

INTRODUCCIÓN

El desarrollo del estudio de una empresa de diseño de línea deportiva para el sector Valle de los Chillos – Sangolquí, no solo se lo realiza con el fin de proveer ropa deportiva que ofrezca mejores condiciones para realizar aquellas actividades que son exigidas durante la práctica deportiva, sino también con el fin de incentivar a la recreación mediante la práctica deportiva.

Esto se lo realizará mediante asesorías técnicas en cuanto a beneficios (mejor ánimo, liberación de tensiones, mejora la concentración, un funcionamiento más óptimo del organismo, en definitiva, un mejor estilo de vida) e indumentaria, que se debe utilizar para realizar una actividad deportiva a empresas (públicas, privadas), gimnasios, clubs deportivos, etc., los cuales ya se encuentren conectados con el ámbito deportivo.

Ya concientizada la importancia del deporte en la vida diaria como una recreación de gran valor, los deportistas tomarán conciencia en lo trascendental que es realizarlo adecuadamente con equipo e indumentaria especializada, de acuerdo al tipo de disciplina que desee desarrollar (fútbol, básquet, atletismo, tenis, baile, aerobics, etc.)

Es aquí donde este proyecto entrará súbitamente ofreciendo una línea deportiva especializada que traerá beneficios al deportista, como: comodidad, mejor desempeño físico, mayor rendimiento deportivo, ligereza, resistencia, etc.

Por otra parte con la implementación de este proyecto, también se crearán fuentes de trabajo para mano de obra calificada, reactivando la producción textil de este sector.

IMPORTANCIA Y JUSTIFICACIÓN

Desde la antigüedad en China, Egipto, Persia, y en la antigua Grecia se practicaba el deporte, ya que era considerado como una actividad física muy importante en la vida de los seres humanos, que además traía beneficios en la salud física y mental del individuo.

En la actualidad el deporte constituye una de las actividades físicas de mayor importancia a nivel mundial, esto se observa en el aumento de participantes, en el tiempo y en el espacio que le dan los medios masivos de comunicación, así como en el impactante crecimiento de la industria deportiva.

Gracias a investigaciones científicas que se ha realizado en torno al mismo, se pudo determinar que el deporte mejora la función mental, la autonomía, la memoria, la rapidez, la imagen corporal y la sensación de bienestar, se produce una estabilidad en la personalidad caracterizada por el optimismo, la euforia y la flexibilidad mental.

Estos beneficios que atrae el realizar un deporte, actualmente han sido considerados positivos alrededor de todo el mundo, y el Ecuador no es la excepción.

El Ecuador actualmente cuenta con el ministerio de Deportes el cual protege, estimula, promueve y coordina la práctica del deporte, la educación física y la recreación a nivel nacional a fin de mejorar la calidad de vida de la sociedad, ejerciendo liderazgo y fomentando la cultura física en el país.

En el Valle de los Chillos – Sangolquí, desde varios años atrás y actualmente, se fomenta la práctica deportiva y recreacional con el fin que los ciudadanos en general se beneficien de esta actividad, obteniendo una mejor salud física y mental.

Entre los deportes que se practican allí, está el fútbol, básquet, vóley, ciclismo, atletismo, caminata, natación, aeróbicos, pero los más representativos son el fútbol, básquet, vóley, natación.

Actualmente estos deportes son practicados regularmente y existen tres tipos de deportistas:

1. Las personas que hacen ejercicio para el bienestar propio, es decir, aquellas que van de 30 a 50 minutos al gimnasio, piscina, correr, caminar y lo realizan de tres a cuatro veces por semana.
2. Las personas que hacen algún deporte profesional pero de forma amateur, es decir con las mismas exigencias de un profesional, pero sólo son demandas personales y las cumplen por el puro placer.
3. Las personas profesionales, es decir aquellas que tienen que cumplir con objetivos y cuya actividad física aumentan su gasto calórico.

El problema radica en que todos estos deportistas no cuentan con la ropa deportiva especializada y adecuada para realizar los diferentes tipos de deporte, por este motivo esta propuesta se da con el fin satisfacer las necesidades de vestir del deportista en el Valle de los Chillos – Sangolquí.

La nueva propuesta permitirá a los deportistas, estudiantes y personas en general que practican un deporte, contar con un atuendo apropiado de acuerdo a las necesidades de cada deporte, como una sudadera que permita que el sudor se corra para conservar fresco al deportista.

Una de las innovaciones más importantes que se tendrá dentro de este proyecto será; el diseño, ya que será realizado por medio de un programa especial de computadora (Virtual Fashion 3D) el cual servirá para crear todo tipo de diseño de ropa deportiva, e inclusive el cliente podrá diseñar la ropa deportiva de acuerdo a sus necesidades y gusto con ayuda de un asesor de imagen y un diseñador de modas con los que contará la Empresa.

Este proyecto a más de brindar ropa deportiva especializada y de excelente calidad como una innovación adicional creará sus propios diseños siendo estos únicos mediante el software de diseño.

Además las prendas deportivas que se ofrecerá, serán de excelente calidad y serán confeccionadas con Tejidos planos de filamentos sintéticos, Tejidos planos de filamentos y fibras sintéticas, Tejidos de punto, tela perforada antibacterial, tela lycra en fibra de poliéster, lycra de fibra anatómica, tejido infinitex resistente al cloro de la más alta calidad. En cuanto a los hilos y demás materiales se utilizará las mejores marcas del país.

El desarrollo de este nuevo proyecto sobre diseño de líneas deportivas, para el sector de Valle de los chillos - Sangolquí; se realiza tomando en consideración la necesidad de proveer a las personas en general, ropa deportiva adecuada que ofrezca mejores condiciones para realizar aquellas actividades que son exigidas durante la práctica del deporte, ya que actualmente en esta zona se usa únicamente ropas inapropiadas que perjudican el desempeño del deportista y, en ciertos casos, hasta causan perjuicios a su salud.

Además con la implantación de este proyecto se pretende realizar la introducción de una nueva marca en ropa deportiva, la cual se especialice en brindar un tipo de ropa

de acuerdo a las necesidades del deporte que se practica, está, a la vez, revolucionará con diseños exclusivos y llamativos lo cual impactará y tendrán una gran aceptación entre los consumidores.

Este proyecto será de gran beneficio para los deportistas y la población en general; ya que al utilizar este tipo de ropa deportiva le traerá beneficios como comodidad, mejor desempeño físico, mayor rendimiento deportivo, ligereza, resistencia, etc.

En definitiva la ropa deportiva que se ofrecerá con este proyecto será la solución completa para las personas que realizan alguna actividad física en sector Valle de los Chillos – Sangolquí.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio para la creación de una Empresa de diseño de línea deportiva que ofrezca calidad y diseños exclusivos e innovadores, utilizando materia prima de calidad, así como también una tecnología de punta, estrategias de ventas y marketing que fomenten el consumo del producto en el sector del Valle de los Chillos-Sangolquí, a fin de obtener mayores utilidades.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ❖ Realizar un estudio del mercado con el fin de determinar la demanda insatisfecha por medio del estudio de la demanda y oferta; así como el análisis de información obtenido a través de las herramientas de la investigación como entrevistas, encuestas e información recolectada referente al tema, que se aplicaran a una muestra determinada ubicada en el sector del Valle de los

chillos – Sangolquí.

- ❖ Realizar el estudio técnico del proyecto en base de una minuciosa investigación con el fin de determinar el tamaño óptimo de la Empresa, su localización, aspectos tecnológicos y demás componentes que establecen el monto de la inversión necesaria para el proyecto.

- ❖ Establecer la estructura organizacional con la cual operará la Empresa, estableciendo desde su razón social, su filosofía, su estructura orgánica y funcional, a fin de que cuente con una base sólida de desarrollo

- ❖ Efectuar un estudio financiero del proyecto, para lo cual se realizará una estimación de activos fijos, activos intangibles, capital de trabajo, y además determinar los métodos de evaluación económica tales como el valor actual neto, tasa interna de retorno, punto de equilibrio y análisis de sensibilidad a fin de tomar la decisión de implantar el presente estudio.

CAPITULO I

ESTUDIO DE MERCADO

“Permite conocer la situación que existe entre la oferta y la demanda y los precios de un determinado bien para saber si existe ` potencial que pueda ser cubierta mediante un aumento de los bienes o servicios ofrecidos“¹

El estudio de mercado es el primer punto y el más importante a considerar en la elaboración del informe del proyecto. Su objetivo es demostrar la existencia de la necesidad en los consumidores por el producto que se pretende fabricar y vender, es decir, proporcionar los elementos de juicio necesarios para establecer la presencia de la demanda, así como la forma para suministrar el producto a los consumidores.

Para elaborar el estudio de mercado del presente proyecto se tomarán en cuenta ciertos puntos como (estructura del sector, competidores, clientes, mercado, viabilidad del proyecto, barreras, estrategias a seguir)

Para obtener la información del mercado se debe seguir los siguientes pasos:

- ❖ Recogida masiva de la información (en instituciones vinculadas con el deporte) en donde se trata de acudir a las fuentes de información adecuadas para ir recabando cuanta información se considere necesaria con el fin de ir cubriendo los objetivos del estudio fijado.
- ❖ Análisis de la información recabada, para establecer su utilidad y posibles contradicciones entre diferentes fuentes, así como también para detectar que aspectos ya están suficientemente cubiertos.
- ❖ Búsqueda de la información que cubra aquellas partes del estudio en las que no se obtuvieron resultados concluyentes. Conviene acudir primeramente a

¹ La Creación de la Empresa Propia Mc Gran Hill Autor Manuel Bermejo p.p. 46

una primera fase de obtener información ajena, por ser generalmente más accesible y de mayor credibilidad para luego acudir a medios propios de investigación

- ❖ Fase de cierre de todos los aspectos a cubrir en el estudio de mercado y redacción del mismo. Es muy importante procesar correctamente toda la información conseguida de forma de que se pueda elaborar un texto definido del estudio de mercado claro conciso y convincente.

1.1 Objetivos del Estudio de Mercado

- ❖ Ratificar la existencia de una necesidad insatisfecha en el mercado, o la posibilidad de brindar un mejor producto que el que ofrecen los existentes en el mercado.
- ❖ Determinar la demanda y oferta actual y proyectada.
- ❖ Conocer la ropa deportiva que busca adquirir el consumidor y con qué frecuencia adquiriría la misma.
- ❖ Saber cuáles son las características específicas que buscan los consumidores en la ropa deportiva.

1.2 Estructura del Mercado

“Los estudios de estructura de mercado buscan definir las relaciones competitivas que existen dentro de un mercado de productos /servicios”²

La industria textil y de confecciones es el segundo sector manufacturero que más mano de obra emplea, después del sector de alimentos, bebidas y tabacos, por sus características, y potencial constituye una industria altamente integrada, altamente generadora de empleo y que utiliza en gran medida recursos naturales del país.

² Preparación y Evaluación de Proyectos Sapag Chain p.p. 53

El sector textil genera varias plazas de empleo directo en el país. Según estimaciones hechas por la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador – AITE, alrededor de 25.000 personas laboran directamente en empresas textiles, y más de 100.000 lo hacen indirectamente.

En tal sentido, la industria textil y de confecciones genera demanda a otros sectores, como el agrícola por el cultivo de algodón; el ganadero, para la obtención de pelos finos y lanas; la industria de plásticos, para los botones cierres y otros; la industria química por la utilización de insumos, etc.

A lo largo del tiempo, las diversas empresas dedicadas a la actividad textil y de confecciones se ubicaron en diferentes ciudades del País. Sin embargo, se puede afirmar que las provincias con mayor número de industrias dedicadas a esta actividad son: Pichincha, Imbabura, Guayas, Azuay y Tungurahua.

La diversificación en el sector ha permitido que se fabrique un sin número de productos textiles en el Ecuador, siendo los hilados y los tejidos los principales en volumen de producción. No obstante, cada vez es mayor la producción de confecciones textiles, tanto las de prendas de vestir como otras manufacturas.

Tipos de Mercado

De acuerdo al grado de amplitud los mercados pueden clasificarse en:

❖ Mercado de Competencia Perfecta.

Se caracteriza por tener un gran número de vendedores, un gran número de compradores, es decir una homogeneidad de la mercadería o servicio, libertad para seleccionar el producto.

❖ **Monopolio de Oferta**

Este tipo de mercado se caracteriza por la influencia de un solo productor o vendedor sobre el precio y por oferta escasa.

❖ **Monopolio de Demanda o Monopsonio**

Es un mercado que se caracteriza por influencia de un solo comprador o grupo de compradores sobre el precio por su escasa demanda.

❖ **Oligopolio de Oferta.**

Este tipo de mercado se caracteriza por un número pequeño de vendedores quienes obran de común acuerdo.

❖ **Oligopolio de Demanda.**

Este mercado se caracteriza por un número pequeño de compradores quienes obran de común acuerdo.

La empresa de línea deportiva de acuerdo al grado de amplitud en el mercado se encuentra en el **Mercado de Competencia Perfecta** ya que este sector se caracteriza por tener un gran número de vendedores, un gran número de compradores.

En el sector de estudio del nuevo proyecto existen algunas empresas dedicadas a la confección de ropa deportiva, pero todas estas son empresas manejadas tradicionalmente sin tecnología, sin diseños innovadores especializados y sin tácticas ni estrategias competitivas que incentiven a la compra de sus productos.

Estas imperfecciones en estas empresas, hacen posible el ingreso de este nuevo proyecto que ofrezca mejores y especializados productos a sus clientes.

1.2.1 Análisis Histórico

"La **Demanda** es la cantidad de bienes y/o servicios que los compradores o consumidores están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos, quienes además, tienen la capacidad de pago para realizar la transacción a un precio determinado y en un lugar establecido" ³

A lo largo de varios años la población en este sector y de instituciones que están vinculadas con el deporte se ha ido incrementando, y la demanda de una línea deportiva especializada todavía no ha sido cubierta en su totalidad por empresas que confeccionan ropa deportiva en el Sector, por lo que los deportistas de distintas clases (deportistas por bienestar propio, deportista amateur, deportistas profesionales) no han sido atendidos de acuerdo a las necesidades de la disciplina que realizan.

En el sector Valle de los Chillos – Sangolquí desde la antigüedad se ha caracterizado por la práctica deportiva, entre los primeros centros que se crearon para realizar actividad física están: Gimnasios (Rumiñahui), escuelas de básquet (LDCR), escuelas de fútbol (LDCR), en donde se realiza la práctica deportiva.

Además también existían personas que practicaban deporte sin pertenecer a ningún centro y lo realizaban de forma independiente.

Las personas que asistían a estos centros y las que practicaban el deporte de manera independiente no contaban con ropa e indumentaria deportiva adecuada (especializada de acuerdo a la disciplina) para realizar sus actividades físicas, esto ocurría ya que los pequeños talleres y empresas textiles de ese tiempo no contaban con una desarrollada tecnología (maquinaria, software, materia prima) la cual permitiera realizar unos mejores productos.

³ <http://www.promonegocios.net/demanda/definicion-demanda.html>

Estas prendas poco apropiadas para desarrollar una actividad física a lo largo de los años han vendido perjudicando el desempeño de los deportistas, es decir no logran rendir en su totalidad y algunas veces perjudican a su salud.

Con lo anteriormente mencionado también se pudo verificar que ninguna institución vinculada con el deporte, ha tenido capacitación acerca de la indumentaria que se debe utilizar, la importancia y beneficios de la misma.

Con el desarrollo de este proyecto lo que se pretende hacer es atender las necesidades de los deportistas en el sector valle de los chillos Sangolquí y posteriormente a otros sectores aledaños con una línea deportiva especializada la cual facilite el desarrollo de cualquier tipo de deporte que se desee realizar y además concientizar acerca de la importancia y beneficios que trae el realizar alguna actividad física.

Oferta

"La oferta es la cantidad de productos y/o servicios que los vendedores quieren y pueden vender en el mercado a un precio y en un periodo de tiempo determinado para satisfacer necesidades o deseos" ⁴

En el sector Valle de los Chillos Sangolquí la oferta está formada por locales de ropa deportiva, talleres artesanales, otros proveedores informales (Javi Andy, Rosemary, Sport time, etc.) que constituyen empresas que ofrecen ropa deportiva tradicional.

Estos establecimientos pertenecientes al sector textil no se han preocupado por cubrir las necesidades que tienen los deportistas en general que se encuentran en este sector, es decir no han ofrecido una línea deportiva tan tecnológica e innovadora como la que se pretende implantar con este proyecto.

⁴ <http://www.promonegocios.net/oferta/definicion-oferta.html>

1.2.2 Análisis de la Situación Vigente en el Mercado

En los últimos años en el sector del Valle de los Chillos - Sangolquí, con una superficie de 49 kilómetros cuadrados, se ha convertido en uno de los de mayor movimiento económico dentro de la provincia de Pichincha debido al elevado crecimiento poblacional (56.794 habitantes), comercial e industrial.

Con la agitada actividad económica y acelerado ritmo de vida que se lleva en este sector, la población en general se ha inclinado aun más por realizar algún tipo de deporte o actividad física (diariamente o fines de semana) con el fin de obtener un mejor estilo de vida (físico y mental), para esto recurren a distintos centros (gimnasios, escuela de danza, clubs deportivos, etc.) o parques ecológicos que actualmente existen y permiten realizar una actividad deportiva.

Con el incremento de la población y la vida agitada en este sector se promueve y práctica el deporte, por ende existen pequeñas empresas (Javy & Andy Sport, Rosemary, talleres artesanales, proveedores informales, etc.) que se dedican a proveer ropa deportiva de distintas clases pero ninguna ha logrado satisfacer las necesidades de sus clientes ya que únicamente ofertan ropa deportiva común.

Con el crecimiento comercial las empresas de ropa especializada deportiva que se ha incrementado son almacenes de cadena (*Marathon Sport*), supermercados (*Magda*), el primero brinda ropa deportiva de calidad, pero no cubre aun todavía la demanda y expectativas que tienen los distintos deportistas del sector. Además, esta tampoco brinda un asesoramiento del uso correcto de sus prendas, así como también de la importancia de su uso para el desarrollo de las actividades físicas.

Con relación al segundo únicamente ofrece ropa deportiva en serie.

1.2.3 Análisis de la Situación Proyectada

La industria textil hace algunos años atrás tuvo una inestabilidad y fue afectada por la

introducción en el mercado de ropa a bajos precios de industrias (china, colombiana); cabe destacar que estas prendas no poseen la calidad, innovación, etc.

Actualmente la industria textil de confecciones, gracias a la buena calidad e innovación en cuanto a material y servicios complementarios, ha podido volver a desarrollarse, siendo esto un buen síntoma para la economía y para el sector productivo ya que los niveles de competitividad, a través de esfuerzos conjuntos, demuestran el éxito de dichas empresas en nuevos nichos de mercado.

Este proyecto alcanzará una mejor posición en el mercado, ya que no simplemente se presentará como una nueva línea deportiva más dentro del sector textil, sino que también capacitará acerca de los beneficios de realizar una actividad deportiva y acerca de la importancia de la indumentaria que se debe utilizar para realizar una actividad física para obtener mejores beneficios en cuanto a rendimiento físico, comodidad, etc.

Las confecciones y capacitación en cuanto a indumentaria deportiva e incentivación del deporte es uno de los nuevos retos que esta empresa afrontará al ingresar en el mercado de Valle de los Chillos – Sangolquí.

1.3 Identificación del Producto

El producto es ropa deportiva con diseños exclusivos e innovadores para hombres y mujeres; los mismos que serán diseñados mediante un software de computadora (VF Pro)

Esta ropa deportiva será única pues contará con estilo, comodidad, actualidad, calidad, durabilidad, versatilidad, lo cual ayudará a la máxima libertad de movimientos, mejor desempeño físico, mayor rendimiento deportivo, ligereza, resistencia y comodidad.

Por otra parte los clientes tendrán la oportunidad de contar con un asesoramiento de imagen y diseñador. El asesor de imagen junto con el diseñador de moda, realizara esbozos junto a sus clientes en donde destacarán las virtudes, disimularán los defectos, teniendo en cuenta la personalidad, gustos y principalmente la actividad física que realiza.

Entre los productos que se ofrecerán para damas y caballeros se encuentran los siguientes:

❖ **Paquete para básquetbol**

(Camiseta manga C/L + pantalón bermuda) con tela Smart drive de tejido ligero, permite una rápida eliminación del sudor Transpirable y además mantiene la temperatura corporal. De diseño cómodo, le permite una fácil movilidad.

❖ **Paquete para Fútbol**

(Camiseta + pantalón bermuda) en este deporte se utilizará el tejido Smart drive por sus características de secado ultra rápido combinado con el tejido Micrel por ser una tela sintética de nylon, y que además permite también la ventilación a través de sus fibras resulta muy conveniente para los deportistas que practican esta disciplina de diseño muy cómodo y ligero que permitirá el fácil desplazamiento del deportista.

❖ **Paquete para Ciclista**

(Traje anatómico para ciclista en una pieza, Culotte ciclista corto, Mailot ciclista manga corta + culotte ciclista) para confeccionar los trajes de esta disciplina se usarán tejidos livianos y flexibles en tela Lafstrech la cual permite la ventilación a través de sus fibras, lo que trae comodidad y bienestar en el momento de realizar una actividad deportiva. Los diseños serán ceñidos al cuerpo del ciclista pero a su vez le permitirán la movilidad necesaria para pedalear sin problema, otros de los tejidos que se utilizará en esta disciplina será el tejido Termo Fleece para circunstancias adversas al clima.

❖ **Paquete para Fitness**

(Top + malla pirata; camiseta + malla pirata) Varones (camiseta + lycra corta; lycra tipo mailot)

Para confeccionar estas prendas se utilizará tejidos livianos y flexibles Lafstrech, tejido de secado ultra rápido Smart Drive y Micrel. Los diseños serán ceñidos al cuerpo permitiéndole al deportista la movilidad necesaria para realizar cualquier tipo de movimiento.

❖ **Paquete de tenis**

(Camiseta + pantalón bermuda; vestidos) para la confección de estas prendas se utilizará el tejido Smart Drive que permite la ventilación a través de sus fibras usado en conjunto el tejido Micrel. Por sus características de flexibilidad y liviandad. Los diseños, le permitirán al deportista, comodidad en sus movimientos.

❖ **Paquete de Natación**

(Traje de baño) para esta disciplina se requiere la utilización de tejidos sintéticos como el Infinitex el cual le permite mayor elasticidad de movimientos en la piscina y presenta una resistencia al cloro. Estos diseños contarán con comodidad, los cuales permitan al nadador la mayor movilidad posible al estar en el agua.

❖ **Paquete de vóley**

(Camiseta manga C/L + short) para confeccionar esta indumentaria deportiva se utilizará tejidos de secado ultra rápido Smart Drive y tejidos que permitan ventilación a través de sus fibras Micrel Diseño que proporciona comodidad al jugador en todas las posiciones requeridas para este deporte.

Para la fabricación de los productos, se utilizará:

Telas elaboradas con hilo peinado.- Garantizan que NO se formen pequeñas bolas en la superficie de la tela, además que la prenda siempre mantendrá una textura suave

y uniforme.

Micro fibras de última generación.- Facilitan la transpiración, son impermeables, livianas, resistentes, fáciles de lavar y 100% biodegradables entre otras ventajas.

Hilos de última generación.- Son de excelente calidad y resistencia aún cuando la prenda ya tiene sus años de uso.

1.3.1 Características del Producto

La nueva línea de ropa deportiva para damas y caballeros, ofrecerá diseños exclusivos que permitan obtener un mejor rendimiento deportivo como producto claramente diferenciado

- ❖ El producto es de carácter tangible debido a que se puede tocar físicamente el producto final
- ❖ El mejor rendimiento deportivo, la innovación y la comodidad en los clientes será un factor importante a ser tomado en cuenta.
- ❖ Esta ropa deportiva brindará flexibilidad, buen manejo de humedad, impermeabilidad, y resistencia al cloro.
- ❖ Se utilizará elementos de calidad (tela, hilo, etc.), definidos por el mercado o por normas y/o reglamentos oficiales. Las telas serán de última generación con texturas increíbles (ANEXO 1.0), que ofrezcan tecnología aplicada al deporte, diseños innovadores que realcen la figura y marque una tendencia en el deporte.
- ❖ Se manejará un código de barras para llevar un debido control de modelos, tallas, colores, diseños.
- ❖ Su empaque será de un material resistente que llame la atención donde se diferencien diferentes especificaciones.

En definitiva la línea deportiva se la realizará con los más altos estándares de calidad, con materiales de primera, buscando la perfección de cada una de las prendas para brindar productos de calidad.

1.3.2 Clasificación por Uso /Efecto

CLASIFICACIÓN POR USO

Del mismo modo que es necesario segmentar los mercados para mejorar los programas de mercadotecnia, también es útil dividir los productos en una clasificación homogénea.

Los productos pueden clasificarse de ACUERDO A SU USO en:

- ❖ Bienes de consumo
- ❖ Bienes industriales
- ❖ Bienes de capital

BIENES DE CONSUMO

Los bienes de consumo son los que compran los consumidores definitivos para su propio consumo. Por lo general, los mercadólogos clasifican estos bienes basándose en los hábitos de compra del consumidor.

❖ Los bienes de uso común

Son bienes de consumo que el cliente suele comprar con frecuencia, de manera inmediata y con el mínimo esfuerzo en la comparación y la compra. Los ejemplos incluyen el tabaco, el jabón y los periódicos.

Los bienes de uso común se pueden subdividir en:

1. **Bienes Básicos.-** son aquellos que los consumidores compran de manera regular
2. **Impulso.-** se compran sin planearse o buscarse; por lo general se encuentran al alcance en muchos lugares, porque los clientes rara vez los buscan. Así, las revistas se encuentran cerca de las cajas, ya que de otra forma a los clientes no se les ocurrirá comprarlos
3. **Emergencia.-** se compran cuando la necesidad es urgente: paraguas durante un aguacero.

❖ **Los Bienes de Comparación**

Son bienes de consumo que suelen pasar por un proceso de selección durante el cual el cliente los compara en cuanto a su idoneidad, calidad, precio y estilo. Son ejemplos la ropa, los autos y la mayor parte de los aparatos electrodomésticos.

Los bienes de comparación pueden dividirse en:

1. **Bienes Uniformes.-** son similares en cuanto a la calidad, pero lo bastante diferentes en cuanto al precio.
2. **Bienes No Uniformes.-** las características del producto son a menudo más importantes que el precio

❖ **Los Bienes de Especialidad**

Son bienes de consumo con alguna característica muy especial, o de una marca específica, por los cuales un grupo importante de compradores está dispuesto a hacer un esfuerzo de compra.

❖ **Los bienes de consumo que el cliente no conoce**

Son bienes que aunque sepa de ellos no los compran. Así por ejemplo: detector de humo.

BIENES INDUSTRIALES

Los bienes industriales son aquellos que compran individuos u organizaciones para procesarlos o utilizarlos en el manejo de un negocio. Así, la diferencia entre los bienes de consumo y los industriales se basa en la finalidad por la cual se compran.

BIENES DE CAPITAL

Son bienes industriales que entran parcialmente en el producto terminado. Incluyen dos grupos: las instalaciones y el equipo accesorio

De acuerdo a la clasificación por uso antes mencionada, el presente proyecto se encuentra dentro de los bienes de consumo, puesto que la ropa deportiva es un producto que compran los consumidores definitivos para su propio consumo.

Además dentro de la clasificación de bienes de consumo, se lo puede ubicar dentro de los bienes de comparación, ya que la ropa deportiva es un producto tangible que el cliente desea comparar con otros respecto a los estándares de calidad, precio y estilo, antes de adquirirlo.

El proceso de buscar y comparar prosigue mientras el cliente perciba que los posibles beneficios de una mejor opción compensan con creces el tiempo y el esfuerzo adicional dedicados a la compra.

CLASIFICACIÓN POR SU EFECTO

- ❖ El efecto que causará en el aspecto económico es la apertura de plazas de trabajo para mano de obra calificada ecuatoriana en el campo de la confección.
- ❖ Se tendrá distintos proveedores de detalles como (hilos, elásticos, cierres, broche, etc.) y proveedores de telas que aporten bajos costos, para cada

temporada lanzar una nueva colección de modelos generando así mas oferta.

- ❖ Al ofertar diseños innovadores y exclusivos, es la primera y más evidente forma de identificación de un producto nuevo, ofreciendo un mejor desempeño en confección y diseño

La ropa deportiva que se diseñará para el sector Valle de los Chillos – Sangolquí, se proyecta causar un efecto positivo para los clientes ya que se proporcionará moda, comodidad, mayor rendimiento físico para los clientes, esto a su vez generará:

- ✓ **Superioridad.-** que el producto tenga una ventaja de diferenciación relativa sobre otros productos existentes.
- ✓ **Satisfacción.-** que el producto tenga la capacidad de satisfacer adecuadamente al cliente.
- ✓ **Rapidez.-** que la velocidad en que se recibe el beneficio por la obtención del nuevo producto sea alto.

1.3.3 Productos o Servicios Complementarios /Sustitutos

Productos sustitutos

“Los productos sustitutos son aquellos que el cliente puede consumir, como alternativa, cuando cualquier sector baja la calidad de sus productos por debajo de un límite por el cual el cliente está dispuesto a pagar o sube el precio por arriba de este límite”⁵

Como productos sustitutos están: uniformes deportivos y ropa deportiva en general que se vende en serie, ya sea de procedencia china, americana, panameña, colombiana, pero no cumplen con lo que se ofrece en la nueva línea deportiva.

⁵ <http://www.econlink.com.ar/economia/creditoconsumo/sustitutos.shtml>

Productos Complementarios

“Son aquellos que se consumen en forma conjunta, y, por lo tanto, si aumenta la cantidad consumida de uno de ellos, necesariamente aumente la cantidad consumida de otro y viceversa”⁶

Esta línea deportiva contará con los siguientes productos complementarios:

- ❖ Balones de básquet, fútbol, vóley
- ❖ Pelotas de tenis
- ❖ Calzado deportivo
- ❖ Canilleras
- ❖ Tobilleras
- ❖ Muñequeras
- ❖ Rodilleras
- ❖ Gafas
- ❖ Gorras de látex
- ❖ Sandalias
- ❖ Raquetas

Servicios Complementarios

“Son todos aquellos servicios adicionales que su Empresa puede contratar, mismos que son adaptados de acuerdo a las necesidades específicas de su negocio”⁷

En este proyecto los servicios complementarios que se brindará serán:

- ❖ Capacitaciones a diferentes instituciones vinculadas en el ámbito deportivo en cuanto a los beneficios que trae la recreación mediante la actividad física deportiva.
- ❖ Capacitaciones a diferentes instituciones vinculadas en el ámbito deportivo en cuanto a los beneficios que tiene el realizar actividad física con el equipo e indumentaria adecuada y especializada de acuerdo al tipo de disciplina.

⁶ SAPAG Chain Nassir; Preparación y Evaluación de Proyectos

⁷ http://www.todo1.com/NASApp/cs/ContentServer?pagename=Empresas/Channel/index&pub=EmpEc_Logistica&cat=1028066820660&mode=cat

- ❖ Diseño personalizado con software VF Pro
- ❖ Asesoría de imagen

1.3.4 Normatividad Técnica y Comercial

Para la fabricación de prendas de vestir en el Ecuador, existen normas técnicas dictadas por el instituto Nacional Ecuatoriana de Normalización (INEN)

- ❖ “Designación de tallas para prendas de vestir y procedimientos para medir el cuerpo humano”
- ❖ Textiles, prendas de vestir, etiquetas, requisitos
Se utilizarán telas de calidad como: Telas Smart drive, Micrel, Lafstrech, Termo Flece, Dry Seal, Infinitex.
- ❖ Maquinaria con tecnología de punta

La normativa comercial para la producción y comercialización son:

- ❖ RUC (Registro único de Contribuyentes), otorgado por el Servicio de Rentas Internas.
- ❖ Patente otorgada por el Ilustre Municipio del Cantón Rumiñahui

1.4 Investigación de Mercado

“La investigación de mercado es una técnica que permite recopilar datos, de cualquier aspecto que se desee conocer para, posteriormente, interpretarlos y hacer uso de ellos. Sirven al comerciante o empresario para realizar una adecuada toma de decisiones y para lograr la satisfacción de sus clientes”⁸

La investigación de mercados como se dijo anteriormente, tiene una aplicación muy

⁸ <http://www.pymes.gob.mx/promode/invmdo.asp>

amplia como es la investigación sobre publicidad, venta, precio, diseño, segmentación y potencialidad del mercado.

La investigación de mercados que se realice en este proyecto deberá proporcionar información que sirva de apoyo en la toma de decisiones, y en este tipo de estudio la decisión final estará encaminada a determinar si las decisiones del mercado no son un obstáculo para la realización del proyecto.

1.4.1 Segmentación de Mercado

“La segmentación de mercados es un proceso mediante el cual se identifica o se toma un grupo de compradores con características similares, es decir, se divide el mercado en varios segmentos, de acuerdo con los diferentes deseos de compra y requerimientos de los clientes.”⁹

Uno de los puntos más importantes en este proyecto es la segmentación del mercado, ya que esta será la clave para manejar e identificar a los futuros compradores y además, para especificar cómo se desarrollará la comercialización de la nueva línea deportiva

El segmento está formado por instituciones fuertemente vinculadas al deporte, las cuales serán segmentadas en estratos de acuerdo a un estudio minucioso.

Los estratos son los siguientes:

Estrato No 1 Empresas

Estrato No 2 Instituciones Educativas Secundarias

Estrato No 3 Gimnasios

Estrato No 4 Academias de Baile

Estrato No 5 Academias de Natación

Estrato No 6 Clubs Deportivos de Primera Categoría

⁹ <http://www.pymes.gob.mx/promode/invmdo.asp>

Estrato No 7 Clubs Deportivos de Segunda Categoría

Estrato No 8 Clubs Deportivos Barriales

Se ha escogido este segmento y se ha dividido en estratos con el fin de que la información recolectada tenga la suficiente relevancia para realizar el estudio de este proyecto

1.4.2 Metodología de la Investigación

En el presente proyecto se utilizará la PROSPECTIVA EXPLORATORIA (rigurosa) Como fundamento clave para descubrir nuevos hechos, datos relacionados y respuestas.

Como su nombre lo indica, el objetivo de la investigación exploratoria es investigar o examinar un problema o situación rigurosamente con el fin de proporcionar un conocimiento y entendimiento acerca de las necesidades de los clientes.

Se encuestará a los clientes potenciales, con el objeto de conocer su percepción acerca la indumentaria deportiva que ofertan actualmente microempresas del sector y la que se ofertará con este proyecto.

Se recurrirá al método de muestreo estratificado, porque resulta práctico y económico efectuar la investigación de mercados a un grupo pequeño representativo de la población, antes que al grupo completo.

Para la presente investigación se utilizará el método de la encuesta, el cual consiste en reunir datos mediante entrevistas directas.

Las encuestas se efectuarán en el Valle de los Chillos, parroquia Sangolquí.

1.4.3 Tamaño del Universo

El tamaño del universo o también conocido con el término población, se refiere a la totalidad de un conjunto finito o infinito de elementos que presentan una característica en común.

Para el caso de este proyecto se tomará como universo un conjunto finito de empresa (públicas, privadas), unidades educativas, gimnasios, academias (danza, natación), y clubs deportivos que se encuentren estrechamente relacionados con la práctica deportiva y estén ubicados en el sector Valle de los Chillos – Sangolquí (ANEXO 1.6)

TABLA No 1.1: TAMAÑO DEL UNIVERSO

ESTRATO	INSTITUCIONES VINCULADAS AL DEPORTE	NUMERO
1	Empresas	17
2	Colegios	11
3	Gimnasios	5
4	Academias de Baile	2
5	Academias de Natación	2
6	Clubs Deportivos Primera Categoría	12
7	Clubs Deportivos Segunda Categoría	16
8	Clubs Deportivos Barriales	70
TOTAL		135

Elaborado por: Pamela Cruz

La población total de instituciones vinculadas a algún tipo de deporte en el sector Valle de los Chillos – Sangolquí es de 135. Estos datos han sido proporcionados por el Ilustre Municipio de Rumiñahui, Ministerio de Educación, Liga Deportiva Cantonal de Rumiñahui, Federación de Ligas de Rumiñahui y mediante una observación de campo.

1.4.4 Prueba Piloto

En función de los primeros cuestionarios, se ejecutaron las pruebas preliminares a un

grupo de sujetos semejantes a los que integrarían la muestra.

Se realizaron 10 encuestas piloto a los posibles clientes, El formato de los cuestionarios piloto se muestra en el ANEXO 1.1.

Posteriormente, a la aplicación de la prueba piloto, se identificaron los problemas y se hicieron las correcciones y mejoras pertinentes antes de aplicar el cuestionario definitivo.

En la encuesta se encontró ciertos problemas como la redacción de ciertas preguntas, no estaban muy claras, por lo que muchos de los encuestados no contestaron correctamente a esa pregunta y los resultados obtenidos son dudosos.

En la prueba piloto se realizó una pregunta Dicotómica para determinar el porcentaje de aciertos y desaciertos.

PREGUNTA:

¿Consumiría Ud. una ropa deportiva, la cual le brinde diseños exclusivos? (marque una sola respuesta)

Si No

TABLA No 1.2: ENCUESTA PILOTO

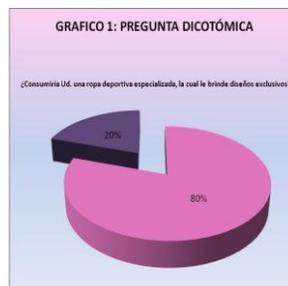
PREGUNTA			
EVALUACION	OPCION	ENCUESTADOS	%
Aciertos	SI	8	80%
No Aciertos	NO	2	20%
TOTAL		10	100%

Siendo los valores p y q los siguientes:

$$p = \frac{8}{10} = 0,8 \rightarrow 80\%$$

$$q = \frac{2}{10} = 0,20 \rightarrow 20\%$$

GRAFICO 1.1: PREGUNTA DICOTOMICA



De acuerdo a la pregunta que se aplicó, se obtuvo que la probabilidad de éxito es del 80% y la de fracaso es del 20%

1.4.5 Tamaño de la Muestra

“Es un subconjunto de elementos de la población. Se suelen tomar muestras cuando es difícil o costosa la observación de todos los elementos de la población estadística”

10

El segmento de la población seleccionado para la investigación con el propósito de que represente a la población como un todo, se lo seleccionó mediante el Método no probabilístico estratificado o por cuotas, tomando en cuenta las instituciones vinculadas al deporte.

TABLA No 1.3: Tamaño de la Muestra

ESTRATO	INSTITUCIONES VINCULADAS AL DEPORTE	NUMERO	PORCENTAJE	CANTIDAD MUESTREADA
1	Empresas	17	13	6
2	Colegios	11	8	4
3	Gimnasios	5	4	2
4	Academias de Baile	2	1	1
5	Academias de Natación	2	1	1
6	Clubs Deportivos Primera Categoría	12	9	4
7	Clubs Deportivos Segunda Categoría	16	12	6
8	Clubs Deportivos Barriales	70	52	26
TOTAL		135	100	50

Elaborado por: Pamela Cruz

* 13% de 50=7

n =50

Al aplicar el muestreo estratificado se obtuvo el valor de 50 encuestas, las cuales representan el número total de encuestas que se deben realizar en el sector Valle de los Chillos – Sangolquí.

¹⁰ http://personal5.iddeo.es/zt/Tem/T11_Estadistica_Introduccion.htm

1.4.5.1 Levantamiento de la Información

Una vez efectuadas las correcciones pertinentes, se formuló el cuestionario definitivo para la encuesta, la misma que consta de catorce preguntas se detalla en el ANEXO 1.2.

Para el levantamiento de la información se procedió a realizar las encuestas a personas específicas, las cuales tengan un alto conocimiento deportivo en el sector del Valle de los Chillos Sangolquí.

1.4.5.2 Procesamiento de la Información

Una vez obtenida toda la información, se procederá a la organización, análisis e interpretación de los datos.

Los datos obtenidos como resultado de las encuestas efectuadas fueron ingresados en el programa SPSS, antes de ingresar los datos en el programa, se realizarán las codificaciones de cada una de las preguntas de la encuesta.

Una vez elaborada la base de datos con su respectiva codificación, cada una de las preguntas fue introducida en el programa SPSS para el procesamiento respectivo.

Luego se realizó el ingreso de cada una de las 50 encuestas en el programa.

Como resultado del programa SPSS, se obtendrá la tabla de frecuencias de cada una de las preguntas, para luego proceder al diseño de gráficos (ANEXO 1.3)

Adicionalmente se elaborará cruces de preguntas a fin de poder saber cuáles son las preferencias de los clientes potenciales (ANEXO 1.5)

1.4.5.3 Análisis de Resultados

Para el respectivo análisis de los datos obtenidos, se identificarán los aspectos más importantes con el fin de seleccionar, en este caso las partes más importantes para el estudio, lo cual nos permita formular estrategias y planes de acción adecuados.

De acuerdo a los resultados de la encuesta realizada se pudo establecer las siguientes conclusiones:

- ❖ En el Valle de los Chillos – Sangolquí es un sector en el cual las personas asignan un gran porcentaje de sus ingresos para la compra de ropa deportiva.
- ❖ Además se pudo establecer que las personas practican deporte por salud y recreación en clubs deportivos y gimnasios principalmente.
- ❖ Los deportistas del sector de Sangolquí, le dan más valor a la ropa deportiva de marca, sin importar el valor que esta tenga. Entre las marcas más utilizadas están Nike y Adidas.
- ❖ Los deportistas prefieren la Marca Nike y Adidas por sus exclusivos modelos, tipo de material y gran variedad de productos que presentan. Y su frecuencia de compra es mensualmente y trimestralmente
- ❖ El tipo de ropa que prefieren los deportistas son aquellos que le proporcionan fresca, flexibilidad, impermeabilidad y resistencia al cloro.
- ❖ De acuerdo a la entrevista realizada se pudo establecer que en el futuro el porcentaje de compra de ropa deportiva especializada se incrementará, siempre y cuando contenga las características requeridas por los deportistas (fresca, flexibilidad, impermeabilidad y resistencia al cloro)

1.5 Análisis de la Demanda

La demanda se define como la respuesta al consumo de mercancías o servicios, ofrecidos a un cierto precio a 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.

“El análisis de la demanda pretende cuantificar el volumen de bienes o servicio que el consumidor podría adquirir de la producción del proyecto”¹¹

El análisis de la demanda pretende determinar los factores que influyen en el comportamiento del mercado, así como también determinar si el proyecto en estudio tiene posibilidades de participar efectivamente en el mercado

CLASIFICACIÓN DE LA DEMANDA

La demanda se clasifica desde distintos puntos de vista, de acuerdo al texto de Nassir Sapag para efectos de recolección del proyecto, se puede clasificar con su relación, con su oportunidad, con su necesidad, con su temporalidad, con su destino y con su permanencia.

❖ Por su Oportunidad

La demanda se clasifica en satisfecha e insatisfecha, y a su vez la satisfecha se subdivide en saturada, cuando no se la puede hacer crecer de ninguna forma y la no saturada cuando a pesar de ser satisfecha se la puede hacer crecer utilizando alguna forma de publicidad o marketing.

❖ Por su Necesidad

La demanda se clasifica en básica o suntuaria. La demanda básica se refiere a aquella que la comunidad requiere para mantenerse y desarrollarse, y suntuaria cuando no se trata de satisfacer una necesidad esencial sino un gusto o deseo

❖ Por su Temporalidad

¹¹ MENESES, Edilberto. Preparación y Evaluación de proyectos

Se clasifica en demanda cíclica y demanda continua. La primera se refiere a la que se da solo en temporadas, como vacaciones o navidad y la segunda es la que se da siempre de carácter permanente.

❖ **Por su Destino**

La demanda se clasifica como de bienes finales o de bienes intermedios. (Los primeros son bienes que se consumen directamente, y los segundos son los bienes que son adquiridos para utilizarlos en la elaboración de otros bienes)

❖ **Por su Permanencia**

La demanda puede ser de flujo o de stock. De flujo se da cuando una nueva innovación aparece, y se crea la demanda de nuevos clientes para dicho producto y de stock cuando los clientes ya están en el mercado y desean reemplazar sus productos con la nueva innovación.

Desde el punto de vista de ingresos, el mercado meta del proyecto se localizará en las clases media alta y alta, puesto que en estos niveles es mayormente accesible guiarse por gusto y preferencias, además de las obvias necesidades sobre todo en lo que se refiere a productos costosos como este tipo de ropa deportiva.

1.5.1 Factores que Afectan a la Demanda

En la demanda de un bien o servicio pueden influir muchos factores, los cuales al analizarlos permiten comprender la demanda histórica, la demanda actual y la demanda futura del proyecto

a) Tamaño y Crecimiento de la Población

En el sector Valle de los Chillos – Sangolquí se encuentran 135 instituciones vinculadas al deporte (ANEXO 1.6)

Las instituciones mencionadas conforman el tamaño de la población del proyecto.

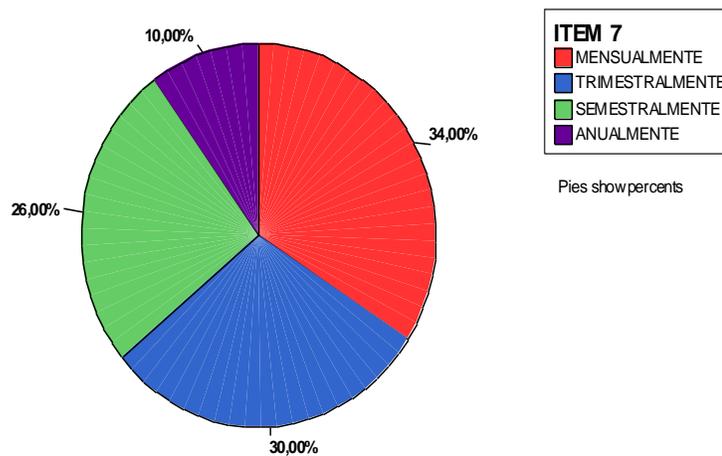
Estos a su vez representan **el 22%** de la población del sector Valle de los Chillos – Sangolquí.

La tasa de crecimiento anual de deportistas en este sector es de **1,39%**, en sector Valle de los Chillos – Sangolquí, dato obtenido por el Deportólogo de Ligas Deportivas de Rumiñahui.

b) Hábitos de consumo

El mercado del Valle de los Chillos – Sangolquí presenta ciertos hábitos de consumo en cuanto a ropa deportiva, como es la frecuencia de compra que realizan cada uno de los deportistas de este sector, por lo que, se puede determinar diferentes conductas identificadas en las siguiente grafica:

GRAFICO No 1.2: Frecuencia de Compra



Los resultados obtenidos demuestran que en el sector Valle de los Chillos – Sangolquí adquieren su ropa deportiva mensualmente y trimestralmente, según el 34% y 30% respectivamente. En promedio la adquisición de ropa deportiva se la realiza cada mes y medio.

c) Gustos y Preferencias

Los gustos y preferencias del mercado de ropa deportiva están definidos de la siguiente manera:

La flexibilidad de la tela con un 30,67% es una de las principales características de la ropa deportiva esperada por el deportista del Sector de Sangolquí (ANEXO 1.3), esta característica proporciona mayor adaptabilidad al cuerpo, lo cual es una ventaja; el deportista podrá realizar movimientos de gran amplitud con mayor libertad de acuerdo a sus necesidades.

Otra de las características esperadas en la ropa deportiva es el buen manejo de humedad de las prendas con un 24% (ANEXO 1.3), esta característica es ideal para conservar al deportista seco y liviano en las actividades físicas más extremas. Dado que aleja la humedad de la superficie de la piel es decir existe una rápida eliminación del sudor.

La característica esperada por el 20% de los deportistas del sector, es ser atendidos de ropa deportiva impermeable (ANEXO 1.3), dicha característica se debe a que en este sector el clima es adverso en ciertos días y por esta razón los deportistas demandan un producto que les proteja del agua, viento, factores ambientales (fango, barro)

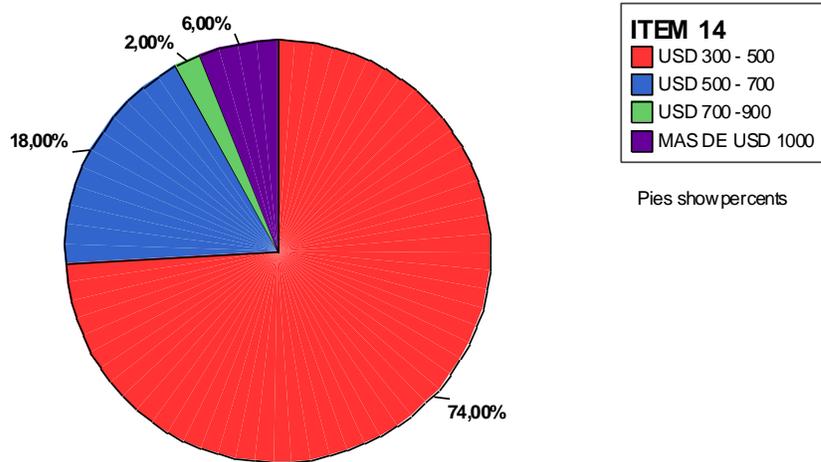
Otras de las características que los deportistas buscan en su ropa deportiva, es que tenga diseños exclusivos 28%, con excelentes terminados 23,33%, que se diferencien de la ropa deportiva actual.

En conclusión los deportistas de este sector hoy en día son más exigentes al momento de adquirir su ropa deportiva

d) Niveles de Ingresos

Los niveles de ingresos que poseen los deportistas que consumen ropa deportiva son diversos, así lo demuestra la siguiente grafica:

GRAFICO No 1.3: Nivel de Ingreso de los Consumidores



Con los datos obtenidos se observa que existen consumidores con un 74% que sus ingresos oscilan entre USD 300-500, a continuación de USD 500-700 con un 18%; por lo que se puede deducir que el poder adquisitivo de este sector es moderado y medio, y se concluye que los consumidores de estos productos se situarán en clase media.

1.5.2 Comportamiento Histórico de la Demanda

Desde el año 1982 hasta hoy en día las personas que residen en el Valle de los Chillos – Sangolquí, se han caracterizado por realizar la práctica deportiva por distintos motivos como: recreación, salud, profesión, en conclusión por bienestar propio.

Entre los primeros lugares que se crearon para la realización de la práctica deportiva están: gimnasios, escuelas de básquet, escuelas de fútbol.

Estos centros han ayudado a inculcar el deporte en las pasadas y nuevas generaciones de habitantes que actualmente residen en este sector.

Por este motivo en la actualidad existe un número de 12.280 personas que realizan la

práctica deportiva en clubs, gimnasios, academias, empresas, instituciones educativas. Cabe destacar que hasta ahora no existe una empresa en este sector con una línea deportiva especializada, la cual permita al deportista desarrollar cualquier tipo de disciplina y además brinde comodidad, frescura, diseños exclusivos y flexibilidad a en sus prendas.

1.5.3 Demanda Actual del Producto

La demanda de ropa deportiva especializada está conformada por los deportistas que realizan actividades físicas en clubs deportivos, gimnasios, academias de danza, unidades educativas, academias de natación y empresas del sector, que según información proporcionada por Ligas deportivas Barriales, propietarios (Gimnasios, academias de danza, academias de natación) rectores y administradores, son 12.280 deportistas, que representan el 22% de la población actual del sector.

TABLA No 1.4: Demanda Actual

AÑO	POBLACIÓN DE SANGOLQUI	POBLACIÓN QUE PRACTICA DEPORTE	% QUE REPRESENTAN LOS DEPORTISTAS DEL SECTOR
2008	56,794	12,280	22%

Elaborado por: Pamela Cruz

Fuente: Ilustre Municipio de Rumiñahui

Fuente: Instituciones Vinculadas al Deporte

1.5.4 Proyección de la Demanda

Para efectuar la proyección de la demanda, se ha tomado la población urbana del sector de Sangolquí, del total de esta población actualmente el 22% de las personas practican deporte.

Con el fin de obtener la tasa de crecimiento de deportistas por año se realizó una entrevista al Deportólogo de Ligas, el cual afirmó que: esta tasa de crecimiento es del

1,39% al año, información que está respaldada por un censo de estadísticas realizado por Liga Deportiva Cantonal de Rumiñahui.

Por lo tanto la proyección de la demanda para los próximos 5 años de este proyecto es de:

TABLA No 1.5: Proyección de la Demanda

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

AÑO	DEPORTISTAS DEL SECTOR	DEMANDA EN DÓLARES
2009	12,280	\$ 921,000
2010	12,451	\$ 933,802
2011	12,624	\$ 946,782
2012	12,799	\$ 959,942
2013	12,977	\$ 973,285

Elaborado por: Pamela Cruz

Fuente: Investigación

1.6 Análisis de la Oferta

“La oferta es el número de unidades de un bien o servicio que los productores están dispuestos a vender a determinados precios” ¹²

De acuerdo al estudio realizado, se pudo establecer que la oferta de ropa deportiva cuenta con dos canales de Distribución principalmente, el primero con 43% que son distribuidores exclusivos de ropa deportiva (ANEXO 1.3), los cuales están ubicados en distintos puntos del centro del sector.

Estos locales de ropa deportiva no cuentan diseños exclusivos en sus prendas, fabrican ropa deportiva en serie, la maquinaria con la que cuentan no es de una tecnología actualizada y además sus prendas no ofrecen calidad en cuanto a sus tejidos, hilos.

¹² MENESES, Edilberto. Preparación y Evaluación de proyectos

GRAFICO No 1.4: Locales de Ropa Deportiva



El segundo canal de distribución de ropa deportiva son los almacenes de cadena en los cuales el 40% de personas que realizan actividad deportiva acuden a comprar sus prendas deportivas en este sitio, aquí también se pueden encontrar ropas confeccionadas en serie.

En conclusión existe en el mercado una oferta considerable de ropa deportiva, pero esta no satisface las necesidades del deportista actual, el cual busca ciertas características únicas en sus prendas como:

- ❖ Liviandad – flexibilidad
- ❖ Buen manejo de humedad –transpirable
- ❖ Impermeable – con buen manejo de la humedad
- ❖ Modelos únicos y exclusivos
- ❖ Calidad

1.6.1 Clasificación De La Oferta

“Básicamente la oferta de un bien se traduce en la cantidad de productos o servicios cuyos productores desean vender en un mercado a un precio específico y en un periodo determinado”¹³

¹³ GARCÍA Eduardo, Elementos de Economía, Primera Edición, Quito-Ecuador

Con propósitos de análisis, la clasificación de la oferta en relación con el número de oferentes se reconoce tres tipos:

❖ **Oferta Monopólica**

En este tipo de oferta existe un solo productor del bien, el cual impone la calidad, precio y cantidad de su producto. No existen productos o servicios sustitutos, y es muy difícil entrar a competir con este monopolio.

❖ **Oferta Oligopólica**

Esta se da cuando existen muy pocos productores de un bien o servicio, estos tienen dominado el mercado y controlan el precio, calidad y cantidad de su oferta. Es posible entrar a competir con ellos pero con dificultad

❖ **Oferta Competitiva**

Esta se da cuando los competidores actúan en libre competencia, es decir existen muchos compradores y muchos vendedores de un producto o servicio

La oferta presentada en el Valle de los Chillos –Sangolquí de ropa deportiva, se caracteriza por tener un gran número de participantes, por lo que se considerará como una oferta competitiva. Las barreras que presenta el mercado no son fuertes.

1.6.2 Factores que Afectan a la Oferta

“Existen algunos factores que pueden producir cambios en la oferta, a saber, el valor de los insumos, el desarrollo de la tecnología, las variaciones climáticas y el valor de los bienes relacionados o sustitutos”¹⁴

a) Tecnología

Este factor ha afectado directamente en algunos casos la oferta de ropa deportiva, ya que desde hace 10 años sus maquinarias no han cambiado, es decir la tecnología no

14 Preparación y Evaluación de Proyectos. Nassir y Reinaldo Sapag Chain. Pág. 45

ha tenido una evolución, por lo que no ha permitido ofertar a los consumidores prendas innovadoras con buenos terminados y de mejor calidad.

b) Precios de los Insumos

Cualquier variación en el precio de las materias primas, ya sean estas nacionales o extranjeras, influye para que exista un cambio en la cantidad producida y precio de los bienes ofertados.

c) Número de participantes en el mercado

En el sector de Sangolquí únicamente existe una empresa que oferta ropa deportiva con similares características a la del proyecto, es decir el número de participantes del mercado es reducido.

Cabe destacar que también existe otras empresas que ofertan ropa deportiva, pero ofrecen una ropa deportiva que únicamente cubren con la necesidad de vestir.

d) Ubicación de los participantes en el mercado

Como ya se mencionó anteriormente, no existe un número significativo de empresas que oferten este tipo de producto, sin embargo existe una gran cantidad de ropa deportiva que se ofrece en el mercado procedente de China, Colombia, Panamá.

e) Productos Sustitos

De acuerdo al análisis realizado, se ha observado que para la ropa deportiva especializada que se pretende ofertar, existe un producto sustituto que es la ropa deportiva común y corriente, la cual únicamente cubre la necesidad básica de vestir al deportista.

1.6.3 Comportamiento Histórico de la Oferta

En el sector de Sangolquí la oferta está formada por locales de ropa deportiva, talleres artesanales, otros proveedores informales entre los cuales se encuentran los siguientes:

TABLA No 1.6: Empresas del Sector

EMPRESAS DEL SECTOR	
EMPRESA	TIPO DE PRODUCCION
Javi and Andy Sport	Uniformes escolares deportivos y ropa deportivos
Confecciones Rosemary,	Ropa sobre medida y ropa de todo tipo
Sport Time	Ropa deportiva
JOSBELL	Ropa deportiva en general y ropa casual

Elaborado por :Pamela Cruz

Estas empresas productoras y comercializadoras únicamente ofrecen ropa deportiva tradicional ya que no se han interesado en mejorar sus procesos productivos (ahorro de tiempo, optimización de materia prima, mejorar la calidad), su tecnología, innovación de productos, y la más importante no se han acoplado a las necesidades del deportista.

Otro de los proveedores más importantes de ropa deportiva con características similares a las de este proyecto es Maratón Sport y presenta los siguientes datos históricos que serán tomados en cuenta para el cálculo de la oferta proyectada.

TABLA No 1.7: Datos Históricos de Ventas

MARATHON SPORTS			
AÑO	VENTA TOTAL	VENTA DE ROPA	%
2006	\$ 1,328,216.43	\$ 132,821.64	10%
2007	\$ 1,619,776.14	\$ 202,472.02	13%
2008	\$ 1,975,336.75	\$ 270,000.00	13.67%
Fuente de: Investigación			
Elaborado por: Pamela Cruz			

1.6.4 Oferta Actual

Para estimar la oferta actual, se tomará únicamente a la empresa de ropa deportiva que presenta similares características a las de este proyecto, la empresa es Marathon Sport.

La información que se obtuvo es mediante una entrevista a la Contadora María Cruz que trabaja en esta empresa desde hace 10 años.

Existe únicamente un punto de venta de ropa deportiva con características similares al del proyecto en el mercado, dato obtenido mediante la investigación.

Este punto de venta tiene una capacidad de oferta de 10 prendas deportivas por día a un precio estimado de USD 75, respectivamente.

Con los datos se pudo determinar la oferta actual para el proyecto, como se indica en la siguiente tabla:

TABLA No 1.8: Oferta Actual

OFERTA ACTUAL		
Oferta Anual	3,600	270,000

Fuente de Investigación

Elaborado por: Pamela Cruz

1.6.5 Proyección de la Oferta

La proyección de la oferta estará basada es la tasa de crecimiento de los deportistas del sector.

Por el momento no existe ningún factor que se oponga a que el promedio anual de crecimiento (1,39%) siga igual. La proyección de la oferta se presenta en siguiente tabla con una tasa de crecimiento 0,67%:

TABLA No 1.9: Proyección de la Oferta

PROYECCIÓN DE LA OFERTA		
AÑO	CANTIDAD	DÓLARES
2009	3,624	271,809
2010	3,648	273,630
2011	3,673	275,463
2012	3,697	277,309
2013	3,722	279,167

Nota: Tasa de crecimiento 1,0067

Elaborado por :Pamela Cruz

1.7 Determinación de la Demanda Insatisfecha

La demanda insatisfecha en este caso es estimada mediante la diferencia entre la demanda y oferta potencial.

La estimación de la demanda insatisfecha es la siguiente:

TABLA No 1.10: Estimación de la Demanda Insatisfecha

ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA				
AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA	DEMANDA INSATISFECHA USD \$
2009	12,280	3,624	8,656	\$ 649,191
2010	12,451	3,648	8,802	\$ 660,172
2011	12,624	3,673	8,951	\$ 671,318
2012	12,799	3,697	9,102	\$ 682,633
2013	12,977	3,722	9,255	\$ 694,118

*Demanda-Oferta

Elaborado por :Pamela Cruz

La demanda insatisfecha para el año 2009 es de 8.656 conjuntos al año, siendo la cantidad anterior representativa que en cifras monetarias de USD 660.172 al precio actual del mercado.

GRAFICO No 1.5: DEMANDA INSATISFECHA



1.8 Análisis de Precios en el Mercado del Producto

1.8.1 Comportamiento Histórico y Tendencias

La determinación de los precios comerciales de un producto es un factor muy importante, pues servirá para el cálculo de los ingresos probables del proyecto en el futuro.

De acuerdo a la investigación realizada los precios de cada paquete fluctuaban entre:

TABLA No 1.11: Comportamiento Histórico de Precios

	PRECIO 2007 - 2008	
BÁSQUET		
camiseta manga C/L + pantalón bermuda	\$ 43	\$ 52
FUTBOL		
Camiseta + pantalón bermuda	\$ 40	\$ 48
CICLISMO		
Traje Anatómico una pieza	\$ 71	\$ 86
Culotte C/L	\$ 44	\$ 52
Mailot Manga C/L	\$ 39	\$ 46
FITNESS		
Top +Malla Pirata	\$ 50	\$ 60
Camiseta + Malla Pirata	\$ 52	\$ 62
Camiseta + Licra corta	\$ 51	\$ 61
camiseta + licra tipo mailot	\$ 53	\$ 64
TENIS		

Camiseta Manga C/L + Pantalón Bermuda	\$ 52	\$ 62
Vestidos	\$ 42	\$ 50
NATACIÓN		
Traje de baño varón	\$ 60	\$ 72
Traje de baño mujer	\$ 45	\$ 54
VÓLEY		
camiseta manga C/L +short	\$ 45	\$ 54
Fuente : Investigación		
Elaborado por : Pamela Cruz		

1.8.2 Factores que Influyen en el Comportamiento de los Precios

- ☼ Variación del precio de las materias primas
- ☼ Comportamiento del mercado
- ☼ Crisis económica

1.9 Mercadeo y Comercialización

1.9.1 Estrategia de Producto

El proyecto aplicará una estrategia de diferenciación a fin de ofrecer un producto con características únicas (buen manejo de humedad, transpirable, impermeable, etc.) e importantes para el consumidor.

Como adicional la empresa brindará la posibilidad de confeccionar su ropa deportiva especializada a la medida, con modelos elegidos a su gusto o escogidos del catálogo exclusivo de la empresa, o a la vez diseñada mediante el programa VF Pro de acuerdo a las necesidades del cliente.

1.9.2 Estrategia de Precio

Los consumidores basan sus juicios acerca del valor de una prenda, de lo que los diferentes competidores cobran por productos similares.

- ❖ La línea de ropa deportiva especializada fijará el precio siguiendo los valores actuales del competidor más fuerte.

1.9.3 Estrategia de Plaza

Esta se refiere a los lugares donde se venderá los productos y a los canales de distribución. A mayor cantidad de sitios donde el consumidor pueda encontrar lo que ofrecemos, mayor cantidad de ventas.

El proyecto se ubicará en el Sector Valle de los Chillos – Sangolquí en un lugar central de movimiento económico considerable. De muy poco servirá tener un producto de excelente calidad, cuando es difícil encontrarlo.

1.9.4 Estrategia de Promoción

La promoción se utiliza para informar al mercado de la existencia de un nuevo producto y su venta con el fin de influir en los sentimientos, creencias o comportamiento del consumidor

Se pueden plantear varias estrategias de promoción, las cuales se detallan a continuación:

🌀 Catálogos

Poner al alcance de los clientes catálogos, en los cuales conste la información de la empresa, del producto, servicios, ubicación y promociones. Estos se enviarán principalmente a clientes potenciales (empresas, clubs deportivos, gimnasios, instituciones educativas), ya que la venta a este conjunto de consumidores significará en un futuro un porcentaje alto de las ventas.

🌀 Volantes

Se entregarán volantes en las principales calles de la ciudad y a la salida de los eventos deportivos (deportistas, público en general)

Internet

Se creará una página web la cual cuente con los siguientes elementos:

- Datos de la empresa Misión, visión, condiciones de compra.
- Los ejes en que se rige la empresa (Diseño, Calidad, Funcionalidad, Servicio)
- Catálogo de productos con especificaciones (talla, precio, colores, etc.)
- Contactar (dirección, teléfono, mail)

CAPITULO II

ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico aporta información cualitativa y cuantitativa respecto a los factores productivos que deberá contener una nueva unidad en operación, esto es: Tecnología, magnitud de los costos de inversión, recursos, previsiones para la nueva unidad productiva.

El estudio técnico debe considerar fundamentalmente tres grandes bloques de información:

- ❖ Tamaño del Proyecto
- ❖ Localización General y Especifica del Proyecto
- ❖ Estudio de Ingeniería

Esto ayudará a contar con la profundidad y calidad de la información que se necesita para el análisis y la toma de decisiones concretamente referida a la continuidad del proyecto.

2.1 Tamaño del Proyecto

“Tamaño del proyecto, está definido por su capacidad física o real de producción de bienes o servicios durante un periodo de operación normal por año”¹⁵

El objetivo consiste en determinar el tamaño o dimensionamiento que deben tener las instalaciones, así como la capacidad de la maquinaria y equipos requeridos por el proyecto.

2.1.1. Factores Determinantes del Proyecto

La determinación del tamaño responde a un estudio interrelacionado de una gran cantidad de variables de un proyecto como la demanda, disponibilidad de insumos, localización.

¹⁵<http://74.125.95.132/search?q=cache:8cHpODQr4xUJ:www.itescam.edu.mx/principal/sylabus/fpdb/recursos/r2583.DOC+tama%C3%B1o+del+proyecto&hl=es&ct=clnk&cd=1&gl=ec>

2.1.1.1 El Mercado

“El mercado se conforma por los consumidores reales y potenciales de nuestro producto. El mercado es una creación humana y, por lo tanto, perfectible. En consecuencia, se pueden modificar en función de sus fuerzas interiores.”¹⁶

El mercado es un factor que determina el tamaño del nuevo proyecto ya que señalará el tipo y cantidades de producto para su venta en distintas aéreas.

La cantidad de demanda proyectada a futuro es uno de los factores más importantes para condicionar el tamaño del proyecto tal como se puede observar en el cuadro de la demanda insatisfecha proyectada, (tabla No 9) en donde se puede observar que existe un gran número de personas que demanda este tipo de indumentaria deportiva.

De acuerdo con el estudio de mercado efectuado a los clientes potenciales, el 80% de ellos ha considerado la posibilidad de comprar este tipo de indumentaria deportiva. En función de esto se puede establecer la demanda potencial que puede ser atendida con este nuevo proyecto

2.1.1.2 Disponibilidad de Recursos Financieros

La disponibilidad de recursos económicos tiene influencia en el tamaño del proyecto ya que estos podrían no estar disponibles a pesar de contar con el resto de requerimientos necesarios para la implementación del proyecto.

De igual manera actualmente existen en el país instituciones financieras que conceden crédito, entre estas se encuentran:

- ❖ La Corporación Financiera Nacional (CFN)
 - CRÉDITOS DE PRIMER PISO (Ver Anexo 2.1)

¹⁶ <http://www.monografias.com/trabajos13/mercado/mercado.shtml#CONCEPTO>

Factoring

Crédito para el Sector de la Construcción

Crédito Directo para el Desarrollo

Crédito Fopex

Crédito Revolvente de Capital de Trabajo

Crédito Automotriz

Crédito Asociativo

- CRÉDITOS DE SEGUNDO PISO (Ver Anexo 2.1)

Credi Micro

Crédito Multisectorial

Crédito De Vivienda

❖ Cámara de Comercio de Ambato (Ver Anexo 2.2)

- Créditos Comerciales
- Créditos de Consumo
- Créditos Vivienda
- Créditos Microempresariales
- Créditos Institucional
- Crédito Concesionado

Los recursos financieros con los cuales se iniciara el proyecto será:

50% de aporte del propietario y 50 % financiado por alguna institución financiera.

El capital inicial aportado conforma el inicio del proyecto que advierte gastos de constitución, capital de trabajo, compra de insumos, compra de maquinaria, entre otros necesarios para el desenvolvimiento de la empresa.

2.1.1.3 Disponibilidad de Mano de Obra

Conseguir mano de obra calificada para la confección es un factor primordial en este proyecto, en el sector Valle de los Chillos – Sangolquí no será un problema encontrarla ya que existe un porcentaje considerable de mano obrera calificada información abalizada por el Gremio de Artesanos del Cantón Rumiñahui.

2.1.1.4 Economías de Escala

“La economía de escala se refiere al poder que tiene una empresa cuando alcanza un nivel óptimo de producción para ir produciendo más a menor coste, es decir, a medida que la producción en una empresa crece, sus costes por unidad producida se reducen.”¹⁷

La empresa tiene como prioridad concentrarse en la producción y comercialización de indumentaria deportiva, para lo cual se debe tener un nivel óptimo de producción y además una comercialización activa a clientes de alto nivel.

Para conseguir un nivel óptimo de producción se deben realizar las siguientes actividades:

- ❖ Capacitación a los empleados en cuanto al manejo de maquinas
- ❖ Capacitación a los empleados en cuanto al manejo de materia prima
- ❖ Capacitación en ventas
- ❖ Capacitación a nivel administrativo

Proporcionando una adecuada capacitación a la totalidad del personal de la empresa se logrará un nivel óptimo en la producción, administración y ventas; con esto se logrará reducir costo unitario de cada producto ofertado por la empresa y a la vez se incrementara el volumen de producción y ventas.

¹⁷ http://es.wikipedia.org/wiki/Econom%C3%ADa_de_escala

2.1.1.5 Disponibilidad de Tecnología

“Consiste en definir el tipo de maquinarias y equipos serán necesarios para poder fabricar el producto o la prestación del servicio, por ejemplo en una empresa textil tenemos las máquinas de costura recta, remalladotas, bordadoras, etc.”¹⁸

Para iniciar el funcionamiento de este proyecto se debe disponer de la siguiente tecnología:

GRAFICO No 2.1: MAQUINA RECTA

	<ul style="list-style-type: none">✓ Máquina Recta✓ Marca Singer✓ Alta velocidad✓ Lubricación automática✓ Tablero de madera
--	--

GRAFICO No 2.2: MAQUINA OVERLOCK

	<ul style="list-style-type: none">✓ Máquina industrial de 5 hilos✓ Marca Siruba✓ Puntada de seguridad de alta velocidad✓ Estante metálico
---	--

¹⁸ http://es.wikipedia.org/wiki/Econom%C3%ADa_de_escalas

GRAFICO No 2.3: MÁQUINA RECUBRIDORA

	<ul style="list-style-type: none">✓ Máquina industrial✓ Marca Siruba✓ Estante Metálico
---	--

GRAFICO No 2.4: MÁQUINA CORTADORA DE TELA

	<ul style="list-style-type: none">✓ Cortadora vertical de 8''✓ Motor de 750 watts✓ Corta tela liviana o pesada
---	--

GRAFICO No 2.5: PLANCHA INDUSTRIAL

	<ul style="list-style-type: none">✓ Plancha industrial a vapor✓ Caldero incorporado✓ Alta capacidad para producir vapor✓ Óptimo planchado✓ Funcionamiento de 110 w
---	--

GRAFICO No 2.6: COMPUTADORA DE ESCRITORIO

	<ul style="list-style-type: none">✓ CORE 2 DUO 3.0 GHZ✓ 2 GB de RAM✓ 500 GB de Disco Duro✓ DVD Writer✓ 256 MB de video✓ Windows XP✓ Monitor de 17'' Pantalla plana
---	--

GRAFICO No 2.7: COMPUTADORA DE ESCRITORIO

	<ul style="list-style-type: none">✓ DUAL CORE de 2,2 GHZ✓ Disco duro de 320 GB✓ DVD Writer✓ Monitor de 17"✓ Windows XP
---	--

GRAFICO No 2.8: IMPRESORA

	<ul style="list-style-type: none">✓ Impresora HP Color B/N✓ Copiadora✓ Scanner
---	--

GRAFICO No 2.9: TELÉFONO FAX

	<ul style="list-style-type: none">✓ Identificador de llamadas✓ Altavoz✓ Teléfono✓ Fax
---	--

GRAFICO No 2.10: VF PRO

	<ul style="list-style-type: none">✓ Software de diseño✓ Con modelo en 3D✓ permite diseñar y modificar las prendas directamente sobre un maniquí y en tiempo real
---	--

2.1.1.6 Disponibilidad Insumos y Materia Prima

La calidad de materia prima es uno de los aspectos más importantes en el desarrollo del proyecto, ya que es uno de los factores que determina la calidad del producto y además influye en la selección de la tecnología a utilizar en el proceso de producción. En cuanto a materia prima, existe suficiente disponibilidad y entre los proveedores potenciales se encuentran los siguientes:

TABLA No 2.1: Proveedores Potenciales

PROVEEDORES POTENCIALES		
EMPRESA	MATERIAL	DIRECCIÓN
Fabrica de Hilos Pinto	Hilos	Isla Marchena 42-138 El Batan
Marquillas Fasta S.A.	Etiquetas	Juan González No 35 y Juan Pablo Sanz
Marquitex	Tallas e instrucciones de lavado	Eloy Alfaro lote 298
Mil Colores	Insumos para la confección	Centro Comercial River Mall
Maniqués Ecuador	Maniqués para patronaje	Av. La Prensa y Mariano Echeverría No 268
Lafayette (telas de alta tecnología)	Telas	Quito Texlafayed S.A. Calle Francisco de Nates #396 e Hidalgo de Pinto Sector Antiguo Quito Tenis

Fuente: Investigación

Elaborado por : Pamela Cruz

Los materiales de oficina se los puede adquirir en el “Comisariato del Libro” ubicado en la Av. Luis Cordero.

2.1.2 Capacidad de Producción

“La capacidad de producción es el máximo nivel de actividad que puede alcanzarse con una estructura productiva dada. El estudio de la capacidad es fundamental para la

gestión empresarial en cuanto permite analizar el grado de uso que se hace de cada uno de los recursos en la organización y así tener oportunidad de optimizarlos.”¹⁹

2.1.2.1 Definición de la Capacidad Instalada

Para determinar la capacidad de producción se toma en cuenta los siguientes factores:

- CAPITAL

El aporte del 50% del propietario se lo destinará:

Para gastos de constitución, compra de insumos, adecuación del local, compra de máquinas, materia prima e insumos para el inicio de las actividades de la empresa.

- ACTIVOS FIJOS Y MATERIA PRIMA

Los activos fijos a utilizarse en la empresa, así como la materia prima están expuestos a continuación:

Activos Fijos

- ❖ Máquinas (recta, overlock, cortadora, plancha)
- ❖ Equipos de computación (computadores, impresora multifunción)
- ❖ Equipos de oficina (teléfono fax)
- ❖ Muebles y enceres (escritorio del Gerente, mesa para corte de tela, modular archivador, maniqués, sillas, cajas organizadoras con divisiones
- ❖ Biombo, estanterías.)
- ❖ Local

Materia Prima

La materia prima que se utilizara en el proyecto es tela inteligente (transporte de humedad, impermeables, micro fibra), e insumos de confección.

- MANO DE OBRA

Todos los empleados integrantes de la empresa serán debidamente capacitados, con lo

¹⁹ http://es.wikipedia.org/wiki/Capacidad_de_producci%C3%B3n

que se logrará la optimización de la producción de todas aéreas de la empresa.

- **TECNOLOGÍA:**

La tecnología a utilizarse en la empresa, es varias máquinas industriales que sirven para la confección de ropa deportiva, su utilización no es compleja pero requiere de experiencia y cuidado.

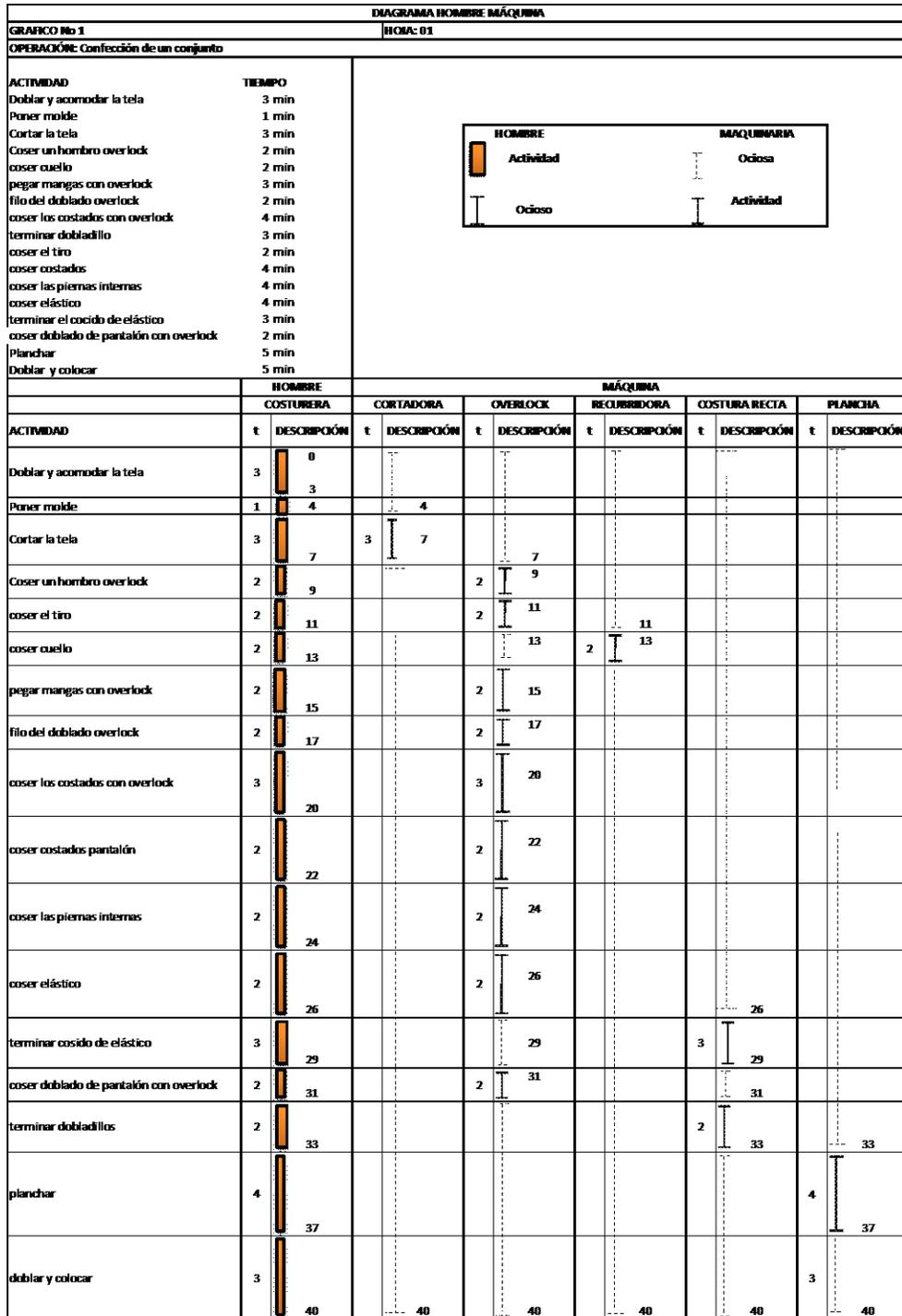
La capacidad de producción del proyecto se calcula con la premisa de que el trabajo se lo realiza en condiciones normales, y con todo el equipo instalado.

2.1.2.2 Cálculo de la Capacidad Instalada

La costurera encargada del proceso de corte, confección y terminado trabajara 8 horas laborables

Para realizar el cálculo de la capacidad instalada se toma en cuenta los tiempos de demora que tiene todo el proceso cortado, confeccionado, terminado, planchado, doblado y colocado a exhibición y se lo muestra a continuación en el siguiente diagrama:

GRAFICO No 2.11: Diagrama Hombre Maquina



Fuente: Investigación
 Elaborado por: Pamela Cruz

2.1.3 Tamaño Optimo

El tamaño es definido como la capacidad de producción de bienes y servicios medidos en un periodo de tiempo definido y ofrecidos en el mercado.

En el caso de este proyecto:

Tamaño = número de conjuntos deportivos /año

Tamaño = 2077 conjuntos deportivos al año, estrato considerado de la demanda Insatisfecha.

Capacidad Instalada

Cantidad Máxima disponible permanente

TABLA No 2.2: Capacidad Instalada

8 horas	40 min.	1 Día	1 Semana	1 Mes	1 Año
Unidades	1	12	60	240	2,880

Fuente: Investigación

Elaborado por: Pamela Cruz

La capacidad instalada de este proyecto permitirá ofertar en el mercado 12 conjuntos por día los cuales representan 2.880 conjuntos deportivos al año

Capacidad Utilizada

TABLA No 2.3: Capacidad Utilizada

6 horas		1 Día	1 Semana	1 Mes	1 Año
Unidades	1	9	45	180	2,160

Fuente: Investigación

Elaborado por: Pamela Cruz

La fracción de la capacidad instalada que se empleara en el proyecto es de 9 conjuntos por día realizados en seis horas de trabajo continuo, al año representan

2.160 conjuntos los cuales perfectamente cubren el estrato considerado de la demanda insatisfecha.

Las dos horas de trabajo restantes por día serán utilizadas para distintas actividades que requiera la empresa.

2.2 Localización del Proyecto

El estudio de localización tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto es decir, es decir lograr una posición de competencia basada en menores costos de transporte

Para una mejor ubicación del proyecto se realizara el estudio de las fuerzas macro y micro locacionales.

2.2.1 Macro Localización

“La mejor localización depende del tipo de compañías que se está considerando. Las decisiones de localización industrial se enfocan a la minimización de los costos. El objetivo de la localización es maximizar el beneficio de la localización de la empresa”²⁰

Este trabajo es muy exhaustivo, ya que mediante éste se puede determinar una óptima localización, la cual en el futuro vendría a ser una buena inversión para la empresa.

La empresa necesita de un espacio no muy grande, pero que sea amplio debido al proceso de diseño, confección, recepción de materia prima y ventas.

2.2.1.1. Justificación

El interés en esta zona es básicamente por las siguientes razones:

- ❖ En el sector de Sangolquí existe un porcentaje considerable de personas que practican deporte, un 22%.

²⁰ B. RENDER (1998). Principios de Administración de Operaciones. México: Prentice may. P.226

lugar exacto para instalar la planta industrial siendo este sitio el que permite cumplir con los objetivos de lograr la más alta rentabilidad o producir al mínimo costo unitario²¹

2.2.2.1 Criterios de selección de Alternativas

A continuación se describen los factores que influyen en la elección de la localidad para la empresa:

2.2.2.1.1 Transporte

Los clientes de la nueva línea de ropa deportiva, no tendrán ningún tipo de inconveniente con el transporte debido a que en el Sector de Sangolquí no es muy extenso y las distancias entre lugares son muy cortas. Además de que cuentan con varios servicios de transporte (taxis, camionetas, buses)

En cuanto a los proveedores de telas, hilos, e insumos para la confección, no les representa dificultad de llegar a dejar el producto en las instalaciones de la empresa, ya que todos los proveedores se encuentran en la Provincia de Pichincha – Quito y sus vías de acceso son directas. Además se encuentran a escasos 50 minutos del Sector donde se ubicará la planta por lo que no les representa mayor gasto.

GRAFICO No 2.13: Vías de Acceso



Fuente: Ilustre Municipio de Rumiñahui
Elaborado por: Pamela Cruz

²¹<http://74.125.95.132/search?q=cache:svYgYyLbHLcJ:www.itescam.edu.mx/principal/sylabus/fpdb/recursos/r2582.DOC+micrololalizacion&hl=es&ct=clnk&cd=1&gl=ec>

En cuanto a los clientes, si se movilizara en bus les cuesta 25 centavos de dólar, si es en taxi la distancia máxima a pagar dentro de la ciudad es de 3 dólares y por ultimo si desea alquilar una camioneta pagaría alrededor de 3,50 dólares por el viaje.

Si los clientes poseen vehículo propio existe parqueaderos donde los pueden dejar seguros.

2.2.2.1.2 Cercanía de las Fuentes de Abastecimiento

La nueva línea deportiva no tendrá inconvenientes en referencia a la cercanía con las fuentes de abastecimiento, ya que los proveedores de materias primas manejan entrega a domicilio.

Además los proveedores se encuentran en la dentro del perímetro de la Provincia de Pichincha a pocos kilómetros de distancia de Sangolquí donde se instalara la planta de producción.

2.2.2.1.3 Cercanía al Mercado

El mercado meta (gimnasios, colegios, empresas, clubs deportivos, academias de natación) definido por el proyecto se encuentra situado en el centro del Valle de los Chillos – Sangolquí, por lo que se ha percibido que el proyecto logrará captar clientes de manera efectiva, ya que se ubicará en una zona comercial, principal y visible (Junto a River Mall) para el mercado específico.

2.2.2.1.4 Factores Ambientales

El medio ambiente no sufre impactos por parte de la empresa, gracias a que sus procesos de corte confección y comercialización no utilizan ningún tipo de contaminante.

Los desperdicios que la empresa genere podrán ser depositados en los recolectores de la ciudad.

2.2.2.1.5 Estructura Impositiva Legal

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

- Copia certificada de la Escritura de Constitución, aumento de Capital o reforma de Estatutos, tratándose de personas jurídicas.
- Nombramiento del representante Legal, debidamente inscrito en la Oficina del registro Mercantil, tratándose de personas jurídicas.
- Fotocopia del título de propiedad o contrato de arrendamiento del local, registrado en un juzgado del inquilinato.
- Copia del registro único de Contribuyentes (RUC.)

El Ministerio de Finanzas dispone obtener el RUC, a las personas naturales, sociedades, entidades sin personalidad jurídica, nacionales y extranjeras que realicen actividad en el país en forma permanente u ocasional.

Requisitos para obtener el RUC.

- Original y copia de la cédula de identidad. En caso de extranjeros: fotocopia y original de la cédula de identidad o pasaporte y fotocopia del censo.
- Fotocopia de la última papeleta de votación.
- Fotocopia de un documento que certifica la dirección del local donde se desarrolla su actividad económica: recibo de luz, agua o teléfono.
- En el caso de artesanos, la copia de calificación artesanal.

TABLA No 2.4: Permisos de Operación.

Ord.	Especie
1	Copia Certificada de la Escritura de Constitución
2	Nombramiento del Representante Legal
3	Registro único de Contribuyentes (RUC)
5	Fotocopia del título de Propiedad
6	Documentos de Facturación por mes
8	Contratos laborales
9	Autorización municipal
10	Copias Documentos.

Fuente: Investigación

Elaborado por: Pamela Cruz

2.2.2.1.6 Disponibilidad de Servicios Básicos

El sector Valle de los Chillos – Sangolquí (Av. Luis Cordero 413 y Pichincha) dispone de todos los servicios básicos, como energía eléctrica, agua, alcantarillado, teléfono, transporte. Los mismos que tienen un costo distribuido por categorías y que más dependerá del consumo por parte de la empresa.

2.2.2.1.7 Posibilidad de Eliminación de Desechos

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

2.2.3 Matriz de Localización

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

Los lugares a evaluar son los siguientes:

TABLA No 2.5: Lugares de Evaluación

ZONA	LUGARES	UBICACIÓN
ZONA A	Junto a River Mall	Av. Luis Cordero 413 y Pichincha
ZONA B	Parque Juan de Salinas	Calle Azcasubi

En la tabla 2.6 se establece la matriz locacional del proyecto:

TABLA No 2.6: Matriz Locacional

LOCALIZACIÓN POR EL MÉTODO CUALITATIVO DE ASIGNACIÓN POR PUNTOS					
CALIFICACIÓN : 1 AL 10					
FACTOR CUALITATIVO	PESO SUMATORIA =1	ZONA A		ZONA B	
Transporte	0.1	9	0.9	4	0.4
Cercanía de las Fuentes de Abastecimiento	0.2	6	1.2	4	0.8
Cercanía al Mercado	0.2	6	1.2	4	0.8
Estructura Impositiva legal	0.05	3	0.15	3	0.15
Disponibilidad de Servicios Básicos	0.1	5	0.5	4	0.4
Posibilidad de Eliminación de Desechos	0.1	5	0.5	4	0.4
Materia Prima	0.05	6	0.3	3	0.15
Mano de obra Directa	0.1	5	0.5	5	0.5
Insumos	0.05	5	0.25	3	0.15
Infraestructura	0.05	6	0.3	4	0.2
SUMATORIA	1		5.8		3.95
Técnicamente la Empresa debería ubicarse en:		ZONA A			

Fuente: Investigación

Elaborado por: Pamela Cruz

2.2.3.1 Selección de Alternativa Óptima

No es frecuente encontrar un sitio que satisfaga todas y cada una de las necesidades específicas del proyecto. Para decidir la ubicación definitiva se evaluaron los sitios que se consideraron convenientes.

Para llegar a determinar el sector donde se ubicará el proyecto de la nueva línea deportiva, se realizó un análisis entre los diferentes factores de localización y las posibles alternativas de selección usando el método cualitativo de asignación por puntos; este análisis mostró como resultado la ubicación del proyecto, esta es en la zona A con una calificación de 5,8 y correspondiente a la Av. Luis Cordero 413 y

Pichincha junto a River Mall.

2.2.3.2 Plano de la Micro localización

El proyecto se ubicará junto al centro comercial River Mall, el sitio se encuentra marcado en el mapa.

GRAFICO No 2.14: Plano de Micro Localización



2.3 Ingeniería del Proyecto

El objetivo del estudio de la ingeniería del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento del nuevo proyecto.

Las etapas que se tomarán en cuenta son: selección del proceso productivo y de la maquinaria y equipos, infraestructura, abastecimiento de materias primas, materiales

y mano de obra.

Además en la ingeniería del proyecto se realiza un análisis de las compras, construcción, montaje y puesta en marcha de los activos fijos y diferidos asociados a los mismos, que permitan la operación de la empresa para brindar un producto.

Diseño adecuación

2.3.1 Proceso de Producción

“El proceso de producción se define como la forma en que una serie de insumos y materias primas se transforman en productos, mediante la participación de una determinada tecnología, es decir, la combinación de mano de obra, maquinaria, métodos y procedimientos de operación”²²

El proceso de producción es el procedimiento técnico que se va a utilizar en el proyecto para obtener los nuevos productos que conformaran la nueva línea deportiva.

GRAFICO No 2.15: Cadena de Valor de la Nueva Línea Deportiva



La cadena de valor se caracterizará por las actividades que producirán un valor añadido en la nueva empresa. Se dividirán en dos tipos de actividades:

²² MENESES, Edilberto. Preparación y Evaluación de Proyectos

ACTIVIDADES PRIMARIAS

Estas conforman la creación física del producto, las actividades relacionadas con su venta y la asistencia post-venta. Se dividen en:

- ❖ **Logística Interna:** recepción, almacenamiento y distribución de las materias primas.
- ❖ **Operaciones (Producción):** recepción de las materias primas para transformarlas en el producto final.
- ❖ **Logística Externa:** almacenamiento de los productos terminados.
- ❖ **Ventas y Marketing:** actividades con las cuales se dará a conocer el producto.
- ❖ **Servicios Post-Venta:** servicios adicionales ejemplo: instrucción de mantenimiento de la prenda

ACTIVIDADES SECUNDARIAS

- ❖ **Abastecimiento (compras):** proceso de compra de los materiales (Insumos para la confección, telas, hilos)
- ❖ **Infraestructura de la Organización:** actividades que prestan apoyo a toda la empresa, como la planificación, Contabilidad- Costos, finanzas, Dirección de recursos humanos.

2.3.1.1 Diagrama de Flujo

Los diagramas de flujo son diagramas que emplean símbolos gráficos para representar los pasos o etapas de un proceso. También permiten describir la secuencia de los distintos pasos o etapas y su interacción.

Las ventajas que traerá la elaboración de los diagramas de Flujo serán las siguientes:

- ❖ Favorece la comprensión de procesos a través de un dibujo. Un buen diagrama de flujo reemplaza varias páginas de texto.

Permitirá identificar los problemas y las oportunidades de mejora del proceso.

Se identifican los pasos redundantes, los conflictos de autoridad, las

responsabilidades, los puntos de decisión.

GRAFICO No. 2.16: Diagrama de Flujo de General de La Empresa

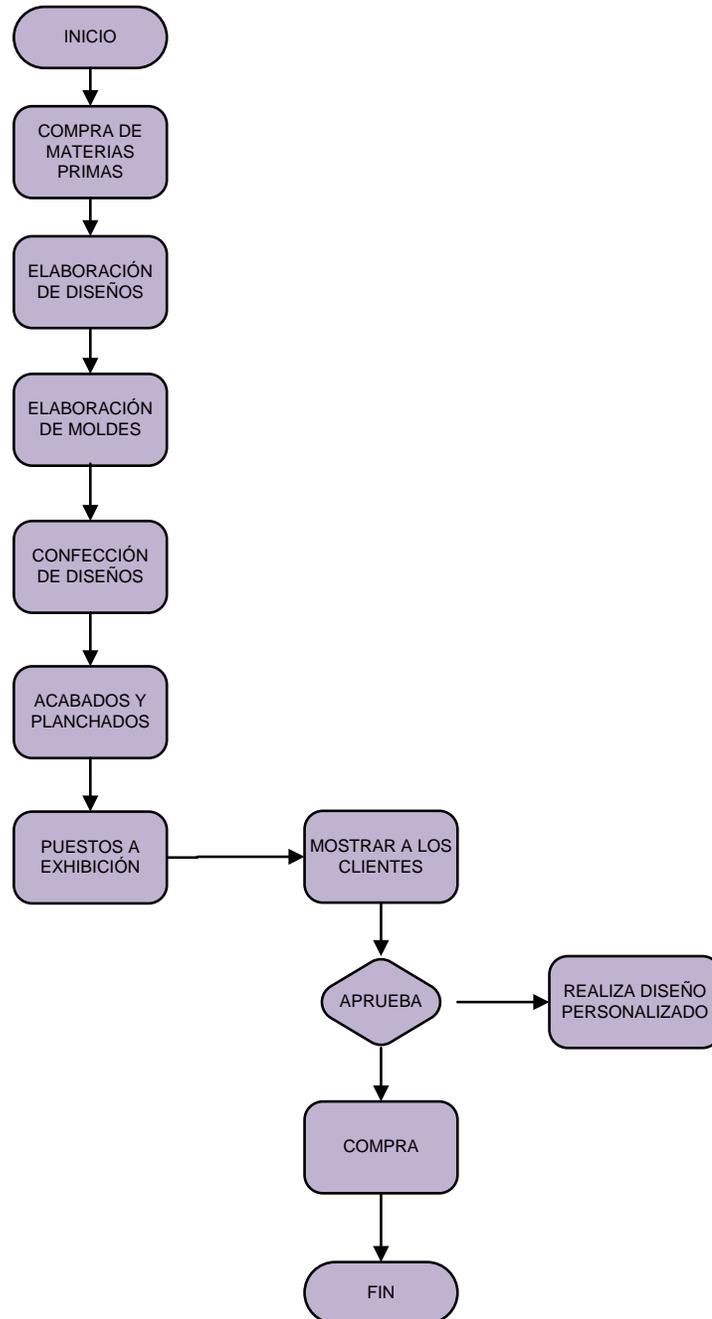
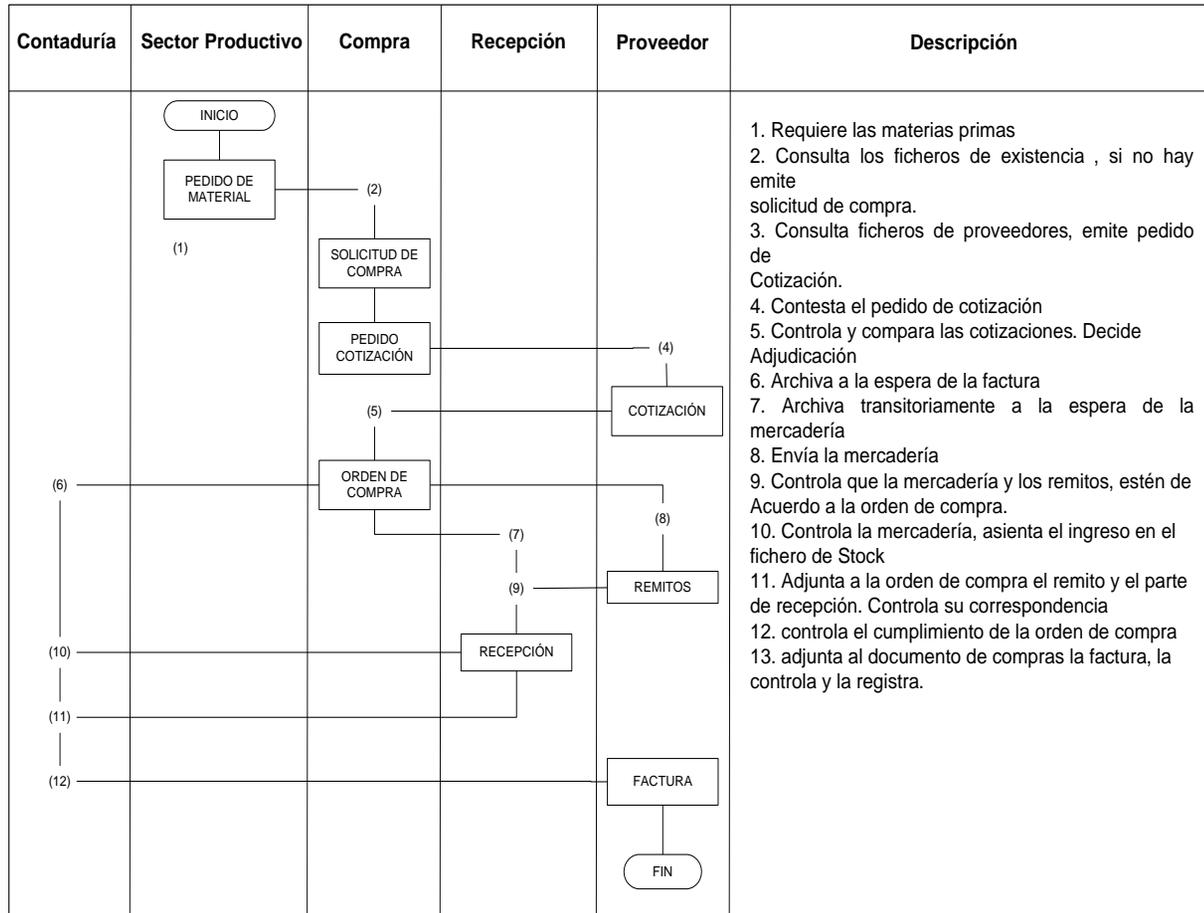
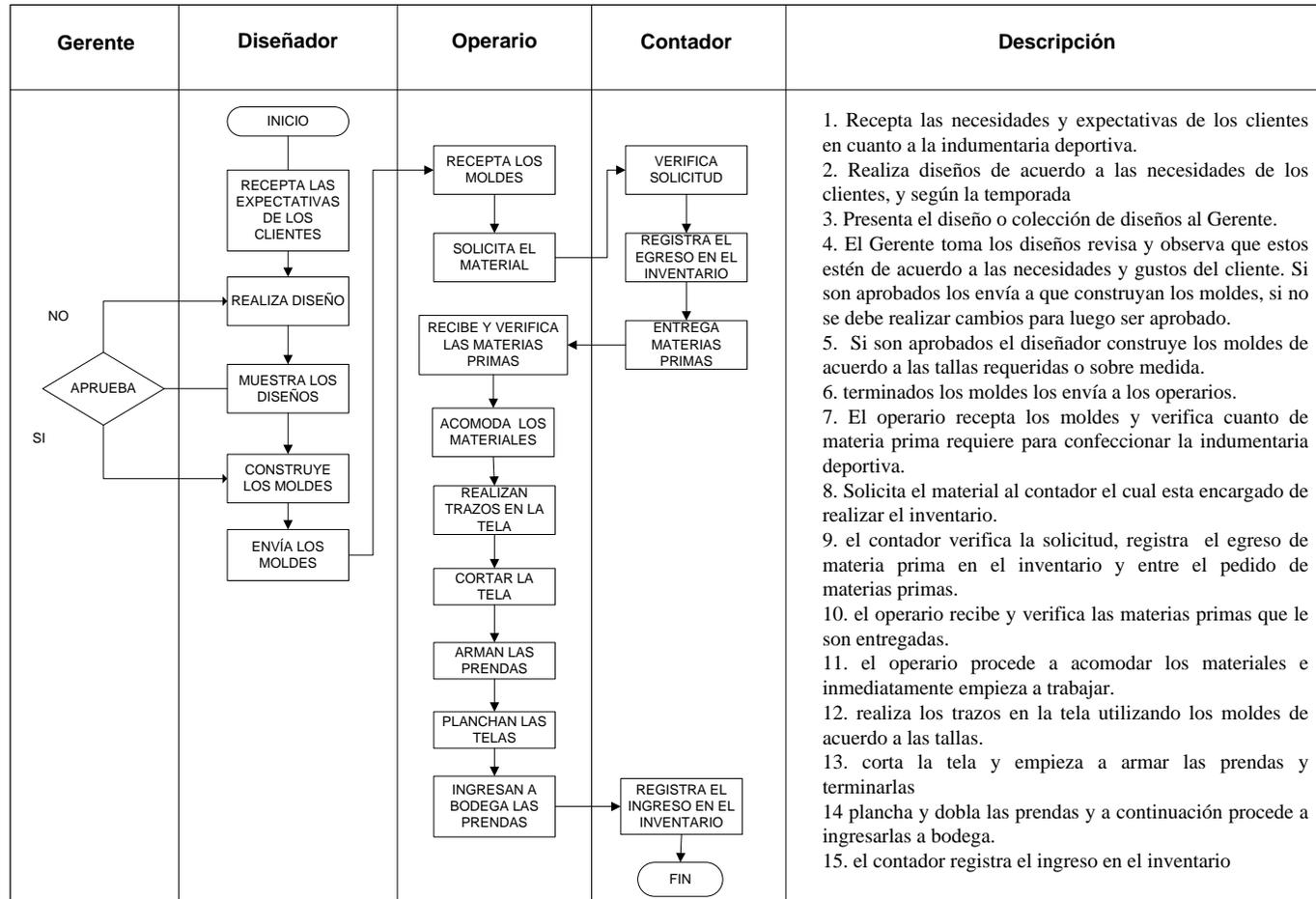


GRAFICO No 2.17: Proceso: Pedido de Materia Prima Descripción



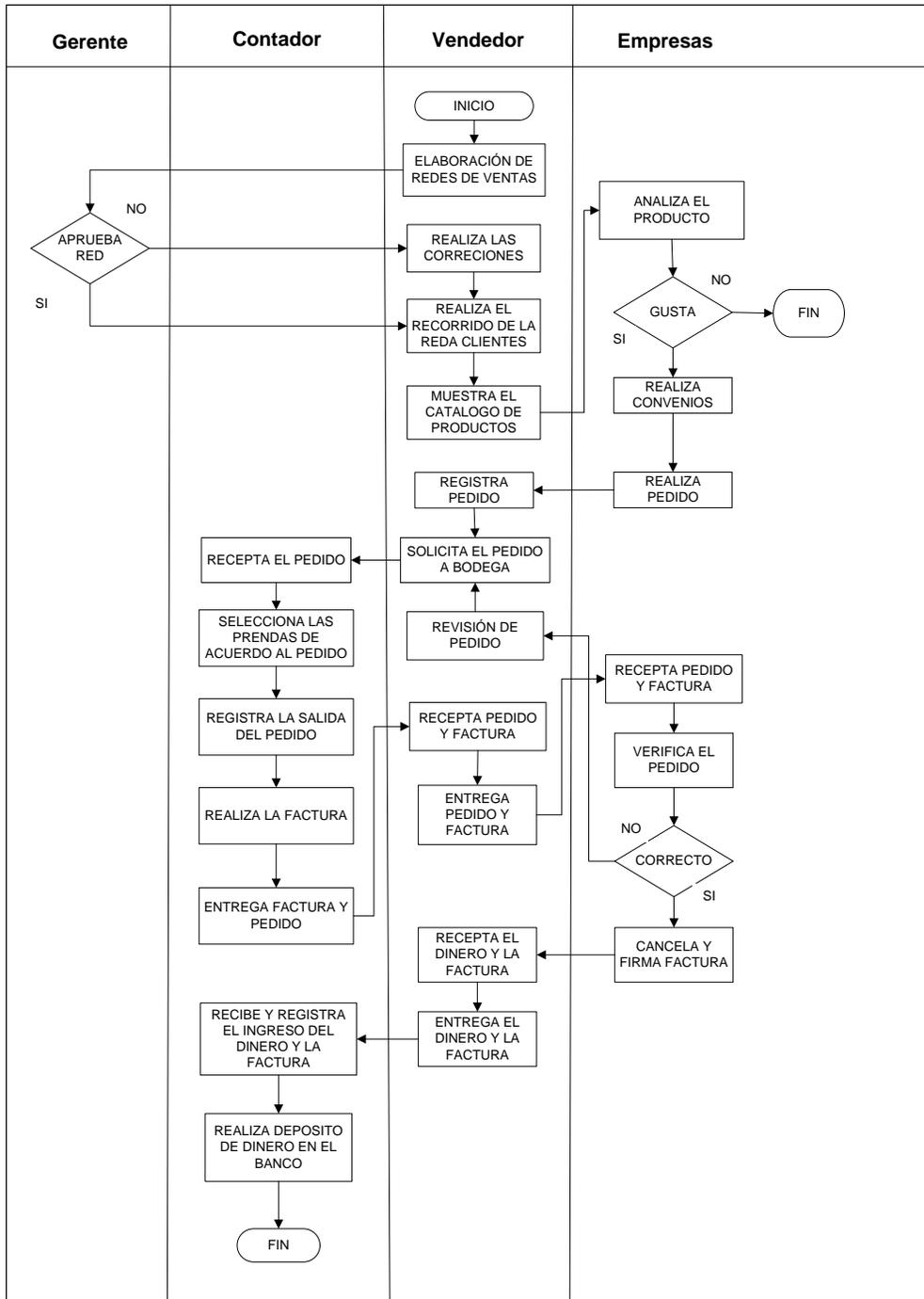
Elaborado por: Pamela Cruz

GRAFICO No 2.18: Proceso de Producción



Elaborado por: Pamela Cruz

GRAFICO No 2.19: Proceso de Servicio



Elaborado por: Pamela Cruz

PROCESO DE VENTAS

Los procesos de ventas que se determinarán en la empresa se analizarán con las diversas actividades y los diferentes tiempos utilizados de manera promedio, para brindar el servicio.

Las actividades y tiempos se determinaron con la ayuda de una persona que se encuentran trabajando en el ramo de ventas y gentilmente colaboro para obtener esta información.

Los conectores identificadores de las actividades utilizados para estos procesos son:

TABLA No 2.7: Servicio de Asesoría al Cliente

PROCESO : ASESORÍA AL CLIENTE					
NÚMERO	ACTIVIDAD	OPERACIÓN	CONTROL	DECISIÓN	MINUTOS
		○	□	◇	TIEMPO
1	SALUDAR AL CLIENTE	●			0.5
2	REQUERIR INFORMACIÓN AL CLIENTE	●			3
3	DEFINIR NECESIDAD DEL CLIENTE		●		3
4	ENSEÑAR PAQUETES PROMOCIONALES	●			6
5	ASESORAR ACERCA DE LOS DISEÑOS	●			10
6	MOSTRAR BENEFICIOS DE LOS PRODUCTOS	●			6
7	CONFORMAR BLOQUE DE PEDIDO	●			2
8	REALIZAR COTIZACIÓN DE ACUERDO AL PEDIDO	●			2
9	ESTABLECER UN TIEMPO DE ENTREGA	●			1
10	TOMAR DATOS DEL CLIENTE	●			2
11	ESTABLECER PROFORMA			●	1
12	DESPEDIR AL CLIENTE	●			0.5
TIEMPO DEL CICLO					37

Fuente: Investigación

Elaborado por: Pamela Cruz

Programa de Producción del Servicio

El proyecto está conformado por diferentes paquetes que a continuación se detalla:

PAQUETE COMERCIAL “A”

GRUPO META: Clubs Deportivos de Alto Nivel y Empresas

OBJETIVO: Brindar a los Clubs Deportivos de Alto Nivel y Empresas una indumentaria deportiva de alta tecnología la cual le permita obtener un mejor rendimiento deportivo.

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

Los productos que se ofrecerán en este paquete es indumentaria deportiva de la mejor calidad y diseñada tecnológicamente de acuerdo a las necesidades de las distintas disciplinas que practican los deportistas, entre las características que tendrá estos productos se encuentran las siguientes:

- Diseños exclusivos
- Máxima absorción
- Protección Antibacterial
- Protección contra rayos UV

VALOR DE LA INVERSIÓN

CANTIDAD	PRODUCTO	P. UNITARIO	P. TOTAL
13	Conjunto para básquet Dama	\$ 31,63	\$ 411,13
20	Conjunto para básquet Caballero	\$ 35,53	\$ 710,50
10	Conjunto para Vóley Dama	\$ 28,28	\$ 282,75
10	Conjunto para Vóley Caballero	\$ 38,45	\$ 384,50
22	Conjunto para Futbol Dama	\$ 33,03	\$ 726,66
22	Conjunto para Futbol Caballero	\$ 43,03	\$ 946,66
	transporte	10	10
	TOTAL	\$ 219,94	\$ 3.472,20

BENEFICIOS PARA EL CLIENTE

- Estas prendas proporcionaran al deportista una sensación de comodidad y frescor continuo.
- Gracias a las branquillas de transpiración que posee esta indumentaria, la temperatura corporal del cuerpo se mantiene evitando así el efecto denominado quedarse Frio debido a las cargas de liquido en las prendas.
- Otro de los beneficios importantes es que el deportista se mantendrá protegido contra rayos del sol que son perjudiciales a la salud.

Innovatex

PAQUETE COMERCIAL “B”

GRUPO META: Gimnasios

OBJETIVO: Equipar a las personas que realizan una actividad deportiva dentro de un establecimiento con indumentaria apropiada, la cual le permita cumplir fácilmente con sus rutinas deportivas.

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

Los productos que se ofrecerán en este paquete, es indumentaria deportiva con características específicas especiales:

- Diseños exclusivos
- Adaptabilidad total de movimientos
- Máxima absorción
- Protección Antibacterial
- Costuras anti-roce

VALOR DE LA INVERSIÓN

CANTIDAD	PRODUCTO	P. UNITARIO	P. TOTAL
30	Conjunto para Fitnes Dama	\$ 40,82	\$ 1.234,26
30	Conjunto para Fitnes Caballero	\$ 41,14	\$ 1.234,26
25	Conjunto para Natación Dama	\$ 31,44	\$ 785,90
25	Conjunto para Natación Caballero	\$ 38,66	\$ 966,40
	transporte	\$ 10,00	\$ 10,00
	TOTAL	\$ 121,23	\$ 4.230,82

BENEFICIOS PARA EL CLIENTE

- Esta indumentaria proporcionara libertad de movimientos al usuario el cual se sentirá a gusto realizando sus rutinas de actividad deportiva con mayor comodidad.
- Gracias a los tejidos que se usaran para extraer el sudor hacia el exterior, el deportista mantendrá un control superior de la humedad.
- La indumentaria además protegerá al deportista de contaminaciones bacterianas por el sudor.
- Se obtendrá mayor durabilidad ya que esta indumentaria está construida con materiales de última tecnología resistentes a detergentes y cloro.

Innovatex
Libertad de movimiento

PAQUETE COMERCIAL “C”

GRUPO META: Instituciones Educativas

OBJETIVO: Inducir a la adecuada práctica deportiva, mediante el uso de indumentaria diseñada de acuerdo a las necesidades de cada disciplina.

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

La indumentaria deportiva que se ofrecerá contara con las siguientes características:

- Diseños exclusivos a la moda y de acuerdo a la temporada
- Adaptabilidad total de movimientos
- Máxima absorción
- Protección Antibacterial
- Protección de Rayos UV.

VALOR DE LA INVERSIÓN

CANTIDAD	PRODUCTO	P. UNITARIO	P. TOTAL
65	Conjunto para Futbol Dama	\$ 33,03	\$ 2.796,95
90	Conjunto para Futbol Caballero	\$ 43,03	\$ 2.846,25
45	Conjunto para básquet Dama	\$ 31,63	\$ 1.598,63
55	Conjunto para básquet Caballero	\$ 35,53	\$ 1.555,13
55	Conjunto para Vóley Dama	\$ 28,28	\$ 2.114,75
50	Conjunto para Vóley Caballero	\$ 38,45	\$ 1.571,80
45	Conjunto para Natación Dama	\$ 31,44	\$ 1.739,52
45	Conjunto para Natación Caballero	\$ 38,66	\$ 450,00
	transporte	\$ 10,00	\$ 10,00
	TOTAL	\$ 257,00	\$ 14.683,02

BENEFICIOS PARA EL CLIENTE

- Su principal beneficio es brindar una regulación térmica, la cual regula la temperatura corporal del cuerpo expulsando el exceso de sudor hacia el exterior
- El deportista actual se mantiene muchas horas bajo el sol, es por este motivo que las prendas tendrán protección solar contra rayos UV
- Serán prendas resistentes gracias a la alta calidad de los materiales con las que son construidas y presentaran protección antibacterial.

Innovatex
Libertad a tu estilo

PAQUETE COMERCIAL “D”

GRUPO META: Grupos Familiares de cinco personas

OBJETIVO: Brindar indumentaria deportiva de alta calidad, la cual proporcione mayor comodidad al realizar la actividad deportiva

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

La indumentaria deportiva que se ofrecerá contara con las siguientes características:

- Diseños exclusivos de acuerdo a la temporada
- Adaptabilidad total de movimientos
- Máxima absorción
- Impermeabilidad en ciertas prendas
- Protección Antibacterial
- Protección de Rayos UV.

VALOR DE LA INVERSIÓN

CANTIDAD	PRODUCTO	P. UNITARIO	P. TOTAL
2	Conjunto para Tenis Dama	\$ 43,60	\$ 94,36
3	Conjunto para Tenis Caballero	\$ 47,18	\$ 128,52
	TOTAL	\$ 90,78	\$ 222,88
2	Conjunto para Ciclismo Dama	\$ 42,84	\$ 90,78
3	Conjunto para Ciclismo Caballero	\$ 45,39	\$ 264,69
	TOTAL	\$ 88,23	\$ 355,47

BENEFICIOS PARA EL CLIENTE

- El beneficio que recibirán los consumidores es adaptabilidad total de movimientos
- La prenda causara un agradable contacto con la piel ya que tendrá texturas suaves, además sus costuras no causaran rozamientos
- Las prendas mantendrán temperatura corporal constante que mantendrá el cuerpo seco.
- Los diseños han sido modificados de tal manera que exista una mayor ventilación especialmente en las zonas corporales que necesitan mayor evacuación del sudor.
- Los grupos familiares al realizar sus actividades al aire libre, deben estar preparados para los cambios ambientales, por este motivo que se ofrecerá ropa deportiva que los proteja de factores climáticos adversos.
-

Innovatex
Libertad a tu estilo

La nueva línea deportiva requerirá mano de obra directa e indirecta altamente calificada.

En el presente Proyecto la mano de obra indispensable es la siguiente:

TABLA No 2.8: Personal de la Empresa

PERSONAL DE LA EMPRESA		
NUMERO	PERSONAL	ACTIVIDAD
1	Gerente Administrativo	Administra la empresa
1	Contador	Lleva la contabilidad de la empresa
1	Diseñador	Dibuja, elabora moldes y brinda asesoramiento de imagen
1	Costurera	corta, confecciona y termina
2	Vendedor	Atenderá a los Clientes , realiza redes de ventas

Fuente: Investigación

Elaborado por: Pamela Cruz

En el momento de contratar al personal de la empresa se definirá el sueldo que cada uno de ellos recibirá por sus labores desempeñadas en la empresa, así como se le informará de cada una de las obligaciones a cumplir.

La remuneración de los empleados estará acorde con la ley vigente.

TABLA No 2.9: Sueldo de Costurera

COSTURERA	MENSUAL	ANUAL
Sueldo Mensual	185.87	2,230.44
IESS Patronal	22.58	271.00
TOTAL	208.45	2,501.44

Fuente : Investigación

Elaborado por: Pamela Cruz

TABLA No 2.10: Sueldo Gerente General

GERENTE GENERAL	MENSUAL	ANUAL
Sueldo Mensual	1,000.00	12,000.00
IESS Patronal	121.50	1,458.00
TOTAL	1,121.50	13,458.00

Fuente : Investigación

Elaborado por: Pamela Cruz

TABLA No 2.11: Sueldos de Vendedores

VENDEDOR	MENSUAL	ANUAL
Sueldo Mensual	200.00	2,400.00
Décimo Tercero	16.67	200.00
Décimo Cuarto	16.67	200.00
IESS Patronal	24.30	291.60
TOTAL	257.63	3,091.60

Fuente : Investigación

Elaborado por: Pamela Cruz

TABLA No 2.12: Sueldo de Diseñador

DISEÑADOR	MENSUAL	ANUAL
Sueldo Mensual	185.96	2,231.52
Décimo Tercero	15.50	185.96
Décimo Cuarto	15.50	185.96
IESS Patronal	22.59	271.13
TOTAL	239.55	2,874.57

Fuente : Investigación

Elaborado por: Pamela Cruz

TABLA No 2.13: Sueldo de Contador

CONTADOR	MENSUAL	ANUAL
Sueldo Mensual	220.00	2,640.00
Décimo Tercero	18.33	220.00
Décimo Cuarto	18.33	220.00
IESS Patronal	26.73	320.76
TOTAL	283.40	3,400.76

Fuente : Investigación

Elaborado por: Pamela Cruz

TABLA No 2.14: Tabla de Sueldos Mensual y Anual del Personal

GASTOS DE PERSONAL			
CARGO	N°	MENSUAL	ANUAL
	PUESTO		
GERENTE GENERAL	1	1,121.50	13,458.00
DISEÑADOR	1	239.55	2,874.57
CONTADOR	1	283.40	3,400.76
VENDEDOR	2	257.63	6,183.20
COSTURERA	1	208.45	2,501.44
TOTAL	6	2,110.53	28,417.97

Fuente : Investigación

Elaborado por: Pamela Cruz

2,368.16

2.3.1.3 Requerimiento de Maquinaria, Equipo y Herramientas

Para iniciar con el funcionamiento de este proyecto, se necesitara de maquinarias y equipo con tecnología, los cuales a continuación se muestran en la siguiente tabla:

TABLA No 2.15: Maquinaria

Maquinaria			
Concepto	Cantidad	Precio	Precio
		Unitario	Total
Maquina Recta	1	550	550.00
Maquina Overlock	1	2,230	2,230.00
Maquina Colletera Recubridora	1	550	550.00
Maquina Cortadora	1	356	356.00
Plancha Industrial	1	380	380.00
TOTAL			4,066.00

Fuente : Investigación

Elaborado por: Pamela Cruz

TABLA No. 2.16: Equipos de Computación

Equipos de Computación			
Concepto	Cantidad	Precio	Precio
		Unitario	Total
Computador CORE 2 DUO	1	672	672.00
Computador Dual Core	1	600	600.00
Impresora Multifunción	1	90	90.00
Software Diseño VF Pro	1	299	298.80
Software Contabilidad Mónica 8.0	1	250	250.00
TOTAL			1,910.80

Fuente : Investigación

Elaborado por: Pamela Cruz

En cuanto a las herramientas indispensables que se utilizaran en la confección de la indumentaria deportiva y se compraran al iniciar el proyecto se encuentran la siguiente tabla:

TABLA No 2.17: Herramientas para la Confección

MATERIALES	PRESENTACIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	COSTO TOTAL ANUAL
Reglas	Juego	1	\$ 4.00	\$ 4.00
Tijera de confección 6 plg	c/u	1	\$ 8.00	\$ 8.00
Tijera de confección 10 plg	c/u	1	\$ 12.00	\$ 12.00
Cinta métrica	c/u	1	\$ 1.00	\$ 1.00
			TOTAL	\$ 25
Fuente: Investigación				
Elaborado por : Pamela Cruz				

A continuación se detalla las herramientas de confección que se adquirirán anualmente con la finalidad de que siempre exista todo lo necesario para confeccionar la indumentaria deportiva.

TABLA No 2.18 Herramientas para la Confección

MATERIALES	PRESENTACIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	COSTO TOTAL ANUAL
Alfileres	rueda de 40	10	\$ 0.25	\$ 2.50
Agujas	pañó de 25	50	\$ 0.60	\$ 30.00
Papel para molde	c/u	500	\$ 0.04	\$ 20.00
Tiza Sastre	c/u	10	\$ 0.25	\$ 2.50
			TOTAL	\$ 55.00
Fuente: Investigación				
Elaborado por : Pamela Cruz				

2.3.1.4 Requerimiento de Mobiliario

El mobiliario que requerirá esa empresa para iniciar a funcionar se muestra en la siguiente tabla a continuación:

TABLA No 2.19: Muebles y Enceres

Concepto	Cantidad	Precio	Precio
		Unitario	Total
Counter	1	\$ 149	149.00
Mesa para corte de tela	1	\$ 137	137.00
Modular Archivador	1	\$ 155	155.00
Maniquíes	4	\$ 38	152.00
Sillas	6	\$ 20	120.00
Sillón Tripersonal	1	\$ 300	300.00
Banca	1	\$ 50	50.00
planchador	1	\$ 25	25.00
Estanterías	9	\$ 40	360.00
escritorio	1	\$ 120	120.00
mostradores	1	\$ 250	250.00
TOTAL			1,818.00
Fuente : Investigación			
Elaborado por: Pamela Cruz			

2.3.1.5 Requerimiento de Insumos Materias Primas

❖ INSUMOS

Los insumos de oficina que requerirá la empresa de acuerdo a estudios realizados son los siguientes: papel bond, esferográficos, folders, archivadores, cartucho de impresora, entre otros.

Todos estos insumos van a ser adquiridos en una papelería que se encuentra ubicada cerca del sector y que además ofrece los mejores precios.

TABLA No 2.20: Insumos

REQUERIMIENTO DE INSUMOS			
DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Hojas de papel A4	1	\$ 5.50	\$ 5.50
Caja de esferográfico bic azul	1	\$ 3.76	\$ 3.76
Archivadores grandes	4	\$ 1.60	\$ 6.40
Archivadores pequeños	4	\$ 1.40	\$ 5.60
Carpetas de plásticas	4	\$ 0.60	\$ 2.40
Engrapadora	1	\$ 5.80	\$ 5.80
Perforadora	1	\$ 6.60	\$ 6.60
Caja de grapas	1	\$ 1.00	\$ 1.00
Saca Grapas	1	\$ 0.50	\$ 0.50
Borrador de Tinta Pelikan	1	\$ 0.25	\$ 0.25
Corrector Bic	1	\$ 2.00	\$ 2.00
Caja de clips pequeños	1	\$ 0.30	\$ 0.30
Papel Copec	1	\$ 0.25	\$ 0.25
Protectores de Hojas	20	\$ 0.10	\$ 2.00
Adhesivos para rótulos	1	\$ 3.16	\$ 3.16
Cartucho para impresora HP Negro	1	\$ 20.00	\$ 20.00
Cartucho para impresora HP Color	1	\$ 25.00	\$ 25.00
TOTAL			\$ 90.52

Fuente: Investigación

Elaborado por : Pamela Cruz

❖ **MATERIAS PRIMAS**

Las principales materias primas que se emplearan en la confección de la nueva Línea deportiva son las siguientes: telas, hilos, cierres, Broches, etiquetas, botones.

TABLA No 2.21: Costos de Materias Primas

MATERIAS PRIMAS		
DETALLE	UNIDAD	VALOR UNITARIO
Smart Dry	metro	\$ 3.90
Dry Seal	metro	\$ 4.40
Termo Flece	metro	\$ 8.64
Micrel	metro	\$ 4.51
Lafstrech	metro	\$ 6.61
Infinutex	metro	\$ 7.22
Cono de hilo	metro	\$ 3.00
ELÁSTICO	metro	\$ 0.20
CIERRES	unidad	\$ 0.70
TALLAS	unidad	\$ 0.20
ETIQUETAS	unidad	\$ 0.30

Fuente : Investigación

Elaborado por: Pamela Cruz

LA CANTIDAD NECESARIA DE MATERIA PRIMAS Y PRECIOS

La cantidad necesaria de materia prima para cada conjunto de la nueva línea deportiva se encuentra detallada a continuación:

TABLA No 2.22: Detalle de Materias Primas y Precios

**DETALLE DE MATERIAS PRIMAS Y PRECIOS
CONJUNTO PARA BÁSQUET**

DAMA

MATERIAS PRIMAS	UNIDAD	VALOR UNITARIO	CANTIDAD UTILIZADA /PRENDA EN cm	COSTO TOTAL
SMART DRIVE R	cm	\$ 0.039	15	\$ 0.59
SMART DRIVE B	cm	\$ 0.039	120	\$ 4.68
ELÁSTICO	cm	\$ 0.002	30	\$ 0.06
HILO	cm	\$ 0.00002	50000	\$ 1
TOTAL				\$ 6.33

Fuente : Investigación

Elaborado por: Pamela Cruz

TABLA No 2.23: Detalle de Materias Primas y Precios

**DETALLE DE MATERIAS PRIMAS Y PRECIOS
CONJUNTO PARA BÁSQUET**

CABALLERO

MATERIAS PRIMAS	UNIDAD	VALOR UNITARIO	CANTIDAD UTILIZADA /PRENDA EN cm	COSTO TOTAL
SMART DRIVE A	cm	\$ 0.039	130	\$ 5.07
SMART DRIVE V	cm	\$ 0.039	25	\$ 0.98
ELÁSTICO	cm	\$ 0.002	30	\$ 0.06
HILO	cm	\$ 0.00002	50000	\$ 1.00
TOTAL				7.105

Fuente : Investigación

Elaborado por: Pamela Cruz

TABLA No 2.24: Detalle de Materias Primas y Precios

**DETALLE DE MATERIAS PRIMAS Y PRECIOS
CONJUNTO VÓLEY**

DAMA

MATERIAS PRIMAS	UNIDAD	VALOR UNITARIO	CANTIDAD UTILIZADA /PRENDA EN cm	COSTO TOTAL
SMART DRIVE B	cm	\$ 0.039	60	\$ 2.34
MICREL M	cm	\$ 0.045	50	\$ 2.26
ELÁSTICO	cm	\$ 0.002	30	\$ 0.06
HILO	cm	\$ 0.00002	50000	\$ 1.00
TOTAL				\$ 5.66

Fuente : Investigación

Elaborado por: Pamela Cruz

TABLA No 2.25: Detalle de Materias Primas y Precios

**DETALLE DE MATERIAS PRIMAS Y PRECIOS
CONJUNTO VÓLEY**

CABALLERO

MATERIAS PRIMAS	UNIDAD	VALOR UNITARIO	CANTIDAD UTILIZADA /PRENDA EN cm	COSTO TOTAL
SMART DRIVE A	cm	\$ 0.039	140	\$ 5.46
SMART DRIVE R	cm	\$ 0.039	30	\$ 1.17
ELÁSTICO	cm	\$ 0.002	30	\$ 0.06
HILO	cm	\$ 0.00002	50000	\$ 1.00
TOTAL				\$ 7.69

Fuente : Investigación

Elaborado por: Pamela Cruz

TABLA No 2.26: Detalle de Materias Primas y Precios

**DETALLE DE MATERIAS PRIMAS Y PRECIOS
CONJUNTO CICLISMO**

DAMA

MATERIAS PRIMAS	UNIDAD	VALOR UNITARIO	CANTIDAD UTILIZADA /PRENDA EN cm	COSTO TOTAL
LAFSTRECH B	Cm	\$ 0.066	150	\$ 9.92
LAFSTRECH F	Cm	\$ 0.066	50	\$ 3.31
ELÁSTICO	Cm	\$ 0.002	30	\$ 0.06
HILO	Cm	\$ 0.00002	50000	\$ 1.00
TOTAL				\$ 14.28

Fuente : Investigación

Elaborado por: Pamela Cruz

TABLA No 2.27: Detalle de Materias Primas y Precios

**DETALLE DE MATERIAS PRIMAS Y PRECIOS
CONJUNTO CICLISMO**

CABALLERO

MATERIAS PRIMAS	UNIDAD	VALOR UNITARIO	CANTIDAD UTILIZADA /PRENDA EN cm	COSTO TOTAL
SMART DRIVE C	cm	\$ 0.039	70	\$ 2.73
LAFSTRECH N	cm	\$ 0.066	80	\$ 5.29
ELÁSTICO	cm	\$ 0.002	30	\$ 0.06
HILO	cm	\$ 0.00002	50000	\$ 1.00
TOTAL				\$ 9.08

Fuente : Investigación

Elaborado por: Pamela Cruz

TABLA No 2.28: Detalle de Materias Primas y Precios

**DETALLE DE MATERIAS PRIMAS Y PRECIOS
CONJUNTO FITNES**

DAMA

MATERIAS PRIMAS	UNIDAD	VALOR UNITARIO	CANTIDAD UTILIZADA /PRENDA EN cm	COSTO TOTAL
LAFSTRECH R	cm	\$ 0.066	60	\$ 3.97
SMART DRIVE B	cm	\$ 0.039	25	\$ 0.98
LAFSTRECH A	cm	\$ 0.066	40	\$ 2.64
SMART DRIVE N	cm	\$ 0.039	40	\$ 1.56
ELÁSTICO	cm	\$ 0.002	30	\$ 0.06
HILO	cm	\$ 0.00002	50000	\$ 1.00
TOTAL				\$ 10.21

Fuente : Investigación

Elaborado por: Pamela Cruz

TABLA No 2.29: Detalle de Materias Primas y Precios

**DETALLE DE MATERIAS PRIMAS Y PRECIOS
CONJUNTO FITNES**

CABALLERO

MATERIAS PRIMAS	UNIDAD	VALOR UNITARIO	CANTIDAD UTILIZADA /PRENDA EN cm	COSTO TOTAL
SMART DRIVE N	cm	\$ 0.039	30	\$ 1.17
MICRE B	cm	\$ 0.045	70	\$ 3.16
LAFSTRECH N	cm	\$ 0.066	75	\$ 4.96
ELÁSTICO	cm	\$ 0.00	30	\$ 0.00
HILO	cm	\$ 0.00002	50000	\$ 1.00
TOTAL				\$ 10.29

Fuente : Investigación

Elaborado por: Pamela Cruz

TABLA No 2.30: Detalle de Materias Primas y Precios

**DETALLE DE MATERIAS PRIMAS Y PRECIOS
CONJUNTO NATACIÓN**

DAMA

MATERIAS PRIMAS	UNIDAD	VALOR UNITARIO	CANTIDAD UTILIZADA /PRENDA EN cm	COSTO TOTAL
INFINITEX T	cm	\$ 0.072	70	\$ 5.05
INFINITEX M	cm	\$ 0.072	25	\$ 1.81
HILO	cm	\$ 0.00002	50000	\$ 1.00
TOTAL				\$ 7.86

Fuente : Investigación

Elaborado por: Pamela Cruz

TABLA No 2.31: Detalle de Materias Primas y Precios

**DETALLE DE MATERIAS PRIMAS Y PRECIOS
CONJUNTO NATACIÓN**

CABALLERO

MATERIAS PRIMAS	UNIDAD	VALOR UNITARIO	CANTIDAD UTILIZADA /PRENDA EN m,cm,u	COSTO TOTAL
INFINITEX A	cm	\$ 0.072	60	\$ 4.33
INFINITEX C	cm	\$ 0.072	60	\$ 4.33
HILO	cm	\$ 0.00002	50000	\$ 1.00
TOTAL				\$ 9.66

Fuente : Investigación

Elaborado por: Pamela Cruz

TABLA No 2.32: Detalle de Materias Primas y Precios

**DETALLE DE MATERIAS PRIMAS Y PRECIOS
CONJUNTO TENIS**

DAMA

MATERIAS PRIMAS	UNIDAD	VALOR UNITARIO	CANTIDAD UTILIZADA /PRENDA EN cm	COSTO TOTAL
MICREL B	cm	\$ 0.045	90	\$ 4.06
SMART DRIVE M	cm	\$ 0.039	30	\$ 1.17
HILO	cm	\$ 0.00002	50000	\$ 1.00
TOTAL				\$ 6.23

Fuente : Investigación

Elaborado por: Pamela Cruz

TABLA No 2.33: Detalle de Materias Primas y Precios

**DETALLE DE MATERIAS PRIMAS Y PRECIOS
CONJUNTO TENIS**

CABALLERO

MATERIAS PRIMAS	UNIDAD	VALOR UNITARIO	CANTIDAD UTILIZADA /PRENDA EN cm	COSTO TOTAL
SMART DRIVE R	Cm	\$ 0.039	30	\$ 1.17
MICREL B	Cm	\$ 0.045	100	\$ 4.51
ELÁSTICO	Cm	\$ 0.0020	30	\$ 0.06
HILO	Cm	\$ 0.00002	50000	\$ 1.00
TOTAL				\$ 6.74

Fuente : Investigación

Elaborado por: Pamela Cruz

TABLA No 2.34: Detalle de Materias Primas y Precios

**DETALLE DE MATERIAS PRIMAS Y PRECIOS
CONJUNTO FUTBOL**

DAMA

MATERIAS PRIMAS	UNIDAD	VALOR UNITARIO	CANTIDAD UTILIZADA /PRENDA EN cm	COSTO TOTAL
SMART DRIVE T	cm	\$ 0.039	15	\$ 0.59
MICREL M	cm	\$ 0.045	110	\$ 4.96
ELÁSTICO	cm	\$ 0.0020	30	\$ 0.06
HILO	cm	\$ 0.00002	50000	\$ 1.00
TOTAL				\$ 6.61

Fuente : Investigación

Elaborado por: Pamela Cruz

TABLA No 2.35: Detalle de Materias Primas y Precios

**DETALLE DE MATERIAS PRIMAS Y PRECIOS
CONJUNTO FUTBOL**

CABALLERO

MATERIAS PRIMAS	UNIDAD	VALOR UNITARIO	CANTIDAD UTILIZADA /PRENDA EN cm	COSTO TOTAL
SMART DRIVE B	cm	\$ 0.039	10	\$ 0.39
MICREL V	cm	\$ 0.045	130	\$ 5.86
ELÁSTICO	cm	\$ 0.045	30	\$ 1.35
HILO	cm	\$ 0.00002	50000	\$ 1.00
TOTAL				\$ 8.61

Fuente : Investigación

Elaborado por: Pamela Cruz

PRODUCCIÓN Y PRONÓSTICO ANUAL DE COSTOS

Los datos para calcular la producción anual se basaron en la investigación de mercados, el estrato a cubrir por la empresa es de 2077 conjuntos deportivos.

De acuerdo al número de conjuntos deportivos se obtendrá la cantidad de materias primas que se utilizarán y el precio de costo.

Del total de deportistas que realizan una actividad física, el 22,7% practican Fútbol, el 16,7% baloncesto, el 12,7 % tenis, el 12% ciclismo, el 13,3% natación, el 9,3% fitness, y el 11,3% vóley.

El número de conjuntos a desarrollar para cada actividad deportiva serán los siguientes:

TABLA No 2.36: Producción Anual por Disciplina

PRODUCCIÓN ANUAL

22.70%	16.70%	12.70%	12.00%	13.30%	9.30%	13.30%
FUTBOL	BALONCESTO	TENIS	CICLISMO	NATACIÓN	FITNES	VÓLEY
471	347	264	249	276	193	276

Fuente : Investigación

Elaborado por: Pamela Cruz

TABLA No 2.37: Producción Anual de Conjuntos Deportivos Según Sexo y Tipo de Disciplina

PRODUCCIÓN EN UNIDADES							
FUTBOL		BALONCESTO		TENIS		CICLISMO	
MASCULINO	FEMENINO	MASCULINO	FEMENINO	MASCULINO	FEMENINO	MASCULINO	FEMENINO
58.33%	41.67%	25%	75%	50%	50%	50%	50%
275	196	87	260	132	132	125	125
TOTAL	471	TOTAL	347	TOTAL	264	TOTAL	249

Fuente : Investigación

Elaborado por: Pamela Cruz

TABLA No 2.38: Producción Anual de Conjuntos Deportivos Según Sexo y Tipo de Disciplina

NATACIÓN		FITNES		VÓLEY	
MASCULINO	FEMENINO	MASCULINO	FEMENINO	MASCULINO	FEMENINO
28.57%	71.43%	50%	50%	37.50%	62.50%
79	197	97	97	104	173
TOTAL	276	TOTAL	193	TOTAL	276

Fuente : Investigación

Elaborado por: Pamela Cruz

Tablas de producción y pronóstico anual de costos de materias primas (Ver Anexo 3.2)

Tabla costos anuales de materia prima:

TABLA No 2.39: Costo de Materia Prima Anual

MATERIA PRIMA				
2009	2010	2011	2012	2013
\$ 16,613	\$ 17,565	\$ 18,565	\$ 19,595	\$ 20,694

2.3.1.6 Estimación de las Inversiones

A continuación se muestra el resumen de las inversiones que se deberá realizar para el desarrollo de la empresa, cuenta de Activos fijos, Diferido y Capital de Trabajo.

Activos Fijos

Son aquellos que no varían durante el ciclo de explotación de la empresa (o el año fiscal) Por ejemplo, el edificio donde una fabrica monta sus productos es un activo fijo porque permanece en la empresa durante todo el proceso de fabricación y venta de los productos.

Activos Diferidos

Son los gastos realizados por la empresa, y que una vez pagados no son recuperables o reembolsables. Generalmente estos gastos se efectúan al construir la empresa y son de un valor considerable por lo cual la legislación permite amortizarlos hasta en 5 años.

Capital De Trabajo

El capital de trabajo constituye el monto de inversión necesario para cumplir el ciclo productivo del proyecto, es decir activos corriente para la operación del ciclo productivo.

Ciclo productivo se inicia con la adquisición de la materia prima y termina con la venta y recuperación monetaria para iniciar un nuevo ciclo productivo.

En este caso el ciclo de caja se ha considerado de 30 días.

$$\text{Rotacion de Caja} = \frac{\text{Año}}{\text{No. Dias ciclo de Caja}}$$

$$\text{Rotacion de Caja} = \frac{365}{30} = 12,17$$

$$KT = \frac{\text{Total Desembolso al año}}{\text{Rotacion de Caja}}$$

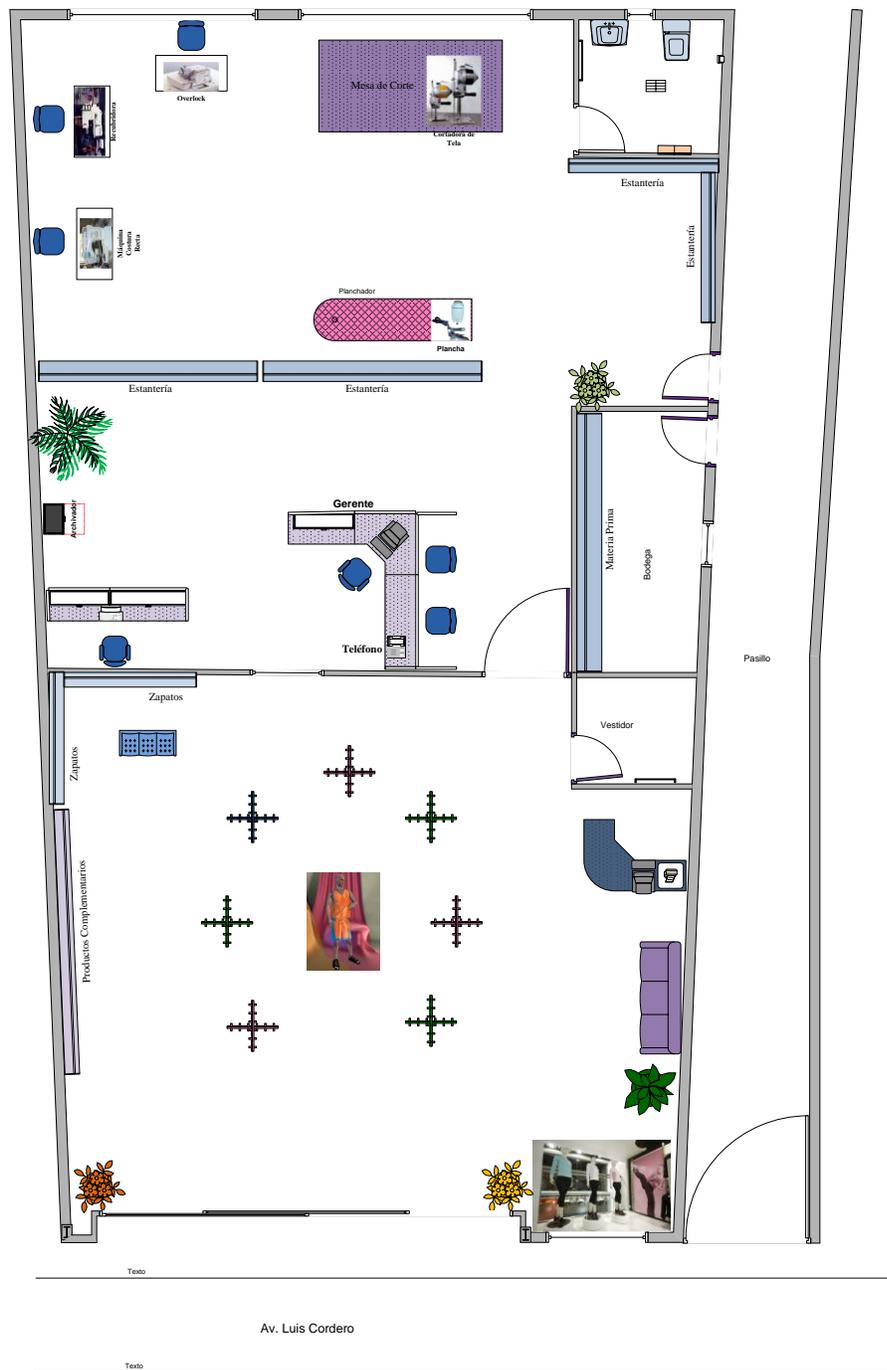
$$KT = \frac{48777.34}{12,17} = 4009.1$$

TABLA No 2.40: Estimación de Inversión

a. INVERSIONES FIJAS	INVERSIONES REALIZADAS
ACTIVOS FIJOS	
Maquinaria	4,066.00
Muebles y Enceres	1,818.00
Equipos de Oficina	180.00
Equipos de Computación	1,910.80
Herramientas de Confección	80.00
TOTAL	8,054.80
ACTIVOS DIFERIDOS	
Costos de Estudio	1,500.00
Gastos de Constitución	425.00
Gastos de Capacitación	200.00
Imprevistos	100.00
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	2,225.00
TOTAL INVERSIONES FIJAS	10,279.80
b. CAPITAL DE TRABAJO	4,009.10
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	4,009.10
TOTAL INVERSIONES FIJAS + CAP. DE TRABAJO	14,288.90
Fuente : Investigación	
Elaborado por: Pamela Cruz	

2.3.2 Distribución en Planta de la Maquinaria y Equipo (Plano)

GRAFICO No 2.20: Distribución de Planta y Equipo



CAPITULO III

La Empresa y su Organización

“El estudio de organización es aquel que permite a las empresas definir el manejo de administración de los recursos de los empleados en el proyecto, especialmente de los recursos humanos”²³

Toda empresa requiere de una buena base organizativa empresarial la misma que le ayuda a su desarrollo, ya que se encuentra en juego los propios recursos patrimoniales y el prestigio personal. El éxito o fracaso de una empresa depende de la base de la sustentación de su organización.

La Empresa se encuentra inmersa en un universo rodeado de proveedores, clientes, administraciones con las cuales se mantendrán una constante comunicación.

El empresario es el encargado de diferenciar aquellas funciones que son básicas y que requieren de una atención constante con el fin de poder tomar decisiones alternativas más oportunas en todo momento.

3.1 La Empresa

"Aquella entidad formada con un capital social, y que aparte del propio trabajo de su promotor puede contratar a un cierto número de trabajadores. Su propósito lucrativo se traduce en actividades industriales y mercantiles, o la prestación de servicios"²⁴

La empresa tiene por finalidad poner bienes, productos o servicios a disposición de los consumidores.

3.1.1 Nombre o Razón Social

La empresa se denominará: Innovatex

²³ CORTÁZAR, Alfonso. Introducción al análisis de proyectos de inversión.

²⁴ <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/empresa-definicion-concepto.htm>

Se tomo este nombre ya que es apropiado para ser utilizado en todo tipo de medios (TV, radio, Internet), además encaja con el mercado meta, el cual busca innovación en su ropa deportiva.

Además este nombre permite adaptarse a extensiones de línea de la empresa, por otra parte este muestra lo profundo de la propuesta de negocios del proyecto.

3.1.1.1 Logotipo

"Logotipo es un diseño gráfico que se usa para denotar el símbolo de la marca, el nombre de ésta o ambos; el cual, es utilizado por empresas y organizaciones para que sus marcas sean fácilmente identificadas, rápidamente reconocidas y/o mentalmente relacionadas con alguna cosa con la que existe alguna analogía"²⁵

El logotipo forma parte de la marca, y se encontrará en las afueras del Local permitiendo con ello que el cliente lo visualice y de inmediato reconozca el tipo de productos que se ofrecen. (Ver Anexo No 3.1)

3.1.1.2 Slogan

El slogan seleccionado para la Empresa, expresa lo profundo de la propuesta del proyecto, además sintetiza los beneficios que trae el realizar una actividad deportiva con una indumentaria adecuada. (Ver Anexo No 3.1)

3.1.2 Titulariza de Propiedad de la Empresa

La empresa será de propiedad de Pamela Cruz. Esta será de una empresa individual ya que estará formada por una persona física que, profesionalmente y en su propio nombre, realizará una actividad de mercado, es decir organiza los elementos precisos para la producción de bienes o servicios para el mercado.

Para la conformación de la empresa se debe acudir a la Superintendencia de

²⁵ <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/logotipo-definicion.html>

Compañías y cumplir con el siguiente procedimiento:

- ❖ Solicitar la aprobación del nombre o razón social
- ❖ Elaboración de la minuta de constitución
- ❖ Apertura de la cuenta de integración de capital
- ❖ Constitución legal de la empresa mediante escritura pública en una Notaría
- ❖ Publicación en un periódico de gran circulación la constitución legal de la empresa.
- ❖ Inscripción de la empresa en el Registro Mercantil
- ❖ Obtener la patente Municipal (no es obligatorio para la constitución)
- ❖ Afiliarse a la cámara de comercio
- ❖ Aprobación final de la superintendencia de Compañías
- ❖ Obtención del RUC en el SRI
- ❖ Registro de la empresa en el Historial Laboral del IESS

3.1.3 Tipo de Empresa (Sector, Actividad)

Las empresas en el Ecuador pueden ser Clasificadas desde varios puntos de vista; para este efecto se tomara en consideración los siguientes:

a) Por la actividad que cumple

- ❖ **Comercial.-** Aquella que se encarga del acercamiento de los bienes del productor hacia el intermediario minorista o el consumidor sin realizar cambios de forma ni de fondo en la naturaleza de los bienes.
- ❖ **Industria.-** Es aquella encargada de la transformación, modificaciones sustanciales o leves de ciertos bienes menores en otros mayores, con la ayuda de los factores de la producción.
- ❖ **Servicios.-** Empresa creada con el fin de atender ciertas necesidades de carácter biológico, sentimental, afectivo y similar.

De acuerdo a la actividad que va a desarrollar esta empresa se puede determinar claramente que pertenece al sector Industrial ya que esta empresa se encargará de producir indumentaria deportiva acorde a las necesidades de sus clientes.

b) Por el tamaño

Las empresas se clasifican en pequeñas, medianas y grandes. El tamaño de una empresa está dado por varios factores, entre los cuales los más destacados son: Valor del Patrimonio, Volumen de sus activos fijos, número de personas, superficie o área de utilización, etc.

c) Por el sector a que pertenecen

Las empresas pueden pertenecer al:

❖ **Sector Privado**

Las empresas pertenecen al sector privado si el aporte de capital corresponde a personas naturales o jurídicas del sector privado

❖ **Sector Público**

Las empresas pertenecen al sector público si el aporte de capital lo hace el Gobierno

❖ **Sector Mixto**

Las empresas pertenecen al sector mixto cuando la conformación del capital tiene aportes tanto del sector público como del sector privado.

De acuerdo al sector la nueva empresa se encuentra dentro del sector privado ya que se formara por el aporte de capital de una persona natural.

d) Por la forma de la organización del capital

En este sentido las empresas se clasifican en:

❖ **Unipersonal**

El capital se conforma con el aporte de una sola persona natural y estará constituido por el monto total del dinero que el gerente-propietario hubiere destinado para la actividad de la misma, el mismo que estará fijado en forma clara y precisa, pudiendo aumentarse o disminuirse conforme a la Ley.

❖ **Sociedad o Compañía**

El capital se conforma mediante el aporte de varias personas naturales o jurídicas.

Las sociedades se subdividen:

- De personas: En comandita simple y nombre colectivo
- De capital Social: Sociedad anónima, economía mixta, compañía limitada y en comandita por acciones.

De acuerdo a la organización del capital la empresa se encuentra clasificada como una Empresa Unipersonal ya que existirá únicamente un Gerente Propietario, el cual es el Representante Legal de la misma.

3.2 Base Filosófica de la Empresa

La nueva empresa nace con el afán de brindar productos y servicios para contribuir al mejor desarrollo de la actividad deportiva de los clientes.

Para llevar a cabo la base filosófica de la empresa se debe tener en cuenta que se identificó una necesidad, la cual se desea satisfacer a través del producto, fortaleciendo esas razones filosóficas que llevarán a reconocer el producto como el mejor dentro del mercado.

3.2.1 Visión

Ser la empresa Líder en el diseño y desarrollo de indumentaria deportiva exclusiva de la más alta calidad, en base al esfuerzo, innovaciones y competencias del capital humano, para de esta manera mejorar constantemente y lograr la entera satisfacción de nuestros clientes.

3.2.2 Misión

Producir y comercializar al mercado nacional indumentaria deportiva exclusiva y adaptable al tipo de disciplina deportiva la misma que será realizada bajo conceptos de innovación, tecnología, estándares de calidad modernos, y un talento humano competente, logrando así el crecimiento constante y una organización sólida que produzca rentabilidad.

3.2.3 Estrategias Empresariales

3.2.3.1 Estrategia de Mercado

Dar a conocer la nueva línea deportiva con la ayuda de campañas publicitarias que demuestren los atributos diferenciadores y que a la vez estos satisfagan completamente las necesidades de los nichos de mercado no explotados por la competencia.

Exponer los atributos diferenciadores de la nueva línea deportiva en desfiles de modas y eventos deportivos, con el fin de incrementar la participación de la nueva línea deportiva en el mercado.

3.2.3.2 Estrategia Financiera

Se establecerá un sistema de control en el uso de recursos así como una estructura adecuada de inversiones.

Se realizarán evaluaciones financieras con el propósito de establecer el punto de equilibrio y evaluar la Gestión Empresarial a través de los resultados obtenidos.

3.2.3.3 Estrategia Tecnológica

Se empleará tecnología de punta en el proceso productivo y administrativo de la empresa, los cuales ayuden a innovar y optimizar los procesos que se efectúan dentro de la empresa.

3.2.3.4 Estrategia Organizacional

La estrategia se basara en la eficiencia de recursos humanos, en la capacitación de los empleados y se la realizará de la siguiente manera:

Una planificación de un sistema de capacitación continua, oportuna y práctica; diseño de un sistema de evaluación y desempeño de la fuerza laborar; desarrollo de programas de incentivo hacia la calidad y el mejoramiento; determinación de políticas remunerativas justas que regulen la situación laboral. Debido a que la capacitación puede mejorar los niveles de habilidad del empleado

3.2.4 Objetivos Estratégicos

Los objetivos estratégicos están basados en las siguientes aéreas estrategias donde se concentrara y enfatizara los esfuerzos de la empresa:

3.2.4.1 Objetivo de Mercado

Promover la compra de indumentaria deportiva adecuada para cada tipo de deporte mediante una campaña publicitaria, que dé a conocer los atributos de los productos e incremente la cobertura del mercado.

3.2.4.2 Objetivo Financiero

Incrementar las ventas en un 5% anual así como alcanzar excelentes nivel de rentabilidad, permitiendo así el crecimiento económico adecuado para el desarrollo de la empresa.

3.2.4.3 Objetivo Tecnológico

Mejorar los procesos de la empresa, en todas sus áreas, buscando innovaciones tecnológicas, de ser posible, financiadas con las utilidades de la empresa.

3.2.4.4 Objetivo Organizacional

Delegar las funciones y actividades definidas para todo el personal e instituir programas de capacitación para tener un mejor control en los procesos de la empresa

y así optimizarlos.

3.2.5 Principios y Valores

“Son leyes fundamentales, universales, implícitas en el hombre y auto evidentes que gobiernan la efectividad, el crecimiento y la felicidad”²⁶

Tratándose de los principios corporativos se tratan de normas y reglas que rigen el comportamiento de los miembros de una institución.

Los principales principios que regirán en esta empresa serán:

- ❖ **Responsabilidad:** Los empleados tendrán libre iniciativa, guiada al cumplimiento de las funciones de cada uno de sus trabajos.
- ❖ **Calidad:** El servicio será con personal capacitado, así como el proceso de producción tendrá personal eficiente.
- ❖ **Eficiencia:** Entregar y ofrecer el producto de la mejor manera posible optimizando el tiempo y sus recursos.
- ❖ **Eficacia:** Realizar un estudio de los procesos y planificarlos de tal forma que logre obtener un mejor rendimiento tanto de mano de obra directa como también de todo el personal que trabaje en la empresa.

Los principales Valores de esta empresa serán:

- ❖ **Honestidad:** Trabajar con elevados criterios éticos y morales, sin discriminación de ninguna índole a los trabajadores.
- ❖ **Respeto:** En las relaciones internas y externas de la empresa, participando a través de la confianza, creatividad y entusiasmo de cada uno de los trabajadores.
- ❖ **Justicia:** Proporcionar a cada uno de los trabajadores lo debido para obtener

²⁶ CARRILLO Galo, Desarrollo Humano y Ética Profesional, Pág. 72

un mejor desarrollo en los resultados de la empresa.

3.3 La Organización Administrativa

“La organización es la estructura técnica de las relaciones que deben existir entre las funciones, niveles y actividades de los elementos humanos y materiales de un organismo social, con el fin de lograr la máxima eficiencia en la realización de planes y objetivos”²⁷

Con la ayuda de la organización se podrá poner en orden todas las actividades que se habrán de desarrollar.

3.3.1 Organigrama Estructural

Son gráficos que nos muestran la estructura orgánica interna de esta empresa, representa los diferentes niveles de autoridad, que van de mayor a menor jerarquía.

Los organigramas estructurales son muy útiles en la organización ya que revelan:

- ❖ La división de funciones
- ❖ Niveles jerárquicos

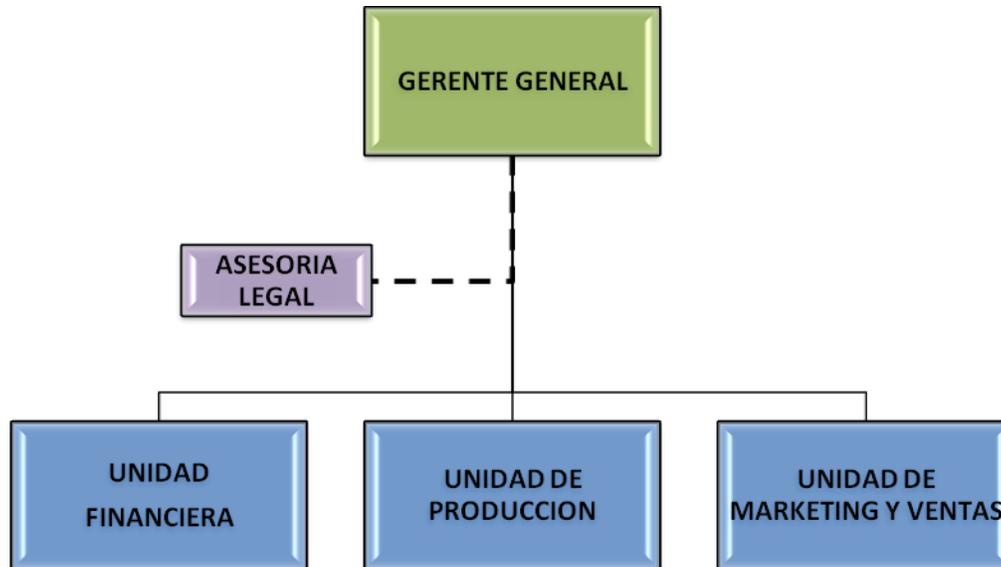
Todo organigrama debe ser flexible y adaptable, de forma que si hay cambios en la empresa, este se pueda adaptar.

La estructura orgánica del presente proyecto estará conformada por:

- ❖ Gerente General
- ❖ Departamento de Producción
- ❖ Departamento de Marketing y Ventas
- ❖ Departamento Financiero

²⁷ GÓMEZ, Guillermo, Organización y Métodos, McGRAW-HILL, México, pp.3

GRAFICO No 3.1: Organigrama Estructural



Elaborado por: Pamela Cruz

3.3.2 Descripción de Funciones

La nueva empresa para su normal funcionamiento está formada por:

GERENTE GENERAL

Las funciones principales que cumplirá el Gerente general en esta empresa son las siguientes:

- ❖ Representar legalmente a la empresa
- ❖ Planificar, controlar y administrar el capital de la empresa
- ❖ Monitorear constantemente el desarrollo del personal de trabajo
- ❖ Controlar el rendimiento económico de la empresa
- ❖ Planificar las actividades que se realicen adecuando el proceso del servicio
- ❖ Organizar la empresa en base al mejor criterio estructural, para lograr un aprovechamiento óptimo de los niveles jerárquicos y sus respectivas funciones
- ❖ Conseguir los medios de funcionamiento con los cuales la empresa contará

para desempeñar sus actividades de operación y comercialización.

- ❖ Aprobar planes, programas y determinar las mejores alternativas de inversión.
- ❖ Facilitar el desarrollo de un ambiente de trabajo agradable de colaboración mutua y responsabilidad.
- ❖ Determinar habilidades y capacidades del personal a reclutar.
- ❖ Controlar los avances que tenga la empresa, corregir errores y retroalimentar el resto de unidades que conforman el sistema organizacional acerca del desempeño global de la empresa.
- ❖ Dirigir a la empresa hacia el cumplimiento de sus objetivos, encaminando los esfuerzos de la misma a la satisfacción plena del cliente y a la construcción de un prestigio reconocido en el mercado.

VENDEDORA ALMACÉN

Entre las funciones principales que desempeñara se encuentran las siguientes:

- ❖ Ayudar a cada cliente con las inquietudes que tenga
- ❖ Atender cordialmente a los clientes
- ❖ Colocar los productos en exhibición
- ❖ Cobrar a los clientes

AGENTE DE VENTAS

Entre las funciones principales que desempeñara el agente de ventas se encuentran las siguientes:

- ❖ Promover la compra y el uso de indumentaria deportiva adecuada en unidades educativas, gimnasios, clubs deportivos, empresas.
- ❖ Planificar red de ventas
- ❖ Visitar a los clientes potenciales y mostrar los beneficios de los productos

DISEÑADOR

Entre las diferentes funciones se encuentran las siguientes:

- ❖ Su función es diseñar y dar asesoría de imagen a los clientes, para de esta manera guiar a la clientela y dejarlos satisfechos.
- ❖ Realizar diseños exclusivos para la empresa.
- ❖ Realizar moldes de los diseños

COSTURERA

Entre las funciones que desempeñara se encuentran las siguientes:

- ❖ Recapta los moldes elaborados por el diseñador, traza, corta y arma los las prendas hasta transformarlas en un producto terminado
- ❖ Plancha y acomoda las prendas en la bodega.
- ❖ Toma las medidas de los clientes que deseen una indumentaria personalizada y los confecciona.

CONTADOR

El contador desempeñara las siguientes funciones:

- ❖ Contabiliza el inventario de Materia Prima
- ❖ Contabilizara el inventario de Productos producidos
- ❖ Elaborar Informes Financieros en el sistema
- ❖ Elabora reportes de inventarios y devoluciones (mensual)
- ❖ Control de los activos fijos de la empresa.

CAPITULO IV

ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero tiene por objetivo principal determinar, de una manera contable, la magnitud de la inversión de la alternativa de producción que se determino en el estudio técnico

El estudio financiero comprende la sistematización contable y financiera de los análisis realizados en el estudio técnico y de mercado, y que permitan verificar los resultados y liquidez que genera para cumplir con sus obligaciones operacionales y no operacionales y finalmente, la estructura financiera expresada por el balance general proyectado.

4.1 Presupuestos

Es la estimación programada, de manera sistemática, de las condiciones de operación y de los resultados a obtener por un organismo en periodo determinado

4.1.1 Presupuesto de Inversión

El presupuesto de inversión tiene por objetivo establecer una estimación sobre los activos fijos, activos intangible y capital de trabajo.

TABLA No 4.1: Presupuesto de Inversión

a. INVERSIONES FIJAS	INVERSIONES REALIZADAS	NUEVAS INVERSIONES	TOTAL
ACTIVOS FIJOS			
Maquinaria	4,066.00		4,066.00
Muebles y Enceres	1,818.00		1,818.00
Equipos de Oficina	180.00	180.00	360.00
Equipos de Computación	1,910.80	1,200.00	3,110.80
Herramientas de Confección	80.00	80.00	160.00
TOTAL	8,054.80	1,460.00	9,514.80
ACTIVOS DIFERIDOS			
Costos de Estudio	1,500.00		1,500.00
Gastos de Constitución	425.00		425.00
Gastos de Capacitación	200.00		200.00
Imprevistos	100.00		100.00
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	2,225.00		2,225.00
TOTAL INVERSIONES FIJAS	10,279.80	1,460.00	11,739.80
b. CAPITAL DE TRABAJO	4,009.10		4,009.10
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	4,009.10		4,009.10
TOTAL INVERSIONES FIJAS + CAP. DE TRABAJO	14,288.90	1,460.00	15,748.90
Fuente : Investigación			
Elaborado por: Pamela Cruz			

4.1.1.1 Activos Fijos

Las inversiones en activos fijos son aquellas que se realizan sobre bienes tangibles de naturaleza permanente, estable, no están disponibles para la venta, tienen un costo representativo y poseen un carácter operativo para la empresa.

Para presente proyecto es necesario adquirir los siguientes:

TABLA No 4.2: Inversiones de Activos Fijos

INVERSIONES DE ACTIVOS FIJOS							
MAQUINARIA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VIDA ÚTIL	VALOR RESIDUAL	% DE DEP.	VALOR DEP.
Maquina Recta	1	550.00	550.00	10	55.00	10%	49.50
Maquina Overlock	1	2,230.00	2,230.00	10	223.00	10%	200.70
Maquina Colletera Recubridora	1	550.00	550.00	10	55.00	10%	49.50
Maquina Cortadora	1	356.00	356.00	10	35.60	10%	32.04
Plancha Industrial	1	380.00	380.00	10	38.00	10%	34.20
TOTAL MAQUINARIA		4,066.00	4,066.00				365.94
EQUIPO DE COMPUTACIÓN							
Computador CORE 2 DUO	1	672.00	672.00	3	221.76	33%	150.08
Computador Dual Core	1	600.00	600.00	3	198.00	33%	134.00
Impresora Multifunción	1	90.00	90.00	3	29.70	33%	20.10
Software Diseño VF Pro	1	298.80	298.80	3	98.60	33%	66.73
Software Contabilidad Mónica 8.0	1	250.00	250.00	3	82.50	33%	55.83
TOTAL EQUIPO DE COMPUTACIÓN		1,910.80	1,910.80				426.75

EQUIPO DE OFICINA							
Teléfono Fax	1	180.00	180.00	5	18.00	10%	32.40
TOTAL EQUIPO DE OFICINA		180.00	180.00				32.40
MUEBLES Y ENCERES							
Counter	1	149.00	149.00	10	14.90	10%	13.41
Mesa para corte de tela	1	137.00	137.00	10	13.70	10%	12.33
Modular Archivador	1	155.00	155.00	10	15.50	10%	13.95
Maniqués	4	38.00	152.00	10	15.20	10%	13.68
Sillas	6	20.00	120.00	10	12.00	10%	10.80
Sillón Tripersonal	1	300.00	300.00	10	30.00	10%	27.00
Banca	1	50.00	50.00	10	5.00	10%	4.50
Planchador	1	25.00	25.00	10	2.50	10%	2.25
Estanterías	9	40.00	360.00	10	36.00	10%	32.40
Escritorio	1	120.00	120.00	10	12.00	10%	10.80
Mostradores	1	250.00	250.00	10	25.00	10%	22.50
TOTAL MUEBLES Y ENCERES		1,284.00	1,818.00				163.62
HERRAMIENTAS PARA LA CONFECCIÓN							
TOTAL HERRAMIENTAS DE CONFECCIÓN		26.14	80.00	5			14.40
TOTAL					1,236.96		1,003.11

Fuente : Investigación

Elaborado por: Pamela Cruz

4.1.1.2 Activos Diferidos

Los activos diferidos comprenden todos los activos intangibles de la Empresa, que están perfectamente definidos en las leyes impositivas. Para el proyecto en la etapa inicial los activos diferidos son los siguientes:

Los activos intangibles están representados por los siguientes rubros:

TABLA No 4.3: Amortización Gastos de Constitución y Preoperatorios

AMORTIZACIÓN GASTOS DE CONSTITUCIÓN Y PREOPERATORIOS						
DETALLE	VALOR DEL ACTIVO	AMORTIZACIÓN				
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS DIFERIDOS						
Costos de Estudio	1,500.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00
Gastos de Constitución	425.00	85.00	85.00	85.00	85.00	85.00
Gastos de Capacitación	200.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00
Imprevistos	100.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00
Total Activos Intangibles	2,225.00	445.00	445.00	445.00	445.00	445.00

Fuente : Investigación

Elaborado por: Pamela Cruz

4.1.1.3 Capital de Trabajo

La inversión en capital de trabajo son los recursos necesarios para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo de acuerdo a la capacidad y el tamaño determinado.

Para calcular el monto de la inversión en el capital de trabajo se utilizó el siguiente método:

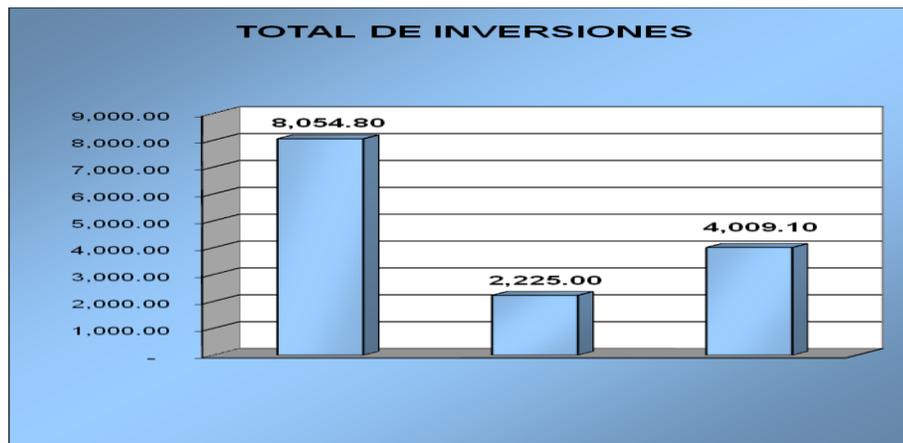
TABLA No 4.4: Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	
Gastos Administrativos	24,148.48
Costos Operacionales	22,618.86
Gastos Publicidad	2,010.00
TOTAL	48,777.34

Fuente : Investigación

Elaborado por: Pamela Cruz

GRAFICO No 4.1: Inversiones



4.1.2 Cronograma de Inversión

Cuando se habla del Cronograma denominado también calendario de Inversiones, nos referimos a la estimación del tiempo en que se realizarán las Inversiones fijas, diferidas y de Capital de Trabajo; así como a la estructura de dichas Inversiones. Si existiese Inversiones de Reemplazo entonces habrá que determinar el momento exacto en que sé efectivice.

El cronograma de inversiones permite elaborar un calendario de inversiones previas a la operación, que identifique los montos para invertir en cada periodo anterior a la puesta en marcha del proyecto.

TABLA No 4.5: Cronograma de Inversiones

a. INVERSIONES FIJAS	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
ACTIVOS FIJOS						
Maquinaria	4,066.00					
Muebles y Enceres	1,818.00					
Equipos de Oficina	180.00					180.00
Equipos de Computación	1,910.80			1,200.00		
Herramientas de Confección	80.00					80.00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	8,054.80	-	-	1,200.00	-	260.00
ACTIVOS DIFERIDOS						
Costos de Estudio	1,500.00					
Gastos de Constitución	425.00					
Gastos de Capacitación	200.00					
Imprevistos	100.00					
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	2,225.00					
TOTAL INVERSIONES FIJAS	10,279.80	-	-	1,200.00	-	260.00
b. CAPITAL DE TRABAJO	4,009.10					
TOTAL	4,009.10					
TOTAL INVERSIONES FIJAS + CAP. DE TRABAJO	14,288.90	-	-	1,200.00	-	260.00

Fuente : Investigación

Elaborado por: Pamela Cruz

4.1.3 Presupuestos de Operación

El presupuesto de operación abarca la planificación de egresos destinados a la producción del servicio y la estimación de ingresos que se obtendrán con la operación del proyecto.

4.1.3.1 Presupuesto de Ingresos

Permite determinar las entradas que va a tener el proyecto en un periodo determinado. Para el caso de estudio, los ingresos constituyen el valor por concepto de consumo de los clientes más la venta de los activos depreciados.

Para el cálculo de los ingresos se realizó el siguiente cuadro explicativo para determinar la cantidad de productos comercializados cada año basándose en la demanda insatisfecha 2077 unidades se obtuvo lo siguiente:

TABLA No 4.6: Captación por Años

Años	Demanda Insatisfecha	% de Captación	Unidades Por Años
2009	8,656	24%	2,077
2010	8,802	24%	2,106
2011	8,951	24%	2,135
2012	9,102	24%	2,162
2013	9,255	24%	2,192

Fuente : Investigación

Elaborado por: Pamela Cruz

TABLA No 4.7: Producción en Unidades por Años y Tipo de Disciplina

PRODUCCIÓN EN UNIDADES POR AÑOS															
PRODUCCION POR CADA AÑO	BALONCESTO		VÓLEY		CICLISMO		FITNES		NATACIÓN		TENIS		FUTBOL		TOTAL
	MASCULINO	FEMENINO	MASCULINO	FEMENINO	MASCULINO	FEMENINO	MASCULINO	FEMENINO	MASCULINO	FEMENINO	MASCULINO	FEMENINO	MASCULINO	FEMENINO	
2009	87	260	104	173	125	125	97	97	79	197	132	132	275	196	2,077
2010	88	264	105	175	126	126	98	98	80	200	134	134	279	199	2,106
2011	89	267	106	177	128	128	99	99	81	203	136	136	283	202	2,135
2012	90	268	108	180	130	130	101	101	82	206	137	137	287	205	2,162
2013	92	272	109	182	132	132	102	102	83	209	139	139	291	208	2,192

TABLA No 4.8: Presupuesto de Ingresos

PRESUPUESTO DE INGRESOS					
en dólares					
PRODUCTOS Y SERVICIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS TOTALES	63,221.19	64,099.97	64,990.96	65,825.94	66,740.92
Total	63,221.19	64,099.97	64,990.96	65,825.94	66,740.92
Fuente : Investigación					
Elaborado por: Pamela Cruz					

4.1.3.2 Presupuesto de Egresos

El presupuesto de egresos es un presupuesto indispensable el mismo que se realiza en base a los gastos del proyecto, este presupuesto abarcara un determinado número de años a futuro.

Este presupuesto está constituido por costos y gastos del proyecto y para establecer el valor total de egresos.

TABLA No 4.9: Presupuesto de Egresos por Años

PRESUPUESTO DE EGRESOS POR AÑOS					
COSTOS DE OPERACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gastos Sueldos	5,376.01	5,376.01	5,376.01	5,376.01	5,376.01
Gastos Materias Primas	16,612.85	17,565.39	18,564.93	19,594.70	20,694.46
Gastos Servicios Básicos	630.00	630.00	630.00	630.00	630.00
TOTAL GASTOS DE OPERACIÓN	23,418.86	24,371.40	25,370.94	26,400.71	27,500.46
GASTOS ADMINISTRACIÓN.					
Gastos Sueldos	23,041.96	23,041.96	23,041.96	23,041.96	23,041.96
Gastos Viáticos	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00
Gastos Útiles de Oficina	90.52	90.52	90.52	90.52	90.52
Gastos Útiles de Aseo y Limpieza	60.00	60.00	60.00	60.00	60.00
Gastos Servicios Básicos	456.00	456.00	456.00	456.00	456.00
Gastos Arriendo	800.00	800.00	800.00	800.00	800.00
Seguro de la empresa	700.00	700.00	700.00	700.00	700.00
Depreciaciones	1,003.11	1,003.11	1,003.11	1,003.11	1,003.11
Amortización	445.00	445.00	445.00	445.00	445.00
Intereses de Crédito	792.29	295.87			
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	28,588.88	28,092.46	27,796.59	27,796.59	27,796.59
GASTOS DE VENTAS					
Gasto Publicidad y Propaganda	2,010.00	2,010.00	2,010.00	2,010.00	2,010.00
TOTAL GASTOS DE VENTAS	2,010.00	2,010.00	2,010.00	2,010.00	2,010.00
TOTAL EGRESOS	52,007.74	52,463.86	53,167.52	54,197.29	55,297.05

Fuente : Investigación

Elaborado por: Pamela Cruz

4.1.3.3 Estructura de Financiamiento

La estructura de financiamiento permite identificar el origen de los recursos del proyecto, es decir si se van a financiar con recursos propios, recursos de financiamiento, etc.

Este proyecto se financiara 50% con aporte del propietario y 50% con un crédito a una entidad financiera. Este crédito será obtenido en la Cooperativa de la Cámara de Comercio de Ambato a una tasa activa del 14%.

TABLA No 4.10: Inversión Total

TOTAL DE LA INVERSIÓN	
DETALLE	VALOR
ACTIVOS FIJOS	8,054.80
ACTIVOS DIFERIDOS	2,225.00
CAPITAL DE TRABAJO	4,009.10
TOTAL	14,288.90

Fuente : Investigación

Elaborado por: Pamela Cruz

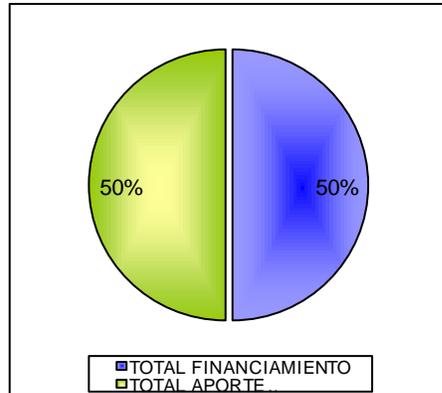
TABLA No 4.11: Financiamiento

FINANCIAMIENTO		
TOTAL FINANCIAMIENTO	7,144.45	50%
TOTAL APORTE PROPIETARIO	7,144.45	50%
TOTAL	14,288.90	100.0%

Fuente : Investigación

Elaborado por: Pamela Cruz

GRAFICO No 4.2; Porcentaje de Financiamiento



El cálculo del préstamo se presenta a continuación:

TABLA No 4.12: Cálculo de Préstamo

MONTO		7,144.45
PLAZO/ MESES		24
INTERÉS ANUAL		14%
INTERÉS MENSUAL		1.17%
CUOTA		343.03

Fuente : Investigación

Elaborado por: Pamela Cruz

TABLA No 4.13: Cálculo de Préstamo

CUOTA	CAPITAL	INTERÉS	DIVIDENDO	SALDO
0				7,144.45
1	259.67	83.35	343.03	6,884.77
2	262.70	80.32	343.03	6,622.07
3	265.77	77.26	343.03	6,356.30
4	268.87	74.16	343.03	6,087.43
5	272.01	71.02	343.03	5,815.43
6	275.18	67.85	343.03	5,540.25
7	278.39	64.64	343.03	5,261.86
8	281.64	61.39	343.03	4,980.22
9	284.92	58.10	343.03	4,695.30
10	288.25	54.78	343.03	4,407.05
11	291.61	51.42	343.03	4,115.44
12	295.01	48.01	343.03	3,820.43
13	298.45	44.57	343.03	3,521.98
14	301.94	41.09	343.03	3,220.04
15	305.46	37.57	343.03	2,914.58
16	309.02	34.00	343.03	2,605.56
17	312.63	30.40	343.03	2,292.93
18	316.27	26.75	343.03	1,976.66
19	319.96	23.06	343.03	1,656.70
20	323.70	19.33	343.03	1,333.00
21	327.47	15.55	343.03	1,005.52
22	331.29	11.73	343.03	674.23
23	335.16	7.87	343.03	339.07
24	339.07	3.96	343.03	0.00
TOTAL	7,144.45	1,088.17	8,232.61	

Fuente : Investigación

Elaborado por: Pamela Cruz

4.1.4 Punto de Equilibrio

“El punto de equilibrio es una técnica, que nos permite encontrar el punto en el cual los ingresos son iguales a los gastos, es decir, aquel punto en que la empresa no pierde ni gana”²⁸

El análisis del punto de equilibrio es una técnica útil para estudiar las relaciones entre

²⁸ COSTALES, Bolívar, Diseño, Elaboración y Evaluación de Proyectos, Tercera Edición 2003, Pág. 192

los costos fijos, costos variables y beneficios.

El punto de equilibrio es el nivel de producción en el que los beneficios por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables

El punto de equilibrio se lo obtiene mediante la siguiente fórmula tomando en cuenta que son varios productos:

$$PEs = \frac{F}{\sum \left[\left(1 - \frac{V_i}{P_i} \right) (w_i) \right]}$$

Donde:

V: Coste variable por unidad

P: precio por unidad

F: porcentaje de ventas de cada producto sobre el total de ventas en dólares

i: cada producto

$$PE = \frac{\text{Costos Fijos}}{\sum \text{MCU Pr omedio Ponderado}}$$

$$PE = \frac{32.566}{22.14} = 1471$$

TABLA No 4.14: Punto de Equilibrio en Unidades

PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES																
		CONJUNTO BASQUETH DAMA	CONJUNTO BASQUETH CABLLERO	CONJUNTO VOLEY DAMA	CONJUNTO VOLEY CABALLERO	CONJUNTO CICLISMO DAMA	CONJUNTO CICLISMO CABALLERO	CONJUNTO FITNES DAMA	CONJUNTO FITNES CABALLERO	CONJUNTO NATACION DAMA	CONJUNTO NATACION CABALLERO	CONJUNTO TENIS DAMA	CONJUNTO TENIS CABALLERO	CONJUTO FUTBOL DAMA	CONJUNTO FUTBOL CABALLERO	TOTAL MCU PROMEDIO PONDERADO
PRECIO UNITARIO		25.30	28.42	22.62	30.76	42.84	45.39	30.62	30.86	23.58	28.99	31.15	33.70	26.42	34.42	
COSTO VARIABLE		6.63	7.41	5.96	7.99	14.58	9.38	10.51	10.59	8.16	9.97	6.53	7.04	6.91	8.91	
MCU		18.67	21.01	16.66	22.77	28.26	36.01	20.11	20.27	15.41	19.02	24.61	26.66	19.51	25.51	
COSTOS FIJOS	32,566															
MEZCLA DE VENTA		13%	4%	8%	5%	6%	6%	5%	5%	10%	4%	6%	6%	9%	13%	
MCU PROMEDIO		2.34	0.88	1.39	1.14	1.70	2.16	0.93	0.94	1.46	0.72	1.56	1.69	1.85	3.38	22.14

Fuente : Investigación

Elaborado por: Pamela Cruz

TABLA No 4.15: Punto de Equilibrio en Unidades por Tipo de Disciplina

PUNTO DE EQUILIBRIO	1,471	UNIDADES
	PRORRATEO	
CONJUNTO BÁSQUET DAMA	184	Unidades
CONJUNTO BÁSQUET CABALLERO	61	Unidades
CONJUNTO VÓLEY DAMA	122	Unidades
CONJUNTO VÓLEY CABALLERO	73	Unidades
CONJUNTO CICLISMO DAMA	88	Unidades
CONJUNTO CICLISMO CABALLERO	88	Unidades
CONJUNTO FITNES DAMA	68	Unidades
CONJUNTO FITNES CABALLERO	68	Unidades
CONJUNTO NATACIÓN DAMA	140	Unidades
CONJUNTO NATACIÓN CABALLERO	56	Unidades
CONJUNTO TENIS DAMA	93	Unidades
CONJUNTO TENIS CABALLERO	93	Unidades
CONJUNTO FÚTBOL DAMA	139	Unidades
CONJUNTO FÚTBOL CABALLERO	195	Unidades

Fuente : Investigación

Elaborado por: Pamela Cruz

$$RCM = \frac{MC}{VENTAS}$$

Donde:

Mc: diferencia entre ventas y costos variables

RCM: % de MC

$$PE = \frac{CF}{RCM \text{ Promedio}} = \frac{32.566}{72\%} = 45.178.92$$

TABLA No 4.16: Punto de Equilibrio en Dólares por Tipo de Disciplina

PUNTO DE EQUILIBRIO EN DÓLARES																
		CONJUNTO BASQUETH DAMA	CONJUNTO BASQUETH CABLLERO	CONJUNTO VOLEY DAMA	CONJUNTO VOLEY CABALLERO	CONJUNTO CICLISMO DAMA	CONJUNTO CICLISMO CABALLERO	CONJUNTO FITNES DAMA	CONJUNTO FITNES CABALLERO	CONJUNTO NATAACION DAMA	CONJUNTO NATAACION CABALLERO	CONJUNTO TENIS DAMA	CONJUNTO TENIS CABALLERO	CONJUNTO FUTBOL DAMA	CONJUNTO FUTBOL CABALLERO	TOTAL MCU PROMEDIO PONDERADO
VENTAS		6,581.65	2,464.43	3,905.36	3,186.44	5,338.72	5,656.50	2,956.81	2,980.14	4,652.19	2,288.11	4,107.70	4,444.68	5,191.40	9,467.07	63,221.19
COSTO VARIABLES		1,724.32	642.41	1,028.71	828.03	1,817.37	1,169.10	1,014.90	1,022.67	1,610.58	786.64	861.54	928.94	1,357.44	2,450.19	17,242.85
MC		4,857.33	1,822.02	2,876.65	2,358.41	3,521.35	4,487.40	1,941.91	1,957.46	3,041.61	1,501.47	3,246.15	3,515.74	3,833.96	7,016.89	45,978.34
COSTOS FIJOS																32,566
Mezcla de Venta		13%	4%	8%	5%	6%	6%	5%	5%	10%	4%	6%	6%	9%	13%	100%
RMC		73.80%	73.93%	73.66%	74.01%	65.96%	79.33%	65.68%	65.68%	65.38%	65.62%	79.03%	79.10%	73.85%	74.12%	72%

Fuente : Investigación

Elaborado por: Pamela Cruz

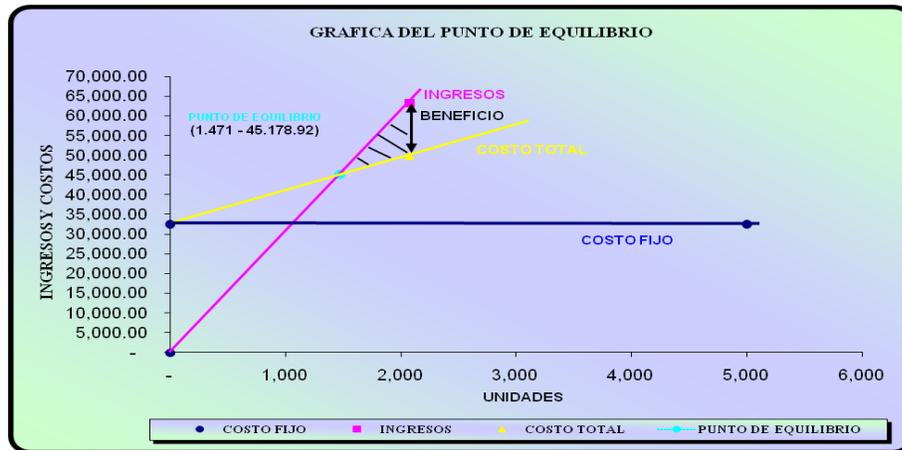
TABLA No 4.17: Punto de Equilibrio en Dólares de Cada Conjunto

TOTAL	\$ 45,178.92
CONJUNTO BÁSQUET DAMA	\$ 5,658.66
CONJUNTO BÁSQUET CABALLERO	\$ 1,886.22
CONJUNTO VÓLEY DAMA	\$ 3,755.50
CONJUNTO VÓLEY CABALLERO	\$ 2,253.30
CONJUNTO CICLISMO DAMA	\$ 2,710.74
CONJUNTO CICLISMO CABALLERO	\$ 2,710.74
CONJUNTO FITNES DAMA	\$ 2,100.82
CONJUNTO FITNES CABALLERO	\$ 2,100.82
CONJUNTO NATACIÓN DAMA	\$ 4,292.08
CONJUNTO NATACIÓN CABALLERO	\$ 1,716.71
CONJUNTO TENIS DAMA	\$ 2,868.86
CONJUNTO TENIS CABALLERO	\$ 2,868.86
CONJUNTO FÚTBOL DAMA	\$ 4,273.51
CONJUNTO FÚTBOL CABALLERO	\$ 5,982.10

Fuente : Investigación

Elaborado por: Pamela Cruz

GRAFICO No 4.3 Punto de Equilibrio



4.2 Estados Financiero Proforma

“Los estados pro-forma son estados financieros esperados en el futuro. Basados en las condiciones que los directores esperan encontrar y las acciones que planean emprender”²⁹

El Estado Financiero Proforma es la base para calcular los flujos netos del efectivo con los cuales se realiza la evaluación financiera.

4.2.1 Estado de Resultados

El estado de Pérdidas y Ganancias, nos indica los ingresos, costos y gastos durante la vida del proyecto, determinado la utilidad neta del mismo.

El estado de resultados del proyecto en marcha durante los cinco años siguientes se presenta a continuación:

²⁹ VAN JAMES, Fundamentos de Administración Financiera, Prentice Hall, 11 Edición, Pág. 188

TABLA No 4.18: Estado de Pérdidas y Ganancias

	DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	VENTAS TOTALES	63,221.19	64,099.97	64,990.96	65,825.94	66,740.92
(-)	COSTOS DE VENTAS	23,418.86	24,371.40	25,370.94	26,400.71	27,500.46
=	UTILIDAD BRUTA	39,802.33	39,728.57	39,620.02	39,425.23	39,240.45
(-)	GASTOS ADMINISTRATIVOS, VENTAS					
	UTILIDAD OPERACIONAL	29,806.59	29,806.59	29,806.59	29,806.59	29,806.59
(-)	Gastos Financieros	792.29	295.87	0.00	0.00	0.00
=	UTILIDAD antes IMP. Y P.T.	9,203.46	9,626.11	9,813.44	9,618.65	9,433.87
(-)	15% Participación Trabajadores	1,380.52	1,443.92	1,472.02	1,442.80	1,415.08
=	UTILIDAD ANTES DE IMP.	7,822.94	8,182.19	8,341.42	8,175.85	8,018.79
(-)	Impuestos 25% a la renta	1,955.73	2,045.55	2,085.36	2,043.96	2,004.70
=	UTILIDAD NETA	5,867.20	6,136.64	6,256.07	6,131.89	6,014.09

Fuente : Investigación

Elaborado por: Pamela Cruz

4.2.2 Flujos Netos de Fondos

El estado de flujo de fondos es uno de los elementos más importantes en el estudio del proyecto ya que mide los ingresos y egresos en efectivo que se estima tendrá una Empresa en un periodo establecido. Permite determinar las necesidades de financiamiento y la posibilidad de generar recursos para cubrir con las obligaciones que se adquiera.

La información básica para realizar esta proyección será tomada del estudio de mercado, estudio técnico, y organizacional a demás se incorporara información adicional relacionada con los efectos tributarios de la depreciación, amortización del activo diferido, valor residual, utilidad y perdidas.

Se puede identificar dos diferentes tipos de estados de flujos Netos de Fondos, los del proyecto y los del inversionista.

4.2.2.1 Del Proyecto

El flujo Neto de Fondos del proyecto se refiere a resultados sin financiamiento. Se compone de cuatro elementos importantes:

- ❖ Inversiones del Proyecto
- ❖ Ingresos del Proyecto
- ❖ Costos del Proyecto
- ❖ El valor de desecho

TABLA No 4.19: Flujo Neto del Proyecto

RUBROS	AÑOS					
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
INGRESOS POR VENTAS		63,221.19	64,099.97	64,990.96	65,825.94	66,740.92
TOTAL INGRESOS		63,221.19	64,099.97	64,990.96	65,825.94	66,740.92
(-) COSTOS DE PRODUCCIÓN		23,418.86	24,371.40	25,370.94	26,400.71	27,500.46
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN		23,418.86	24,371.40	25,370.94	26,400.71	27,500.46
= UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		39,802.33	39,728.57	39,620.02	39,425.23	39,240.45
GASTOS ADMINISTRACIÓN.		29,806.59	29,806.59	29,806.59	29,806.59	29,806.59
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS		29,806.59	29,806.59	29,806.59	29,806.59	29,806.59
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIÓN TRABAJADORES		9,995.75	9,921.98	9,813.44	9,618.65	9,433.87
(-) 15% participación de Trabajadores		1,499.36	1,488.30	1,472.02	1,442.80	1,415.08
(-) Impuestos A La Renta 25%		2,124.10	2,124.10	2,124.10	2,124.10	2,124.10
= UTILIDAD NETA		6,372.29	6,309.59	6,217.32	6,051.75	5,894.69
+ Depreciaciones		1,003.11	1,003.11	1,003.11	1,003.11	1,003.11
+ Amortizaciones gastos constitución		445.00	445.00	445.00	445.00	445.00
Inversión Inicial	-14,288.90					
(-) Inversión de Reemplazo				1,200.00		260.00
Capital de Trabajo						4,009.10
+ Valor de Desecho						1,236.96
FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO	-14,288.90	7,820.39	7,757.69	7,665.43	7,499.86	12,588.86

Fuente : Investigación

Elaborado por: Pamela Cruz

4.2.2.2 Del Inversionista

El flujo de caja nos permite medir la rentabilidad de toda la inversión.

TABLA No 4.20: Flujo Neto de Fondos del Inversionista

RUBROS	HORIZONTE DEL PROYECTO					
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
INGRESOS POR VENTAS		63,221.19	64,099.97	64,990.96	65,825.94	66,740.92
TOTAL INGRESOS		63,221.19	64,099.97	64,990.96	65,825.94	66,740.92
(-) COSTOS DE PRODUCCIÓN		23,418.86	24,371.40	25,370.94	26,400.71	27,500.46
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN		23,418.86	24,371.40	25,370.94	26,400.71	27,500.46
= UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		39,802.33	39,728.57	39,620.02	39,425.23	39,240.45
GASTOS ADMINISTRACIÓN.		29,806.59	29,806.59	29,806.59	29,806.59	29,806.59
UTILIDAD OPERACIONAL		29,806.59	29,806.59	29,806.59	29,806.59	29,806.59
Gastos Financieros		792.29	295.87			
= UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIÓN TRABAJADORES		9,203.46	9,626.11	9,813.44	9,618.65	9,433.87
(-) 15% participación de Trabajadores		1,380.52	1,443.92	1,472.02	1,442.80	1,415.08
(-) Impuestos A La Renta 25%		1,955.73	2,045.55	2,085.36	2,043.96	2,004.70
UTILIDAD NETA		5,867.20	6,136.64	6,256.07	6,131.89	6,014.09
+ Depreciaciones		1,003.11	1,003.11	1,003.11	1,003.11	1,003.11
+ Amortizaciones gastos constitución		445.00	445.00	445.00	445.00	445.00
Inversión Inicial	-14,288.90					
(-) Inversión de Reemplazo				1,200.00		260.00

+ Financiamiento de Terceros	7,144.45					
(-) Amortización de Crédito		3,324.02	3,820.43	0.00	0.00	0.00
Capital de Trabajo						4,009.10
+ Valor de Desecho						1,236.96
FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO	-7,144.45	3,991.29	3,764.32	6,504.17	7,579.99	8,439.16

Fuente : Investigación

Elaborado por: Pamela Cruz

4.3 Evaluación Financiera

“La decisión de seleccionar una inversión se la puede realizar mediante la aplicación de los diversos métodos de evaluación, los cuales se los puede agrupar en dos secciones: **Métodos Estáticos o Convencionales** que excluyen el valor del dinero en el tiempo y los **Métodos Dinámicos o de Descuento** que por el contrario si toman en consideración la oportunidad en el tiempo que tienen los flujos de efectivo.”³⁰

El objetivo de la evaluación financiera es analizar las principales técnicas de medición de rentabilidad de un proyecto

4.3.1 Determinación de la Tasa de Descuento

Es una de las variables que más influye en el resultado de la evaluación de un proyecto ya que es utilizada en la actualización de los flujos de caja.

La tasa de descuento es una tasa que se utiliza para determinar el valor actual de los flujos futuros del proyecto, constituye además la tasa mínima aceptable de evaluación de un proyecto.

Esta tasa constituye una de las variables que más influye en los resultados de evolución del proyecto.

Así mismo se puede establecer dos tipos de tasa de descuento, la que corresponde al proyecto sin financiamiento (tasa de Descuento del Proyecto) y la que si toma en cuenta la financiación externa (Tasa de Descuento del Inversionista)

4.3.1.1 Del Proyecto

En base a los cálculos siguientes la TMAR del Proyecto es de: **12%**

³⁰ LARA Juan, Administración Financiera, edición 2007, Pág. 100

Así la tasa de descuento descrita anteriormente se calcula de la siguiente manera:

$$TMAR = \text{Costo de Oportunidad} + \text{Tasa de Riesgo}$$

$$TMAR = 9\% + 3\%$$

$$TMAR = 12\%$$

4.3.1.2 Del Inversionista

Para determinar el TMAR del inversionista se debe calcular primero la Tasa Impositiva de la siguiente manera:

TABLA No 4.21: Calculo de la Tasa Impositiva

CALCULO DE LA TASA IMPOSITIVA			
CONCEPTO	PORCENTAJE	TOTAL	
		100%	
Impuesto a la renta	25%	25%	75%
Participación a los trabajadores	15%	11.25%	
	TASA IMPOSITIVA	36.25%	
	FACTOR DIRECTO	63.75%	0.6375

Fuente : Investigación

Elaborado por: Pamela Cruz

Existen dos formas para calcular la TMAR del Crédito:

$$TMAR \text{ del Crédito} = \text{Tasa Activa}(1 - \text{Tasa Impositiva})$$

$$TMAR \text{ del Crédito} = \text{Tasa Activa} * \text{Factor Directo}$$

La Tasa activa de interés que cobra la Cámara de Comercio de Ambato es del 14% anual.

$$Tasa \text{ Individual del Crédito} = \text{Tasa Activa}(1 - \text{Tasa Impositiva})$$

$$Tasa \text{ Individual del Crédito} = 14\%(1 - 36.25\%)$$

$$Tasa \text{ Individual del Crédito} = 14\%(63.75\%)$$

$$Tasa \text{ Individual del Crédito} = 8.93\%$$

Resumen de la TMAR o CPPK para el inversionista es la siguiente:

TABLA No 4.22: TMAR Del Inversionista

TMAR DEL INVERSIONISTA			
RECURSOS PROPIOS Y FINANCIAMIENTO			
TASA ACTIVA QUE COBRA LA INSTITUCIÓN FINANCIERA			14%
FINANCIAMIENTO	% DE APORTACIÓN	TASA INDIVIDUAL	PONDERACIÓN
CRÉDITO	50%	8.93%	4.46%
PROPIO	50%	12%	6.00%
TOTAL	100%	CPPK	10.46%

Fuente : Investigación

Elaborado por: Pamela Cruz

4.3.2 Criterios de Evaluación

Son técnicas de evaluación mediante las cuales se analiza si un proyecto es conveniente o no al inversionista.

La decisión de seleccionar una inversión se la puede evaluar utilizando los Métodos Dinámicos o de Descuento, estos métodos toman en cuenta de manera explícita el valor del dinero en el tiempo y por lo tanto comparan valores homogéneos de los flujos netos de caja a un proceso de descuento que sitúan a todos estos flujos en el mismo punto de origen de la inversión inicial, permitiendo una correcta evaluación de proyectos.

A continuación se evalúan cada uno de los métodos dinámicos:

4.3.2.1 Valor Actual Neto

“Este método consiste en traer todos los valores proyectados del flujo de fondos de un proyecto, mediante una tasa de descuento y compararlos con la inversión inicial”³¹

³¹ LARA Juan, Administración Financiera, Edición 2007, Pág. 104

En términos matemáticos para calcular el VAN del Proyecto y del inversionista se utiliza la siguiente fórmula:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{FNF}{(1+i)^t} - II$$

Donde:

FNF: Fondo neto de flujos

i: tasa de descuento

t: periodo

II: inversión inicial

Criterios Evaluación

VAN > 0 La inversión produciría ganancias por encima de la rentabilidad exigida (r)
El proyecto puede aceptarse.

VAN < 0 La inversión produciría pérdidas por encima de la rentabilidad exigida (r)
El proyecto debería rechazarse

VAN = 0 La inversión no produciría ni ganancias ni pérdidas Dado que el proyecto no agrega valor monetario por encima de la rentabilidad exigida (r), la decisión debería basarse en otros criterios, como la obtención de un mejor posicionamiento en el mercado u otros factores.

Los elementos de costo de inversión son el precio del bien de capital que se pretende adquirir a la tasa de interés que se dejara de percibir si estos recursos se hubieran colocado en el mercado de capitales. Los beneficios se concentraran en los flujos de rendimientos futuros netos que se esperan que la inversión genere.

El proyecto se llevara a cabo si el valor actual neto VAN de los rendimientos supera el costo de adquisición del bien de capital.

TABLA No 4.23: VAN del Proyecto

VAN DEL PROYECTO						
AÑO	0	1	2	3	4	5
FLUJO NETO DE FONDOS		7,820	7,758	7,665	7,500	12,589
TASA DSCTO:		0.12	0.12	0.12	0.12	0.12
FLUJOS ACTUALIZADOS		6,982	6,184	5,456	4,766	7,143
INVERSIÓN INICIAL	-14,288.90					
VAN DEL PROYECTO	16,244					

Fuente : Investigación

Elaborado por: Pamela Cruz

El valor actual neto es la diferencia entre el valor actual de los flujos netos de efectivo de un proyecto y su inversión neta. El VAN de la inversión del proyecto es de 16.244 descontados a una tasa del 12%.

TABLA No 4.24: VAN del Inversionista

VAN DEL INVERSIONISTA						
AÑO	0	1	2	3	4	5
FLUJO NETO DE FONDOS		3,991	3,764	6,504	7,580	8,439
TASA DSCTO:		0.1046	0.1046	0.1046	0.1046	0.1046
FLUJOS ACTUALIZADOS		3613	3085	4826	5091	5131
INVERSIÓN INICIAL	-7,144					
VAN DEL INVERSIONISTA	14,602					

Fuente : Investigación

Elaborado por: Pamela Cruz

El VAN del inversionista es de USD 14.602 descontados a una tasa del 10.46% al ser el VAN mayor a cero la Empresa obtendrá un rendimiento mayor o igual que el costo de oportunidad del capital y por lo tanto conviene ejecutar el proyecto.

4.3.2.2 Tasa Interna de Retorno

“Se define como la Tasa de Descuento que hace que el valor neto sea cero”¹⁶

En definitiva el TIR se encarga de medir la Rentabilidad del dinero que se mantendrá dentro del proyecto.

La TIR se la puede calcular comparando dos valores presentes netos, el uno con valor negativo y el otro con valor positivo y el resultado encontrado debe ser encontrado al interior del intervalo.

Con la ayuda de las tablas del programa Excel determinare los dos diferentes VAN nombrados en el párrafo anterior para luego aplicar la siguiente fórmula:

$$TIR = tm + (tM - tm) \left(\frac{VANtm}{VANtm - VANtM} \right)$$

Donde:

tm : Tasa de Descuento Superior

tM : Tasa de Descuento Mayor

VAN tm: Valor actual Neto menor

VAN tM: Valor actual Neto mayor

Criterios de Decisión

TIR=TMAR el Rendimiento es el esperado, se debe aceptar la inversión del proyecto

TIR >TMAR Se aceptará el proyecto. La razón es que el proyecto da una rentabilidad mayor que la rentabilidad mínima requerida (el coste de oportunidad). El Rendimiento es mayor al esperado.

TIR < TMAR el rendimiento no cubre la tasa. Se debe rechazar la inversión. La razón es que el proyecto da una rentabilidad menor que la rentabilidad mínima requerida.

¹⁶ MENESES, Edilberto, Preparación y Evaluación de Proyectos, Edición 2001, Pág.128

Los Valores que se necesitan se encuentran en la siguiente tabla:

TABLA No 4.25: TIR Del Proyecto

TIR DEL PROYECTO				
AÑOS	FLUJOS NETOS	49%	53%	49.03%
1	7,820.39	5249	5111	5248
2	7,757.69	3494	3314	3493
3	7,665.43	2317	2140	2316
4	7,499.86	1522	1369	1520
5	12,588.86	1714	1502	1712
INV. INICIAL	-14,288.90			
VAN		7	-853	0

Fuente : Investigación

Elaborado por: Pamela Cruz

$$TIR = tm + (tM - tm) \left(\frac{VANtm}{VANtm - VANtM} \right)$$

$$TIR = 0,49 + (0,53 - 0,49) \left(\frac{7}{7 + 853} \right)$$

$$TIR = 49.03\%$$

El TIR representa el 49.03% de rentabilidad, lo que satisface las expectativas creadas por cuanto supera el 12% de la tasa de descuento.

TABLA No 4.26: TIR del Inversionista

TIR DEL INVERSIONISTA				
AÑOS	FLUJOS NETOS	63%	53%	63.28%
1	3,991.29	2449	2609	2444
2	3,764.32	1417	1608	1412
3	6,504.17	1502	1816	1494
4	7,579.99	1074	1383	1066
5	8,439.16	733	1007	727
INV. INICIAL	-7,144.45			
VAN		30	1,278	0

Fuente : Investigación

Elaborado por: Pamela Cruz

$$TIR = tm + (tM - tm) \left(\frac{VANtm}{VANtm - VANtM} \right)$$

$$TIR = 0.63 + (0.9 - 0.63) \left(\frac{0}{0 - 2130} \right)$$

$$TIR = 0.6328 \Rightarrow 63.28\%$$

EL TIR del inversionista representa el 63.28% satisface las expectativas creadas por cuanto supera la tasa de descuento del 10.46%.

4.3.2.3 Periodo de Recuperación de la Inversión

“El plazo de recuperación de una inversión o periodo de repago, señala el número de años necesarios para recuperar la inversión inicial, sobre la base de flujo de fondos que genere en cada periodo durante la vida útil del proyecto”¹⁷

¹⁷ LARA Juan, Administración Financiera, edición 2007, Pág. 103

El cálculo consiste en acumular los montos proyectados del flujo de fondos, hasta igualar la inversión neta.

En caso de que los flujos no sean iguales, se deberá tener presente que usualmente la entrada de efectivo pertinente al año que falta para completar la inversión original, excede a esta última, en esta situación se procederá a encontrar la fracción del año mediante una regla de tres simple.

Las mejores inversiones son aquellas que tienen el menor plazo de recuperación, se toma en cuenta la vida útil de los activos.

TABLA No 4.27: Periodo de Recuperación del Proyecto

PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL PROYECTO	
EEi	∑EEi
14,288.90	INVERSIÓN INICIAL
FLUJOS NETOS DE FONDOS DEL PROYECTO	
7,820.39	7,820.39
7,757.69	15,578.09
7,665.43	23,243.52
7,499.86	30,743.38
12,588.86	43,332.23

Fuente : Investigación

Elaborado por: Pamela Cruz

$$\begin{array}{r} 1 \\ X \end{array} \quad \begin{array}{r} 7,757.69 \\ 7,820.39 \end{array}$$

$$X = \frac{7820.39}{7757.69} = 1.008$$

Análisis

Se puede determinar que la inversión del proyecto sin financiamiento se puede recuperar en 1.08 años.

TABLA No 4.28: Periodo de Recuperación del Inversionista

PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL INVERSIONISTA	
E _{Ei}	∑ E _{Ei}
7,144.45	INVERSIÓN INICIAL
FLUJOS NETOS DE FONDOS DEL PROYECTO	
3,991.29	3,991.29
3,764.32	7,755.61
6,504.17	14,259.78
7,579.99	21,839.77
8,439.16	30,278.93

Fuente : Investigación

Elaborado por: Pamela Cruz

$$1 \quad 3,764.32$$

$$X \quad 3,991.29$$

$$X = \frac{3991.29}{3764.32} = 1.060$$

Análisis

Se puede determinar que la inversión del proyecto con financiamiento se puede recuperar en 1.060 años.

4.3.2.4 Relación Beneficio / Costo

Es otro de los criterios de evaluación de un proyecto que consiste en determinar una razón mediante la cual se determina si conviene o no invertir en un proyecto.

Este método no difiere mucho del VAN, ya que se fundamenta en los mismos conceptos sobre los flujos descontados.

“La diferencia está en que la sumatoria del flujo de fondos a valor presente o entradas netas de caja actualizadas, se divide para la inversión inicial”¹⁸

$$R/B = \frac{\text{Valor Actual del Flujo de Fondos}}{\text{InvercionInicial}}$$

Indica el rendimiento, en términos de valor presente, que proviene de la suma invertida.

Si la razón B/C es mayor o igual a 1, conviene aceptar un proyecto; en caso contrario se rechazarán.

Si la razón B/C es mayor o igual a 1 significa que el VAN es positivo o igual a cero, respectivamente.

TABLA No 4.29: Relación Beneficio Costo Del Proyecto

RELACIÓN COSTO BENEFICIO DEL PROYECTO						
AÑO	0	1	2	3	4	5
FLUJOS NETOS DE FONDOS		7,820	7,758	7,665	7,500	12,589
TASA DE DESCUENTO		0.12	0.12	0.12	0.12	0.12
FLUJOS ACTUALIZADOS		6,982	6,184	5,456	4,766	7,143
INVERSIÓN INICIAL	14,288.90					
VALOR ACTUAL DE FLUJO DE FONDOS		30,533				
RELACIÓN B/C		2.14				

Fuente : Investigación

Elaborado por: Pamela Cruz

¹⁸ LARA Juan, Administración Financiera, Edición 2007, Pág. 107

Análisis

Esta razón indica que por cada dólar que se invierta en el proyecto se obtendrá 1.14 dólares de ingresos.

TABLA No 4.30: Relación Beneficio Costo del Inversionista

RELACIÓN COSTO BENEFICIO DEL INVERSIONISTA						
AÑO	0	1	2	3	4	5
Flujos Netos de Fondos		3,991	3,764	6,504	7,580	8,439
Tasa de Descuento		0.1046	0.1046	0.1046	0.1046	0.1046
FLUJOS ACTUALIZADOS		3,613	3,085	4,826	5,091	5,131
INVERSIÓN INICIAL	7,144.45					
VALOR ACTUAL DE FLUJO DE FONDOS		21,746				
RELACIÓN B/C		3.04				

Fuente : Investigación

Elaborado por: Pamela Cruz

Análisis

Esta razón indica que por cada dólar que se invierta en el proyecto de una nueva línea deportiva se obtendrá 2,04 dólares de ingresos.

4.3.2.5 Análisis de Sensibilidad

El análisis de sensibilidad permite identificar el impacto que tendrían ciertos factores de un proyecto al cambiar algunas variables del mismo.

A continuación se presenta la tabla referente a las variaciones que experimenta la de tasa de rentabilidad TIR, VAN, PR, frente a cambios de incremento y disminución.

TABLA No 4.32: Análisis de Sensibilidad

Datos del Estudio		16224	49,03%	1.008	
	Porcentajes	VAN	TIR	PR	Criterio de Evaluación
disminución de ingresos	5%	8,740.84	32.62%	1.018	Sensible
incremento de ingresos	5%	20,785.00	58,74%	1.007	Sensible
incremento de costos	5%	13,282.00	42.76%	1.015	Sensible
disminución de costos	5%	26,741.00	55.17%	1.003	Sensible
Fuente de: Investigación					
Elaborado por: Pamela Cruz					

Para efecto del análisis de sensibilidad se han establecido supuestos en donde aumenta y disminuye los ingresos y los costos obteniéndose los siguientes resultados:

- Del análisis realizado se puede observar que el proyecto es muy sensible a la disminución de ingresos e incremento de costos.
- Por otra parte se pudo observar que el proyecto es sensible a la disminución de ingresos y a la disminución de costos.

Es necesario establecer medidas preventivas en lo concerniente a los niveles de fijación de precios de la indumentaria deportiva, ya que son puntos clave para la rentabilidad.

A pesar de que el proyecto presenta un alto nivel de sensibilidad, es atractivo para los inversionistas y por esto se recomienda su ejecución.

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- ❖ En base a un muestreo estratificado de 135 instituciones vinculadas al deporte se estableció una muestra equivalente a 50 instituciones para el estudio del proyecto, las mismas que nos permitió establecer la demanda potencial del proyecto.
- ❖ Luego de realizar el estudio de mercado se identifica que existe una demanda insatisfecha considerable del producto de 8.656 conjuntos para el año 2009 la cual será cubierta con un 24% que representa 2077 conjuntos al año.
- ❖ En el estudio técnico utilizando la matriz locacional se determino que el lugar óptimo para la ubicación del proyecto es en la Av. Luis Cordero 413 y Pichincha. Junto a River Mall (Sangolquí).
- ❖ Se ha considerado que la inversión total del proyecto sea de USD.14288.90 que incluye activos fijos, activos intangibles, capital de trabajo con el cual se ejecutara el proyecto.
- ❖ La empresa será constituida como una empresa Unipersonal conformada por el aporte de capital de una sola persona.
- ❖ Luego de realizar el estudio financiero se concluye que el proyecto es rentable.

5.2 Recomendaciones

- ❖ Luego de realizar el estudio de mercado y financiero se recomienda que se ejecute el proyecto
- ❖ Se recomienda que Innovatex como principal arma de competencia tenga la innovación tecnológica en cuanto a sus materias primas y procesos de confección de manera que el éxito del negocio se fundamente en la innovación del producto.
- ❖ Se recomienda realizar campañas publicitarias en medios de comunicación mostrando los beneficios que brinda el uso de esta indumentaria deportiva, con el fin de introducir en el mercado el producto e inducir a su consumo.
- ❖ Exponer los atributos diferenciadores de la nueva indumentaria deportiva en desfiles de modas que se realizaran con motivo de lanzamiento de líneas de temporada, con el fin de incrementar la participación de la nueva línea deportiva en el mercado
- ❖ Se recomienda realizar una alianza estratégica con clientes de alto nivel (empresas, clubes deportivos, gimnasios, instituciones educativas, academias de natación) proporcionándoles una tarjeta corporativa exclusiva para socios a misma que les brinde los siguientes beneficios: descuentos en los precios de sus compras, invitaciones gratis a lanzamientos de nuevos productos entre otras
- ❖ Se debe realizar un monitoreo constante de los precios de venta de la línea de indumentaria deportiva y los costos de producción para evitar una sensibilidad mayor.

BIBLIOGRAFÍA

- ❖ B. RENDER (1998). Principios de Administración de Operaciones. México: Prentice may. P.226
- ❖ CARRILLO Galo, Desarrollo Humano y Ética Profesional, Pág. 72
- ❖ GÓMEZ, Guillermo, Organización y Métodos, McGRAW-HILL, México, p.p.3
- ❖ COSTALES, Bolívar, Diseño, Elaboración y Evaluación de Proyectos, Tercera Edición 2003,Pág. 192
- ❖ VAN JAMES, Fundamentos de Administración Financiera, Prentice Hall, 11 Edición, Pág. 188
- ❖ LARA Juan, Administración Financiera, edición 2007, Pág. 100
- ❖ LARA Juan, Administración Financiera, Edición 2007, Pág. 104
- ❖ MENESES, Edilberto, Preparación y Evaluación de Proyectos, Edición 2001, Pág.128
- ❖ LARA Juan, Administración Financiera, edición 2007,Pág. 103
- ❖ LARA Juan, Administración Financiera, Edición 2007, Pág. 107
- ❖ BERMEJO Manual, La Creación de la Empresa Propia Mc Gran Hill p.p. 46
- ❖ SAPAG Chain ,Preparación y Evaluación de Proyectos p.p. 53
- ❖ SAPAG Chain Nassir, Preparación y Evaluación de Proyectos
- ❖ MENESES, Edilberto. Preparación y Evaluación de proyectos
- ❖ MENESES, Edilberto. Preparación y Evaluación de proyectos
- ❖ GARCÍA Eduardo, Elementos de Economía, Primera Edición, Quito-Ecuador
- ❖ SAPAG Chain Nassir, Preparación y Evaluación de Proyectos, Pág. 45
- ❖ <http://www.promonegocios.net/demanda/definicion-demanda.html>
- ❖ <http://www.promonegocios.net/oferta/definicion-oferta.html>
- ❖ <http://www.econlink.com.ar/economia/creditoconsumo/sustitutos.shtml>

- ❖ http://www.todo1.com/NASApp/cs/ContentServer?pagename=Empresas/Channel/index&pub=EmpEc_Logistica&cat=1028066820660&mode=cat
- ❖ <http://www.pymes.gob.mx/promode/invmdo.asp>
- ❖ <http://www.pymes.gob.mx/promode/invmdo.asp>
- ❖ http://personal5.iddeo.es/ztt/Tem/T11_Estadistica_Introduccion.htm
- ❖ <http://74.125.95.132/search?q=cache:8cHpODQr4xUJ:www.itescam.edu.mx/principal/sylabus/fpdb/recursos/r2583.DOC+tama%C3%B1o+del+proyecto&hl=es&ct=clnk&cd=1&gl=ec>
- ❖ <http://www.monografias.com/trabajos13/mercado/mercado.shtml#CONCEPTO>
- ❖ http://es.wikipedia.org/wiki/Econom%C3%ADa_de_escalas
- ❖ <http://www.mailxmail.com/curso/empresa/inversion/capitulo4.htm>
- ❖ http://es.wikipedia.org/wiki/Capacidad_de_producci%C3%B3n
- ❖ <http://74.125.95.132/search?q=cache:svYgYyLbHLcJ:www.itescam.edu.mx/principal/sylabus/fpdb/recursos/r2582.DOC+micrololalizacion&hl=es&ct=clnk&cd=1&gl=ec>
- ❖ inversión.
- ❖ <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/empresa-definicion-concepto.htm>
- ❖ <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/logotipo-definicion.html>

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	4
IMPORTANCIA Y JUSTIFICACIÓN.....	5
OBJETIVOS	8
OBJETIVO GENERAL	8
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	8
CAPITULO I	10
ESTUDIO DE MERCADO	10
1.1 Objetivos del Estudio de Mercado	11
1.2 Estructura del Mercado	11
1.2.1 Análisis Histórico	14
1.2.2 Análisis de la Situación Vigente en el Mercado	16
1.2.3 Análisis de la Situación Proyectada	16
1.3 Identificación del Producto	17
1.3.1 Características del Producto	20
1.3.2 Clasificación por Uso /Efecto	21
1.3.3 Productos o Servicios Complementarios /Sustitutos	24
1.3.4 Normatividad Técnica y Comercial.....	26
1.4 Investigación de Mercado	26
1.4.1 Segmentación de Mercado	27
1.4.2 Metodología de la Investigación	28
1.4.3 Tamaño del Universo.....	29
1.4.4 Prueba Piloto	29
1.4.5 Tamaño de la Muestra.....	31
1.5 Análisis de la Demanda	33
1.5.1 Factores que Afectan a la Demanda	35
1.5.2 Comportamiento Histórico de la Demanda.....	38
1.5.3 Demanda Actual del Producto.....	39
1.5.4 Proyección de la Demanda.....	39
1.6 Análisis de la Oferta	40
1.6.1 Clasificación De La Oferta	41
1.6.2 Factores que Afectan a la Oferta	42
1.6.3 Comportamiento Histórico de la Oferta.....	43
1.6.4 Oferta Actual.....	45
1.6.5 Proyección de la Oferta.....	45
1.7 Determinación de la Demanda Insatisfecha.....	46
1.8 Análisis de Precios en el Mercado del Producto	47
1.9 Mercadeo y Comercialización.....	48

1.9.1	Estrategia de Producto	48
1.9.2	Estrategia de Precio	48
1.9.3	Estrategia de Plaza.....	49
1.9.4	Estrategia de Promoción	49
CAPITULO II	51
ESTUDIO TÉCNICO	51
2.1	Tamaño del Proyecto	51
2.1.1.	Factores Determinantes del Proyecto	51
2.1.2	Capacidad de Producción.....	58
2.1.3	Tamaño Optimo.....	62
2.2	Localización del Proyecto.....	63
2.2.1	Macro Localización	63
2.2.2	Micro Localización.....	64
2.2.3	Matriz de Localización	68
2.3	Ingeniería del Proyecto	70
2.3.1	Proceso de Producción.....	71
2.3.2	Distribución en Planta de la Maquinaria y Equipo (Plano)	100
2.3.3	Calendario de Ejecución del Proyecto	101
CAPITULO III	102
LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN	102
3.1	La Empresa	102
3.1.1	Nombre o Razón Social	102
3.1.2	Titulariza de Propiedad de la Empresa	103
3.1.3	Tipo de Empresa (Sector, Actividad)	104
3.2	Base Filosófica de la Empresa	106
3.2.1	Visión.....	106
3.2.2	Misión	107
3.2.3	Estrategias Empresariales	107
3.2.4	Objetivos Estratégicos	108
3.2.5	Principios y Valores.....	109
3.3	La Organización Administrativa	110
3.3.1	Organigrama Estructural.....	110
3.3.2	Descripción de Funciones	111
CAPITULO IV	114
ESTUDIO FINANCIERO	114
4.1	Presupuestos.....	114
4.1.1	Presupuesto de Inversión.....	114
4.1.2	Cronograma de Inversión.....	119

4.1.3	Presupuestos de Operación	120
4.1.4	Punto de Equilibrio	126
4.2	Estados Financiero Proforma	133
4.2.1	Estado de Resultados	133
4.2.2	Flujos Netos de Fondos.....	135
4.3	Evaluación Financiera	139
4.3.1	Determinación de la Tasa de Descuento	139
4.3.2	Criterios de Evaluación.....	141
CAPITULO V	152
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	152
5.1	Conclusiones.....	152
5.2	Recomendaciones.....	153
BIBLIOGRAFÍA	154

ÍNDICE DE TABLAS

CAPITULO I.....	10
TABLA NO 1.1: TAMAÑO DEL UNIVERSO	29
TABLA NO 1.2: ENCUESTA PILOTO	30
TABLA NO 1.3: TAMAÑO DE LA MUESTRA.....	31
TABLA NO 1.4: DEMANDA ACTUAL.....	39
TABLA NO 1.5: PROYECCIÓN DE LA DEMANDA.....	40
TABLA NO 1.6: EMPRESAS DEL SECTOR.....	44
TABLA NO 1.7: DATOS HISTÓRICOS DE VENTAS	44
TABLA NO 1.8: OFERTA ACTUAL	45
TABLA NO 1.9: PROYECCIÓN DE LA OFERTA	46
TABLA NO 1.10: ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA	46
TABLA NO 1.11: COMPORTAMIENTO HISTÓRICO DE PRECIOS	47
CAPITULO II.....	51
TABLA NO 2.1: PROVEEDORES POTENCIALES.....	58
TABLA NO 2.2: CAPACIDAD INSTALADA.....	62
TABLA NO 2.3: CAPACIDAD UTILIZADA.....	62
TABLA NO 2.4: PERMISOS DE OPERACIÓN.	67
TABLA NO 2.5: LUGARES DE EVALUACIÓN	68
TABLA NO 2.6: MATRIZ LOCACIONAL	69
TABLA NO 2.7: SERVICIO DE ASESORÍA AL CLIENTE	77
TABLA NO 2.8: PERSONAL DE LA EMPRESA	82
TABLA NO 2.9: SUELDO DE COSTURERA.....	82
TABLA NO 2.10: SUELDO GERENTE GENERAL	83
TABLA NO 2.11: SUELDOS DE VENDEDORES	83
TABLA NO 2.12: SUELDO DE DISEÑADOR.....	83
TABLA NO 2.13: SUELDO DE CONTADOR	84
TABLA NO 2.14: TABLA DE SUELDOS MENSUAL Y ANUAL DEL PERSONAL	84

TABLA NO 2.15: MAQUINARIA.....	85
TABLA NO. 2.16: EQUIPOS DE COMPUTACIÓN.....	85
TABLA NO 2.17: HERRAMIENTAS PARA LA CONFECCIÓN	86
TABLA NO 2.18 HERRAMIENTAS PARA LA CONFECCIÓN	86
TABLA NO 2.19: MUEBLES Y ENCERES	87
TABLA NO 2.20: INSUMOS.....	88
TABLA NO 2.21: COSTOS DE MATERIAS PRIMAS	89
TABLA NO 2.22: DETALLE DE MATERIAS PRIMAS Y PRECIOS	89
TABLA NO 2.23: DETALLE DE MATERIAS PRIMAS Y PRECIOS	90
TABLA NO 2.24: DETALLE DE MATERIAS PRIMAS Y PRECIOS	90
TABLA NO 2.25: DETALLE DE MATERIAS PRIMAS Y PRECIOS	91
TABLA NO 2.26: DETALLE DE MATERIAS PRIMAS Y PRECIOS	91
TABLA NO 2.27: DETALLE DE MATERIAS PRIMAS Y PRECIOS	92
TABLA NO 2.28: DETALLE DE MATERIAS PRIMAS Y PRECIOS	92
TABLA NO 2.29: DETALLE DE MATERIAS PRIMAS Y PRECIOS	93
TABLA NO 2.30: DETALLE DE MATERIAS PRIMAS Y PRECIOS	93
TABLA NO 2.31: DETALLE DE MATERIAS PRIMAS Y PRECIOS	94
TABLA NO 2.32: DETALLE DE MATERIAS PRIMAS Y PRECIOS	94
TABLA NO 2.33: DETALLE DE MATERIAS PRIMAS Y PRECIOS	95
TABLA NO 2.34: DETALLE DE MATERIAS PRIMAS Y PRECIOS	95
TABLA NO 2.35: DETALLE DE MATERIAS PRIMAS Y PRECIOS	96
TABLA NO 2.36: PRODUCCIÓN ANUAL POR DISCIPLINA.....	96
TABLA NO 2.37: PRODUCCIÓN ANUAL DE CONJUNTOS DEPORTIVOS SEGÚN SEXO Y TIPO DE DISCIPLINA.....	97
TABLA NO 2.38: PRODUCCIÓN ANUAL DE CONJUNTOS DEPORTIVOS SEGÚN SEXO Y TIPO DE DISCIPLINA.....	97
TABLA NO 2.39: COSTO DE MATERIA PRIMA ANUAL	97
TABLA NO 2.40: ESTIMACIÓN DE INVERSIÓN.....	99
TABLA NO 2.41: CALENDARIO DE EJECUCIÓN	101
CAPITULO IV	114

TABLA NO 4.1: PRESUPUESTO DE INVERSIÓN.....	115
TABLA NO 4.2: INVERSIONES DE ACTIVOS FIJOS	116
TABLA NO 4.3: AMORTIZACIÓN GASTOS DE CONSTITUCIÓN Y PREOPERATORIOS.....	118
TABLA NO 4.4: CAPITAL DE TRABAJO	119
TABLA NO 4.5: CRONOGRAMA DE INVERSIONES	120
TABLA NO 4.6: CAPTACIÓN POR AÑOS	121
TABLA NO 4.7: PRODUCCIÓN EN UNIDADES POR AÑOS Y TIPO DE DISCIPLINA.....	122
TABLA NO 4.8: PRESUPUESTO DE INGRESOS.....	122
TABLA NO 4.9: PRESUPUESTO DE EGRESOS POR AÑOS	123
TABLA NO 4.10: INVERSIÓN TOTAL.....	124
TABLA NO 4.11: FINANCIAMIENTO.....	124
TABLA NO 4.12: CÁLCULO DE PRÉSTAMO	125
TABLA NO 4.13: CÁLCULO DE PRÉSTAMO	126
TABLA NO 4.14: PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES	128
TABLA NO 4.15: PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES POR TIPO DE DISCIPLINA.....	130
TABLA NO 4.16: PUNTO DE EQUILIBRIO EN DÓLARES POR TIPO DE DISCIPLINA.....	131
TABLA NO 4.17: PUNTO DE EQUILIBRIO EN DÓLARES DE CADA CONJUNTO.....	132
TABLA NO 4.18: ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.....	134
TABLA NO 4.19: FLUJO NETO DEL PROYECTO.....	136
TABLA NO 4.20: FLUJO NETO DE FONDOS DEL INVERSIONISTA.....	137
TABLA NO 4.21: CALCULO DE LA TASA IMPOSITIVA.....	140
TABLA NO 4.22: TMR DEL INVERSIONISTA	141
TABLA NO 4.23: VAN DEL PROYECTO.....	143
TABLA NO 4.24: VAN DEL INVERSIONISTA	143
TABLA NO 4.25: TIR DEL PROYECTO	145
TABLA NO 4.26: TIR DEL INVERSIONISTA	146

TABLA NO 4.27: PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL PROYECTO	147
TABLA NO 4.28: PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL INVERSIONISTA	148
TABLA NO 4.29: RELACIÓN BENEFICIO COSTO DEL PROYECTO	149
TABLA NO 4.30: RELACIÓN BENEFICIO COSTO DEL INVERSIONISTA	150
TABLA NO 4.32: ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD	151

ÍNDICE DE GRÁFICOS

CAPITULO I.....	10
GRAFICO 1.1: PREGUNTA DICOTOMICA	30
GRAFICO NO 1.2: FRECUENCIA DE COMPRA	36
GRAFICO NO 1.3: NIVEL DE INGRESO DE LOS CONSUMIDORES	38
GRAFICO NO 1.4: LOCALES DE ROPA DEPORTIVA	41
GRAFICO NO 1.5: DEMANDA INSATISFECHA.....	47
CAPITULO II.....	51
GRAFICO NO 2.1: MAQUINA RECTA.....	55
GRAFICO NO 2.2: MAQUINA OVERLOCK	55
GRAFICO NO 2.3: MÁQUINA RECUBRIDORA.....	56
GRAFICO NO 2.4: MÁQUINA CORTADORA DE TELA.....	56
GRAFICO NO 2.5: PLANCHA INDUSTRIAL.....	56
GRAFICO NO 2.6: COMPUTADORA DE ESCRITORIO.....	56
GRAFICO NO 2.7: COMPUTADORA DE ESCRITORIO.....	57
GRAFICO NO 2.8: IMPRESORA	57
GRAFICO NO 2.9: TELÉFONO FAX	57
GRAFICO NO 2.10: VF PRO.....	57
GRAFICO NO 2.11: DIAGRAMA HOMBRE MAQUINA	61
GRAFICO NO 2.12: MAPA DE LA PROVINCIA DE PICHINCHA.....	64
GRAFICO NO 2.13: VÍAS DE ACCESO.....	65
GRAFICO NO 2.14: PLANO DE MICRO LOCALIZACIÓN	70
GRAFICO NO 2.15: CADENA DE VALOR DE LA NUEVA LÍNEA DEPORTIVA	71
GRAFICO NO. 2.16: DIAGRAMA DE FLUJO DE GENERAL DE LA EMPRESA	73
GRAFICO NO 2.17: PROCESO: PEDIDO DE MATERIA PRIMA DESCRIPCIÓN	74
GRAFICO NO 2.18: PROCESO DE PRODUCCIÓN.....	75
GRAFICO NO 2.19: PROCESO DE SERVICIO.....	76

GRAFICO NO 2.20: DISTRIBUCIÓN DE PLANTA Y EQUIPO	100
CAPITULO III	102
GRAFICO NO 3.1: ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL	111
CAPITULO IV	114
GRAFICO NO 4.1: INVERSIONES.....	119
GRAFICO NO 4.2; PORCENTAJE DE FINANCIAMIENTO	125
GRAFICO NO 4.3 PUNTO DE EQUILIBRIO	132

RESUMEN

El objetivo de este proyecto es realizar varias y minuciosas investigaciones, cálculos y referencias para definir el monto de la inversión que se necesitara para realizar este proyecto, por lo tanto para determinar se ha procedido a segmentarlo en capítulos para su mejor comprensión.

CAPITULO I

En este capítulo se realizo una investigación en la cual se determino la demanda y oferta del proyecto con el objetivo de establecer si existe demanda insatisfecha, factor vital para el desarrollo de este proyecto. Se realizo una proyección para cinco años ya que el proyecto es de una dimensión pequeña.

CAPITULO II

Establecidos ya los aspectos del mercado se realizo un análisis sobre el aspecto técnico operativo, es decir sobre el funcionamiento y la operatividad de la empresa, estableciendo factores de localización, equipo, material, mano de obra, entre los más importantes.

CAPITULO III

Como complemento al capítulo dos, en este capítulo se determino la base legal de la empresa, su estructura, su misión, visión, objetivos, así como su nombre y razón social.

CAPITULO IV

Este es el capítulo más importante para el desarrollo y ejecución del proyecto ya que en este capítulo se determina el total de la inversión, fuentes de financiamiento, flujos de fondos, VAN, TIR, entre otros, los cuales permitirán determinar si la inversión para el proyecto es factible o no.

CAPITULO V

Finalmente luego de haber realizado el estudio del proyecto se llegan a establecer las respectivas conclusiones y recomendaciones generales del proyecto en base a los resultados obtenidos

ABSTRACT

The objective of this project is to conduct thorough investigations and several estimates and references to determine the amount of investment needed to undertake this project, therefore to determine there has been segmented into chapters for better understanding.

CHAPTER I

This chapter carries out an investigation in which determine the demand and supply the project with the aim of establishing whether there is unmet demand, a factor vital for the development of this project. We made a projection for five years since the project is of a size small.

CHAPTER II

Established, the market analysis was performed on the technical side, ie on the functioning and operation of the company, establishing location factors, equipment, material, labor, among the most important.

CHAPTER III

As a complement to chapter two, this chapter will determine the legal basis of the company, its structure, mission, vision, objectives, and your name and company name.

CHAPTER IV

This is the most important chapter for the development and implementation of the project as this chapter determines the total investment, funding sources, cash flows, NPV, IRR, among others, which will determine whether the investment in the project is feasible or not.

CHAPTER V

Finally, after having studied the project is to introduce the respective conclusions and recommendations of the project based on the results