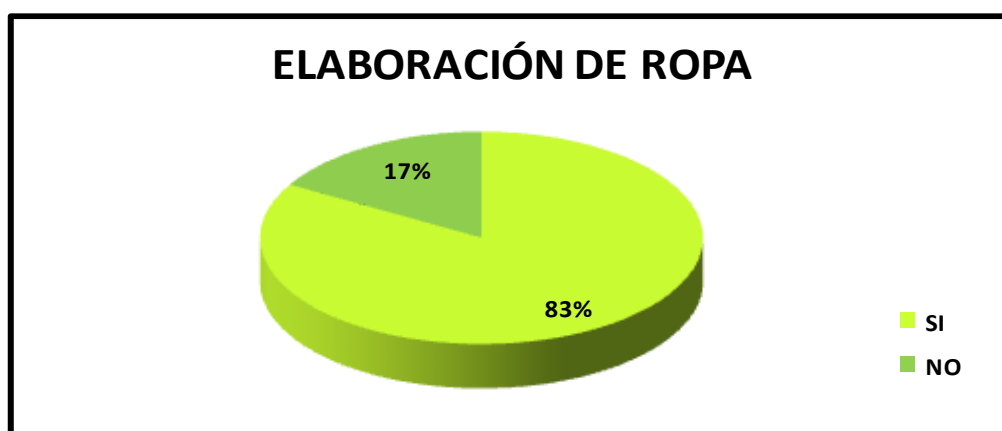
**Cuadro 21**

<b>ELABORACIÓN DE ROPA</b>		
<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
SI	5	83%
NO	1	17%
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta Empresas Oferentes de Zaruma

**Elaboración:** La Autora

**Gráfica 20**



**Análisis e Interpretación:** De la información recolectada 5 empresas que representan el 83% de las empresas oferentes manifestaron que sí elaboran

ropa deportiva para todas las edades y sexo, y 1 empresa solo se dedica a confección de ropa para niños.

### Pregunta N°16

¿Cuántos conjuntos deportivos vende Mensualmente?

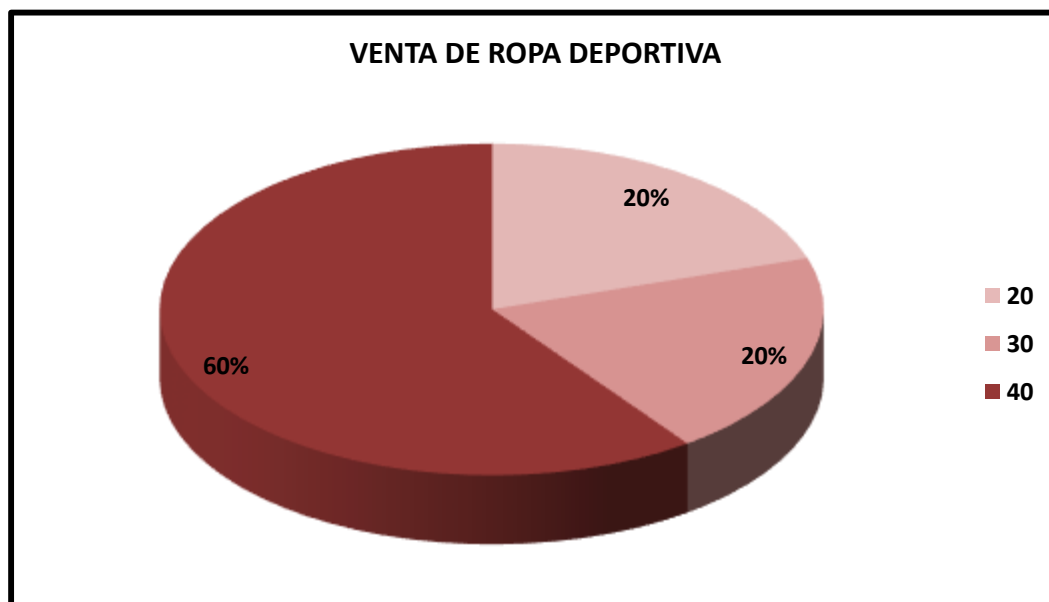
**Cuadro 22**

VENTA DE ROPA DEPORTIVA MENSUAL		
CANTIDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
10- 20	1	20%
21- 30	1	20%
31-40	3	60%
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta Empresas Oferentes de Zaruma

**Elaboración:** La Autora

**Gráfica 21**



**Análisis e Interpretación:** De acuerdo a la información recolectada de los oferentes de la ciudad de Zaruma, en un mayor porcentaje venden mensualmente alrededor de 40 conjuntos deportivos.

**Pregunta N°17**

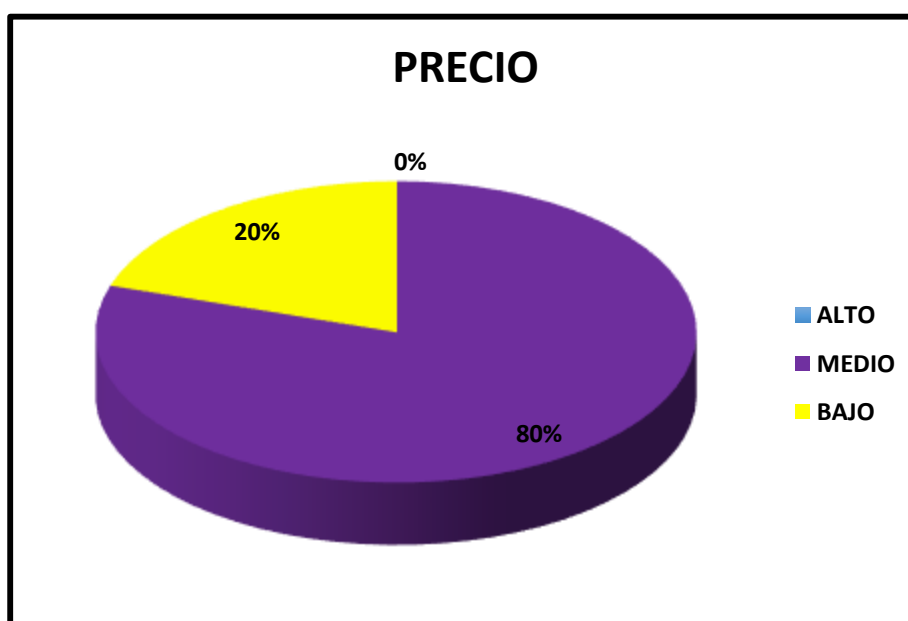
**¿Cómo considera los precios de su empresa?**

**Cuadro 23**

PRECIO		
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ALTO	0	0%
MEDIO	4	80%
BAJO	1	20%
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta Empresas Oferentes de Zaruma  
**Elaboración:** La Autora

**Gráfica 22**



**Análisis e Interpretación:** Según datos recolectados las empresas oferentes en un mayor porcentaje es decir el 80% manejan un precio medio.

**Pregunta N°18**

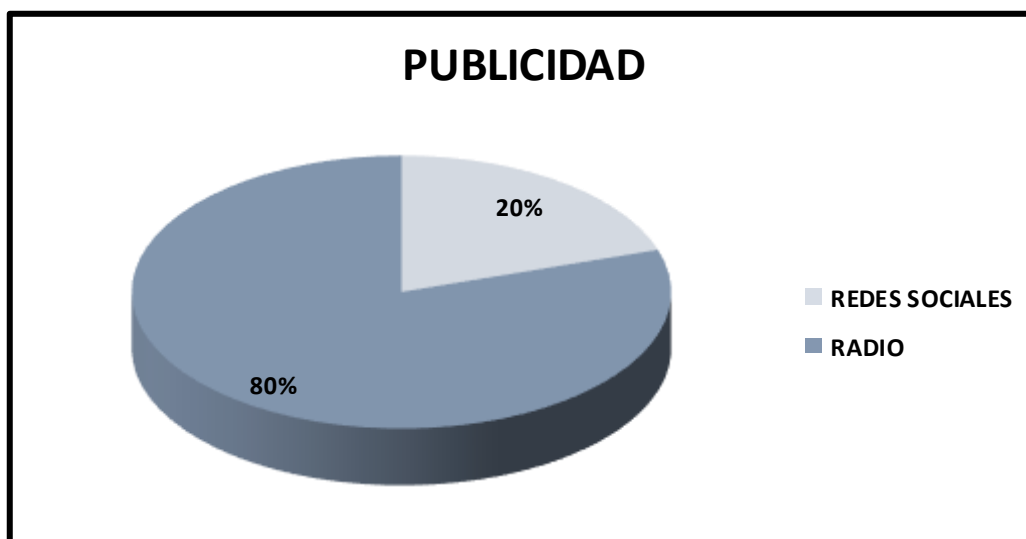
**¿Qué medios de difusión utiliza para dar a conocer los productos que ofrece?**

**Cuadro 24**

<b>PUBLICIDAD</b>		
<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
TELEVISION	0	0%
PRENSA ESCRITA	0	0%
RADIO	4	80%
REDES SOCIALES	1	20%
VOLANTES	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta Empresas Oferentes de Zaruma  
**Elaboración:** La Autora

**Gráfica 23**



**Análisis e Interpretación:** Según la información recolectada el 80% de los representantes de las empresas oferentes manifestaron que usan la radio como medio de publicidad y el 20% las redes sociales.

### Pregunta N°19

¿Qué tipo de promoción utiliza para ofrecer sus productos?

**Cuadro 25**

PROMOCIÓN		
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DESCUENTOS	2	40%
NO CONTESTO	3	60%
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta Empresas Oferentes de Zaruma  
**Elaboración:** La Autora

**Gráfica 24**



**Análisis e Interpretación:** De acuerdo a la información recolectada los propietarios o representantes de las empresas encuestadas solo 2 realizan descuentos en pedidos al por mayor y 3 no contestaron.

## **RESULTADOS DE LA ENTREVISTA DIRIGIDA A LA GERENTE DE LA EMPRESA NOESPORT DISEÑOS**

**Sra. Lucila Noemí Apolo**

### **1. ¿Cuánto ha crecido desde sus inicios Noesport Diseños?**

La gerente de Noesport Diseños supo manifestar que la empresa desde sus inicios ha crecido bastante, en forma satisfactoria pero difícil, los inicios fueron muy duros para llegar a la posición que actualmente se encuentra.

### **2. ¿Cómo es el nivel de aceptación del producto que la Empresa Noesport Diseños ofrece en la ciudad capital?**

En cuanto a la aceptación de los productos que ofrece la empresa indicó la Sra. Lucila Apolo que es excelente, la calidad de los productos satisface a todos los clientes y esa es la razón del éxito. Y que los clientes son quienes dan publicidad permitiendo el crecimiento de la empresa.

### **3. ¿Actualmente la empresa elabora sus productos con capital de trabajo externo o Propio?**

La gerente Sra. Apolo que trabaja con capital propio y agrego que gracias a Dios ahora cuentan con suficiente capital para pedidos grandes.



#### **4. ¿La empresa cumple con todos los pedidos de sus clientes?**

Indico la gerente de Noesport Diseños que cumplen con los pedidos de los clientes, a la fecha pactada; en muchas ocasiones es preciso no tomar pedidos para evitar el incumplimiento de fechas. Pocas veces ha sido necesario alargar la fecha de entrega, ocasionada por situaciones ajenas a nuestra voluntad como en caso de atraso de entrega de material o ausencia de alguna operaria.

#### **5. ¿La empresa no se abastece con los pedidos?**

En cuanto a esta interrogante la gerente indico que sí, hay fechas muy buenas como en época de uniformes escolares, para el día de la madre, en navidad, etc. el hecho de no tener más capacidad de producción hace que desperdiciemos oportunidades de trabajo.

#### **6. ¿Por qué una sucursal en la Ciudad de Zaruma Provincia de El Oro?**

La Sra. Apolo gerente de la empresa indico que la razón es que tienen muy buenos contactos en la Ciudad de Zaruma y sería una buena oportunidad para expandirnos, beneficiando a los pobladores del lugar con nuestros productos. Se brindaría el producto en la Ciudad de Zaruma y la Provincia de el Oro; y, además teniendo una sucursal se podría expandir a toda la Región Sur del País. Otra Ventaja que tendría la empresa es que los pedidos que no se pudiesen realizar en Quito, estos pasarían a realizárselos en la nueva sucursal en Zaruma y viceversa, con el fin de cumplir con todos los pedidos que lleguen a la empresa.

## **g. DISCUSIÓN**

Posterior a la presentación de resultados se ejecutó el estudio de mercado donde se encuentra la oportunidad de mercado que tendrá Noesport Diseños luego se encontrará el estudio técnico, con la finalidad de determinar el tamaño, localización e ingeniería de proyecto.

Una vez realizado ese estudio se procedió a presentar una propuesta organizacional para la nueva unidad productiva, a fin de establecer su base legal y su estructura organizacional; así como la parte económica financiera del proyecto como son: los presupuestos, la inversión total y su financiamiento, estructuración de los costos fijos y variables, se determinó los ingresos que va a tener el proyecto, los puntos de equilibrio, la estructuración de los estados financieros, luego de lo cual se realizó la evaluación financiera con sus respectivos indicadores, a continuación su proceso:

### **ESTUDIO DE MERCADO**

El Estudio de Mercado es el medio que se utiliza para recopilar y obtener información de las necesidades, comportamiento y gustos, así como de otros factores de una sociedad que inciden sobre el producto o servicio en el mercado; el presente estudio ayudó a determinar la factibilidad del proyecto porque brindó la información necesaria para conocer la oportunidad de mercado que tiene la Empresa Noesport Diseños al iniciar una sucursal en la Ciudad de Zaruma, además se obtuvo información de las empresas oferentes del sector.

## ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Es el estudio que permite conocer claramente cuál es la situación de la demanda del producto o servicio, en el mercado.

### Demanda Potencial

Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que podrían consumir o utilizar de un determinado producto o servicio, en el mercado.

Se considera la totalidad del mercado en estudio que es la población que se registra dentro del "PEA (Población Económicamente Activa), la misma que será la población en estudio, dato que se tomó del Censo Poblacional 2010 de la Ciudad de Zaruma, proyectándola para los 10 años de vida del proyecto con la tasa de crecimiento Poblacional de la ciudad que es del 1,47%<sup>41</sup> anual, proyección para el presente proyecto.

**Cuadro 26**

### Demanda Potencial

AÑOS	DEMANDA POTENCIAL	TASA DE CRECIMIENTO
0	4.980	1,47%
1	5.053	1,47%
2	5.127	1,47%
3	5.203	1,47%
4	5.279	1,47%
5	5.357	1,47%
6	5.436	1,47%
7	5.516	1,47%
8	5.597	1,47%
9	5.679	1,47%
10	5.762	1,47%

**Fuente:** Censo INEC 2010

**Elaboración:** La Autora

<sup>41</sup> **Disponible web:** [Censo2010/PoblaciondeZaruma/ecu.gob.ec](http://Censo2010/PoblaciondeZaruma/ecu.gob.ec)

### **Demanda Real**

Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que se consumen o utilizan de un producto en el mercado.

Correspondiente al presente trabajo el estudio de mercado determinó que el 71,35% de los demandantes encuestados, utilizan eventualmente ropa deportiva; obteniendo este dato de la Interpretación de la Pregunta N. 4, los cálculos se muestran en el siguiente cuadro:

**Cuadro 27**

#### **Demanda Real**

<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA POTENCIAL</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>DEMANDA REAL</b>
0	4.980	71,35%	3.553
1	5.053	71,35%	3.605
2	5.127	71,35%	3.658
3	5.203	71,35%	3.712
4	5.279	71,35%	3.767
5	5.357	71,35%	3.822
6	5.436	71,35%	3.878
7	5.516	71,35%	3.935
8	5.597	71,35%	3.993
9	5.679	71,35%	4.052
10	5.762	71,35%	4.111

**Fuente:** Cuadro N.8

**Elaboración:** La Autora

### **Uso Per cápita**

Según se estableció en la pregunta 5 de la encuesta a los demandantes el uso per cápita del producto es 2 conjuntos anualmente. Con este dato se procederá al cálculo de la demanda efectiva.

### **Demanda Efectiva**

Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que en la práctica son requeridos, en el mercado.

En el presente estudio, la demanda efectiva se determinó tomando la demanda real del proyecto y se multiplica por el promedio de uso establecido en la pregunta 5, que según su cálculo es de 2 conjuntos deportivos de promedio anual, una vez establecida la demanda real en conjuntos deportivos se toma como base la respuesta derivada de los encuestados en relación a su aceptación de adquirir los productos de la nueva empresa, que sería Noesport Diseños, concluyendo que el 82,20 % de la demanda real si adquiriría los productos , datos que se obtienen de la interpretación de la Pregunta N. 11, estableciendo la demanda efectiva en 5.842 conjuntos deportivos para el primer año de vida útil del proyecto

**Cuadro 28**  
**Demanda Efectiva**

<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA REAL</b>	<b>PROMEDIO DE USO</b>	<b>DEMANDA REAL EN CONJUNTOS DEPORTIVOS</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>DEMANDA EFECTIVA DE CONJUNTOS DEPORTIVOS</b>
0	3.553	2	7.106	82,20%	5.842
1	3.605	2	7.211	82,20%	5.927
2	3.658	2	7.317	82,20%	6.015
3	3.712	2	7.424	82,20%	6.103
4	3.767	2	7.534	82,20%	6.193
5	3.822	2	7.644	82,20%	6.284
6	3.878	2	7.757	82,20%	6.376
7	3.935	2	7.871	82,20%	6.470
8	3.993	2	7.986	82,20%	6.565
9	4.052	2	8.104	82,20%	6.661
10	4.111	2	8.223	82,20%	6.759

Fuente: Cuadro N. 18 y 27  
Elaboración: La Autora

## ANÁLISIS DE LA OFERTA

El análisis de la oferta es un estudio que nos permite conocer claramente cuál es la situación con respecto a la oferta del producto o servicio.

### Oferta Actual

La oferta es considerada como la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a colocar en el mercado en un tiempo y precio determinado. En este caso para el presente trabajo de investigación se toma los datos de la pregunta 1 a los oferentes donde se determina que 5 de los 6 oferentes si fabrican ropa deportiva, estableciendo que se tiene un total de 5 empresas oferentes. Para el cálculo de la oferta se toma en cuenta los datos de la pregunta 2 a los oferentes, cuadro 20 donde se pregunta cuantos conjuntos deportivos venden los oferentes, con esos datos se saca el punto de medio de la variable ( $x_m$ ), para luego multiplicar el punto medio por la frecuencia. Una vez determinado ese cálculo se multiplica por el tiempo que en este caso es doce meses, finalmente se multiplica el tiempo por la  $x_m.f$  y se procede a realizar la sumatoria del total anual, que en este caso es de 1770 conjuntos deportivos que vende la oferta como se muestra a continuación:

**Cuadro 29**

### Oferta Efectiva

VARIABLE	FRECUENCIA	$x_m$	$x_m.f$	TIEMPO	TOTAL ANUAL
De 10 a 20	1	15,5	15,5	12	186
De 21 a 30	1	25,5	25,5	12	306
De 31 a 40	3	35,5	106,5	12	1278
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>				<b>1770</b>

Fuente: Cuadro N. 22  
Elaboración: La Autora

### Proyección de la oferta

Para proyectar la cantidad ofertada se toma en cuenta la “tasa de crecimiento empresarial de la ciudad que según datos del GAD municipal es del 0,07%”<sup>42</sup>, con este dato se proyecta la oferta para los 10 años del presente proyecto.

**Cuadro 30**

#### Proyección de la oferta.

AÑOS	OFERTA ANUAL	TASA DE CRECIMIENTO
0	1.770	0,07%
1	1.771	0,07%
2	1.772	0,07%
3	1.774	0,07%
4	1.775	0,07%
5	1.776	0,07%
6	1.777	0,07%
7	1.779	0,07%
8	1.780	0,07%
9	1.781	0,07%
10	1.782	0,07%

Fuente: Cuadro N.29  
Elaboración: La Autora

### ANÁLISIS DE LA DEMANDA INSATISFECHA

La Demanda Insatisfecha se produce cuando los bienes o servicios ofertados no logran satisfacer la necesidad del mercado en calidad, cantidad o precio.

La diferencia entre la oferta y la demanda permitirá obtener resultados claves para la inclusión de una nueva empresa en el mercado, en lo correspondiente al tema en estudio la diferencia de la demanda efectiva y la oferta efectiva, permitirá conocer la oportunidad de mercado para la

<sup>42</sup> Dato obtenido del INEC

empresa Noesport Diseños En el siguiente cuadro se realiza las operaciones para determinar esta demanda.

**Cuadro 31**  
**Demanda Insatisfecha**

<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA EFECTIVA</b>	<b>Oferta Total</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>
0	5.842	1.770	4.072
1	5.927	1.771	4.156
2	6.015	1.772	4.242
3	6.103	1.774	4.329
4	6.193	1.775	4.418
5	6.284	1.776	4.507
6	6.376	1.777	4.599
7	6.470	1.779	4.691
8	6.565	1.780	4.785
9	6.661	1.781	4.880
10	6.759	1.782	4.977

**Fuente:** Cuadro 28 y 30

**Elaboración:** La Autora

## **PLAN DE COMERCIALIZACIÓN**

La Comercialización es un proceso que hace posible que el Empresario o Comerciante haga llegar el bien o servicio proveniente de su unidad productiva al consumidor o usuario, en las condiciones óptimas de lugar y tiempo.

Una vez establecida la demanda insatisfecha del producto se debe determinar las 4 P de la mercadotecnia que son: Producto, Precio, Plaza y Promoción.



## PRODUCTO:

La ropa deportiva es actualmente un producto de gran consumo y su uso va más allá de la práctica deportiva, habiéndose incorporado plenamente al mercado de la moda para uso casual o informal. Los productos que la empresa pondrá a disposición de sus clientes son:

**Cuadro 32**

<b>Nº.</b>	<b>PRODUCTO</b>
1	Blusas Lycra
2	Calentador Boto Adulto
3	Calentador Flecce niño/niña
4	Calentador Impermeable
5	Calentadores Flecce
6	Camiseta Píket
7	Chompas Artica Adulto
8	Chompas Artica Niño
9	Conjunto Exterior Uniforme
10	Conjunto Interior Uniforme
11	Conjunto Lycra Niña
12	Conjuntos Capri
13	Pantalones Lycra
14	T-shirt
15	Ternos Lycra con blusa
16	Ternos Lycra con chompa
17	VVD

**Fuente:** Noesport Diseños

**Elaboración:** La Autora

## CARACTERISTICAS DEL PRODUCTO:

Nuestros productos poseen las siguientes características:

- Nuestros productos serán elaborados para atender las necesidades de: damas, caballeros y niños. En todas las tallas.
- Posee una amplia gama de colores a escoger.
- Diseño que garantiza comodidad absoluta.

- Tanto los materiales y tecnologías empleadas proporcionan además de la estética, seguridad y comodidad al usar las prendas.

#### **COMPONENTES DEL PRODUCTO:**

**EMPAQUE:** El empaque de nuestro producto consiste en una funda plástica transparente.

**EMBALAJE:** se empleará cajas de cartón, en las ventas al por mayor.

#### **ATRIBUTOS Y CUALIDADES:**

Nuestro producto se distingue por el diseño, el acabado y la calidad de la tela empleada, que busca brindar el mayor confort a la persona que use nuestras prendas.

#### **MARCA:**

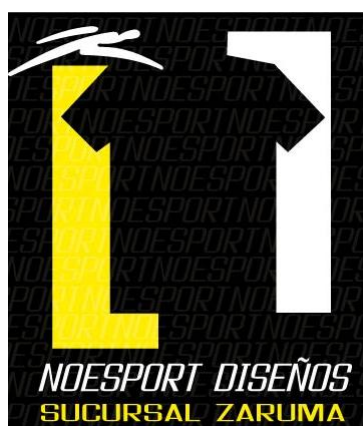
Se empleara la marca “NOESPORT” Diseños, como nombre comercial de nuestros productos.

#### **LOGOTIPO:**

Se ha creado un logotipo que permita reconocer el producto.

#### **ISOTIPO:**

**Gráfica 25**



**SLOGAN:**

Calidad y confort encuéntralo en NOESPORT...

NOESPORT... Te viste, lo demás lo pones tú...

**ETIQUETA:**

Se empleara etiquetas diseñadas específicamente para el producto en donde constará, las especificaciones del cuidado de la prenda, la marca y la talla. Será colocada con la pistola etiquetadora.

**Gráfica N. 26****Gráfica N. 27**

**PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO:** Nuestro producto será exhibido en maniqués apropiados.

**Gráfica N. 28****Gráfica N. 29**

## Precio

Para determinar el precio del producto se debe tomar en consideración dos factores: el precio de la competencia en el mercado, que es un referente para la nueva empresa para no establecer precios muy altos; lo que nos va a permitir introducir el producto en el mercado, el segundo factor que incide en el precio es, en relación a los costos de fabricación más un margen de utilidad adecuado.

## Plaza

El canal de distribución que será utilizado para las ventas se describe a continuación en el siguiente gráfico:

### Canal de Distribución

Gráfica 30



## Promoción

La promoción es sin duda una de las etapas más importantes, ya que de esta depende el posicionamiento del producto dentro del mercado, además, da a conocer al consumidor las características del mismo.

En la empresa, la promoción tiene un enfoque a corto plazo, ya que pretende conseguir el crecimiento paulatino de las ventas.

Estas son las Promociones que la empresa ofrecerá a sus clientes.

- Por apertura se ofrecerá información de los productos a ofrecerse.

- Siendo cliente frecuente tendrá información actualizada de los productos nuevos en el mercado directamente a sus e-mails.
- Crédito a 30 días a clientes Fijos, ya facturados en mes consecutivo por 6 meses.
- Los grupos de amigos, familias o grupos empresariales tendrán descuentos especiales.
- Por la elaboración de uniformes de equipos de deportes, las bandas de madrinas y cintas de capitanes son gratis.

### **Publicidad**

La publicidad es una herramienta fundamental que va a permitir difundir en el mercado los diversos aspectos de los productos, para ello se ha tomado en consideración el criterio de los Oferentes sobre los medios de comunicación más acertados, que mejor ayudan a la publicidad y que son más vistos tomando la información de la interpretación de la pregunta N. 4 de los oferentes Cuadro N. 24. Nos indican que el mejor medio a utilizar es la radio, y las redes sociales.

#### **PUBLICIDAD RADIAL:**

Se empleara medios de comunicación masivos, como son las radios de la localidad en donde se efectuara la publicidad correspondiente. La publicidad será efectuada en la radio más importante de la localidad:

- Radio Super Fuego

En horario de mayor audiencia:

- 12 am (Horario del Noticiero)
- El contenido de los anuncios radiales es el siguiente:

**Para lucir elegantes con calidad y confort usa ropa deportiva  
NOESPORT**

La empresa NOESPORT, diseños, abre su nueva sucursal en la ciudad de Zaruma. Con la finalidad de satisfacer las necesidades de todos los zarumeños, que necesitan ropa deportiva y quienes les gusta vestir a la moda, y con la comodidad que solo nuestro producto le puede brindar.

Nuestro producto está elaborado con los más altos estándares de calidad, acabados perfectos, colores a elegir y en todas las tallas a precios accesibles con grandes descuentos por lanzamiento y en compras al por mayor. Ya no busque más, lo que nosotros le ofrecemos no lo encontrará en ningún otro lugar. No espere más....la ropa deportiva que usted y su familia necesitan está en un solo lugar.

Visítenos en nuestra fábrica lo estamos esperando en:

Avda. "8 de Diciembre"

**Teléf.:** 2972840

**Horarios de atención:** 08 a.m. -12<sup>a</sup>.m. y de 15p.m. – 18p.m.

**RECUERDE:** Para nosotros es un privilegio atenderlo...

**CUADRO 33**  
**Publicidad**

CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Anuncios Radiales	Unidad	30	\$ 2,17	\$ 65,00	\$ 780,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 65,00</b>	<b>\$ 780,00</b>

**FUENTE:** Radio fuego FM

**ELABORACIÓN:** La autora

## **ESTUDIO TÉCNICO**

Este estudio permitió, 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.

Tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y costos de las operaciones pertinentes en esta área.

Uno de los resultados de este estudio preciso la función de la comercialización, para optimizar la utilización de los recursos disponibles para brindar los productos de NOESPORT Diseños. Aquí se pudo obtener la información de las necesidades de capital, mano de obra y recursos a brindarse, tanto para la puesta en marcha como para la posterior operación del proyecto.

## **TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN**

### **Tamaño del Proyecto**

El tamaño del proyecto no es otra cosa si no determinar los factores que intervienen como: demanda existente, la capacidad a instalar, la capacidad a utilizar, el abastecimiento de materia prima, la tecnología disponible, la necesidad de mano de obra, lugar de almacenamiento, etc.

Entonces en el proceso de brindar los servicios, los factores predominantes son los materiales directos y la mano de obra, que juegan un papel primordial para elaborar el producto, que en el presente caso es cumplir con las expectativas del cliente en su pedido. Se considera que la ciudad de

Zaruma cumple con todos los requerimientos que se necesita para elaborar un producto de calidad ya que posee una garantía como demanda insatisfecha, espacio para la disponibilidad o capacidad de máquinas, disponibilidad de materia prima, disponibilidad de mano de obra y lo más importante disponibilidad de condiciones para ejecutar el proyecto: como asesoría legal, medios de transporte, comunicación (internet, celular, etc.)

Definir el tamaño que tendrá el proyecto es importante por su incidencia sobre el nivel de las inversiones y del costo que se calcula, por lo tanto sobre la estimación de la rentabilidad que podría generar su implementación.

De igual manera la decisión que se toma con respecto al tamaño se hará determinando el nivel de operación, en el que permite la explicación de la estimación de los ingresos por ventas.

### **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 a la demanda a cubrir durante el periodo de vida de la empresa. Se mide en un número de unidades producidas de una determinada unidad de tiempo. Para la elaboración de un conjunto deportivo se requiere: una máquina costura recta industrial, una máquina overlock, una máquina recubridora, y 2 operarias realizando el proceso de corte, armado, planchado, revisión y empackado. Llevándose en este proceso 1 hora 15 minutos, es decir 75 minutos. Cada operaria elabora 6 conjuntos deportivos diarios, en 2 operarias serían 12 conjuntos, los cuales se



elaboran mediante el siguiente proceso de producción, una vez receptada la materia prima y elaborado los patrones procedemos de la siguiente forma:

**1. Tendido de la tela en la mesa de corte.-** se debe colocar la tela extendida sobre la mesa de corte. Tiempo requerido: 7 minutos

**2. Colocación de los patrones en la tela.-** Cuando esta la tela tendida en la mesa de corte, se procede a la colocación de los patrones sobre la tela y a marcar, con una tiza sastre. Tiempo requerido: 5 minutos.

**3. Corte de la tela.-** Una vez marcado los patrones en la tela se procede al corte de todas las piezas, con la tijera si es una pieza o con la máquina cortadora circular. Tiempo requerido: 5 minutos.

**4. Marcado de las piezas.-** Una vez que se obtiene las piezas, se procede al marcado por partes y tallas. Tiempo requerido: 5 minutos

## **5. Maquilado**

Cuando se han cortado y marcado las piezas se procede al maquilado o armado de las prendas:

Maquilado chompa

Maquilado del pantalón:

Cabe indicar que cada punto del armado es realizado en diferente máquina.

Tiempo requerido: 10 minutos.

**6. Bordado.-** Cuando la pieza de la chompa está terminada se procede a bordar en la parte delantera un motivo. Tiempo requerido: 4 minutos.

**7. Control de calidad.-** Aquí se verifica que la prenda está correctamente armada. Que tenga un acabado de calidad y un terminado perfecto. Tiempo requerido: 5 minutos.

**8. Revisión.-** Una vez terminada la prenda se procede a la revisión o corte de hilos, tanto interna como externamente. Tiempo requerido: 3 minutos.

**9. Planchado y doblado.-** Concluida la revisión se pasa al planchado de la prenda, con una tela colocada por encima para evitar crear brillo de la prenda o daño en la tela. Y se dobla las prendas. Tiempo requerido: 4 minutos.

**10. Perchado.-** Una vez planchada la prenda se procede a colocar las prendas terminadas y dobladas en las percha, ordenadas por tallas y por prenda. Tiempo requerido: 2 minutos

**11. Etiquetado.-** Se toma las piezas de la percha y se le coloca la etiqueta donde consta la talla, datos de la empresa y cuidado de la prenda; en la unión de las costuras del delantero y la capucha o en la costura de unión del cierre, con la pistola etiquetadora. Tiempo requerido: 2 minutos

**12. Control de calidad.-** En esta parte nuevamente se procede a un control de calidad, para cerciorarse que la prenda tenga la mejor calidad de presentación y terminados, ya que es una política de la empresa mantener una alta calidad. Tiempo requerido: 5 minutos.

**13. Empacado.-** Una vez cumplido el control de calidad, se empaca la prenda en una funda plástica, del tamaño y dimensiones adecuadas a la prenda y se la cierra con cinta adhesiva transparente. Tiempo requerido: 8 minutos.

**14. Almacenamiento.-** Cuando las prendas están ya empacadas se procede al último paso que es almacenar las prendas en la bodega para su posterior distribución. Tiempo requerido: 10 minutos

**TIEMPO TOTAL DE LA ELABORACIÓN: 75 MINUTOS.**

12 conjuntos diarios x 22 días laborables al mes = 264 conjuntos por mes.

264 conjuntos al mes x 12 meses del año= 3.168 conjuntos anuales. Esta cantidad de conjuntos deportivos se logrará elaborar trabajando con todos los recursos de la planta productiva.

El procedimiento a continuación:

**Cuadro 34**

<b>CAPACIDAD INSTALADA</b>			
<b>Año</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>	<b>Capacidad Instalada de la Planta</b>	<b>% de Participación en el mercado</b>
0	4.072	3.168	78%

Fuente: Cuadro N. 31

Elaboración: La Autora.

Se debe tener en cuenta que una empresa en realidad no utiliza el 100% de su capacidad debido a imprevistos como la reparación de maquinaria, falta de energía eléctrica, días festivos, etc.

### Capacidad Utilizada de la Planta

Para el cálculo de la capacidad utilizada se ha tomado el 75% de la capacidad instalada por razones de introducción al mercado, luego de ellos se incrementará el 5% cada dos años hasta llegar al 95% en el año 9 y 10.

**Cuadro 35**

#### CAPACIDAD UTILIZADA

Años	CAPACIDAD INSTALADA	%	CAPACIDAD UTILIZADA
1	3.168	75%	2.376
2	3.168	75%	2.376
3	3.168	80%	2.534
4	3.168	80%	2.534
5	3.168	85%	2.693
6	3.168	85%	2.693
7	3.168	90%	2.851
8	3.168	90%	2.851
9	3.168	95%	3.010
10	3.168	95%	3.010

**Fuente:** Cuadro N. 34

**Elaboración:** La Autora

### Localización de la Planta

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

La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en gran medida a que se logre la máxima rentabilidad sobre el capital y obtener el costo unitario mínimo.

Además, para la localización del proyecto se consideró algunos factores como: lugar, mano de obra, disponibilidad de terrero, servicio básicos, aspectos legales, entre otros

La Sucursal estará ubicada en un lugar estratégico que reúne las condiciones necesarias para su ubicación, como:

- **Red Vial:** Fácil Acceso.
- **Agua Potable:** Suministrada por GAD Municipal del Cantón de Zaruma.
- **Luz:** Proporcionada por CNEL.
- **Teléfono:** Cuenta con redes telefónicas por parte de la empresa CNT y el servicio de telefonía celular de Claro y Movistar
- **Internet:** Cuenta con varios proveedores entre los principales CNT, Claro y Movistar.

Para tal resultado se requirió hacer una macro localización y micro localización, lo que indicara el sitio específico donde se instalara la planta.

### **Macro Localización**

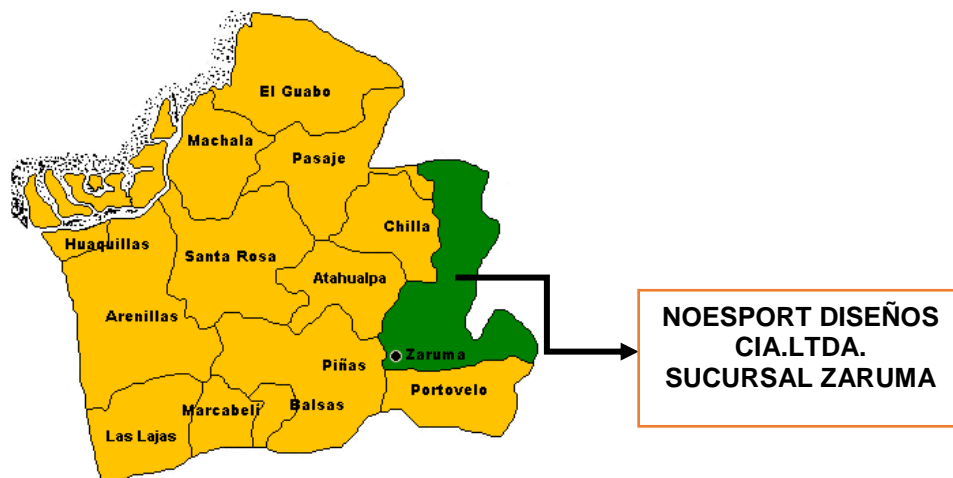
La Empresa estará ubicada en: País Ecuador, Provincia de El Oro, Cantón Zaruma, además cuenta con mano de obra, infraestructura física y de servicios.

Datos y Ubicación Geográfica de la Ciudad de Zaruma.

- **Región:** Costa
- **Provincia:** El Oro

- **Cabecera Cantonal:** Zaruma
- **Latitud:** -3.68333
- **Longitud:** -79.6167
- **Clima:** 23 °C
- **Altura:** 1.200 metros.
- **Límites:** Limita al norte con la provincia del Azuay, al sur con el cantón Piñas, al este con la provincia de Loja y al oeste con los cantones Piñas, Chilla y Atahualpa.
- **Población:** 24.097 habitantes.
- **Fundación:** 8 de Diciembre de 1595
- **Independencia:** 26 de noviembre de 1820
- **Alcalde:** Ing. Jhansy López Jumbo
- **Código postal:** EC 120150
- **Prefijo telefónico:** 593 7
- **Moneda:** Dólar Americano
- **Idiomas:** Español.
- **Distancia a (Guayaquil):** 249 km. aprox.
- **Distancia a (Quito):** 592.9 km. aprox.

Gráfica 31



Fuente: Imagen, pagina web.  
Elaboración: La Autora.

### Micro Localización

Define específicamente la ubicación, mediante calles y lugares exactos del área de servicio y del lugar donde se distribuirá el producto.

La empresa estará ubicada en:

**País:** Suroeste Ecuatoriano

**Provincia:** El Oro

**Cantón:** Zaruma

**Sector:** Avda. "8 de Diciembre"

### Factores para determinar la micro localización del proyecto

Dentro de los factores que se analizaron para escoger la localización de la planta y oficinas de la Empresa "NOESPORT DISEÑOS CIA. LTDA." se tomó en consideración el sector, que otorga la facilidad del servicio, además de la influencia de transporte, tomando en cuenta el presupuesto para el funcionamiento de la empresa.

Los demás factores fueron la disponibilidad de mano de obra y la seguridad en el sector. Con estas aclaraciones se presenta una matriz en donde se evalúa la micro localización la misma que se demuestra a continuación en el siguiente cuadro:

**CUADRO 36**

**PONDERACIÓN DE FACTORES DE LOCALIZACIÓN**

NÚMERO	FACTORES	Ponderación	A	Puntuación	B	Puntuación	C	Puntuación
			ENTRADA A LA CIUDAD		CENTRO DE LA CIUDAD		SECTOR OCCIDENTAL	
1	Ubicación Geográfica Estratégica	0.25	9	2.25	5	1.25	8	2
2	Transporte Público	0.10	9	0.90	9	0.90	5	0.50
3	Costo de Arrendamiento	0.10	8	0.80	5	0.5	8	0.80
4	Servicios Básicos	0.15	9	1.35	9	1.35	9	1.35
5	Cercanía de la empresas e instituciones	0.10	7	0.70	9	0.90	6	0.6
6	Materia Prima e insumos	0.30	9	2.70	7	2.10	7	2.10
<b>TOTAL</b>		1.00		<b>8.7</b>		<b>7</b>		<b>7.35</b>

**Elaboración:** La Autora

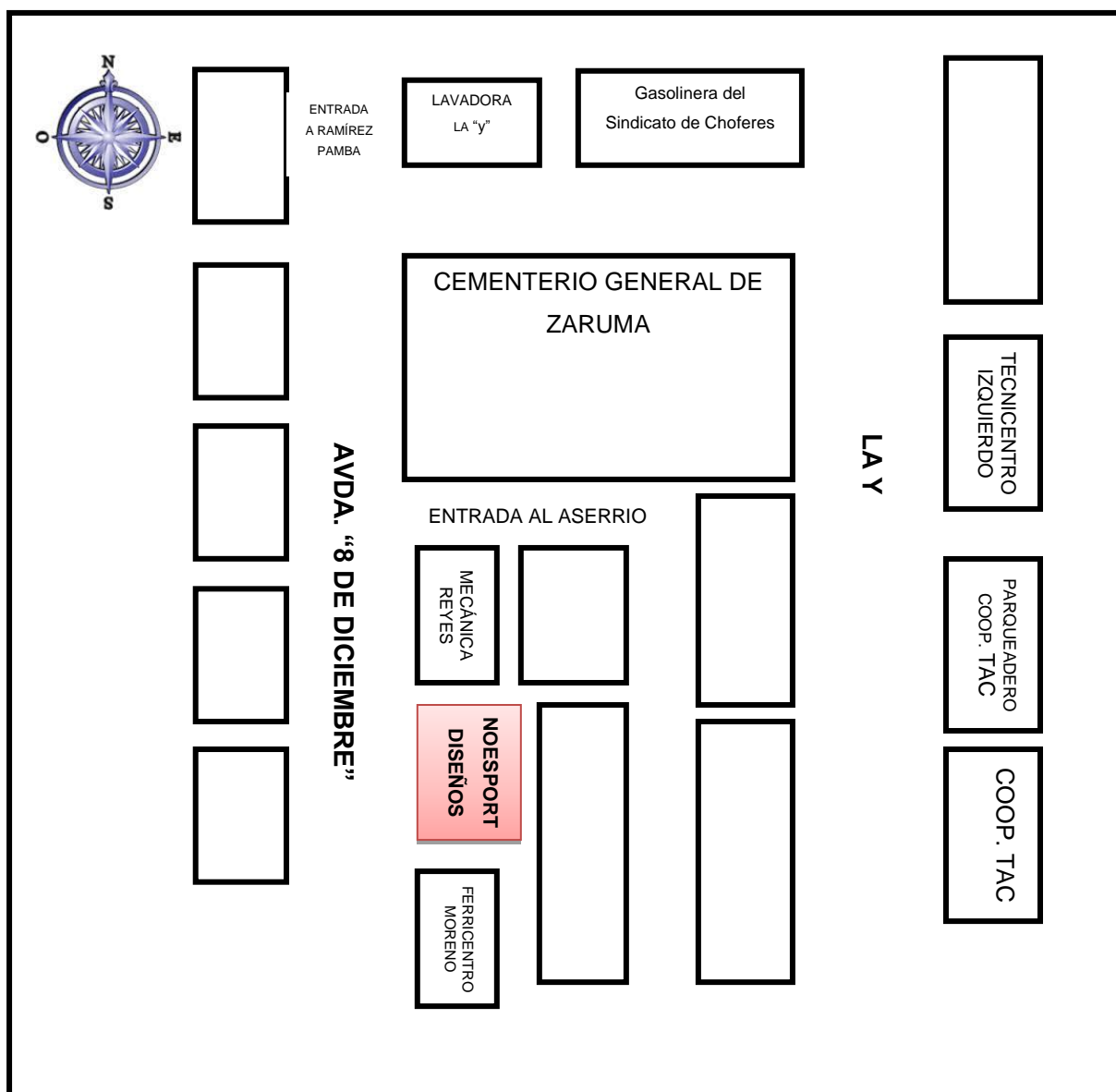
De acuerdo a los resultados obtenidos considerando los sectores: Entrada a la ciudad de Zaruma, centro de la ciudad y el Sector Occidental, se determina que el sector de la Entrada a la ciudad, con una puntuación de



8.7; es el sitio más adecuado para la instalación de la empresa, el cual se especifica en el siguiente croquis:

**Micro localización**

**Gráfica 32**



## **INGENIERÍA DEL PROYECTO**

Esta parte del estudio tiene como función el acoplar los recursos físicos para los requerimientos óptimos que se necesitan para la elaboración del producto, tiene que ver fundamentalmente con el equipamiento y las características del producto de la empresa. El objetivo de este estudio es dar solución a todo lo relacionado con: instalación, y funcionamiento de la planta, indicando el proceso, como la maquinaria y equipo necesario que será detallado en el estudio Financiero. De igual modo se estudió en esta parte del proyecto la incidencia que en el producto va a tener, el proceso de administración y ventas, en base a las políticas diseñadas en la parte del estudio de mercado que corresponde a comercialización.

### **Generalidades del Proceso de Producción:**

El proceso de producción para la elaboración de un conjunto deportivo esta detallado y especificado en el proceso productivo que a continuación exponemos:

### **Descripción del Proceso:**

El proceso de confección está basado principalmente en el uso de materia prima de excelente calidad y la confección realizada con un acabado perfecto, que garantiza una prenda de calidad, durabilidad, belleza y comodidad.

Materia Prima Directa: tela, hilo, cierres, elástico, reatas, etc.

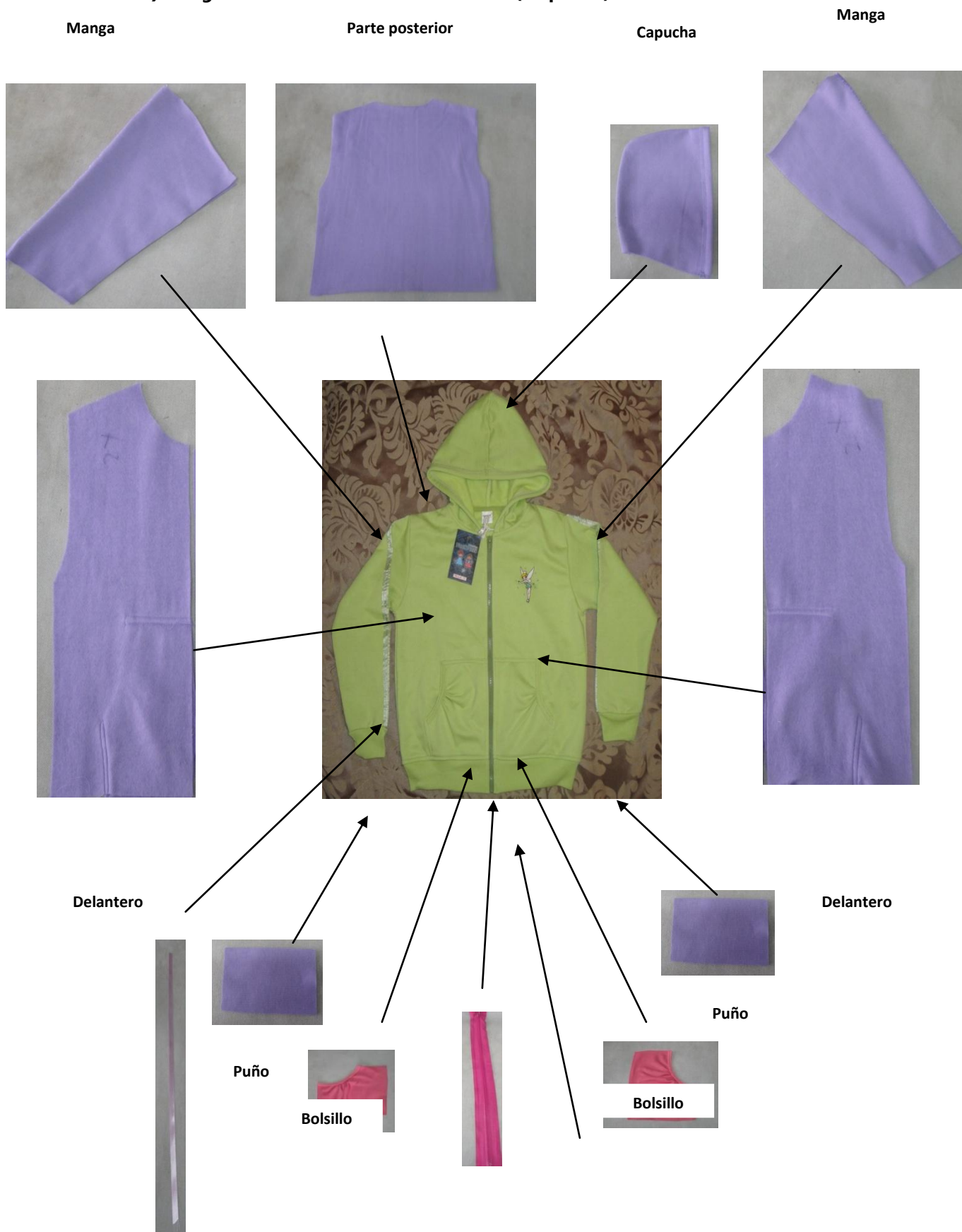
Materia prima indirecta: cordones, cintas, etc

**DIAGRAMA DEL PROCESO**

**Gráfica 33**

- **Diseño del producto y del proceso productivo:**

**a) Diagrama del ensamble del Producto: (en partes)**



**Gráfica 34**

Cinta decorativa

Cierre

Faja parte baja

Elástico reforzado



4 piezas para el pantalón

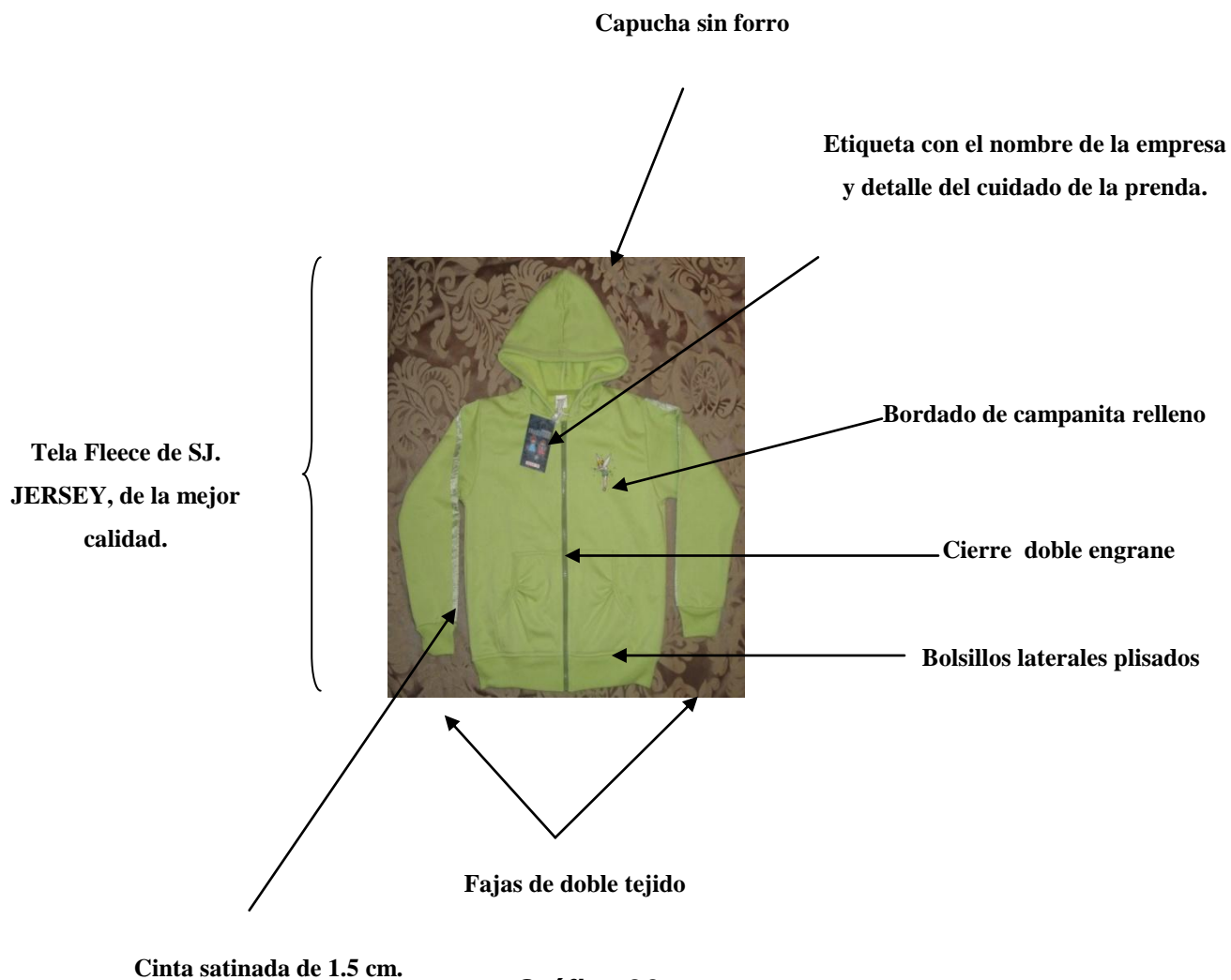


Cinta decorativa

## Diseño del Diagrama del producto terminado (Ensamblado y armado)

**Gráfica 35**

### Especificaciones Técnicas



**Gráfica 36**



Cinta satinada de 1.5 cm.

Cuadro 37

**DIAGRAMA DEL PROCESO PRODUCTIVO DE UN CONJUNTO DEPORTIVO**

FASES	OPERACION	INSPECCION REVISION Y CONTROL	OPERACION E INSPECCION	ESPERA	TRANSPORTE	ALMACENAMIENTO	FUNCIONARIOS	DESCRIPCION DEL PROCESO (ACTIVIDADES)	DISTANCIA (METROS)	TIEMPO (MINUTOS)
1	●						OP 1	Tendido de la tela en la mesa de corte	2	7
2	●						OP 1	Colocación de los patrones en la tela	0	5
3	●						OP 1	Corte de la tela	0	5
4	●						OP 2	Marcado de la piezas	0	5
5					→		OP 2	Traslado al área de armado de la piezas cortadas	8	1
6	●						OP 1	Maquilado	2	10
7	●						B	Bordado	2	4
8		■					OP 1	Control de calidad	0	3
9					→		OP 2	Traslado al área de revisión y planchado	3	1
10		■					OP 1	Revisión	0	3
11	●						OP 2	Planchado y doblado	0	4
12						▼	OP 1	Perchado	0	2
13	●						OP 2	Etiquetado	1	2
14		■					OP 2	Control de calidad	1	5
15	●						OP 1	Empacado	0	8
16						▼	OP 2	Almacenamiento	4	10
	12	3	0	0	2	3	9	<b>TOTALES:</b>	30	75

**Simbología:**

- OP 1 = Operaria 1
- OP 2 = Operaria 2
- B = Bordador

## MATERIA PRIMA Y MATERIALES

**Grafica 37**



**Rollos de tela fleece de varios**

**Grafica 38**



**Hilos al color de la tela.**

**Grafica 39**



**Cintas para decoración**

**Grafica 40**



**Cierres**

**Grafica 41**



**Elástico reforzado ancho**

**Grafica 42**



**Etiqueta**

**Grafica 43**



**Etiquetas de talla**

**Grafica 44**



**Cordón elasticado**

**Grafica 45**



**Reata**

**Grafica 46**



**Mesas de corte**



**Grafica 47**



**Corta hilos**

**Grafica 48**



**Tijeras**

**Grafica 49**



**Pistola etiquetadora**

**Grafica 50**



**Fundas plásticas**

**Grafica 51**



**Cinta scotch**

### **Distribución de las Instalaciones**

La distribución del área física como de la maquinaria y equipo debe brindar la condición óptimas de trabajo, haciendo más económica la operación de la planta, cuidando además las condiciones de seguridad industrial.

Para implementar esta empresa, se requiere una serie de características que permitan el proceso adecuado y que no haya interrupciones y exista continuidad como: Control, Movilización, Distancia, Seguridad, Espacio, Flexibilidad y Globalidad este último punto permite la integración de todas las características antes mencionadas en un mismo ambiente.

La distribución se realizará de acuerdo a las necesidades operativas y técnicas, donde constara el área de administración, servicio y esparcimiento.

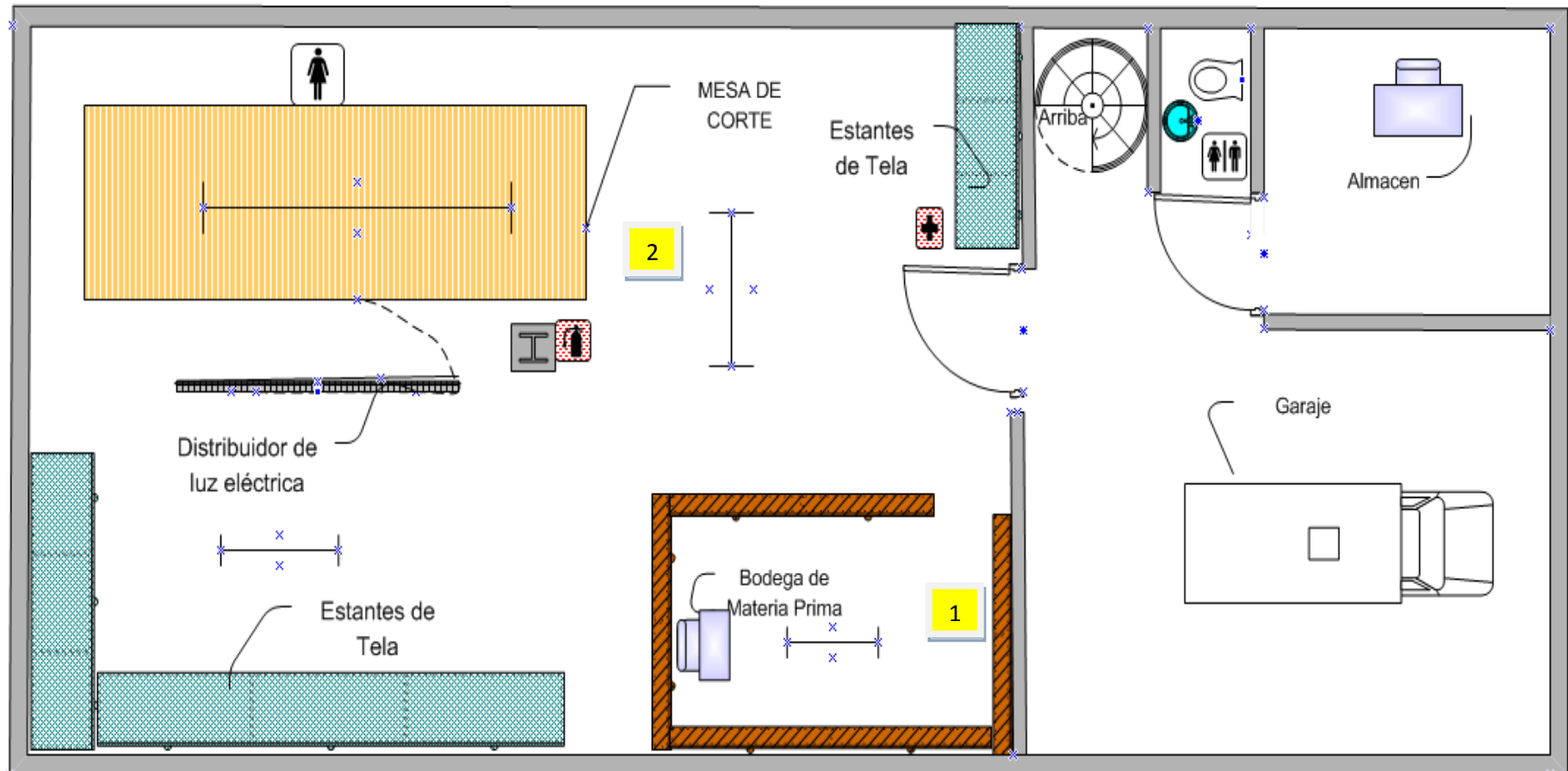
En el siguiente gráfico podemos observar la distribución de las instalaciones, que la empresa debe tomar en cuenta para su implementación:

#### **DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA (5 secciones):**

El taller está distribuido de la siguiente forma:

**PARTE BAJA**

**Grafica 52**



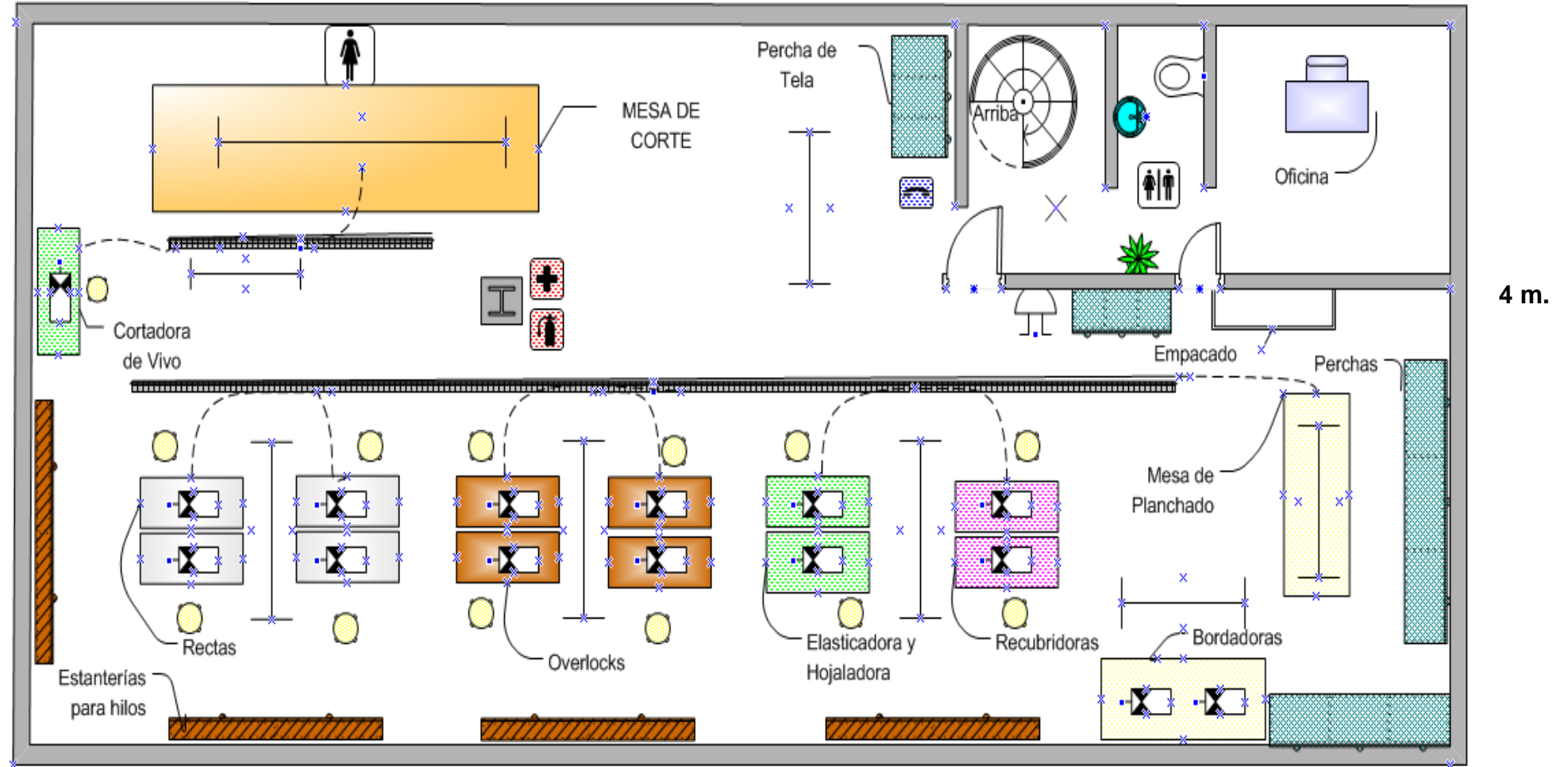
4 m.

ELABORACION: La Autora

9 m.

Gráfica 53

**PARTE ALTA**



ELABORACION: La Autora

9 m.

**Maquinaria:** Principal activo para la producción de la ropa deportiva y se necesitaran 5 máquinas en el presente proyecto, a continuación sus especificaciones:

#### **Gráfica 54**

#### **Máquina Costura Recta Industrial**



**Fuente:** INDEXCORP CIA.  
LTDA **Elaboración:** La autora

La máquina Recta Industrial Juki, es una máquina de costura pespunte, es usada en todo tipo de tela, al ser una maquina universal su uso se da de acuerdo al modelo, por ejemplo, en el modelo pesado se aplica para la confección de Jean, ropa de trabajo, etc. en el modelo estándar se aplica a tela liviana o en prendas como polos, camisas, etc.

- Sistema Semipesado
- Lubricación automática.
- Velocidad 5000 a 6000 ppm.
- Armada con motor, estante y tablero.
- Alto rendimiento en trabajos largos y continuos.

- Regulador de puntada.
- Totalmente metálica.
- Silenciosa con muy bajo nivel de vibración.

### Gráfica 55

#### Máquina Overlock Industrial



Fuente: INDEXCORP CIA.  
LTDA Elaboración: La autora

La máquina Overlock industrial SIRUBA, es una máquina esencial para cerrado de camisetas, blusas, pantalones e hilvanes decorativos. Puede además usarse para pegar vivos y para bordear ciertas prendas.

- Para materiales livianos, intermedios y pesados.
- 7000 rpm
- Lubricación automática
- Puntada de seguridad (Solo en 5 hilos)
- Mínima vibración
- Equipada con mueble completo
- Procedencia: Japón

### Gráfica 56

#### Máquina Recubridora Industrial



Fuente: INDEXCORP CIA.  
LTDA Elaboración: La autora

La máquina Recubridora industrial es necesaria para costuras de hilvanes en prendas, además de pegado de collarete con el uso de un folder adicional.

- Recubridora 3 agujas; 5 hilos
- Recubrimiento superior e inferior
- Para sistema plano y de collarete
- Óptima para hilvanes y acabados
- Lubricación automática
- 6000 ppm. Equipada con mueble completo
- Procedencia: Japón

### Gráfica 57

#### Plancha Industrial



Fuente: INDEXCORP CIA.  
LTDA Elaboración: La autora

**EQUIPO:** Unidad de planchado a vapor

**MARCA:** SILVER STAR, PROFESIONAL

**MODELO:** ES-85AF

**ORIGEN:** KOREA

- Tanque de almacenamiento para dos horas de emisión de vapor por llenado.
- Unidad de calentamiento de 110 V. y 1000 W.
- Equipo de diseño compacto.
- Termostato de control de temperatura.
- Modelo ES-85AF, ideal para uso en Lavanderías, Boutiques, hoteles, talleres de confección, etc.
- Este equipo le sirve para planchar todo tipo de ropa: Camisas, pantalones, cortinas, vestidos, sábanas, manteles, etc.
- No deja brillo, ni destiñe las prendas.

### **Gráfico 58**

#### **Cortadora Circular**



**Fuente:** INDEXCORP CIA. LTDA  
**Elaboración:** La autora



Cortadora de cuchilla recta de 10 pulgadas con sistema de afiladores automáticos.

- Capacidad de corte de 21.5cm
- 220 volts
- Ideal para materiales pesados
- Modelo: 627X-10T-BRUTE
- Marca: EASTMAN

**Equipos de computación:** En el cual la computadora de escritorio es la herramienta de trabajo por excelencia; se trata de un elemento muy importante para la marcha de un negocio. El uso que se hace de las computadoras de escritorio está relacionado normalmente con las tareas productivas y administrativas.

**Cuadro 38**

DESCRIPCIÓN	LENOVO H520S
CPU	3° generación Intel® Core™ i7-3770 (3.4 GHz)
Sistema operativo	Windows 8 64-bit
Memoria	4 GB y 8 GB (DDR3)
Gráficos	Intel® HD 4000 (integrados)
Dimensiones	105 x 360 x 305 mm (4,1 x 14,2 x 12")
Peso	7,9 kg (7,89 kg.)
Puertos de entrada y salida	6 puertos USB 2.0 2 puertos USB 3.0 (Opcional) Lector de tarjetas 7 en 1 (SD, SDHC, SDXC, MS, MS Pro, MMC, MMC Plus) Entrada para auriculares Entrada para micrófono VGA HDMI
Almacenamiento	Disco duro de 1 TB, 2 TB (7200 rpm)
Conectividad	LAN: 10/100/1,000M (Conector RJ-45)
Características de seguridad	Sistema de recuperación OneKey™ Rescue

**Fuente:** Comisariato del Computador

**Elaboración:** La Autora.

**Equipos e insumos de oficina:** Se trata del conjunto de máquinas y dispositivos que se necesitan para llevar a cabo tareas propias de una oficina. En la actualidad, el equipo de oficina suele estar compuesto por:

**Cuadro 39**

Equipo de oficina	
Teléfonos	grapadoras
perforadoras	calculadora

**Fuente:** Comisariato del Computador

**Elaboración:** La Autora.

A su vez también se necesita de los insumos de oficina que es la parte física de las gestiones que se hacen como:

**Cuadro 40**

Insumos de oficina	
Hojas	Grapas
Carpetas de Archivo	Esferográficos
Resmas de Papel	Tinta de Impresora.

**Fuente:** Bazar Lolita.

**Elaboración:** La Autora.

**Muebles y enseres:** los muebles y enseres que requerirá la empresa para pleno funcionamiento, son los siguientes:

Cuadro 41

Muebles y Enseres	
Activos	Especificaciones.
Escritorio y Muebles para máquinas de coser	Escritorio ejecutivo de moderno diseño con regatones para ajuste de altura, Cubierta de melanina resistente a rayones y quemaduras, con estructura metálica. Medidas: Frente: 1.84, fondo: 0.92, alto: 0.75 mts Muebles para máquina de coser Integran su centro de costura con una mesa a la perfección, quedado una superficie completamente plana para poder coser, bordar o acolchar con total libertad y comodidad.
Sillón tipo Gerente	Sillón Gerencial construido sobre Estructura monocasco de madera prensada de 15mm, tapizado a elección en tela o vinílico, Goma espuma de alta densidad, costuras manuales en hilo de 2mm, Brazos de PVC anatómicos con centro en acero, sistema neumático basculante con alma de acero.
Sillas para operarias	Brazos ajustables en altura, Posición y giro pivotante. Cilindro neumático para graduación de altura del asiento con bloqueo de Ángulo e inclinación (Pivote). Ajuste del respaldo lumbar.
Mesa para trazado y corte	Necesarias para apoyar, son metálicas, de 3 x 5 básicas para elaborar y confeccionar
Sillas de metal y plásticas, gavetas plásticas, perchas grandes y pequeñas, basureros, maniqués, archivador.	

**Elaboración:** La Autora

**Fuente:** Decormueble

**Materia prima:** Activo o Capital de trabajo necesario para la producción.

Para el iniciar las actividades de producción es necesario la siguiente materia prima:

**Cuadro 42**

<b>MATERIA PRIMA DIRECTA</b>
Tela
Reata
Hilo
Cierre 70 cm
Elástico
Etiqueta tallas

**Fuente:** SJERSEY  
**Elaboración:** La Autora

**Materia Prima Indirecta:** Se considera que para la producción se requerirán igualmente d otras insumos tales como:

**Cuadro 43**

<b>MATERIA PRIMA INDIRECTA</b>
Etiquetas de cartón
Pasadores para etiquetas
Tiza de sastre -caja
Cartulina
Funda de empaçar

**Fuente:** Almacenes la Fiesta  
**Elaboración:** La Autora

**Requerimientos de talento humano Mano de Obra Directa e Indirecta:**

Sin duda lo que hace grande a una empresa es su recurso humano y para

comenzar con este gran reto se necesita de 2 operarias técnicas, especializadas en Confección que serán las encargadas de realizar las prendas de vestir.

**Talento humano para el área administrativa:** Finalmente el recurso humano no solo se lo emplea en el área productiva sino también en el área administrativa para que la empresa tenga una correcta dirección necesitaremos el siguiente personal: Gerente, Secretaria-Contadora y vendedor.

### **ESTUDIO ADMINISTRATIVO**

El estudio administrativo pretende establecer los aspectos relacionados con la organización legal y administrativa de la empresa.

NOESPORT Diseños pretende cumplir con todos los requisitos legales necesarios para poder iniciar las operaciones, como una empresa legalmente constituida de la Ciudad de Zaruma, Provincia de El Oro.

### **Organización Legal de la Empresa**

Es la forma legal que adquirirá la empresa al momento de constituirse, de acuerdo a lo que dispone la Constitución de la República, la Ley de Compañías y las demás Leyes y Reglamentos respectivos.

NOESPORT Diseños, se constituirá legalmente cumpliendo con todas las normas legales establecidas en el país, cumpliendo con los permisos de funcionamiento emitidos por las instituciones correspondientes.

Para la implementación de la empresa, se adoptará la forma jurídica de Compañía de Responsabilidad Limitada, cuyo capital es aportado por el accionista. Para que una empresa se constituya legalmente la

Superintendencia de Compañías exige el cumplimiento de los siguientes requisitos:

- **Razón Social:** La empresa se la reconocerá como “**NOESPORT Diseños CIA. LTDA.**”
- **Objetivo:** El objetivo principal de la empresa es elaboración de prendas de vestir deportivas tanto para damas, caballeros y niños de todas las edades.
- **Domicilio:** estará ubicado en la Ciudad de Zaruma.
- **Nacionalidad:** La empresa será de nacionalidad Ecuatoriana, por tanto está sujeta a las leyes vigentes en el Ecuador y a los estatutos que se elaboren dentro de ella.
- **Duración:** El plazo de duración será constituida por el lapso de diez años a partir de su fecha de inscripción.
- **Capital:** La empresa estará conformada por accionistas, las cuales en base a la necesidad de inversión del proyecto, establecerán el monto individual de sus aportaciones; y, con ello, el capital social.

#### **Derecho de los Socios.**

Los socios tendrán los siguientes derechos:

- Intervenir en las decisiones y deliberaciones de la compañía.
- Percibir los beneficios que le correspondan de acuerdo a su participación en el capital social pagado.
- No puede obligárseles a incrementar su participación social.
- Puede pedir la revocatoria de la designación del gerente.

- Puede convocar a la junta general en base a lo dispuesto por la ley de Compañías.

### **Obligaciones de los Socios**

- Las obligaciones de los socios en este tipo de compañía, entre otras, son las siguientes:
- Pagar a la empresa la participación suscrita.
- Cumplir con los deberes impuestos por el contrato social.
- No injerir en los actos administrativos de la compañía.

### **Filosofía empresarial:**

**Misión:** Ser una institución líder, sólida, y competitiva a nivel local, provincial y regional; ofreciendo productos de calidad que satisfagan las expectativas de clientes, socios y de la comunidad en forma ágil y oportuna; con tecnología de punta, contribuyendo así al desarrollo económico y social de los mismos.

**Visión:** NOESPORT Diseños, anhela ser una de las mejores empresas textiles, que ofrezca la mayor calidad en la confección de ropa deportiva para damas, caballeros y niños, con los mejores precios para la satisfacción de sus clientes, haciendo conocer la marca a toda la región sur de nuestro país, fomentando el respeto, confianza y capacitación de su personal para lograr el desarrollo de la empresa mediante un compromiso permanente con la comunidad.

**Principios institucionales:** NOESPORT Diseños es una entidad encaminada a brindar servicios y colaborar con el desarrollo de la comunidad, teniendo como objetivos generales los siguientes:

- ✓ Mejorar y ampliar la cobertura de servicios de manera paralela al mejoramiento de la Empresa con el aporte de la comunidad (brindando puestos de trabajo).
- ✓ Elaborar y ejecutar actividades de responsabilidad social en forma democrática, participativa y equitativa.
- ✓ Planificar el desarrollo sostenido y sustentado de la empresa.
- ✓ Reconocer cualitativa y cuantitativamente el beneficio de resultados para mantener un clima laboral saludable.
- ✓ Diseñar políticas de desarrollo integral del recurso humano de la empresa.
- ✓ Fomentar en el recurso humano actitudes orientadas a la excelencia y de comprometimiento con los fines de la empresa.
- ✓ Dotar de personal calificado y desarrollar sus competencias.
- ✓ Armonizar los proyectos de recursos humanos, con los planes y programas.
- ✓ Contar con una base legal actualizada y aplicable.
- ✓ Administrar los recursos con eficiencia bajo principios de necesidad, optimización y austeridad.

**Valores institucionales:**

- ✓ Honestidad
- ✓ Honradez
- ✓ Trabajo
- ✓ Responsabilidad
- ✓ Empatía



- ✓ Solidaridad
- ✓ Respeto

## **MINUTA DE CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA NOESPORT DISEÑOS SUCURSAL ZARUMA**

Señor Notario Público de esta Ciudad Sírvasse Usted extender, en su Registro de Escrituras Públicas una de Constitución de una Empresa Individual de Responsabilidad Limitada, a la Sra. Gloria Sofía Macas Apolo con número de Cedula N° 0703738146, soltera, domiciliada en Zaruma, en los términos siguientes:

**Primera.-** Gloria Sofía Macas Apolo se compromete a constituir una Empresa Individual de Responsabilidad Limitada al amparo del Decreto ley N° 21621, sus modificatorias y complementarias, para dedicarse a la elaboración de prendas deportivas para damas y caballeros, la que se denominará NOESPORT DISEÑOS SUCURSAL ZARUMA

**Segunda.-** La Empresa NOESPORT DISEÑOS SUCURSAL ZARUMA, se registrará por los siguientes:

### **ESTATUTO CAPITULO PRIMERO DETERMINACION, OBJETO, DURACION Y DOMICILIO DE LA EMPRESA**

**Artículo Primero.-** La denominación de la Empresa que por esta escritura se constituye es NOESPORT DISEÑOS SUCURSAL ZARUMA, cuya Titular es la Señorita Gloria Sofía Macas Apolo.

**Artículo Segundo.-** El objeto de la Empresa es dedicarse a la a la elaboración de prendas deportivas para damas y caballeros, pudiendo

celebrar contratos. **Artículo Tercero.-** La Empresa tendrá una duración de diez años, con las limitaciones que señala la Ley al inscribirse en el Registro Mercantil esta Escritura, los actos y contratos celebrados en su nombre antes de que aquella se inscriba en los Registro Públicos será reconocidos como válidos y ratificados al adquirir la Empresa su personalidad jurídica plena.

**Artículo Cuarto.-** El domicilio de la Empresa se fija en la ciudad de Zaruma, pudiendo establecer sucursales en cualquier lugar del país.

## **CAPITULO SEGUNDO DEL CAPITAL DE LA EMPRESA, DE LOS EFECTOS DEL APORTE Y DE LA RESPONSABILIDAD DEL TITULAR**

**Artículo Quinto.-** el capital de la Empresa es de 16.099,75 dólares americanos totalmente pagado y aportado por el titular en efectivo.

**Artículo Sexto.-** Dicha suma de dinero, queda en consecuencia, transferida a favor de la Empresa en forma definitiva, como capital de la misma, desde la fecha de otorgamiento de este instrumento la Empresa reconoce a favor de Gloria Sofía Macas Apolo el derecho sobre ese dinero y los beneficios netos que se obtendrán en los ejercicios sucesivos.

**Artículo Séptimo.-** La responsabilidad del Titular queda limitada exclusivamente al capital aportado a la Empresa. El titular responderá personalmente ante los acreedores de la Empresa con sus demás bienes, propios o comunes, sino en los casos que determinan la Ley.

## **CAPITULO TERCERO DE LOS ORGANOS DE LA EMPRESA**

**Artículo Octavo.-** Son órganos de la Empresa:

- a) El Titular
- b) La Gerencia

**Artículo noveno.-** El titular es el órgano máximo de la Empresa y tiene a su cargo la decisión sobre los bienes y actividades de ésta. Corresponde al titular:

- a) Aprobar o desaprobar las cuentas y el balance general de cada ejercicio;
- b) Disponer la aplicación de los beneficios netos luego de efectuar la cobertura de la participación de los trabajadores y de las reservas y provisiones legales;
- c) Designar y sustituir Gerente Apoderados, así como los liquidadores, otorgándoles los poderes requeridos para el cumplimiento de sus funciones;
- d) Modificar la Escritura de Constitución de la Empresa, aumentar el capítulo reducirlo, transportar, funcionar, disolver y liquidar la Empresa;
- e) Decidir sobre los demás asuntos que requiera el interés de la Empresa o que la Ley señale.

**Artículo Décimo.-** El titular responderá personalmente ante terceros en forma limitada:

- a) Cuando no se designe al representante legal de la Empresa;

b) Si hubiera efectuado retiros del patrimonio de la Empresa o no correspondan a beneficios debidamente comprobados,

c) Si producida un pérdida del cincuenta por ciento o más del capital y transcurrido un ejercicio económico persistiera tal situación sin haberse compensado el desmedro, y no se hubiera dispuesto la reducción del capital o la disolución de la Empresa.

**Artículo Undécimo.-** La Gerencia es el órgano administrativo de la Empresa y tiene la representación legal de la misma. Gerencia será desempeñada por una persona natural o por varias con capacidad para contratar, las que se señalaran por el Titular, quien les conferirá los mandatos, generales o especiales, que estimaré convenientes.

**Artículo Duodécimo.-** El cargo de Gerente es personal e indelegable y de duración indeterminada, el nombramiento puede ser revocado en cualquier momento por el cargo concluye, además por renuncia, por muerte, por enfermedad que lo imposibilite para ejercerlo y por incapacidad civil del Gerente.

**Artículo Decimos Tercero.-** Corresponde al Gerente:

a) Organizar el régimen interno de la Empresa contratando al personal necesario, fijándose sus remuneraciones y dar por terminado sus servicios;

b) Realizar los actos y celebrar los contratos que fueran necesarios para el cumplimiento de los fines de la Empresa;

c) Representar a la Empresa, judicialmente y extrajudicialmente;

d) Velar por la existencia, regularidad y veracidad de los libros y registros contables, formulando en su oportunidad las cuentas y el balance general. e) Dar cuenta al Titular, periódicamente de la marcha de la Empresa.

e) Ejercer las demás atribuciones que le señalen la Ley o le confiere el Titular.

**Artículo Décimo Cuarto.-** El Gerente responderá personalmente ante el Titular y ante terceros por los daños y perjuicios que ocasione por el incumplimiento de sus deberes; siendo particularmente responsable por la conservación de los bienes de la Empresa consignados en los inventarios, así como los fondos de la misma y en general, del patrimonio de la Empresa, así como por ejemplo indebido de los recursos de la Empresa en negocios distintos a su objeto. El Titular será solidariamente responsable por el gerente por los actos infractores de la Ley que practique este y que constan de Acta, si no lo impugna judicialmente. Dentro de los quince días de asentada el Acta, salvo que acredite no haber podido conocerlos en su oportunidad. Las acciones de responsabilidad contra el Gerente prescriben a los dos años a partir de la comisión del acto que les dio lugar.

**Artículo Décimo Quinto.-** Las decisiones del titular referentes a los asuntos que se indicada en el artículo 9º y 13º de estos Estatutos y a las demás que sea necesario dejar constancia, se asentarán en un libro de Actas legalizado conforme a Ley.

En cada acto se anotará el lugar, la fecha y hora en que asienta el Acta tiene fuerza legal desde el momento de suscripción. Artículo Decimos Sexto.- El

nombramiento y remoción del Gerente y demás apoderados se hará por el Titular por Acta en la que constarán las facultades que se le confieren. Copia legalizada notarialmente de dicha Acta servirá para él título para su inscripción en el registro Mercantil conforme al Artículo 46º de Decreto Ley N° 21621.

#### **CAPITULO CUARTO DE LA MODIFICACION DE LA ESCRITURA DE CONSTITUCION Y DEL AUMENTO Y REDUCCION DEL CAPITAL**

**Artículo Décimo Séptimo,-** En cualquier tiempo puede el Titular modificar los términos de la escritura de constitución de la Empresa aumentar o reducir el capital, siguiendo en cada caso los procedimientos establecidos por Decreto Ley N°21621

#### **CAPITULO QUINTO DEL BALANCE Y DISTRIBUCION DE LOS BENEFICIOS**

**Artículo Décimo Octavo.-** Dentro del plazo máximo de 80 días contados a partir de la fecha de cierre del ejercicio económico anual, el gerente deberá presentar al Titular al Balance General y las cuentas, no importa la liberación y el descargo del Gerente por la responsabilidad que pudiera corresponderle.

**Artículo Décimo noveno.-** Determinamos los beneficios netos se procederá al cálculo de la Repartición de Utilidades conforme a Ley Artículo Vigésimo.- Cuando la Empresa obtenga beneficios líquidos superiores al 7% de su capital, deberá detraer de ellos un 10% para formar el fondo de reserva legal hasta alcanzar la quinta parte del capital de la Empresa.

**Artículo Vigésimo Primero.-** El Titular tiene el derecho, luego de efectuadas las deducciones indicadas en las cláusulas que anteceden a percibir los beneficios obtenidos, siempre que el valor del patrimonio de la Empresa no resulte inferior al capital.

## **CAPITULO SEXTO DE LA TRANSFORMACION, FUSION, DISOLUCION Y LIQUIDACION DE LA EMPRESA**

**Artículo Vigésimo Segundo.-** La transformación de la Empresa a otro tipo de sociedad puede ser acordada por el titular, con arreglo a las disposiciones legales vigentes.

**Artículo Vigésimo Tercero.-** La fusión de la empresa con otra se efectuará con arreglo a las disposiciones de Ley. La fusión y disolución se hará constar por escritura pública que se inscribirá en el registro.

**Artículo Vigésimo Cuarto.-** La disolución de la Empresa procede:

- a) Por voluntad del titular, con arreglo a los trámites Ley;
- b) Por conclusión a su objeto o imposibilidad sobreviviente de realizarlo;
- c) Por fusión en los casos señalados por la Ley;
- d) Por muerte del Titular;
- e) Por quiebra de la Empresa;
- f) Por producirse pérdidas que reduzcan el patrimonio de la Empresa en más del 50% si transcurrido un ejercicio económico no se hubiere compensando de desmedro, o reducido el capital;

g) Por resolución judicial, en los casos señalados por la Ley.

**Artículo Vigésimo Quinto.-** El cargo de liquidador puede ser asumido por el Titular, el Gerente u otra persona que designe el titular o el Juez, en su caso. El cargo de liquidador puede ser renovado en cualquier momento por el Titular o por el Juez, en su caso. El liquidador ceñirá su actuación a las disposiciones establecidas en la Ley de la materia.

**Artículo Vigésimo Sexto.-** Liquidada la Empresa y pagados los acreedores de aquella, el titular tiene derecho al remite de la liquidación, así como a los libros y documentos de la Empresa, por el término de 5 años, bajo su responsabilidad.

## **CAPITULO SEPTIMO DISPOSICIONES TRANSITORIAS**

**Primera.-** De conformidad con el Artículo 48° del Decreto de Ley N°21621 se designa como primer Gerente a la Señorita Gloria Sofía Macas Apolo, quien en su condición de titular asume el cargo de "Titular Gerente" de la Empresa con las atribuciones señaladas en los Estatutos y en la Ley.

**Segunda.-** La Empresa NOESPORT DISEÑOS SUCURSAL ZARUMA, otorga poder a favor de la señorita Gloria Sofía Macas Apolo quien en su condición de Titular asume el cargo de "Titular Gerente" de la Empresa, con las atribuciones señaladas en los Estatutos y en la Ley.

**Tercera.-** La Empresa NOESPORT DISEÑOS SUCURSAL ZARUMA, otorga poder a favor de Gloria Sofía Macas Apolo para que a sola firma, ejercite las siguientes facultades:



- a) Representar a la Empresa ante toda clase de entidades y personas de los sectores públicos y no públicos nacional o extranjero, suscribiendo bajo el sello de la Empresa toda clase de comunicaciones, solicitudes, recursos o correspondencia, presentando propuestas, cotizaciones y proforma en licitaciones, invitaciones o concursos de precios;
- b) Representar a la Empresa ante toda clase de autoridades, ya sean administrativas, políticas, judiciales o municipales, pudiendo presentar en nombre de ella toda clase de solicitudes, recursos y reclamaciones.
- c) Representar a la Empresa de toda clase de procedimientos judiciales y administrativos, juntas de acreedores, quiebras, liquidaciones extrajudiciales, con las facultades generales del mandato y todas las especiales del Artículo 10º del Código Procesal Civil, especialmente para contestar demandas, celebrar transacciones, prestar confesión, reconocimiento de documentos, otorgar poderes para pleitos y revocarlos y representar a la Empresa en Procedimientos laborales.
- d) En el orden comercial solicitar la apertura y en el cierre de cuentas corrientes, girar cheques sobre fondos propios o ensobre giro, endosar suscribir vales y pagarés y descontarlos, solicitar sobregiros, solicitar contratos de préstamos, créditos o avances de cuentas corrientes con o sin garantía, pactando las condiciones, solicitar fianza, afianzar y prestar aval para operaciones a nombre de la Empresa, contratar seguros y endosar pólizas, comprar y vender muebles, cobrar y otorgar cancelaciones y recibos. Usted Señor notario agregará las demás formalidades de Ley

cuidando de insertar en el cuerpo de la escritura pública la resolución que autoriza la constitución de la Empresa, para su inscripción conforme a Ley.

### **Estructura Administrativa**

Para cumplir con los objetivos del proyecto planteado, es necesario considerar el aprovechamiento de los recursos humanos, de tal manera que cumplan con éxito todas las funciones operativas de la empresa, mediante la estructura organizativa con que esta cuenta, ya que una buena organización permite asignar funciones y responsabilidades a cada uno de los elementos que conforman la misma.

Esto hará posible que los recursos, especialmente el Talento Humano sea manejado eficientemente. La estructura organizativa se representa por medio de los organigramas a los cuales se acompaña con el manual de funciones, en ella se establece los niveles jerárquicos.

### **Niveles Jerárquicos de la Empresa**

Los niveles jerárquicos, se encuentran definidos de acuerdo al tipo de empresa, conforme lo que establece en la Ley de Compañías en cuanto a la administración, estos cumplen con la finalidad de lograr las metas y objetivos propuestos por la empresa, misma que tendrá la siguiente estructura organizativa:

**a) Nivel Legislativo-Directivo:** Es el máximo nivel de dirección de la empresa, son los que dictan las políticas y reglamentos mediante los cuales operara, está conformada por los dueños de la empresa, los cuales tomaran el nombre de Junta General de Socios o Junta General de Accionistas, dependiendo del tipo de empresa bajo el cual se hayan

constituido. Es el órgano máximo de dirección de la empresa, está integrado por los socios legalmente constituidos.

- b) Nivel Ejecutivo:** Este nivel está conformado por el Gerente, el cual será nombrado por el nivel Legislativo-Directivo y será el responsable de la gestión operativa de la empresa, el éxito o fracaso empresarial se deberá en gran medida a su capacidad de gestión.
- c) Nivel Asesor:** Normalmente constituye este nivel el órgano colegiado llamado a orientar las decisiones que merecen un tratamiento especial como es el caso por ejemplo de las situaciones de carácter laboral y las relaciones judiciales de la empresa con otras organizaciones o clientes. Generalmente toda empresa cuenta con un Asesor Jurídico (temporal) sin que por ello se descarte la posibilidad de tener asesoramiento de profesionales de otras áreas en caso de requerirlo.
- d) Nivel de Apoyo:** Este nivel ayuda a los otros niveles administrativos, se lo conforma con todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con las actividades administrativas de la empresa, se encuentra la secretaria-contadora.
- e) Nivel Operativo:** Está conformado por todos los puestos de trabajo que tiene relación directa con la planta de producción, específicamente en las labores de producción o el proceso productivo, es así que son 4 operarios y vendedor.

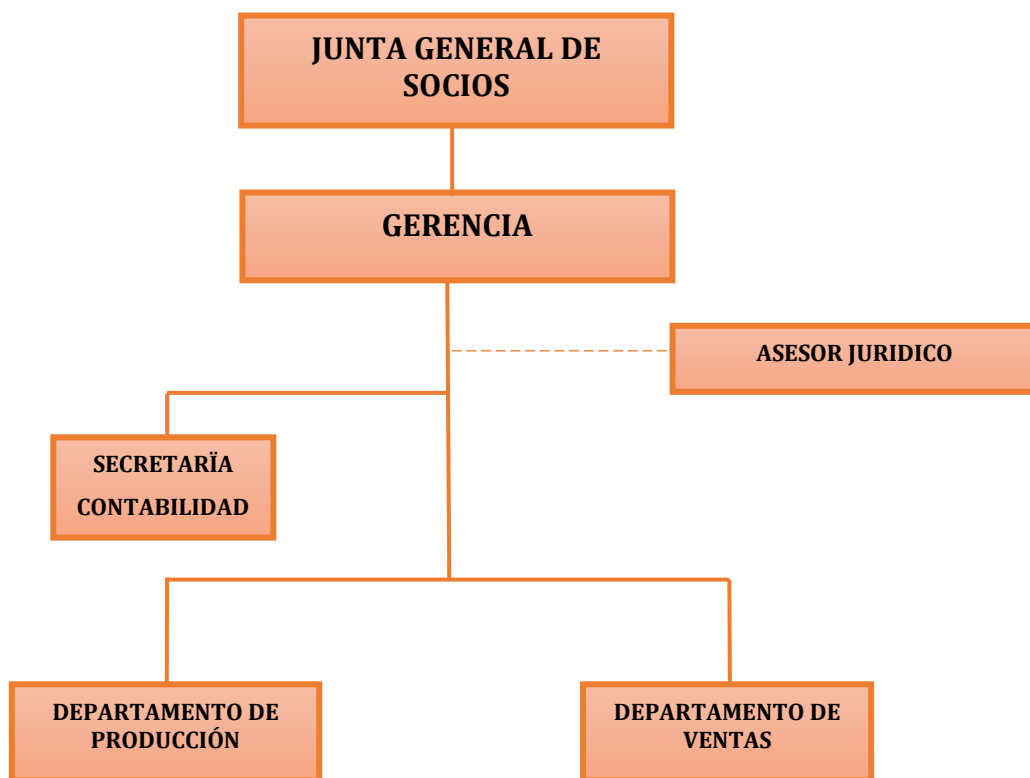
## Organigramas

Son las representaciones graficas de la estructura de una empresa, con sus servicios, órganos y puestos de trabajo y de sus distintas relaciones de autoridad y responsabilidad.

La empresa contará con los departamentos básicos y necesarios para su eficiente funcionamiento, los que han sido establecidos de acuerdo a sus requerimientos.

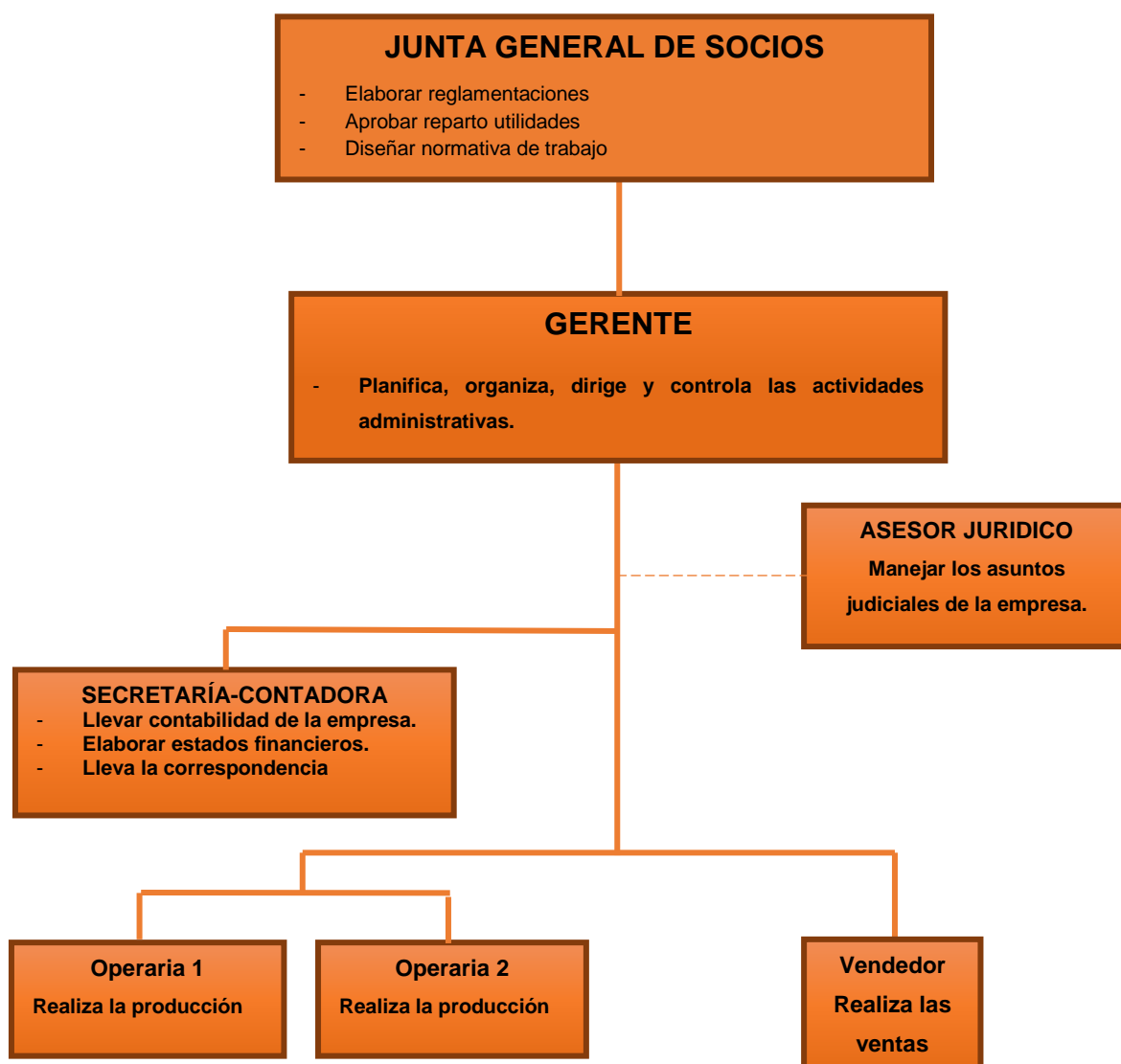
Gráfica 59

### ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA NOESPORT DISEÑOS SUCURSAL ZARUMA



Elaboración: La autora

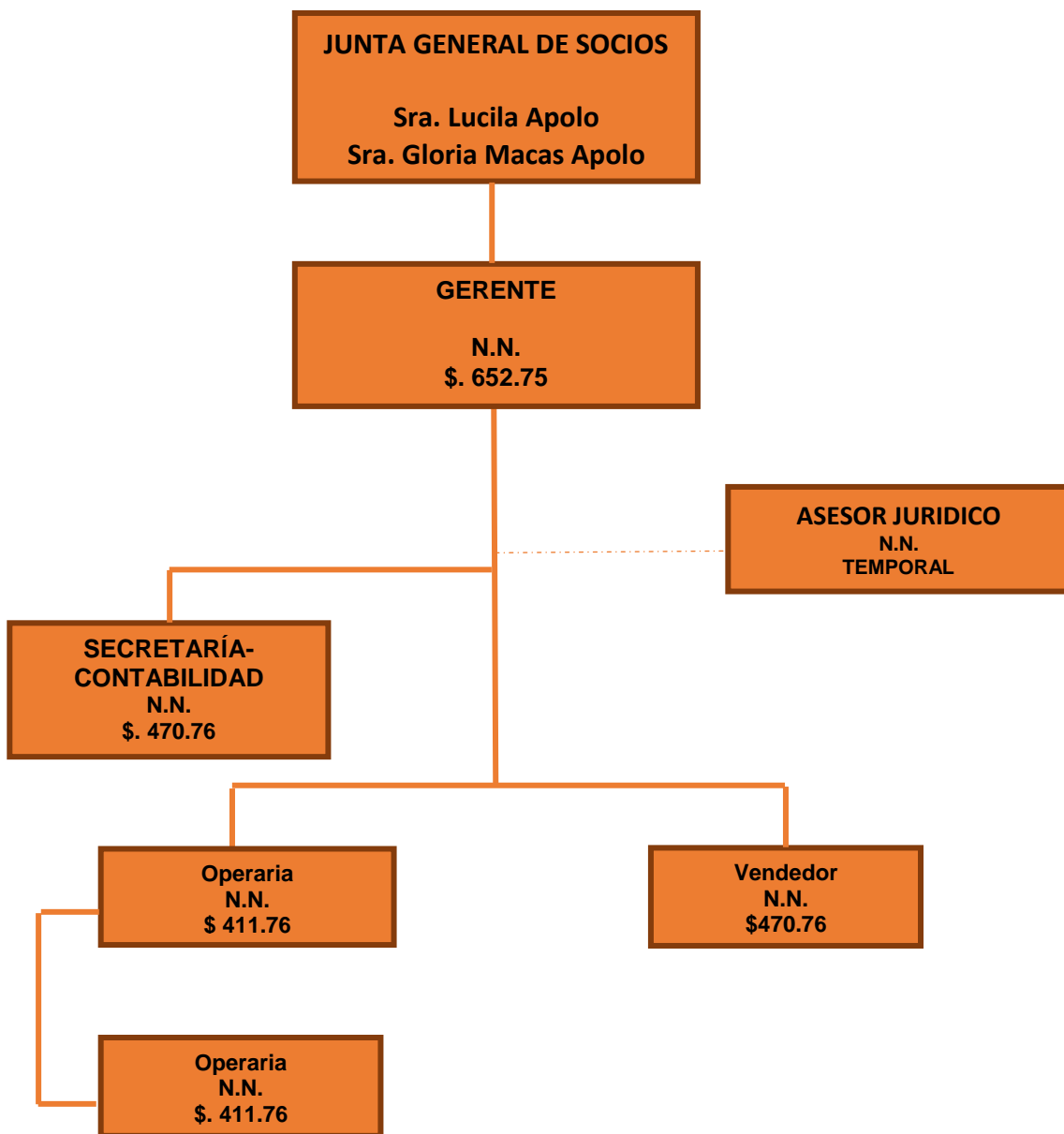
**Gráfica 60**  
**ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA EMPRESA NOESPORT DISEÑOS**  
**SUCURSAL ZARUMA**



Elaboración: La autora

Gráfica 61


**ORGANIGRAMA POSICIONAL DE LA EMPRESA NOESPORT DISEÑOS  
SUCURSAL ZARUMA**




Elaboración: La autora


## **Manual de Funciones**


Los Manuales de funciones, cuyo propósito es describir la estructura de funciones y departamentos de una organización, así como las tareas que sirven como medio de comunicación y coordinación, que facilitan el cumplimiento de las funciones y la asignación adecuada del recurso humano con la finalidad de lograr los objetivos que trata de alcanzar un determinado organismo social. Toda organización o empresa, para desarrollar su objetivo, requiere un personal que ejecuten las diferentes actividades, todas estas actividades se conocen con el nombre de funciones y constituyen el soporte técnico que justifican y dan sentido a la existencia de los cargos en una organización. El Manual de Funciones de la Empresa “NOESPORT Diseños Sucursal Zaruma, es el siguiente:


	<b>CARGOS Y FUNCIONES</b>
<b>Título del puesto:</b>	Gerente General
<b>Código:</b> 01	
<b>Jefe Inmediato:</b>	Junta General de Socios
<b>Número de Personas en el Cargo:</b>	1
<p><b>Naturaleza del Trabajo:</b> Planificar, ejecutar, dirigir, controlar, las actividades que se desarrollan dentro de una empresa.</p>	
<p><b>Funciones Típicas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Asumir el control sobre el personal a su cargo.</li> <li>• Planificar, Organizar, Controlar y Orientar las distintas áreas de trabajo.</li> <li>• Supervisar la gestión del presupuesto de Naturaleza económica.</li> <li>• Elaborar y Entregar planificaciones semanales, mensuales y anuales.</li> <li>• Disponer nuevas tareas asignadas.</li> <li>• Representar Legalmente a la Empresa.</li> <li>• Realizar pagos no mayores a mil dólares.</li> <li>• Realizar los pedidos.</li> <li>• Supervisar la producción.</li> <li>• Supervisar el funcionamiento total de a la empresa.</li> <li>• Establecer normas y políticas.</li> <li>• Analizar los problemas de la empresa en el aspecto financiero, administrativo, personal, contable entre otros</li> </ul>	
<b>Características de Clase:</b>	Supervisar, coordinar y controlar las actividades del personal a su cargo, así como la empresa en general.
<b>Requisitos Mínimos:</b>	<p><b>Estudios:</b> Ingeniería en Administración de Empresas.</p> <p><b>Experiencia:</b> 2 años.</p>




	<b>CARGOS Y FUNCIONES</b>
<b>Título del puesto:</b>	Secretaria
<b>Código:</b> 02	
<b>Jefe Inmediato:</b>	Gerente
<b>Número de Personas en el Cargo:</b>	1
<p><b>Naturaleza del Trabajo:</b> Atender y coordinar el trabajo de asistencia administrativa que consiste en ejecutar tareas de apoyo administrativo para el gerente.</p>	
<p><b>Funciones Típicas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Recibir, registrar, archivar y preparar correspondencia y toda documentación dirigida al gerente.</li> <li>• Confirmar citas, concertar y organizar reuniones de trabajo del Gerente.</li> <li>• Atender al público que visita la Gerencia, recibir y efectuar las llamadas telefónicas.</li> <li>• Elaborar informes semanales, mensuales y anuales.</li> <li>• Revisar, imprimir y contestar los correos electrónicos que lleguen a la empresa.</li> <li>• Controlar asistencia del personal y horas extras.</li> <li>• Registrar materia prima.</li> <li>• Receptar los pedidos de insumos necesarios para producción.</li> </ul>	
<b>Características de Clase:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabajo de mediana complejidad y dificultad de desempeño.</li> <li>• No tiene a su cargo unidades dependientes.</li> <li>• El trabajo requiere mediana responsabilidad por el manejo de bienes e informaciones de importancia.</li> </ul>
<b>Requisitos Mínimos:</b>	<p><b>Estudios:</b> Secretaria Ejecutiva</p> <p><b>Experiencia:</b> 1 año</p>

	<b>CARGOS Y FUNCIONES</b>
<b>Título del puesto:</b>	Contador- a
<b>Código:</b> 03	
<b>Jefe Inmediato:</b>	Gerente
<b>Número de Personas en el Cargo:</b>	1
<p><b>Naturaleza del Trabajo:</b> Trabajo técnico, que consiste en desarrollar tareas relacionadas con el registro de las operaciones contables de la empresa.</p>	
<p><b>Funciones Típicas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Clasificar, registrar, analizar los documentos e información.</li> <li>• Elaborar y llevar el orden de los libros mayores y de archivo.</li> <li>• Elaborar estados, balances e informes financieros.</li> <li>• Realizar formularios para pagos de impuestos.</li> <li>• Controlar facturas y cheques de los clientes.</li> <li>• Realizar el pago de proveedores previa autorización de gerencia.</li> <li>• Elaborar roles de pago, liquidaciones, etc.</li> <li>• Asistir a las reuniones de trabajo a que es convocado, presentando los informes que se le requieran.</li> </ul>	
<b>Características de Clase:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabajo de considerable complejidad y dificultad de desempeño.</li> <li>• No ejerce supervisión.</li> <li>• El trabajo requiere mediana responsabilidad por el manejo o de bienes e informaciones de importancia.</li> <li>• Trabajo que conlleva relaciones de mediana importancia para la institución.</li> </ul>
<b>Requisitos Mínimos:</b>	<p><b>Estudios:</b> En contabilidad y Auditoría</p> <p><b>Experiencia:</b> 1 año</p>

	<b>CARGOS Y FUNCIONES</b>
<b>Título del puesto:</b>	Asesor Jurídico
<b>Código:</b> 04	
<b>Jefe Inmediato:</b>	Gerente
<b>Número de Personas en el Cargo:</b>	0
<p><b>Naturaleza del Trabajo:</b> Dirigir, coordinar, planificar, organizar, supervisar y evaluar las actividades relacionadas al ámbito legal de la empresa.</p>	
<p><b>Funciones Típicas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Asesorar a la Empresa legalmente.</li> <li>• Legalizar los documentos para contratar al personal.</li> <li>• Conocer todas las leyes y políticas, para la intervención, representando a la empresa en asuntos judiciales.</li> <li>• Estudiar y analizar las distintas problemáticas jurídicas de la empresa.</li> <li>• Planificar, organizar, dirigir, coordinar, controlar y ejecutar las actividades profesionales, técnicas y administrativas en un programa de asesoría jurídica.</li> <li>• Asistir a reuniones y conformar equipos de trabajo cuando lo requiera el Gerente</li> <li>• Estudiar leyes, resoluciones y cualesquier otra fuente para obtener y suministrar información.</li> <li>• Diseñar, evaluar y mantener actualizados los sistemas, métodos y procedimientos del despacho.</li> </ul>	
<b>Características de Clase:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El desarrollo profesional le permite asumir una responsabilidad directa y permanente para la toma de decisiones en el ámbito jurídico-legal de la empresa.</li> <li>• Asume una responsabilidad por la observancia normativa y legal de las disposiciones de la Gerencia General.</li> <li>• Mantiene continuos contactos y comunicaciones con Gerencia.</li> </ul>
<b>Requisitos Mínimos:</b>	<p><b>Estudios:</b> Título profesional en Derecho</p> <p><b>Experiencia:</b> 1 año</p>

	<b>CARGOS Y FUNCIONES</b>
<b>Título del puesto:</b>	Vendedor
<b>Código:</b> 05	
<b>Jefe Inmediato:</b>	Gerente
<b>Número de Personas en el Cargo:</b>	1
<p><b>Naturaleza del Trabajo:</b> Cargo de Nivel Asistencial de Complejidad Promedio, que realiza tareas relacionadas a la ventas. Atiende al público, muestra existencias, abastece los anaqueles o actualiza catálogos o documentos donde presenta sus productos. Reporta ventas diarias.</p>	
<p><b>Funciones Típicas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Asesorar, Atender y orientar a los clientes, de acuerdo a sus necesidades de compra.</li> <li>• Desarrollar las acciones de promoción y publicidad de la empresa.</li> <li>• Organizar la mercadería en el almacén.</li> <li>• Supervisar el inventario de mercadería existente.</li> <li>• Registrar, Dirigir y supervisar las ventas.</li> <li>• Entregar el dinero al Gerente al terminar la jornada laboral.</li> <li>• Elaborar las facturas, retenciones, proformas, etc.</li> <li>• Asistir a reuniones y conformar equipos de trabajo cuando lo requiera el Gerente.</li> </ul>	
<b>Características de Clase:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Debe poseer las características, condiciones y conocimientos necesarios para llevar a cabo en forma exitosa el trabajo que se les encomienda.</li> <li>• Debe trabajar con iniciativa, motivación, lealtad institucional y disposición para el trabajo que se les encomienda.</li> <li>• Por la índole de las funciones deben mantener excelentes relaciones interpersonales con los clientes, con compañeros y con el público en general.</li> </ul>
<b>Requisitos Mínimos:</b>	<p><b>Estudios:</b> Título en el área de administración y ventas.</p> <p><b>Experiencia:</b> 1 año</p>

	<b>CARGOS Y FUNCIONES</b>
<b>Título del puesto:</b>	Operarias
<b>Código:</b> 06	
<b>Jefe Inmediato:</b>	Gerente
<b>Número de Personas en el Cargo:</b>	2
<p><b>Naturaleza del Trabajo:</b> Confeccionar las prendas y manipular con diligencia y cuidado la maquinaria para el procesamiento de la materia prima.</p>	
<p><b>Funciones Típicas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Procesar la materia prima y obtener un producto final de excelente calidad.</li> <li>• Verificar la calidad de la labor realizada antes de pasar a la siguiente operación.</li> <li>• Colaborar entre compañeros de trabajo ante el surgimiento de laguna duda.</li> <li>• Armar las prendas según las especificaciones técnicas.</li> <li>• Revisar, planchar y empacar las prendas terminadas. .</li> <li>• Operar, cuidar y custodiar la maquinaria a su cargo</li> <li>• Informar sobre el requerimiento de materiales e insumos.</li> <li>• Vigilar el proceso productivo</li> <li>• Evitar desperdicios de materiales.</li> <li>• Controlar las piezas terminadas.</li> </ul>	
<b>Características de Clase:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar el trazado de patrones, tendido, corte, confección y acabado de prendas de vestir.</li> <li>• Implementar la calidad requerida aplicando las normas de seguridad e higiene establecidas.</li> </ul>
<b>Requisitos Mínimos:</b>	<p><b>Estudios:</b> Título artesanal en Modistería.</p> <p><b>Experiencia:</b> 1 año</p>

## **ESTUDIO FINANCIERO**

En este capítulo se hablara sobre el estudio económico financiero y tiene como objetivo determinar entre otras cosas la factibilidad y la vialidad del proyecto, información que será transferida en valor dinero de los resultados de la investigación y análisis de la sección anterior del estudio técnico, ya que será de gran utilidad en la evaluación de la rentabilidad económica del proyecto en un periodo de tiempo determinado.

Los objetivos propuestos para el desarrollo del estudio son los siguientes:

- ✓ Determinar el monto total de inversión requerida.
- ✓ Llevar a cabo el presupuesto de ingresos y egresos en que incurrirá el proyecto.
- ✓ Aplicar las tareas de depreciación y amortización correspondientes a activos tangibles e intangibles.
- ✓ Analizar costos y gastos incurridos.
- ✓ Determinar la vialidad económica y financiera.

## **INVERSIONES**

Las inversiones dentro de este proyecto constituyen el tipo de recursos financieros que se requieren para la instalación y puesta en marcha de la empresa, es decir la adquisición de maquinaria, construcción de la planta, los insumos, para la elaboración del producto, entre otros. Las inversiones que el proyecto tendrá serán de tres tipos:

- Activos Fijos
- Activos Diferidos.
- Capital de Trabajo

## ACTIVO FIJO

Los activos fijos son todas las inversiones que se realizan en bienes tangibles y son de propiedad de la empresa y los mismos que se utiliza de manera continua en el curso normal de sus operaciones.

Los activos fijos están sujetos a depreciaciones, a excepción de los terrenos que no sufren depreciaciones,

Los activos fijos necesarios para el proyecto son los siguientes: maquinaria y equipo de producción, instalaciones y adecuaciones, herramientas. Equipos de oficina, muebles y enseres, etc.

## ADECUACIONES

Consiste en los arreglos necesarios del espacio físico del local para poner en marcha la nueva idea de negocio. Se ha considerado el metro de adecuaciones con un costo de 47,39 dólares.

**CUADRO 44**  
**Adecuaciones**

Concepto	Cantidad	Precio Unitario	Total
m 2 Adecuaciones	10	\$ 47,39	\$ 473,90
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 473,90</b>

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: La autora

## HERRAMIENTAS

Consiste en las herramientas necesarias para desarrollar el proceso productivo, las cuales se detallan a continuación:

**CUADRO 45**  
**Herramientas**

<b>CONCEPTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
Tijeras	2	\$ 12,50	\$ 25,00
Pinzas	4	\$ 10,00	\$ 40,00
Desarmadores pequeños	2	\$ 5,00	\$ 10,00
Corta hilos	2	\$ 0,60	\$ 1,20
Pistola etiquetadora	1	\$ 14,00	\$ 14,00
Cinta métrica	2	\$ 0,50	\$ 1,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 91,20</b>

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: La autora

### **MAQUINARIA Y EQUIPOS**

Consiste en el conjunto de máquinas o bienes de equipo mediante las cuales se realiza la elaboración de los productos.

**CUADRO 46**  
**Equipo de Producción**

<b>CONCEPTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
Máquina Costura Recta Industrial	1	\$ 539,00	\$ 539,00
Maquina Overlock	1	\$ 1.711,00	\$ 1.711,00
Máquina Recubridora	1	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00
Plancha Industrial	1	\$ 223,00	\$ 223,00
Cortadora Circular	1	\$ 500,00	\$ 500,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 4.273,00</b>

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: La autora

### **MUEBLES Y ENSERES**

Los muebles y enseres de oficina son el complemento necesario para desarrollar las actividades administrativas.



**EQUIPO DE OFICINA**

**CUADRO 47**  
**Muebles y Enseres**

<b>Concepto</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total</b>
Sillas de metal	3	\$ 21,35	\$ 64,05
Gavetas plásticas	6	\$ 8,95	\$ 53,70
Perchas grandes	2	\$ 96,37	\$ 192,74
Perchas pequeñas	2	\$ 55,34	\$ 110,68
Basurero	2	\$ 3,20	\$ 6,40
Maniqués	3	\$ 22,30	\$ 66,90
Escritorio	6	\$ 110,00	\$ 660,00
Archivador	1	\$ 99,00	\$ 99,00
Sillas plásticas	6	\$ 8,50	\$ 51,00
Sillón Giratorio	1	\$ 215,00	\$ 215,00
Sillas Giratorias	4	\$ 55,00	\$ 220,00
Mesa de Corte	1	\$ 300,00	\$ 300,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 2.039,47</b>

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: La autora

**EQUIPO DE OFICINA**

Constituye los complementos necesarios para implementar adecuadamente el departamento administrativo.

**CUADRO 48**  
**Equipo de Oficina**

<b>CONCEPTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
Sumadora	1	\$ 63,00	\$ 63,00
Calculadora CASIO Fc 3	1	\$ 12,00	\$ 12,00
Teléfono Inalámbrico Panasonic Doble Base + Identificador	1	\$ 64,00	\$ 64,00
Grapadora & Perforadora Kw-trio	1	\$ 19,00	\$ 19,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 158,00</b>

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: La autora

## EQUIPO DE CÓMPUTO

Consiste en la adquisición de los equipos necesarios en la parte administrativa de la empresa, que son los encargados de realizar el control general de la planta.

**CUADRO 49**  
**Equipo de Computación**

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Computador Escritorio Core I3, Led Lg 18.5, 4gb, Completo	4	\$ 509,99	\$ 2.039,96
Epson Xp211+sistema Continuo-wifi-multifuncion	1	\$ 164,00	\$ 164,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 2.203,96</b>

FUENTE: Compuoro

ELABORACIÓN: La autora

## RESUMEN DE INVERSIONES FIJAS

A continuación se presenta el detalle de las inversiones fijas que tendrá que realizar la empresa.

**CUADRO 50**  
**Resumen de Inversiones en Activos fijos**

CONCEPTO	VALOR TOTAL
Adecuaciones	\$ 473,90
Herramientas	\$ 91,20
Equipo de Producción	\$ 4.273,00
Muebles y Enseres	\$ 2.039,47
Equipo de Oficina	\$ 158,00
Equipo de Computación	\$ 2.203,96
Imprevistos 5%	\$ 461,98
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 9.701,51</b>

FUENTE: Cuadro 44 a 49

ELABORACIÓN: La autora

## DEPRECIACIONES

La Depreciaciones son el desgaste que sufren todos los activos fijos tangibles, debido al uso de estos en el tiempo, las depreciaciones para los años de vida útil de la empresa se detalla a continuación:

**CUADRO 51**  
**Depreciaciones**

DENOMINACIÓN	VALOR DE ACTIVOS	VALOR RESIDUAL	VALOR A DEPRECIAR	VIDA ÚTIL EN AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL
Herramientas	\$ 91,20	\$ 9,12	\$ 82,08	10	\$ 8,21
Equipo de Producción	\$ 4.273,00	\$ 427,30	\$ 3.845,70	10	\$ 384,57
Muebles y Enseres	\$ 2.039,47	\$ 203,95	\$ 1.835,52	10	\$ 183,55
Equipo de Oficina	\$ 158,00	\$ 15,80	\$ 142,20	10	\$ 14,22
Equipo de Computación	\$ 2.203,96	\$ 734,65	\$ 1.469,31	3	\$ 489,77

FUENTE: Cuadro 50

ELABORACIÓN: La autora

## DEPRECIACIÓN DE LAS REINVERSIONES

Para poder calcular las reinversiones se hizo necesario calcular el valor para el siguiente año con una tasa de inflación del 4,16% como índice de inflación para el cada año.

**CUADRO 52**  
**Depreciaciones de Reinversiones**

DENOMINACIÓN	VALOR DE ACTIVOS	VALOR RESIDUAL	VALOR A DEPRECIAR	VIDA ÚTIL EN AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL	VALOR DE REINVERSIÓN
Equipo de computación año 4	\$ 2.479,01	\$ 826,34	\$ 1.652,68	3	\$ 550,89	\$ 2.479,01
Equipo de computación año 7	\$ 2.788,40	\$ 929,47	\$ 1.858,93	3	\$ 619,64	\$ 2.788,40
Equipo de computación año 10	\$ 3.136,39	\$ 1.045,46	\$ 2.090,92		\$ 696,97	\$ 3.136,39

Fuente: Cuadro 51 se toma la tasa de inflación acumulada del año 2014 que es de 4,16% según el Banco Central del Ecuador

ELABORACIÓN: La autora

## VALOR RESIDUAL

Es el valor contable que queda al final de que se ha depreciado el bien.

**CUADRO 53**  
**Valor Residual**

DENOMINACIÓN	VALOR DE ACTIVOS	VALOR RESIDUAL	TOTAL
Equipo de Computación	Año 3	\$ 734,65	\$ 734,65
	Años 6	\$ 826,34	\$ 826,34
	Año 9	\$ 929,47	\$ 929,47
Herramientas	Año 10	\$ 9,12	\$ 1.701,63
Equipo de Producción		\$ 427,30	
Muebles y Enseres		\$ 203,95	
Equipo de Oficina		\$ 15,80	
Equipo de Computación (años 12)		\$ 1.045,46	

FUENTE: Cuadro 51 y 52

ELABORACIÓN: La autora

## ACTIVOS INTANGIBLES O DIFERIDOS

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

**CUADRO 54**  
**Activos Diferidos**

<b>DETALLE</b>	<b>V/TOTAL</b>
Elaboración del proyecto	\$ 1.200,00
Gastos Legales de Constitución	\$ 150,00
Patente municipal	\$ 20,00
Permisos de Bomberos	\$ 8,00
Permiso de funcionamiento	\$ 12,00
Imprevistos 5%	\$ 69,50
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.459,50</b>

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: La autora

### **ACTIVO CORRIENTE O CAPITAL DE TRABAJO**

Con esta denominación se designa a los valores en los que se debe incurrir para dotar a la empresa de todos los componentes que hagan posible la actividad productiva de la empresa durante un periodo de tiempo establecido, permitiendo cubrir todas las obligaciones económicas. Para este proyecto se establece el capital de operación para 1 mes. A continuación describiremos los gastos que representará el capital de trabajo.

### **MATERIA PRIMA DIRECTA**

Son todos los materiales utilizados en la elaboración de un buen producto final, en la propuesta se ha determinado los costos para la elaboración de un conjunto deportivo y luego se ha realizado el cálculo para 2376 que es la capacidad utilizada del proyecto, cabe señalar que lo que se requiere para la

producción se puede encontrar con facilidad en el mercado local. Los materiales que se detallan a continuación son tomados en promedio para fabricar un conjunto deportivos para adulto talla M.

**CUADRO 55**  
**Materia Prima Directa**

CONCEPTO	UNIDAD DE MEDIDA	Cantidad requerida para 1 conjunto	CAPACIDAD UTILIZADA	PRECIO UNITARIO	TOTAL ANUAL
Tela	kilo	1	2376	\$ 10,00	\$ 23.760,00
Reata	metro	1	2376	\$ 0,05	\$ 118,80
Hilo	carrete	1	2376	\$ 0,20	\$ 475,20
Cierre 70 cm	unidad	1	2376	\$ 0,30	\$ 712,80
Elástico	cm	50	2376	\$ 0,30	\$ 35.640,00
Etiqueta tallas	unidad	1	2376	\$ 0,06	\$ 142,56
Bordado	unidad	1	2376	\$ 0,30	\$ 712,80
<b>TOTAL</b>					<b>\$ 24.354,00</b>

Fuente: Investigación directa y Cuadro 35

ELABORACIÓN: La autora

## MATERIALES INDIRECTOS

Entre los materiales indirectos que participan en la elaboración del producto final tenemos:

**CUADRO 56**  
**Materiales Indirectos**

CONCEPTO	UNIDAD DE MEDIDA	Requerimiento	CAPACIDAD UTILIZADA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Etiquetas de cartón	unidad	1	2376	2376	\$ 0,06	\$ 142,56
Pasadores para etiquetas	Caja	1	2376	24	\$ 3,50	\$ 83,16
Tiza de sastre -caja	Caja	3	2376	3	\$ 3,50	\$ 10,50
Cartulina	Pliego	10	2376	10	\$ 0,50	\$ 5,00
Funda de empacar	unidad	1	2376	2376	\$ 0,02	\$ 47,52
<b>TOTAL</b>						<b>\$ 288,74</b>

Fuente: Investigación directa y Cuadro 35

ELABORACIÓN: La autora

Estos materiales indirectos no son parte del producto terminado pero de alguna manera forman parte de él.

### **MANO DE OBRA DIRECTA**

El costo de mano de obra se lo ha realizado de acuerdo con lo estipulado por la Ley, cabe señalar que según La Ley de Defensa del Artesano concede a los Artesanos Calificados los siguientes beneficios:

#### **LABORALES**

- Exoneración de pago de décimo tercero, décimo cuarto sueldo y utilidades a los operarios y aprendices.
- Exoneración del pago bonificación complementaria a los operarios y aprendices.
- Protección del trabajo del artesano frente a los contratistas.

#### **SOCIALES**

- Afiliación al seguro obligatorio para maestros de taller, operarios y aprendices.
- Acceso a las prestaciones del seguro social.
- Extensión del seguro social al grupo familiar.
- No pago de fondos de reserva.

Por estas consideraciones se debe hacer el cálculo en base a la ley como se muestra en el cuadro siguiente:

**CUADRO 57**  
**Mano de Obra Directa**

<b>CARGO</b>	<b>SUELDO BÁSICO</b>	<b>APORTE PATRONAL AL IESS 11,15%, IECE(0,5%) Y SECAP(0,5%)</b>	<b>VACACIONES</b>	<b>TOTAL PAGOS MENSUALES POR SUELDOS</b>	<b>NÚMERO DE EMPLEADOS</b>	<b>TOTAL M.O.D. ANUAL</b>
Obrero	354	43,01	14,75	411,76	2	9882,26
<b>TOTAL</b>				<b>411,76</b>		<b>9882,26</b>

FUENTE: Ministerio de Relaciones Laborales

ELABORACIÓN: La autora

Se ha considerado la mano de obra directa que está relacionada directamente con la elaboración del producto final.



## SUELDOS DE ADMINISTRACIÓN

Comprende los sueldos del personal administrativo, es decir el sueldo del gerente, secretaria contadora y vendedor

**CUADRO 58**  
**Sueldos Administrativos**

CARGO	SUELDO BÁSICO	APORTE PATRONAL AL IESS 11,15%, IECE(0,5%) Y SECAP(0,5%)	FONDOS DE RESERVA	DECIMO 3ER SUELDO MENSUAL	DECIMO 4TO SUELDO MENSUAL	VACACIONES	TOTAL PAGOS MENSUALES POR SUELDOS	NÚMERO DE EMPLEADOS	TOTAL S. A. ANUAL
Gerente	500	60,75		41,67	29,50	20,83	652,75	1	7833,00
Secretaria Contadora	354	43,01		29,50	29,50	14,75	470,76	1	5649,13
Vendedor	354	43,01		29,50	29,50	14,75	470,76	1	5649,13
<b>TOTAL</b>							<b>1123,51</b>		<b>13482,13</b>

FUENTE: Ministerio de Relaciones Laborales

ELABORACIÓN: La autora

Para el segundo año se tomó en cuenta los valores correspondientes a los fondos de reserva de los que son beneficiarios todos los trabajadores.

**CUADRO 59**  
**Sueldos Administrativos Segundo año**

CARGO	SUELDO BÁSICO	APORTE PATRONAL AL IESS 11,15%, IECE(0,5%) Y SECAP(0,5%)	FONDOS DE RESERVA	DECIMO 3ER SUELDO MENSUAL	DECIMO 4TO SUELDO MENSUAL	VACACIONES	TOTAL PAGOS MENSUALES POR SUELDOS	NÚMERO DE EMPLEADOS	TOTAL S. A. ANUAL
Gerente	500	60,75	41,67	41,67	29,50	20,83	694,42	1	8333,00
Secretaría Contadora	354	43,01	29,50	29,50	29,50	14,75	500,26	1	6003,13
Vendedor	354	43,01	29,50	29,50	29,50	14,75	500,26	1	6003,13
<b>TOTAL</b>							<b>1694,94</b>		<b>20339,26</b>

FUENTE: Ministerio de Relaciones Laborales

ELABORACIÓN: La autora

## MATERIALES DE OFICINA

Están en función directa de las necesidades de la parte administrativa de la empresa.

**CUADRO 60**  
**Suministros de Oficina**

CONCEPTO	Cantidad Anual	PRECIO UNITARIO	VALOR ANUAL
Papel bond (resma)	3	3,35	10,05
Cinta scotch (unidad)	20	0,2	4
Clip (caja)	3	1,5	4,5
Grapas (caja)	4	1,15	4,6
Facturas (libretín)	12	30	360
Tinta - Impresora ( frasco)	4	4,5	18
<b>TOTAL</b>			<b>401,15</b>

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: La autora

## SERVICIOS BÁSICOS

Comprende los servicios de agua, servicio de energía eléctrica, servicio telefónico e internet.

**CUADRO 61**  
**Servicios Básicos**

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Energía Eléctrica	30,00	360
Teléfono e Internet	18,5	222
Agua	10,00	120
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 58,50</b>	<b>\$ 342,00</b>

FUENTE: CNEL EP, GAD Zaruma, CNT

ELABORACIÓN: La autora

## ÚTILES DE ASEO

Comprende el conjunto de materiales de aseo y limpieza para mejorar la imagen institucional.

**CUADRO 62**  
**Útiles de Aseo**

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR ANUAL
Jabón líquido (unidad)	6	\$ 3,50	\$ 21,00
Papel Higiénico (unidad)	12	\$ 0,50	\$ 6,00
Escoba (unidad)	3	\$ 2,00	\$ 6,00
Trapeador (unidad)	2	\$ 20,00	\$ 40,00
Desinfectante (galón)	4	\$ 5,00	\$ 20,00
Mandiles	2	\$ 12,00	\$ 24,00
Mascarillas (ff3) cajas	24	\$ 4,46	\$ 107,04
Guantes (pares)	36	\$ 2,00	\$ 72,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 296,04</b>

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: La autora

## PUBLICIDAD

Con la finalidad de llegar a la mayor cantidad de clientes en el mercado la empresa realizará publicidad por la radio de mayor sintonía como es la radio Fuego FM.

**CUADRO 63**  
**Publicidad**

CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Anuncios Radiales	Unidad	30	\$ 2,17	\$ 65,00	\$ 780,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 65,00</b>	<b>\$ 780,00</b>

FUENTE: Radio fuego FM

ELABORACIÓN: La autora

## ARRIENDO

Consiste en el pago del espacio físico en el que funcionará la empresa.

### CUADRO 64

#### Arriendo

CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Arriendo Local	mes	1	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 3.000,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 250,00</b>	<b>\$ 3.000,00</b>

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: La autora

## RESUMEN DE ACTIVO CIRCULANTE PARA UN MES

Es necesario, saber los requerimientos necesarios de capital para poder ofrecer el producto en un mes de operaciones, cuyo detalle se presenta a continuación.

### CUADRO 65

#### Resumen de Activo Circulante para el Primer mes de Operación

CONCEPTO	TOTAL
Materia Prima Directa	\$ 2.029,50
Materiales Indirectos	\$ 24,06
Mano de Obra Directa	\$ 823,52
Sueldos Administrativos	\$ 1.123,51
Suministros de Oficina	\$ 33,43
Servicios Básicos	\$ 58,50
Útiles de Aseo	\$ 296,04
Publicidad	\$ 65,00
Arriendo	\$ 250,00
Imprevistos 5%	\$ 235,18
<b>TOTAL DE ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>\$ 4.938,74</b>

FUENTE: Cuadros 55 al 64

ELABORACIÓN: La autora

## AMORTIZACIÓN DE ACTIVO DIFERIDO

Para calcular el valor del activo diferido fue necesario dividirlo para los años de la vida útil del proyecto.

**CUADRO 66**  
**Amortizaciones**

DENOMINACIÓN	VALOR DE ACTIVOS	AÑOS DE AMORTIZACIÓN	VALOR DE AMORTIZACIÓN ANUAL
Activos Diferidos	\$ 1.459,50	10	\$ 145,95
Amortización de crédito	\$ 6.000,00	2	\$ 3.000,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 3.145,95</b>

Fuente: Cuadro 65 y 69

ELABORACIÓN: La autora

**INVERSIONES TOTALES:** Las inversiones que se ha considerado realizar para el presente proyecto son en activos fijos, diferidos y circulantes, luego de haber especificado su requerimiento, se detalla a continuación el resumen de estas inversiones.

**CUADRO 67  
INVERSIONES TOTALES**

<b>INVERSIONES</b>	<b>PARCIAL</b>	<b>TOTAL</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>ACTIVOS FIJOS</b>		<b>\$ 9.701,51</b>	<b>60,26%</b>
Adecuaciones	\$ 473,90		
Herramientas	\$ 91,20		
Equipo de Producción	\$ 4.273,00		
Muebles y Enseres	\$ 2.039,47		
Equipo de Oficina	\$ 158,00		
Equipo de Computación	\$ 2.203,96		
Imprevistos 5%	\$ 461,98		
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>		<b>\$ 1.459,50</b>	<b>9,07%</b>
Elaboración del proyecto	\$ 1.200,00		
Gastos Legales de Constitución	\$ 150,00		
Patente municipal	\$ 20,00		
Permisos de Bomberos	\$ 12,00		
Permiso de funcionamiento	\$ 8,00		
Imprevistos 5%	\$ 69,50		
<b>ACTIVO CIRCULANTE</b>		<b>\$ 4.938,74</b>	<b>30,68%</b>
Materia Prima Directa	\$ 2.029,50		
Materiales Indirectos	\$ 24,06		
Mano de Obra Directa	\$ 823,52		
Sueldos Administrativos	\$ 1.123,51		
Suministros de Oficina	\$ 33,43		
Servicios Básicos	\$ 58,50		
Útiles de Aseo	\$ 296,04		
Publicidad	\$ 65,00		
Arriendo	\$ 250,00		
Imprevistos 5%	\$ 235,18		
<b>TOTAL DE INVERSIONES</b>		<b>\$ 16.099,75</b>	<b>100%</b>

FUENTE: Cuadro 50, 54 y 62, 65

ELABORACIÓN: La autora

Para el proyecto se requerirá una inversión total de \$ 16.099,75

### **FINANCIAMIENTO**

Para poder financiar el proyecto se estableció el monto que aportarán los inversionistas cuyo valor es de \$10.099,75, lo que equivale al 62,73% de la inversión total, también se acudió a fuentes de financiamiento externo por un valor de \$6.000 que representa el 37,27% de la inversión total, monto que se solicitará en el banco de fomento con el 15% de interés.

**CUADRO 68**

<b>Financiamiento</b>		
<b>FUENTE</b>	<b>%</b>	<b>MONTO</b>
Capital Propio	62,73	\$ 10.099,75
Crédito	37,27	\$ 6.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>\$ 16.099,75</b>

FUENTE: Cuadro 67

ELABORACIÓN: La autora



## TABLA DE PAGO DE DEUDA

A continuación se presenta el detalle del valor que se pagará mensualmente por concepto de préstamo y para dos años plazo, con un interés del 15%:

**CUADRO 69**  
**Tabla de Amortización**

<b>AÑO</b>	<b>CAPITAL</b>	<b>INTERÉS 15% ANUAL</b>	<b>DIVIDENDO MENSUAL</b>	<b>SALDO CAPITAL</b>
0				\$ 6.000,00
1	\$ 250,00	\$ 75,00	\$ 325,00	\$ 5.750,00
2	\$ 250,00	\$ 71,88	\$ 321,88	\$ 5.500,00
3	\$ 250,00	\$ 68,75	\$ 318,75	\$ 5.250,00
4	\$ 250,00	\$ 65,63	\$ 315,63	\$ 5.000,00
5	\$ 250,00	\$ 62,50	\$ 312,50	\$ 4.750,00
6	\$ 250,00	\$ 59,38	\$ 309,38	\$ 4.500,00
7	\$ 250,00	\$ 56,25	\$ 306,25	\$ 4.250,00
8	\$ 250,00	\$ 53,13	\$ 303,13	\$ 4.000,00
9	\$ 250,00	\$ 50,00	\$ 300,00	\$ 3.750,00
10	\$ 250,00	\$ 46,88	\$ 296,88	\$ 3.500,00
11	\$ 250,00	\$ 43,75	\$ 293,75	\$ 3.250,00
12	\$ 250,00	\$ 40,63	\$ 290,63	\$ 3.000,00
13	\$ 250,00	\$ 37,50	\$ 287,50	\$ 2.750,00
14	\$ 250,00	\$ 34,38	\$ 284,38	\$ 2.500,00
15	\$ 250,00	\$ 31,25	\$ 281,25	\$ 2.250,00
16	\$ 250,00	\$ 28,13	\$ 278,13	\$ 2.000,00
17	\$ 250,00	\$ 25,00	\$ 275,00	\$ 1.750,00
18	\$ 250,00	\$ 21,88	\$ 271,88	\$ 1.500,00
19	\$ 250,00	\$ 18,75	\$ 268,75	\$ 1.250,00
20	\$ 250,00	\$ 15,63	\$ 265,63	\$ 1.000,00
21	\$ 250,00	\$ 12,50	\$ 262,50	\$ 750,00
22	\$ 250,00	\$ 9,38	\$ 259,38	\$ 500,00
23	\$ 250,00	\$ 6,25	\$ 256,25	\$ 250,00
24	\$ 250,00	\$ 3,13	\$ 253,13	\$ 0,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 6.000,00</b>		<b>\$ 6.937,50</b>	

Fuente: Cuadro 68 y Banco Nacional de Fomento

ELABORACIÓN: La autora

## **PRESUPUESTOS DE COSTOS E INGRESOS**

### **COSTOS TOTALES**

Son todos los que se dan por la fabricación o elaboración de un producto, para poder presentarse, se hizo necesario determinar los costos primos, los gastos generales de fabricación, gastos financieros, gastos de administración y ventas, lo que se detalla continuación. La proyección de los costos para los diez años del proyecto se realiza mediante la tasa de inflación del año 2014 que es de 4,16% según el Banco Central del Ecuador.

**CUADRO 70**  
**Costos y Gastos**

<b>COSTOS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>	<b>AÑO 6</b>	<b>AÑO 7</b>	<b>AÑO 8</b>	<b>AÑO 9</b>	<b>AÑO 10</b>
<b>COSTO PRIMO</b>	<b>\$ 34.525,00</b>	<b>\$ 35.961,24</b>	<b>\$ 37.457,23</b>	<b>\$ 39.015,45</b>	<b>\$ 40.638,50</b>	<b>\$ 42.329,06</b>	<b>\$ 44.089,95</b>	<b>\$ 45.924,09</b>	<b>\$ 47.834,53</b>	<b>\$ 49.824,45</b>
Materia Prima Directa	\$ 24.354,00	\$ 25.367,13	\$ 26.422,40	\$ 27.521,57	\$ 28.666,47	\$ 29.858,99	\$ 31.101,13	\$ 32.394,93	\$ 33.742,56	\$ 35.146,25
Materiales Indirectos	\$ 288,74	\$ 300,75	\$ 313,26	\$ 326,29	\$ 339,87	\$ 354,01	\$ 368,73	\$ 384,07	\$ 400,05	\$ 416,69
Mano de Obra Directa	\$ 9.882,26	\$ 10.293,37	\$ 10.721,57	\$ 11.167,59	\$ 11.632,16	\$ 12.116,06	\$ 12.620,08	\$ 13.145,08	\$ 13.691,92	\$ 14.261,50
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>\$ 18.565,69</b>	<b>\$ 25.589,36</b>	<b>\$ 26.608,93</b>	<b>\$ 27.732,05</b>	<b>\$ 28.838,22</b>	<b>\$ 29.990,40</b>	<b>\$ 31.259,27</b>	<b>\$ 32.509,31</b>	<b>\$ 33.811,36</b>	<b>\$ 35.244,90</b>
Sueldos Administrativos	\$ 13.482,13	\$ 20.339,26	\$ 21.185,38	\$ 22.066,69	\$ 22.984,66	\$ 23.940,83	\$ 24.936,76	\$ 25.974,13	\$ 27.054,66	\$ 28.180,13
Suministros de Oficina	\$ 365,20	\$ 380,39	\$ 396,22	\$ 412,70	\$ 429,87	\$ 447,75	\$ 466,38	\$ 485,78	\$ 505,99	\$ 527,04
Servicios Básicos	\$ 342,00	\$ 356,23	\$ 371,05	\$ 386,48	\$ 402,56	\$ 419,31	\$ 436,75	\$ 454,92	\$ 473,84	\$ 493,55
Útiles de Aseo	\$ 296,04	\$ 308,36	\$ 321,18	\$ 334,54	\$ 348,46	\$ 362,96	\$ 378,06	\$ 393,78	\$ 410,16	\$ 427,23
Arriendo	\$ 3.000,00	\$ 3.124,80	\$ 3.254,79	\$ 3.390,19	\$ 3.531,22	\$ 3.678,12	\$ 3.831,13	\$ 3.990,51	\$ 4.156,51	\$ 4.329,42
Dep. de Herramientas	\$ 8,21	\$ 8,21	\$ 8,21	\$ 8,21	\$ 8,21	\$ 8,21	\$ 8,21	\$ 8,21	\$ 8,21	\$ 8,21
Dep. Equipos de Producción	\$ 384,57	\$ 384,57	\$ 384,57	\$ 384,57	\$ 384,57	\$ 384,57	\$ 384,57	\$ 384,57	\$ 384,57	\$ 384,57
Dep. Muebles y Enseres	\$ 183,55	\$ 183,55	\$ 183,55	\$ 183,55	\$ 183,55	\$ 183,55	\$ 183,55	\$ 183,55	\$ 183,55	\$ 183,55
Dep. de Equipo de Oficina	\$ 14,22	\$ 14,22	\$ 14,22	\$ 14,22	\$ 14,22	\$ 14,22	\$ 14,22	\$ 14,22	\$ 14,22	\$ 14,22
Dep. de Equipo de Computación	\$ 489,77	\$ 489,77	\$ 489,77	\$ 550,89	\$ 550,89	\$ 550,89	\$ 619,64	\$ 619,64	\$ 619,64	\$ 696,97
<b>GASTOS DE VENTAS</b>	<b>\$ 780,00</b>	<b>\$ 812,45</b>	<b>\$ 846,25</b>	<b>\$ 881,45</b>	<b>\$ 918,12</b>	<b>\$ 956,31</b>	<b>\$ 996,09</b>	<b>\$ 1.037,53</b>	<b>\$ 1.080,69</b>	<b>\$ 1.125,65</b>
Publicidad	\$ 780,00	\$ 812,45	\$ 846,25	\$ 881,45	\$ 918,12	\$ 956,31	\$ 996,09	\$ 1.037,53	\$ 1.080,69	\$ 1.125,65
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>\$ 839,70</b>	<b>\$ 389,70</b>	<b>\$ 145,95</b>	<b>\$ 145,95</b>	<b>\$ 145,95</b>	<b>\$ 145,95</b>	<b>\$ 145,95</b>	<b>\$ 145,95</b>	<b>\$ 145,95</b>	<b>\$ 145,95</b>
Activos Diferidos	\$ 145,95	\$ 145,95	\$ 145,95	\$ 145,95	\$ 145,95	\$ 145,95	\$ 145,95	\$ 145,95	\$ 145,95	\$ 145,95
Interese de Préstamo	\$ 693,75	\$ 243,75								
<b>TOTAL DE COSTO DE PRODUCCIÓN</b>	<b>\$ 54.710,40</b>	<b>\$ 62.752,75</b>	<b>\$ 65.058,36</b>	<b>\$ 67.774,90</b>	<b>\$ 70.540,78</b>	<b>\$ 73.421,72</b>	<b>\$ 76.491,26</b>	<b>\$ 79.616,88</b>	<b>\$ 82.872,53</b>	<b>\$ 86.340,94</b>

Fuente: Cuadros 51 al 53 y del 67 al 66 al 69 - se toma la tasa de inflación acumulada del año 2014 que es de 4,16% según el Banco Central del Ecuador

ELABORACIÓN: La autora

## INGRESOS TOTALES

Los ingresos son aquellos que se determinan por el volumen de producción y por las ventas. Estos valores permiten determinar el costo unitario que tendrá el nuevo producto, con el fin de establecer el margen de utilidad y de igual manera el precio de venta al público.

Es la venta de los productos o servicios que se plantea el proyecto. Para la venta del producto se ha establecido un margen de utilidad del 30%, el mismo que se ha determinado un precio que esté acorde a las expectativas de los clientes en el mercado; cómo se indica a continuación en el siguiente cuadro.

**CUADRO 71**  
**Ingresos por venta**

AÑO	COSTOS TOTALES	CAPACIDAD UTILIZADA	COSTO UNITARIO	MARGEN DE UTILIDAD	PRECIO DE VENTA	INGRESOS TOTALES
				30%		
1	\$ 54.710,40	2376	\$ 23,03	\$ 6,91	\$ 29,93	\$ 71.123,51
2	\$ 62.752,75	2376	\$ 26,41	\$ 7,92	\$ 34,33	\$ 81.578,58
3	\$ 65.058,36	2534	\$ 25,67	\$ 7,70	\$ 33,37	\$ 84.575,87
4	\$ 67.774,90	2534	\$ 26,74	\$ 8,02	\$ 34,76	\$ 88.107,37
5	\$ 70.540,78	2693	\$ 26,20	\$ 7,86	\$ 34,05	\$ 91.703,01
6	\$ 73.421,72	2693	\$ 27,27	\$ 8,18	\$ 35,45	\$ 95.448,24
7	\$ 76.491,26	2851	\$ 26,83	\$ 8,05	\$ 34,88	\$ 99.438,64
8	\$ 79.616,88	2851	\$ 27,92	\$ 8,38	\$ 36,30	\$ 103.501,95
9	\$ 82.872,53	3010	\$ 27,54	\$ 8,26	\$ 35,80	\$ 107.758,00
10	\$ 86.340,94	3010	\$ 28,69	\$ 8,61	\$ 37,30	\$ 112.273,00

Fuente: Cuadro 35 y 70

ELABORACIÓN: La autora

## ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

Es aquel que permite la comparación de los ingresos con los egresos, durante el periodo de vida útil del proyecto, indicando con claridad las pérdidas o ganancias del proyecto durante el periodo establecido, según resolución del SRI, NAC-DGERCGC13-00313, publicada en el Suplemento

del Registro Oficial No. 031, del 8 de julio del 2013, Las sociedades constituidas en el Ecuador así como las sucursales de sociedades extranjeras domiciliadas en el país y los establecimientos permanentes de sociedades extranjeras no domiciliadas que obtengan ingresos gravables, estarán sujetas a la tarifa impositiva de impuesto a la renta del 24% sobre su base imponible para el período 2011, siendo del 23% para el año 2012 y la tarifa el impuesto será del 22% aplicable para el período 2013, la cual no ha sido modificada para el periodo 2014 y 2105, por ellos se realizó los cálculos con ese porcentaje de impuesto a la renta, como se muestra a continuación:

**CUADRO 72**  
**Estado de Pérdidas y Ganancias**

PERIODOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
INGRESO POR VENTAS	\$ 71.123,51	\$ 81.578,58	\$ 84.575,87	\$ 88.107,37	\$ 91.703,01	\$ 95.448,24	\$ 99.438,64	\$ 103.501,95	\$ 107.758,00	\$ 112.273,00
(-) COSTO TOTAL	\$ 54.710,40	\$ 62.752,75	\$ 65.058,36	\$ 67.774,90	\$ 70.540,78	\$ 73.421,72	\$ 76.491,26	\$ 79.616,88	\$ 82.872,53	\$ 86.340,94
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 16.413,12	\$ 18.825,83	\$ 19.517,51	\$ 20.332,47	\$ 21.162,23	\$ 22.026,52	\$ 22.947,38	\$ 23.885,06	\$ 24.885,47	\$ 25.932,06
(-) 15% UTILIDAD A TRABAJADORES	\$ 2.461,97	\$ 2.823,87	\$ 2.927,63	\$ 3.049,87	\$ 3.174,34	\$ 3.303,98	\$ 3.442,11	\$ 3.582,76	\$ 3.732,82	\$ 3.889,81
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 13.951,15	\$ 16.001,95	\$ 16.589,88	\$ 17.282,60	\$ 17.987,90	\$ 18.722,54	\$ 19.505,27	\$ 20.302,30	\$ 21.152,65	\$ 22.042,25
(-) 22% DE IMPUESTO A LA RENTA	\$ 3.069,25	\$ 3.520,43	\$ 3.649,77	\$ 3.802,17	\$ 3.957,34	\$ 4.118,96	\$ 4.291,16	\$ 4.466,51	\$ 4.653,58	\$ 4.849,29
(=) UTILIDAD NETA DE EJERCICIO	\$ 10.881,90	\$ 12.481,52	\$ 12.940,11	\$ 13.480,43	\$ 14.030,56	\$ 14.603,58	\$ 15.214,11	\$ 15.835,80	\$ 16.499,07	\$ 17.192,95
(-) 10% RESERVA LEGAL	\$ 1.088,19	\$ 1.248,15	\$ 1.294,01	\$ 1.348,04	\$ 1.403,06	\$ 1.460,36	\$ 1.521,41	\$ 1.583,58	\$ 1.649,91	\$ 1.719,30
<b>(=) UTILIDAD LÍQUIDA PARA SOCIOS</b>	<b>\$ 9.793,71</b>	<b>\$ 11.233,37</b>	<b>\$ 11.646,10</b>	<b>\$ 12.132,38</b>	<b>\$ 12.627,51</b>	<b>\$ 13.143,22</b>	<b>\$ 13.692,70</b>	<b>\$ 14.252,22</b>	<b>\$ 14.849,16</b>	<b>\$ 15.473,66</b>

FUENTE: Cuadro 71

ELABORACIÓN: La autora

## COSTOS FIJOS Y VARIABLES

Constituye la valoración monetaria del gasto originado por la utilización o consumo de un factor productivo. Se distinguen para determinar el costo total de un producto, los costos fijos y costos variables que sumados dan el desembolso inicial que aporta el empresario para comenzar la producción. Para realizar una adecuada distribución se hizo necesario entender por costos fijos a todo lo que no interviene directamente en la producción, mientras que los costos variables lo constituyen todos los recursos necesarios para la producción del bien o servicio. A Continuación se presenta el siguiente detalle.

**CUADRO 73**  
**Clasificación de costos fijos y variables**

COSTOS	AÑO 1		AÑO 5		AÑO 10	
	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE
<b>COSTO PRIMO</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 34.525,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 40.638,50</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 49.824,45</b>
Materia Prima Directa		\$ 24.354,00		\$ 28.666,47		\$ 35.146,25
Materiales Indirectos		\$ 288,74		\$ 339,87		\$ 416,69
Mano de Obra Directa		\$ 9.882,26		\$ 11.632,16		\$ 14.261,50
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>\$ 18.565,69</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 28.838,22</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 35.244,90</b>	<b>\$ 0,00</b>
Sueldos Administrativos	\$ 13.482,13		\$ 22.984,66		\$ 28.180,13	
Suministros de Oficina	\$ 365,20		\$ 429,87		\$ 527,04	
Servicios Básicos	\$ 342,00		\$ 402,56		\$ 493,55	
Útiles de Aseo	\$ 296,04		\$ 348,46		\$ 427,23	
Arriendo	\$ 3.000,00		\$ 3.531,22		\$ 4.329,42	
Dep. de Herramientas	\$ 8,21		\$ 8,21		\$ 8,21	
Dep. Equipos de Producción	\$ 384,57		\$ 384,57		\$ 384,57	
Dep. Muebles y Enseres	\$ 183,55		\$ 183,55		\$ 183,55	
Dep. de Equipo de Oficina	\$ 14,22		\$ 14,22		\$ 14,22	
Dep. de Equipo de Computación	\$ 489,77		\$ 550,89		\$ 696,97	
<b>GASTOS DE VENTAS</b>	<b>\$ 780,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 918,12</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 1.125,65</b>	<b>\$ 0,00</b>
Publicidad	\$ 780,00		\$ 918,12		\$ 1.125,65	
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>\$ 839,70</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 145,95</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 145,95</b>	<b>\$ 0,00</b>
Activos Diferidos	\$ 145,95		\$ 145,95		\$ 145,95	
Interese de Préstamo	\$ 693,75		\$ 0,00		\$ 0,00	
<b>TOTAL DE COSTO</b>	<b>\$ 20.185,39</b>	<b>\$ 34.525,00</b>	<b>\$ 29.902,28</b>	<b>\$ 40.638,50</b>	<b>\$ 36.516,50</b>	<b>\$ 49.824,45</b>

FUENTE: Cuadro 70

ELABORACION: La autora

## PUNTO DE EQUILIBRIO

Para todo proyecto de inversión el punto de equilibrio permite determinar el nivel de producción que tendrá que realizar la empresa para cubrir los costos totales, es decir es en donde la empresa no tiene ni pérdidas ni ganancias.

**CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO:** Al punto de equilibrio se lo obtiene de la clasificación de costos fijos y variables

### AÑO 1 PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

$$PE = \frac{\text{COSTO FIJO TOTAL}}{\text{VENTAS TOTALES} - \text{COSTO VARIABLE TOTAL}} \times 100$$

$$PE = \frac{\$ 20.185,39}{\$ 71.123,51 - \$ 34.525,00} \times 100$$

$$PE = \frac{\$ 20.185,39}{\$ 36.598,51} \times 100$$

$$PE = 55,15 \%$$

### EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

$$PE = \frac{\text{COSTO FIJO TOTAL}}{1 - \frac{\text{COSTO VARIABLE TOTAL}}{\text{VENTAS TOTALES}}}$$

$$PE = \frac{\$ 20.185,39}{1 - \frac{\$ 34.525,00}{\$ 71.123,51}}$$

$$PE = \frac{\$ 20.185,39}{1 - 0,4854232}$$

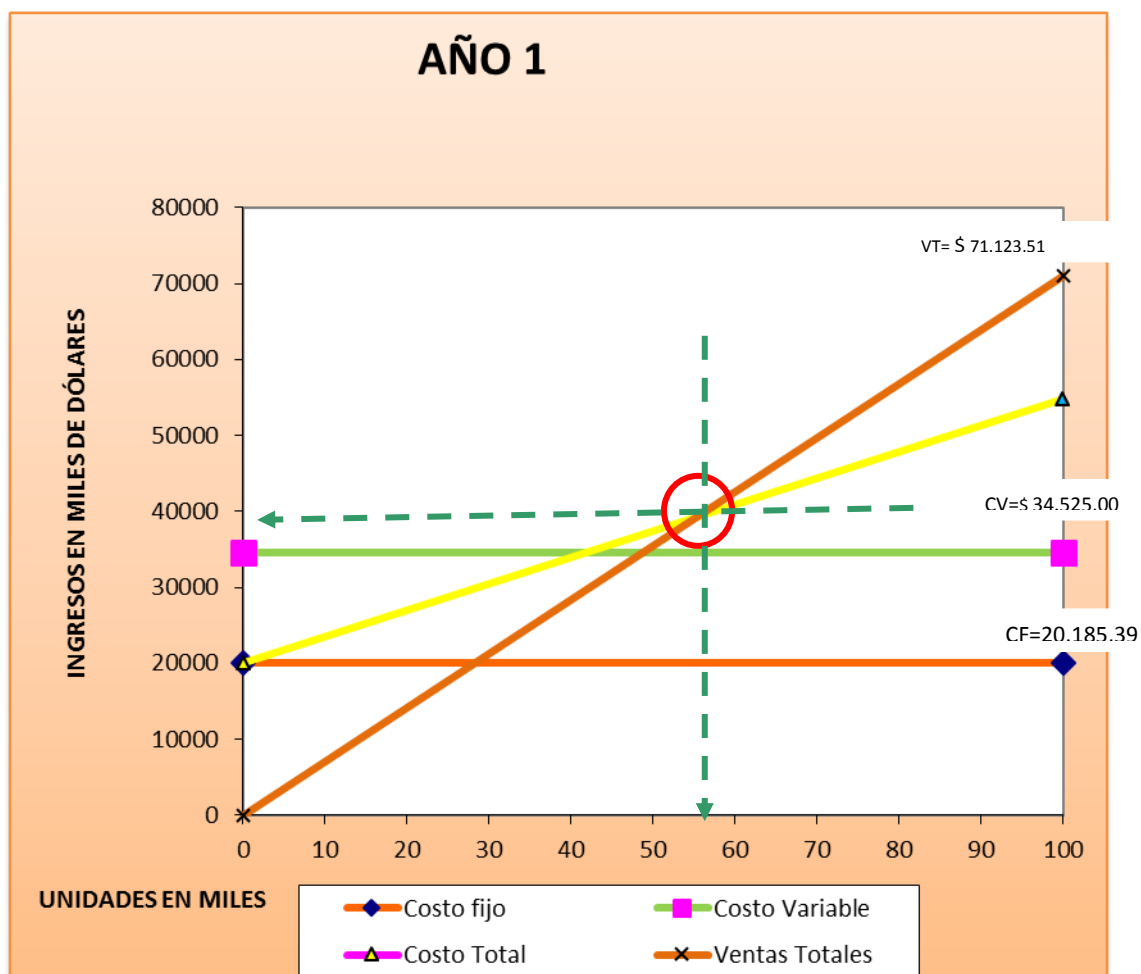
$$PE = \$ 39.227,17$$



## ANÁLISIS

En función de las ventas la empresa el punto de equilibrio estará en \$ 39.227,17 y 55,15% de la capacidad instalada valor con el cual estará cubriendo los costos de producción, debiendo tomar en cuenta que sobre esa cantidad la empresa empezará a obtener ganancias.

Gráfica 62



## QUINTO AÑO

**AÑO 5  
PUNTO DE EQUILIBRIO  
EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA**

$$PE = \frac{\text{COSTO FIJO TOTAL}}{\text{VENTAS TOTALES} - \text{COSTO VARIABLE TOTAL}} \times 100$$

$$PE = \frac{\$ 29.902,28}{\$ 91.703,01 - \$ 40.638,50} \times 100$$

$$PE = \frac{\$ 29.902,28}{\$ 51.064,52} \times 100$$

**PE = 58,56 %**

### ANÁLISIS

La empresa, para llegar al punto de necesita producir el 58,56% de su capacidad instalada.

**EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS**

$$PE = \frac{\text{COSTO FIJO TOTAL}}{1 - \frac{\text{COSTO VARIABLE TOTAL}}{\text{VENTAS TOTALES}}}$$

$$PE = \frac{\$ 29.902,28}{1 - \frac{\$ 40.638,50}{\$ 91.703,01}}$$

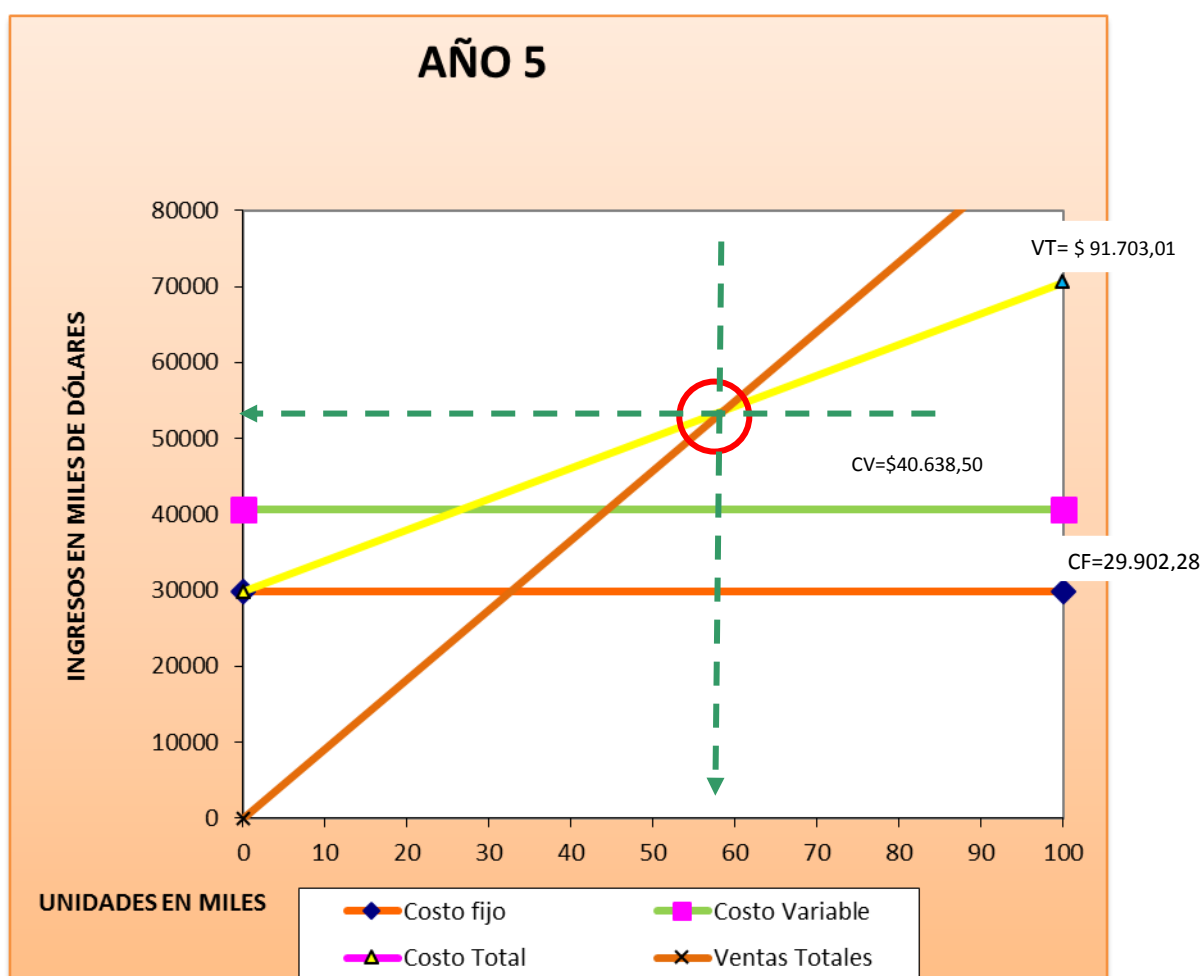
$$PE = \frac{\$ 29.902,28}{1 - 0,4431533}$$

**PE = \$ 53.699,31**

## ANÁLISIS

En función de las ventas la el punto de equilibrio estará en \$ 53.699,31 valor con el cual estará cubriendo los costos de producción, debiendo tomar en cuenta que sobre esa cantidad la empresa empezará a obtener ganancias.

Gráfica 63



## DÉCIMO AÑO

**AÑO 10**  
**PUNTO DE EQUILIBRIO**  
**EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA**

$$PE = \frac{\text{COSTO FIJO TOTAL}}{\text{VENTAS TOTALES} - \text{COSTO VARIABLE TOTAL}} \times 100$$

$$PE = \frac{\$ 36.516,50}{\$ 112.243,22 - \$ 49.824,45} \times 100$$

$$PE = \frac{\$ 36.516,50}{\$ 62.418,78} \times 100$$

$$PE = 58,50 \%$$

## ANÁLISIS

La empresa, para llegar al punto de necesita producir el 58,50% de su capacidad instalada.

**EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS**

$$PE = \frac{\text{COSTO FIJO TOTAL}}{1 - \frac{\text{COSTO VARIABLE TOTAL}}{\text{VENTAS TOTALES}}}$$

$$PE = \frac{\$ 36.516,50}{1 - \frac{\$ 49.824,45}{\$ 112.243,22}}$$

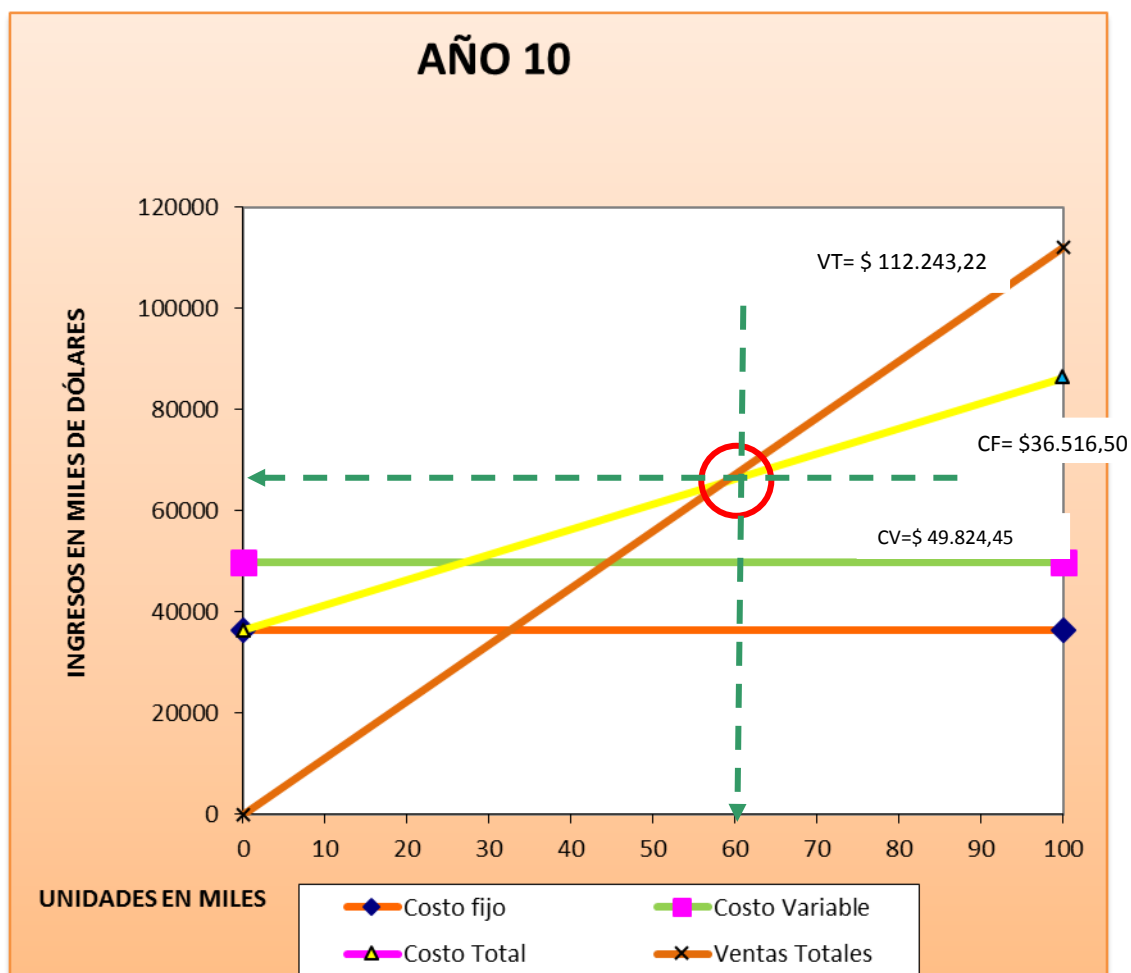
$$PE = \frac{\$ 36.516,50}{1 - 0,4438971}$$

$$PE = \$ 65.665,00$$

## ANÁLISIS

En función de las ventas la el punto de equilibrio estará en \$ 65.665,00 valor con el cual estará cubriendo los costos de producción, debiendo tomar en cuenta que sobre esa cantidad la empresa empezará a obtener ganancias.

Gráfica 64



## **EVALUACIÓN FINANCIERA**

Desde el punto de vista empresarial la evaluación financiera, permite determinar la viabilidad financiera del proyecto o, en donde dará para los inversionistas, la alternativa de rentabilidad suficiente para poder tomar decisiones adecuadamente.

## **FLUJO DE CAJA**

El flujo de caja permite determinar las necesidades de efectivo de toda la empresa durante la vida útil del proyecto, es decir permite cubrir todos los requerimientos de efectivo de la nueva empresa.

**CUADRO 74  
FLUJO DE CAJA**

PERIODOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
<b>INGRESO POR VENTAS</b>		\$ 71.123,51	\$ 81.578,58	\$ 84.575,87	\$ 88.107,37	\$ 91.703,01	\$ 95.448,24	\$ 99.438,64	\$ 103.501,95	\$ 107.758,00	\$ 112.273,00
CAPITAL	\$ 16.099,75										
(+) VALOR RESIDUAL				\$ 734,65			\$ 826,34			\$ 929,47	\$ 1.701,63
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>	<b>\$ 16.099,75</b>	<b>\$ 71.123,51</b>	<b>\$ 81.578,58</b>	<b>\$ 85.310,52</b>	<b>\$ 88.107,37</b>	<b>\$ 91.703,01</b>	<b>\$ 96.274,58</b>	<b>\$ 99.438,64</b>	<b>\$ 103.501,95</b>	<b>\$ 108.687,47</b>	<b>\$ 113.974,63</b>
<b>EGRESOS</b>											
ACTIVOS FIJOS	\$ 9.701,51										
ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 1.459,50										
ACTIVOS CIRCULANTES	\$ 4.938,74										
REINVERSIÓN					\$ 2.479,01			\$ 2.788,40			\$ 3.136,39
(-) COSTO TOTAL		\$ 54.710,40	\$ 62.752,75	\$ 65.058,36	\$ 67.774,90	\$ 70.540,78	\$ 73.421,72	\$ 76.491,26	\$ 79.616,88	\$ 82.872,53	\$ 86.340,94
<b>TOTAL DE EGRESOS</b>	<b>\$ 16.099,75</b>	<b>\$ 54.710,40</b>	<b>\$ 62.752,75</b>	<b>\$ 65.058,36</b>	<b>\$ 70.253,91</b>	<b>\$ 70.540,78</b>	<b>\$ 73.421,72</b>	<b>\$ 79.279,66</b>	<b>\$ 79.616,88</b>	<b>\$ 82.872,53</b>	<b>\$ 89.477,33</b>
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 0	\$ 16.413,12	\$ 18.825,83	\$ 20.252,16	\$ 17.853,46	\$ 21.162,23	\$ 22.852,85	\$ 20.158,98	\$ 23.885,06	\$ 25.814,94	\$ 24.497,30
(-) 15% UTILIDAD A TRABAJADORES		\$ 2.461,97	\$ 2.823,87	\$ 3.037,82	\$ 2.678,02	\$ 3.174,34	\$ 3.427,93	\$ 3.023,85	\$ 3.582,76	\$ 3.872,24	\$ 3.674,60
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPTO RTA		\$ 13.951,15	\$ 16.001,95	\$ 17.214,34	\$ 15.175,44	\$ 17.987,90	\$ 19.424,93	\$ 17.135,14	\$ 20.302,30	\$ 21.942,70	\$ 20.822,71
(-) 22% DE IMPUESTO A LA RENTA		\$ 3.069,25	\$ 3.520,43	\$ 3.787,15	\$ 3.338,60	\$ 3.957,34	\$ 4.273,48	\$ 3.769,73	\$ 4.466,51	\$ 4.827,39	\$ 4.581,00
(=) UTILIDAD LIQUIDA DE EJERCICIO		\$ 10.881,90	\$ 12.481,52	\$ 13.427,18	\$ 11.836,84	\$ 14.030,56	\$ 15.151,44	\$ 13.365,41	\$ 15.835,80	\$ 17.115,30	\$ 16.241,71
(+) DEPRECIACIONES		\$ 1.360,92	\$ 1.360,92	\$ 1.360,92	\$ 1.420,18	\$ 1.420,18	\$ 1.426,70	\$ 1.493,35	\$ 1.493,35	\$ 1.493,35	\$ 1.568,33
(+) AMORTIZACIONES ACTIVOS DIFERIDOS		\$ 103,64	\$ 103,64	\$ 103,64	\$ 103,64	\$ 103,64	\$ 103,64	\$ 103,64	\$ 103,64	\$ 103,64	\$ 103,64
(-) AMORTIZACIÓN CRÉDITO		\$ 3.200,00	\$ 3.200,00	\$ 3.200,00	\$ 3.200,00	\$ 3.200,00					
<b>FLUJO NETO</b>	<b>\$ 0</b>	<b>\$ 9.146,45</b>	<b>\$ 10.746,08</b>	<b>\$ 11.691,74</b>	<b>\$ 10.160,66</b>	<b>\$ 12.354,38</b>	<b>\$ 16.681,78</b>	<b>\$ 14.962,40</b>	<b>\$ 17.432,79</b>	<b>\$ 18.712,29</b>	<b>\$ 17.913,68</b>

FUENTE: Cuadros 71,51 al 53 y 67al 69

ELABORACIÓN: La autora

## VALOR ACTUAL NETO

Toda inversión es el cambio entre gastos presentes e ingresos futuros, una forma de medir éste cambio exige una actualización, para calcular el VAN se trabajó con una tasa de oportunidad del 15%, que es la tasa de oportunidad actual del mercado. Para calcular el VAN se hace necesario la aplicación de la siguiente fórmula:  $VAN = \text{Sumatoria del VAN} - \text{Inversión inicial}$

**CUADRO 75**  
**VALOR ACTUAL NETO**

PERIODO	FLUJO NETO	FACTOR ACTUALIZACIÓN	VALOR ACTUALIZADO
		15%	
0	16.099,75		
1	9.146,45	0,869565217	7.953,44
2	10.746,08	0,756143667	8.125,58
3	11.691,74	0,657516232	7.687,51
4	10.160,66	0,571753246	5.809,39
5	12.354,38	0,497176735	6.142,31
6	16.681,78	0,432327596	7.211,99
7	14.962,40	0,37593704	5.624,92
8	17.432,79	0,326901774	5.698,81
9	18.712,29	0,284262412	5.319,20
10	17.913,68	0,247184706	4.427,99
<b>Sumatoria valor actualizado</b>			<b>64.001,12</b>
Inversión			16.099,75
Reinversión			31.147,32
<b>VAN AL 15%</b>			<b>16.754,06</b>

FUENTE: Cuadro 74  
ELABORACIÓN: La autora

Si el VAN es positivo cómo en éste caso se acepta el proyecto, ya que esto indica que la inversión inicial del proyecto aumentará, como es el caso de este proyecto.



## TASA INTERNA DE RETORNO

Es la tasa más alta que un inversionista podría pagar sin perder dinero. Para poder calcularlo se ha tomado una tasa mínima y una tasa máxima, lo que hace que el resultado sea negativo y permita obtener los valores del **VAN** menor y mayor necesarios para obtener la **TIR**.

**CUADRO 76**  
Tasa interna de retorno

PERIODO	FLUJO NETO	FACTOR ACTUALIZACIÓN	VAN MENOR	FACTOR ACTUALIZACIÓN	VAN MAYOR
		44,00%		45,00%	
0	16.099,75				
1	9.146,45	0,694444444	6.351,70	0,689655172	6.307,90
2	10.746,08	0,482253086	5.182,33	0,475624257	5.111,09
3	11.691,74	0,334897977	3.915,54	0,328016729	3.835,09
4	10.160,66	0,232568039	2.363,04	0,226218434	2.298,53
5	12.354,38	0,161505583	1.995,30	0,156012713	1.927,44
6	16.681,78	0,112156655	1.870,97	0,107594974	1.794,88
7	14.962,40	0,077886566	1.165,37	0,074203431	1.110,26
8	17.432,79	0,054087893	942,90	0,05117478	892,12
9	18.712,29	0,037561037	702,85	0,035292952	660,41
10	17.913,68	0,026084053	467,26	0,024339967	436,02
		<b>Valor actualizado</b>	<b>24.957,27</b>	<b>Valor actualizado</b>	<b>24.373,73</b>
		Inversión	16.099,75	Inversión	16.099,75
		Reinversión	8.403,80	Reinversión	8.403,80
		<b>VAN MENOR</b>	<b>453,73</b>	<b>VAN MAYOR</b>	<b>-129,82</b>

FUENTE: Cuadro 75

ELABORACIÓN: La autora

$$TIR = T_m + Dt \left( \frac{VAN \text{ menor}}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}} \right)$$

$$TIR = 44\% + 1 \left( \frac{453,73}{583,54} \right)$$

$$TIR = 44,78\%$$

En donde se demuestra que la **TIR** es mayor que la tasa de interés del crédito y por lo tanto se acepta el proyecto.

## RELACIÓN BENEFICIO COSTO

Este no es un indicador de rentabilidad, sino más bien en función de los costos indica los posibles ingresos que tendrá el proyecto.

**CUADRO 77**

PERIODO	ACTUALIZACIÓN COSTO TOTAL			ACTUALIZACIÓN INGRESOS		
	COSTO ORIGINAL	FACT. ACTUALIZACIÓN	COSTO ACTUALIZADO	INGRESO	FACT. ACTUALIZACIÓN	INGRESO ACTUALIZADO
		15%			15%	
1	54.710,40	0,869565217	47.574,26	71.123,51	0,869565217	61.846,53
2	62.752,75	0,756143667	47.450,09	81.578,58	0,756143667	61.685,12
3	65.058,36	0,657516232	42.776,93	84.575,87	0,657516232	55.610,01
4	67.774,90	0,571753246	38.750,52	88.107,37	0,571753246	50.375,67
5	70.540,78	0,497176735	35.071,23	91.703,01	0,497176735	45.592,61
6	73.421,72	0,432327596	31.742,24	95.448,24	0,432327596	41.264,91
7	76.491,26	0,37593704	28.755,90	99.438,64	0,37593704	37.382,67
8	79.616,88	0,326901774	26.026,90	103.501,95	0,326901774	33.834,97
9	82.872,53	0,284262412	23.557,54	107.758,00	0,284262412	30.631,55
10	86.340,94	0,247184706	21.342,16	112.273,00	0,247184706	27.752,17
<b>TOTAL COSTO ACTUALIZADO</b>			<b>343.047,77</b>	<b>INGRESO ACTUALIZADO</b>		<b>445.976,21</b>

FUENTE: Cuadro 71

ELABORACIÓN: La autora

Se puede decir también que éste indicador se lo obtiene de la relación que existe entre los costos y los ingresos, lo que se demuestra por medio del siguiente procedimiento.

$$R B/C = \frac{\text{INGRESO TOTAL ACTUALIZADO}}{\text{COSTO TOTAL ACTUALIZADO}}$$

$$R B/C = \frac{445.976,21}{343.047,77} = 1,30$$

Este es un indicador favorable para que el proyecto sea aceptado, debido a que por cada dólar de deuda la empresa tiene cómo utilidad o ingresos de 30 centavos.

## PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

El periodo de recuperación del capital permite determinar el tiempo, es decir los años, meses y días en los que se recuperará la inversión inicial del proyecto; para lo que se hace necesario tomar en cuenta los flujos que genera el proyecto durante su vida útil, lo que se demuestra en el siguiente procedimiento:

**CUADRO 78**  
**Periodo de recuperación de capital**

Periodo	Inversión	Flujo neto de caja	FACTOR ACTUALIZACIÓN	VALOR ACTUALIZADO	Flujo acumulado
0	\$ 16.099,75		15%		
1		\$ 9.146,45	0,86956522	\$ 7.953,44	\$ 7.953,44
2		\$ 10.746,08	0,75614367	\$ 8.125,58	\$ 16.079,01
3		\$ 11.691,74	0,65751623	\$ 7.687,51	\$ 23.766,52
4		\$ 10.160,66	0,57175325	\$ 5.809,39	\$ 29.575,91
5		\$ 12.354,38	0,49717674	\$ 6.142,31	\$ 35.718,21
6		\$ 16.681,78	0,43232760	\$ 7.211,99	\$ 42.930,21
7		\$ 14.962,40	0,37593704	\$ 5.624,92	\$ 48.555,13
8		\$ 17.432,79	0,32690177	\$ 5.698,81	\$ 54.253,93
9		\$ 18.712,29	0,28426241	\$ 5.319,20	\$ 59.573,14
10		\$ 17.913,68	0,24718471	\$ 4.427,99	\$ 64.001,12

Fuente: Cuadro 75

ELABORACIÓN: La autora

$$PRI = a + \frac{(b - c)}{d}$$

**DONDE:**

- a** = Año inmediato anterior en que se recupera la inversión.
- b** = Inversión Inicial
- c** = Flujo de Efectivo Acumulado del año inmediato anterior en el que se recupera la inversión.
- d** = Flujo de efectivo del año en el que se recupera la inversión.

$$\begin{aligned}
 PRI &= 2 + \frac{16.099,75 - 16.079,01}{7.687,51} \\
 PRI &= 2,0027 \\
 PRI &= \mathbf{2 \text{ AÑOS}} \\
 PRI &= 0,0027 \times 12 = 0,0324 = \mathbf{0 \text{ MESES}} \\
 PRI &= 0,0324 \times 30 = 1,0 = \mathbf{1 \text{ DÍAS}}
 \end{aligned}$$

Esto indica que la inversión se recuperará en 2 años y 1 día.

## **ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD**

El Análisis de sensibilidad muestra cuán sensible es, el presupuesto de caja a determinados cambios, como la disminución de ingresos o el aumento de costos.

### **ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON INCREMENTO DE LOS COSTOS**

En primer lugar se ha determinado que el proyecto puede soportar hasta un 21,82 % de aumento de los costos originales

### **ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON DISMINUCIÓN DE LOS INGRESOS**

Para el proyecto se ha determinado que puede soportar hasta un 16,79 % de disminución de los ingresos originales.

**CUADRO 79**  
**Análisis de sensibilidad con un incremento del 21,82% de los costos**

PERIODO	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL 21,82%	INGRESO TOTAL ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	31%	VAN MENOR	32%	VAN MAYOR
					FACT. ACTUALIZ.		FACT. ACTUALIZ.	
Inversión						-16.099,75		-16.099,75
1	54.710,40	66.649,84	71.123,51	4.473,67	0,763358779	3415,01	0,757575758	3389,14319
2	62.752,75	76.447,28	81.578,58	5.131,29	0,582716625	2990,09	0,573921028	2944,9566
3	65.058,36	79.256,05	84.575,87	5.319,82	0,444821851	2366,37	0,434788658	2312,99837
4	67.774,90	82.565,42	88.107,37	5.541,95	0,339558665	1881,82	0,329385347	1825,4383
5	70.540,78	85.934,89	91.703,01	5.768,12	0,259205088	1495,13	0,249534354	1439,344
6	73.421,72	89.444,54	95.448,24	6.003,69	0,197866479	1187,93	0,189041177	1134,94541
7	76.491,26	93.183,95	99.438,64	6.254,69	0,151043114	944,73	0,143213013	895,753054
8	79.616,88	96.991,67	103.501,95	6.510,27	0,115300087	750,63	0,108494707	706,330095
9	82.872,53	100.957,80	107.758,00	6.800,20	0,088015334	598,52	0,08219296	558,928565
10	86.340,94	105.183,12	112.273,00	7.089,88	0,067187278	476,35	0,062267394	441,468046
						<b>6,84</b>		<b>-450,44</b>

Fuente: Cuadros 79

ELABORACIÓN: La autora

NTIR =	$T_m + D_t \left( \frac{VAN \text{ menor}}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}} \right) = 29$	+	$1 \left( \frac{6,84}{457,28} \right) =$	<b>31,01%</b>
<b>Diferencias TIR =</b>	$Tir \text{ Proyecto} - Nueva Tir = 44,78\%$		$31,01\% =$	<b>13,76%</b>
<b>Porcentaje de variación =</b>	$Diferencia. Tir / Tir \text{ del proyecto} = 13,76\%$	/	$44,78\% =$	<b>30,74%</b>
<b>Sensibilidad =</b>	$Porcentaje \text{ de variación} / Nueva Tir = 30,74\%$	/	$31,01\% =$	<b>0,99999</b>

**CUADRO 80**  
**Análisis de sensibilidad con una disminución del 16,79% de los ingresos**

PERIODO	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO TOTAL ORIGINAL	INGRESO DISMINUIDO EN UN 16,79%	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	31%	VAN MENOR	32,0%	VAN MAYOR
					FACT. ACTUALIZ.		FACT. ACTUALIZ.	
Inversión						-16.099,75		-16.099,75
1	54.710,40	71.123,51	59.184,01	4.473,61	0,763358779	3414,97	0,757575758	3389,102
2	62.752,75	81.578,58	67.883,98	5.131,23	0,582716625	2990,05	0,573921028	2944,921
3	65.058,36	84.575,87	70.378,12	5.319,76	0,444821851	2366,34	0,434788658	2312,970
4	67.774,90	88.107,37	73.316,79	5.541,89	0,339558665	1881,80	0,329385347	1825,416
5	70.540,78	91.703,01	76.308,83	5.768,05	0,259205088	1495,11	0,249534354	1439,326
6	73.421,72	95.448,24	79.425,34	6.003,62	0,197866479	1187,92	0,189041177	1134,932
7	76.491,26	99.438,64	82.745,87	6.254,61	0,151043114	944,72	0,143213013	895,742
8	79.616,88	103.501,95	86.127,07	6.510,19	0,115300087	750,63	0,108494707	706,321
9	82.872,53	107.758,00	89.668,66	6.796,14	0,088015334	598,16	0,08219296	558,595
10	86.340,94	112.273,00	93.425,73	7.084,79	0,067187278	476,01	0,062267394	441,151
						<b>5,95</b>		<b>-451,27</b>

Fuente: Cuadros 79

ELABORACIÓN: La autora

NTIR =	$T_m + D_t \left( \frac{\text{VAN menor}}{\text{VAN menor} - \text{VAN mayor}} \right) = 29 + 1 \left( \frac{5,95}{457,23} \right) =$	<b>31,01%</b>
<b>Diferencias TIR =</b>	$Tir Proyecto - Nueva TIR = 44,78\% - 31,01\% =$	<b>13,76%</b>
<b>Porcentaje de variación =</b>	$\frac{\text{Diferencia. TIR/ TIR del proyecto}}{\text{Nueva TIR}} = \frac{13,76\%}{44,78\%} =$	<b>30,74%</b>
<b>Sensibilidad =</b>	$\frac{\text{Porcentaje de variación}}{\text{Nueva TIR}} = \frac{30,74\%}{31,013\%} =$	<b>0,99999</b>

## **h. CONCLUSIONES**

Luego de haber culminado con el presente trabajo investigativo, y tomando como base los resultados obtenidos del mismo, se presenta a continuación las conclusiones a las que se ha llegado:

- El proyecto de tesis es factible de efectuarlo conforme se demuestra en los estudios realizados en el presente trabajo.
- El proyecto tiene aceptación ya que así lo demuestra el estudio de mercado, donde se verificó que existe demanda insatisfecha de 4.072 conjuntos deportivos.
- En el estudio técnico se pudo determinar que la empresa trabajando al 100% de su capacidad podría fabricar 3.168 conjuntos deportivos, sin embargo por cuestiones de introducción al mercado se trabajará con el 75% para el primer y segundo año, llegando a fabricar 2376 conjuntos deportivos para el primer año de vida útil del proyecto.
- Según el estudio organizacional, la empresa se constituirá como compañía de responsabilidad limitada y legalmente como: “NOESPORT DISEÑOS SUCURSAL ZARUMA CIA. LTDA.”
- La inversión total de para la implementación de la empresa es de \$ 16.099,75 la misma que contará con el 62,73 % con capital propio y el 37,27 % capital ajeno con crédito directo al Banco Nacional de Fomento que es de \$6.000,00 dólares, con una tasa de interés del 15%
- El costo de cada conjunto deportivos será de \$ 23,03, para el primer año de vida útil del proyecto y el precio de venta al público de \$ 29,93

- El punto de equilibrio para el primer año de vida útil del proyecto estará ubicado en el 55.15% en función de la capacidad instalada, y en función de las ventas será de \$ 39.227,17
- El análisis financiero demuestra que el proyecto es factible así, el VAN tuvo un valor de 16.754,06 dólares, la TIR del proyecto es de 44,78%
- El Análisis de sensibilidad indica que el proyecto llega al punto de sensibilidad cuando se incrementan los costos en un 21,82% y disminuyen los ingresos en un 16,79%.



## **i. RECOMENDACIONES**

Luego de haber culminado con el presente trabajo investigativo, es importante formular algunas recomendaciones, tomando como base los resultados obtenidos del mismo, las cuales exponemos a continuación:

- Se recomienda a los inversionistas la ejecución del proyecto porque se ha demostrado en todos los estudios su factibilidad.
- Al ser un producto de gran acogida por la ciudadanía de Zaruma, la sucursal tendrá demanda por el amplio mercado que tiene la empresa matriz por ello se recomienda implementar el proyecto.
- Utilizar los canales de comercialización establecidos en el estudio de mercado, ya que es son más adecuados para este tipo de productos.
- Se recomienda hacer uso de los medios de publicidad con el fin de que se dé a conocer el producto, se asegure su permanencia el mercado y la rentabilidad que esperan los inversionistas.
- A los inversionistas cubrir el monto de crédito establecido en el estudio financiero a fin de lograr recuperar la inversión y obtener mayor rentabilidad.
- Que los investigadores del tema y personas que formaran parte de esta iniciativa empresarial, tomar en consideración el presente proyecto ya que es una guía didáctica de cómo se iniciara y se desarrollara la futura sucursal a fin de dar mayor validez a otros proyectos de iguales características.

## j. BIBLIOGRAFÍA

Se detalla a continuación:

### Libros:

- Alfonso, P. A. (2009). **“EL CAPITAL DE TRABAJO NETO EN LAS EMPRESAS”**. Argentina: El Cid Editor
- Aragón, M. I., Bonnelly, R. R., & Castañeda, C. C. (2011). **“INNOVACIÓN EN LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS”**. México: Alfaomega Grupo Editor
- Aramburu, G. N., & Rivera, H. O. (2010). **“ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS”** (3a. ed.). España: Publicaciones de la Universidad de Deusto
- Balanko-Dickson, G. (2010). **“CÓMO PREPARAR UN PLAN DE NEGOCIOS EXITOSO”**. México: McGraw-Hill Interamericana.
- Barajas, N. A.,(2010) ,**FINANZAS PARA NO FINANCISTAS**, Colombia, Editorial Pontificia Universidad Javeriana.
- Bustamante, Engel Sofía (2009). **“LA EMPRESA”**. Argentina. Editorial: El Cid Editor
- Gilli, J .J., (2013), **“DISEÑO ORGANIZATIVO: ESTRUCTURA Y PROCESOS”**, Ediciones Granica, Bogotá, Colombia

- KOTLER Philip, BLOOM Paul y HAYES Thomas. (2009). **“EL MARKETING DE SERVICIOS PROFESIONALES”**, Primera Edición, Ediciones Paidós Ibérica S.A.,
- Marín, D. (2009). **“DETERMINANTES DEL ANÁLISIS Y DISEÑO ORGANIZACIONAL”**. Colombia: B - Facultad de Ciencias Económico Administrativos
- Meza, O. J. J. (2010). **“EVALUACIÓN FINANCIERA DE PROYECTOS”** (2a. ed.). Colombia: Ecoe Ediciones
- Moreno, D. L. M. (2009). **“ESTADOS FINANCIEROS”**. Argentina: El Cid Editor
- Palacios, A. L. C. (2012). **“ESTRATEGIAS DE CREACIÓN EMPRESARIAL”**. Colombia: Ecoe Ediciones.
- Pedraza, R. O. H. (2014). **“MODELO DEL PLAN DE NEGOCIOS: PARA LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA”**. México: Larousse - Grupo Editorial Patria
- Prieto, G. M. Á., Álvarez, M. J. C., & Herráez, V. P. (2013). **” EMPRESA INICIATIVA EMPRENDEDORA”**. España: Macmillan Iberia, S.A..
- Rivas, Q. J. F. (2009). **“DESARROLLO ORGANIZACIONA”L**. Argentina: El Cid Editor
- <http://wwwdiseñodemodas-Wikipedia.laenciclopedia libre.com>
- <http://www.articuloz.com/deporte-articulos/la-ropa-de-deporte-4488771.html>

## **k. ANEXOS**

### **ANEXO N. 1. Extracto del Proyecto de tesis.**

**Tema:** Plan de Negocios para la Implementación de una sucursal de la Empresa NOESPORT DISEÑOS en la Ciudad de Zaruma, Provincia de El Oro.

#### **Problemática:**

En Ecuador actualmente una de las políticas de nuestro gobierno es promover los proyectos de inversión previamente identificados y calificados, según datos del CORPEI, las MYPIMES, constituyen un apoyo significativo a la economía nacional, nuestro Ecuador es un país de inmensa riqueza con grandes recursos para ser explotados, sin embargo el desconocimiento, la falta de capacitación de empresarios al frente de las PYMES, de emprendedores e inversionistas, no permiten establecer oportunidades de negocios.

Para presentar y evaluar un plan de negocios es necesario determinar los recursos presentes en el medio, las necesidades de los consumidores, etc. Es un gran número de puntos a ser analizados. Generalmente en nuestro país se crean empresas empíricamente, no se basan en un Plan de negocios adecuado y técnicamente elaborado, lo que no permite que las empresas puedan mantener un ritmo de crecimiento alto. El crecimiento de una empresa, ya sea micro, pequeña, mediana o grande, y sin tomar en cuenta las actividades que realice, necesita una gestión adecuada, la visión gerencial está destinada a desarrollar de forma eficiente, segura y rentable

la asignación de recursos con los que cuenta la empresa, ante esto surge la necesidad de implementar un plan de negocios integrado, ya que este contribuye a identificar mediante un análisis minucioso de cada una de las áreas los problemas existentes permitiendo plantear alternativas de solución para la consecución de objetivos y metas propuestas.

Un plan de negocios es una herramienta utilizada por los administradores de empresas porque permite analizar e interactuar con todas las áreas de la empresa para mejorar su funcionamiento dándole un manejo adecuado a los recursos y de esta forma aumentar la rentabilidad.

A nivel regional la situación es generalmente la misma que a nivel nacional.

En cuanto al nivel local hablamos de la ciudad de Zaruma, podemos indicar que en la localidad existen proyectos para inversión generalmente promocionados por el gobierno nacional, enfocados a la producción agrícola y ganadera del cantón. Más no en lo referente a otros tipos de industria.

El presente estudio pretende dar solución a uno de los problemas que generalmente las MIPYMES ecuatorianas, y de Zaruma tienen, referente al escaso uso de un Plan de Negocios, necesarios para mejorar su eficiencia y convertirse en empresas competitivas y sólidas en el mercado. Un Plan de Negocios y los estudios que se efectúan para el mismo, determina la viabilidad de un negocio, que se pretende desarrollar y establecer cuáles serían las condiciones para que sea exitoso. Como los recursos siempre son limitados, es necesario tomar una decisión, las buenas decisiones solo pueden ser adoptadas sobre la base de evidencias y cálculos correctos.

Siendo analizada la problemática originada por la falta de un Plan de Negocios que promuevan la creación de nuevas empresas y para las empresas ya constituidas; que permitan un desarrollo económico y social de la región, y que les permitan poner al mercado, nuevos y novedosos productos que tiendan a satisfacer las necesidades de los consumidores.

Tomando en consideración lo antes expuesto he considerado proponer un “Plan de Negocios para la Instalación de una Sucursal de la Empresa Noesport Diseños en la ciudad de Zaruma , Provincia de El Oro” y basándonos en primer lugar en la problematización antes descrita, y ante la necesidad de ropa deportiva pretendemos implementar una sucursal y lanzar al mercado los productos que elabora ya que no existe una empresa que ofrezca a los consumidores del cantón Zaruma productos de calidad, buen precio, excelente presentación y amplia disponibilidad, en cuanto ropa deportiva se refiere que sea confeccionada en la localidad y que reúna las características anteriores.

Siendo analizada dicha problemática, se plantea que el problema central es: **FALTA DE APLICACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA INSTALACIÓN DE UNA SUCURSAL DE LA EMPRESA NOESPORT DISEÑOS EN LA CIUDAD DE ZARUMA, PROVINCIA DE EL ORO**” dirigido a contribuir con el mejoramiento micro empresarial de la ciudad, y brindar productos de excelente calidad a la población.

## **OBJETIVOS:**

La ejecución del presente trabajo plantea la consecución de los siguientes objetivos:

### **Objetivo General:**

Diseñar un Plan de Negocios para la instalación de una sucursal de la Empresa Noesport Diseños, en la ciudad de Zaruma, Provincia de El Oro.

### **Objetivos Específicos:**

✚ **Elaborar un Estudio de Mercado** que permita determina la oferta y demanda de los productos de la empresa Noesport Diseños, así como la elaboración del plan de comercialización.

✚ **Desarrollar un Estudio Técnico**, en donde se establezca la localización y el tamaño del proyecto, la capacidad instalada y utilizada.

✚ **Realizar un Estudio Organizacional**, donde se determine la constitución de la empresa, y el manual de funciones.

✚ **Efectuar el Estudio Financiero**; para configurar el presupuesto, costos de inversión, la Evaluación Financiera (VAN, TIR, B/C, PRC y Análisis de Sensibilidad).

## **METODOLOGÍA**

En el presente proyecto se empleó los métodos lógicos o científicos, que estuvieron destinados a descubrir la verdad o confirmarla mediante concesiones ciertas o afines.

Se empleó en forma general el Método Científico a través de la observación, análisis, síntesis, y de manera particular en el presente proyecto se utilizó los métodos Inductivo y Deductivo.

**Método Inductivo:** Este método sirvió como apoyo para definir el segmento de la población encuestada y la percepción del usuario. Se lo aplica además en el estudio de las diversas causas que originaron el problema central que se estudia; mediante el estudio y análisis de las causas efectos y posibles soluciones. Los datos obtenidos de la Investigación de Campo, permitió determinar la demanda potencial, real, efectiva, uso promedio, la oferta y la demanda insatisfecha.

**Método Deductivo:** Sirvió para obtener la fundamentación teórica, para realizar cada una de las partes que contempla el Plan de Negocios. La aplicación de este Método permitió obtener conclusiones válidas para comprender y determinar si es factible o no la instalación de una sucursal de la empresa Noesport Diseños en la ciudad de Zaruma, provincia de El Oro.

## **TÉCNICAS**

Para el desarrollo del trabajo de investigación se utilizaron algunas técnicas como: entrevistas, encuestas, observación directa, las mismas que sirvieron para determinar datos importantes que sirvieron como parte del diagnóstico a ejecutar en la presente investigación.

**OBSERVACIÓN DIRECTA.-** Esta técnica permitió realizar un sondeo minucioso con el propósito de determinar el tipo de competencia que se tendría con respecto a la elaboración de prendas de vestir deportivas tanto para damas, caballeros y niños de todas las edades, con respecto a calidad



y precio que se ofrecería en la ciudad de Zaruma, esta técnica se la utilizó para observar las condiciones en las que actualmente los demandantes de la ciudad adquieren su producto, como también las principales necesidades y requerimientos del mercado.

**ENTREVISTA.-** Permitió recabar información, obteniendo datos precisos y confiables; se realizó una entrevista a la Sra. Lucila Noemí Apolo, Gerente de la Empresa NOESPORT Diseños, con el fin de obtener información sobre los motivos por los cuales desea expandir la empresa, como la situación actual de la misma, información necesaria para la elaboración del presente estudio de mercado.

**ENCUESTA.-** Esta técnica permitió la obtención de información de interés sociológico, mediante un banco de preguntas previamente formulado, a través de la cual se pudo conocer la opinión o valoración de los posibles consumidores, obteniendo datos importantes para su posterior análisis siendo estos la base y el punto de partida del Estudio de mercado a realizarse.

### **PROCEDIMIENTO**

En esta parte se describe el procedimiento que se utilizó para determinar el tamaño de la muestra.

Para el desarrollo adecuado de la encuesta es preciso obtener el tamaño de la muestra del mercado al cual va dirigido nuestro estudio. Para esto primero hay que definir el lugar; que en este caso es la ciudad de Zaruma, luego hay que segmentar el mercado partiendo de la población total de Zaruma, hasta

llegar a la segmentación de las personas, quienes van a hacer uso del producto.

### **Población.**

Para determinar el tamaño de la muestra se utilizó la población de la ciudad de Zaruma del último censo 2010 que son 24.097 habitantes siendo esta la primera segmentación, se realizó una segunda segmentación tomándose el porcentaje de la PEA (Población Económicamente Activa) que es 19,21%, siendo la PEA de la Ciudad de Zaruma 4.630 habitantes, cantidades que fueron proyectadas hacia el año actual en el que se realizará el proyecto con la tasa de crecimiento de 1,47% es decir 4.980 habitantes, siendo este el sector hacia el que se orienta el proyecto; como se demuestra en el siguiente procedimiento:

## **DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA**

**Gráfico N. 4**



## SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

**Cuadro N. 2**

1ra.Segmentación	2da.Segmentación	FUENTE
<b>POBLACIÓN DE LA CIUDAD DE ZARUMA</b> 24.097 habitantes	<b>Población económicamente Activa (PEA)</b> 19,21% de la Población Total= 4.630 habitantes	<b>INEC.</b> Censo 2010

Fuente: Datos obtenidos en el INEC según censo 2010  
Elaboración: La Autora

AÑOS	TASA DE CRECIMIENTO	POBLACIÓN
2010	1,47	4.630
2011	1,47	4.698
2012	1,47	4.767
2013	1,47	4.837
2014	1,47	4.908
2015	1,47	4.980

Fuente: Datos obtenidos en el INEC según censo 2010  
Elaboración: La Autora

### Proyección de la Población:

#### Formula de la proyección

$$Pf = P_0 (1+r)^n$$

$$Pf_{2015} = 4.630 (1+0,0147)^5$$

$$Pf_{2015} = 4.630 (1,0757)$$

$$Pf_{2015} = 4.980 \text{ Habitantes}$$

**Tamaño de la Muestra:**

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

**En donde:**

**n**= tamaño de la muestra

**Z**= 95 % margen de confiabilidad igual a 1.96 según tabla tipificada de 0 a Z, relacionada con el margen de seguridad.

**N**= Población Total

**P**= probabilidad que el evento ocurra 0.5

**Q**= probabilidad que el evento no ocurra 0.5

**E**= Margen de error (5 %)

**1**= factor de corrección

**Remplazando los valores de la fórmula:**

$$n = \frac{4.980}{1 + 4.980(0,05)^2}$$

$$n = \frac{4.980}{1 + 4.980(0,0025)}$$

$$n = \frac{4.980}{1 + 12.45}$$

$$n = \frac{4.980}{13.45}$$

$$n = 370$$

### Distribución Muestral

En el presente estudio se aplicaran 370 encuestas a los habitantes que están dentro de las cifras del PEA de la Ciudad de Zaruma, que es la única parroquia urbana que se segmentó para la investigación.

Así mismo, una vez aplicados los instrumentos de investigación al sector en estudio, se procedió a sistematizar la información de acuerdo a las respuestas obtenidas, representada a través de cuadros y gráficos estadísticos, permitiendo un análisis e interpretación de la información; estos datos son de vital importancia ya que permitió determinar la oferta y demanda, además se realizó una encuesta a 6 empresas oferentes, recabando información referente a los productos que ofrecen, la comercialización y precio.

**Cuadro N. 4**

<b>EMPRESAS OFERENTES</b>	
<b>N°</b>	<b>NOMBRE</b>
1	Joe Creaciones
2	Confecciones Anitex
3	VISPORT
4	JJ SPORT
5	ARCATEX
6	CASA DEPORTIVA JESSENIA

**Fuente:** Cámara de Comercio

**Elaboración:** La Autora

## ANEXO N. 2. Formato de Encuestas a los Demandantes



**Universidad Nacional de Loja  
Modalidad de Estudios a Distancia  
Carrera de Administración de Empresas  
Encuesta a los Demandantes de Ropa deportiva de la Ciudad de  
Zaruma.**

La presente encuesta tiene como objetivo la realización de un trabajo de investigación en la Universidad Nacional de Loja, Modalidad de estudios a Distancia; pedimos comedidamente a Usted se digne a contestar las interrogantes que a continuación le planteamos con la seriedad que el caso amerita.

### 1. ¿Actualmente, está usted trabajando?

Si ( )

No ( )

### 2. En caso afirmativo ¿El trabajo es estable u ocasional?

Estable ( )

Ocasional ( )

### 3. Indique ¿Cuál es su ingreso económico Mensual?

1 – 300 ( )

301 – 600 ( )

601- 900 ( )

901 – 1200 ( )

1201 – 1500 ( )

1501 – 1800 ( )

1801 – 2100 ( )

+ - 2101 ( )

**4. En sus labores diarias o eventualmente ¿Utiliza ropa deportiva?**

Si ( )

No ( )

**5. ¿Cuántos ternos de ropa deportiva adquiere Anualmente?**

1( ) 2( ) 3( ) 4( ) 5( ) 6( ) 7( ) 8( ) 9( ) 10( )

**6. ¿Al adquirir un conjunto deportivo qué colores prefiere?**

Gris ( ) Negro ( ) Azul ( ) Café ( ) Lila ( ) Turquesa( )

Blanco ( ) Fucsia ( )

**7. ¿Qué características toma en cuenta usted a la hora de comprar conjuntos deportivos?**

Calidad ( ) Precio ( ) Promoción ( ) Otros ( )

**8. ¿Cuánto paga en promedio por un conjunto deportivo?**

21 – 30 ( )

31 – 40 ( )

41 - 50 ( )

51 – 60 ( )

**9. ¿Al adquirir usted conjuntos deportivos como prefiere hacerlo?**

Elaborados ( )

Envía a Confeccionar ( )

**10. ¿En donde prefiere usted adquirir conjuntos deportivos?**

Almacenes ( )

Fábrica ( )

Por medio de catálogos ( )

**11. ¿Qué criterio tiene de la Industria Textil de la ciudad de Zaruma?**

Muy Buena ( ) Buena ( ) Mala ( ) Regular ( )

**12. De implementarse una nueva empresa dedicada a la elaboración de ropa deportiva ¿Adquirirá usted sus productos?**

Si ( ) No ( )

**13. ¿Que tipo de promoción le gustaría que la empresa a implementarse le ofreciera por sus compras?**

Descuentos ( )

Obsequios ( )

Sorteos ( )

**14. ¿Por qué medios de comunicación le gustaría conocer los productos, promociones, precios que ofrece la empresa a implementarse?**

Radio ( )

Prensa escrita ( )

Televisión ( )

Vallas publicitarias ( )

**Agradecemos su valiosa colaboración.**



### ANEXO N. 3. Formato de Encuestas a los Oferentes.



**Universidad Nacional de Loja  
Modalidad de Estudios a Distancia  
Carrera de Administración de Empresas  
Encuesta a los Oferentes de Ropa Deportiva de la ciudad de Zaruma.**

La presente encuesta tiene como objetivo la realización de un trabajo de investigación en la Universidad Nacional de Loja, Modalidad de estudios a Distancia; pedimos comedidamente a Usted se digne a contestar las interrogantes que a continuación le planteamos con la seriedad que el caso amerita.

**1. ¿Usted elabora conjuntos deportivos para todas las edades y ambos sexos?**

Si ( ) No ( )

**2. ¿Cuántos ternos de ropa deportiva vende Mensualmente?**

1( ) 2( ) 3( ) 4( ) 5( ) 6( ) 7( ) 8( ) 9( ) 10( )

**3. ¿Cómo considera los precios de su Empresa?**

Alto ( ) Medio ( ) Bajo ( )

**1. ¿Qué medios de difusión utiliza para dar a conocer los productos que ofrece?**

Televisión ( ) Prensa ( ) Radio ( ) Redes Sociales ( )  
Volantes ( ) Otros ( )

**5. ¿Qué tipo de promoción utiliza para ofrecer sus servicios?**

.....  
.....  
.....

**Agradecemos su valiosa colaboración.**

**ANEXO N. 4 Formato de Entrevista a la Propietaria de Noesport Diseños.**



**Universidad Nacional de Loja  
Modalidad de Estudios a Distancia  
Carrera de Administración de Empresas  
Entrevista dirigida a la Gerente de la empresa NOESPORT DISEÑOS.  
Sra. Lucila Noemí Apolo**

- 1. ¿Cuánto ha crecido desde sus inicios Noesport Diseños?**
- 2. ¿Cómo es el nivel de aceptación del producto que la Empresa Noesport Diseños ofrece en la ciudad Capital?**
- 3. ¿Actualmente la empresa elabora sus productos con capital de trabajo externo o Propio?**
- 4. ¿La empresa cumple con todos los pedidos de sus clientes?**
- 5. ¿La empresa no se abasta con pedidos?**
- 6. ¿Por qué una sucursal en la Ciudad de Zaruma Provincia de El Oro?**

**Agradecemos su valiosa colaboración**

## INDICE

TÍTULO:.....	i
CERTIFICACIÓN.....	ii
AUTORÍA.....	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN .....	iv
AGRADECIMIENTO .....	v
DEDICATORIA.....	vi
a. TÍTULO:.....	1
b. RESUMEN .....	2
ABSTRAC .....	5
c. INTRODUCCIÓN .....	7
d. REVISIÓN DE LITERATURA.....	10
e. MATERIALES Y MÉTODOS.....	52
f. RESULTADOS.....	60
g. DISCUSIÓN .....	84
h. CONCLUSIONES .....	191
i. RECOMENDACIONES .....	193
j. BIBLIOGRAFÍA .....	194
k. ANEXOS .....	196
INDICE.....	212