



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**  
**INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO**

**TEMA:**

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FÁBRICA DE CONFECCIÓN DE ROPA DEPORTIVA EN LA PARROQUIA DE NATABUELA CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A.**

AUTORA

PRISCILA MARIELA LÓPEZ CISNEROS

DIRECTORA

ING. ANA ARCINIEGAS

Ibarra, julio 2016

## **RESUMEN EJECUTIVO**

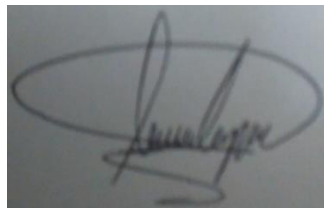
El presente estudio de factibilidad tiene por objetivo determinar la viabilidad de la creación de una entidad productora y comercializadora de ropa deportiva en la parroquia San Francisco de Natabuela, ubicada en el cantón Antonio Ante, perteneciente a la provincia de Imbabura; cuya finalidad específica será cubrir la demanda insatisfecha. Se realizó un diagnóstico al entorno donde se implementará el proyecto y se determinó que varias de las situaciones del sector son favorables para el desarrollo del presente. La base teórica permite analizar de manera conceptual los principales aspectos contables, administrativos, de mercado y textiles que están relacionados a las actividades de la empresa. En el estudio de mercado se determinó que el proyecto es factible y sería aceptable en la sociedad ya que existe una demanda insatisfecha en el presente año de 15670 unidades entre los cuatro tipos de prendas, este dato se conoció por la encuesta aplicada a los consumidores potenciales de Natabuela, Atuntaqui e Ibarra. En el estudio técnico se estableció la localización de la empresa, la distribución de la planta, requerimiento de propiedad, planta y equipo, personal, materia prima, costos generales de fabricación, entre otros. El estudio financiero sirvió para establecer la inversión inicial y la distribución de la misma para adquisición de activos fijos, diferidos y capital de trabajo necesarios para la implementación y buen funcionamiento de la fábrica. Los resultados de los indicadores financieros muestran valores positivos lo cual certificó la viabilidad del presente proyecto. En el estudio organizacional se propuso el organigrama estructural y funcional de la empresa, así como también los requerimientos legales para el buen funcionamiento de la organización. Los impactos que se generarían con la implementación del proyecto son positivos en los aspectos económicos como también en los sociales y no tienen efectos significativos sobre el medioambiente; por tales razones es recomendable llevar a cabo la constitución de la fábrica de confección de prendas de vestir deportivas.

## **EXECUTIVE SUMMARY**

The present feasibility study aims to determine the feasibility of the creation of an entity that produces and sells sportswear in the parish of San Francisco de Natabuela, located in the province of Antonio Ante, in the province of Imbabura; whose specific purpose will be to cover the unsatisfied demand. A diagnosis was made to the environment where the project will be implemented and it was determined that several of the situations in the sector are favorable for the development of the present. The theoretical basis allows to analyze in a conceptual way the main accounting, administrative, market and textile aspects that are related to the activities of the company. In the market study it was determined that the project is feasible and would be acceptable in society since there is an unsatisfied demand in this year of 15670 units among the four types of garments, this data was known by the survey applied to potential consumers Of Natabuela, Atuntaqui and Ibarra. The technical study established the location of the company, the distribution of the plant, property requirements, plant and equipment, personnel, raw material, general manufacturing costs, among others. The financial study served to establish the initial investment and the distribution of the same for the acquisition of fixed assets, deferred assets and working capital necessary for the implementation and good operation of the factory. The results of the financial indicators show positive values which certified the feasibility of this project. The organizational study proposed the structural and functional organization chart of the company, as well as the legal requirements for the proper functioning of the organization. The impacts that would be generated with the implementation of the project are positive in the economic aspects as well as in the social aspects and do not have significant effects on the environment; For such reasons it is advisable to carry out the constitution of the garment manufacturing

## AUTORÍA

Yo, PRISCILA MARIELA LÓPEZ CISNEROS, portadora de la cédula de ciudadanía N° 100468410-4 declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FÁBRICA DE CONFECCIÓN DE ROPA DEPORTIVA EN LA PARROQUIA DE NATABUELA CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA”, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y, se han respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

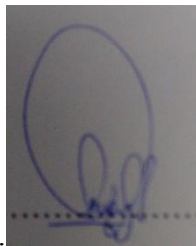


.....  
**Priscila López C.**  
**C.C.: 1004684104**

## CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la señorita PRISCILA MARIELA LÓPEZ CISNEROS, para optar por el Título de Ingeniería en Contabilidad y Auditoría – CPA, cuyo tema es: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FÁBRICA DE CONFECCIÓN DE ROPA DEPORTIVA EN LA PARROQUIA DE NATABUELA CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA”; considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los veinte y tres días del mes de Julio de año 2016.

A square image showing a handwritten signature in blue ink. The signature is somewhat stylized and appears to be 'Ana Arciniegas'. Below the signature, there is a horizontal dotted line.

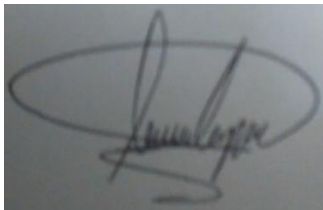
Ing. Ana Arciniegas

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE**  
**LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

Yo, Priscila Mariela López Cisneros, con cédula de ciudadanía Nro. 100468410-4, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor de la obra o trabajo de grado denominado: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FÁBRICA DE CONFECCIÓN DE ROPA DEPORTIVA EN LA PARROQUIA DE NATABUELA CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA”. Que ha sido desarrollado para optar por el título de: INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA (CPA) en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autora me reservo de los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Ibarra, a los 23 días del mes de Julio del 2016

A photograph of a handwritten signature in dark ink on a light-colored surface. The signature is cursive and appears to read 'Priscila Mariela López Cisneros'.

Priscila Mariela López Cisneros

C.C.100468410-4

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**

**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD  
TÉCNICA DEL NORTE**

**1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA**

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto de Repositorio Digital Institucional, determino la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

<b>DATOS DE CONTACTO</b>	
<b>CÉDULA DE CIUDADANÍA:</b>	100468410-4
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	LÓPEZ CISNEROS PRISCILA MARIELA
<b>DIRECCIÓN:</b>	Natabuela calle "Flores Vásquez"
<b>EMAIL:</b>	priscylopez161293@hotmail.com
<b>TELÉFONO</b>	0939665673

<b>DATOS DE LA OBRA</b>	
<b>TÍTULO:</b>	"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FÁBRICA DE CONFECCIÓN DE ROPA DEPORTIVA EN LA PARROQUIA DE NATABUELA CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA"
<b>AUTOR:</b>	LÓPEZ CISNEROS PRISCILA MARIELA
<b>FECHA:</b>	23 de julio 2016
<b>SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO</b>	
<b>PROGRAMA:</b>	PREGRADO POSGRADO
<b>TITULO POR EL QUE OPTA:</b>	ING. CONTABILIDAD Y AUDITORIA (CPA)
<b>ASESOR/DIRECTOR:</b>	ING. ANA ARCINIEGAS

## 2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

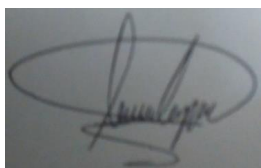
Yo, Priscila Mariela López Cisneros, con cédula de ciudadanía N°100468410-4 en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Art. 144.

## 3. CONSTANCIAS

La autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 23 días del mes de julio de 2016

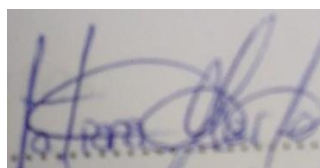
LA AUTORA



Priscila Mariela López Cisneros

C.C.100468410-4

ACEPTACIÓN



Ing. Betty Chávez

Jefe de Biblioteca

Facultado por resolución de Consejo Universitario



## *Dedicatoria*

*Dedico este trabajo con todo cariño.*

*A Dios quien me dio la vida y la fortaleza diaria para luchar por mi objetivo y vencer las adversidades.*

*A mis padres quienes me han guiado de la mejor manera en cada paso que he dado, pero en especial se lo dedico a mi padre Byron López quien es mi razón de existir y mi motor de vida, fue el pilar fundamental para mi formación demostrándome siempre un amor y apoyo incondicional.*

*A mis hermanos quienes son la alegría de mi vida y siempre han sabido animarme en malos momentos.*

*Priscila López*

## *Agradecimiento*

*A Dios por la vida, amor y fortaleza diarios que me ayudaron a culminar mi meta profesional.*

*A mis padres por el apoyo en todas las formas que me han brindado, por darme la oportunidad de estudiar y formarme como profesional.*

*A la prestigiosa Universidad Técnica del Norte que abrió sus puertas para educarme y formarme como profesional.*

*A los docentes por orientarme y compartirme su sabiduría, y conocimientos durante todo mi proceso de educación.*

*A mis amigos, compañeros y a todas las personas que de una u otra manera me apoyaron en algún momento para cumplir esta meta.*

*¡De verdad muchas gracias por el apoyo!*

*Priscila López*

## PRESENTACIÓN

El presente proyecto se enfoca en el estudio de la factibilidad para la implementación de una fábrica de confección de ropa deportiva en la parroquia de Natabuela, cantón Antonio Ante, Provincia de Imbabura. Este estudio de factibilidad contiene siete capítulos que se determinó de la siguiente forma:

El primer capítulo hace referencia al diagnóstico situacional, que tiene como objetivo especificar aspectos principales sobre el proyecto; por ejemplo: demografía, geografía, economía, políticas comunitarias, antecedentes históricos del sector, entre otros.

En el marco conceptual se especificó las bases teóricas y científicas, determinadas por la investigación bibliográfica, que respaldan los contenidos del desarrollo del proyecto. Se especificó conceptos empresariales, administrativos, contables, organizacionales, textiles, entre otros.

En la elaboración del estudio de mercado se analizó de manera cualitativa y cuantitativa los principales aspectos de mercado, identificados con la oferta, demanda, precio, promoción, canales de distribución, productos y las características determinadas en base a las encuestas sobre la oferta y posibles consumidores.

El estudio técnico es la investigación de distintos aspectos necesarios para el desarrollo del proyecto como la localización, la ubicación, la distribución de la planta, los requerimientos de propiedad, planta y equipo, mano de obra, materiales, costos generales de fabricación, también se especifica la capacidad instalada de la empresa, los procesos de producción, la inversión inicial y su distribución para la implementación del proyecto.

El quinto capítulo trata acerca del estudio económico e indicadores financieros, se estableció los rubros necesarios para adquisición de propiedad, planta y equipo, activos diferidos, y capital de trabajo, que refleja los tres elementos del costo; materia prima, mano de obra y costos generales de fabricación, las proyecciones a cinco años de dichos rubros, así como también se determina los ingresos anuales y proyectados, se calculó el valor actual neto, la tasa interna del retorno, el costo beneficio, la tasa de rendimiento beneficio costo, el costo de oportunidad, la tasa de rendimiento medio, el punto de equilibrio y el periodo de recuperación; estos evaluadores permitieron constatar la factibilidad del proyecto.

En el sexto capítulo se elaboró la propuesta de un organigrama estructural y funcional, se plantea la misión, visión, políticas, manual de funciones para cada uno de los trabajadores en base a las necesidades de la empresa; se determina los aspectos legales que la inversionista debe conocer y cumplir para constituir la empresa.

Finalmente se evaluó los principales impactos que podría generar la implementación de la fábrica textil respecto al ámbito social, económico y ecológico, dicha evaluación se realizó en base a indicadores y valoraciones de la matriz de impactos.

## ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	I
RESUMEN EJECUTIVO .....	II
EXECUTIVE SUMMARY .....	III
AUTORÍA.....	IV
CERTIFICACIÓN.....	V
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	VI
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	VII
DEDICATORIA.....	IX
AGRADECIMIENTO .....	X
PRESENTACIÓN.....	XI
ÍNDICE GENERAL .....	XII
ÍNDICE DE TABLAS.....	XXIII
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	XXIX
JUSTIFICACIÓN.....	32
OBJETIVOS.....	33
Objetivo general.....	33
Objetivos específicos .....	33
CAPÍTULO 1 .....	35
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL .....	35
1.1 ANTECEDENTES.....	35
1.2 OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO.....	37
1.2.1 Objetivo general.....	37
1.2.2 Objetivos específicos .....	37
1.3 VARIABLES DIAGNÓSTICAS.....	37
1.4 INDICADORES DEL DIAGNÓSTICO .....	38

<b>1.5</b>	<b>MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA</b> .....	39
<b>1.6</b>	<b>FUENTES DE INFORMACIÓN</b> .....	42
<b>1.7</b>	<b>DESARROLLO DE VARIABLES E INDICADORES</b> .....	42
<b>1.7.3</b>	<b>Aspectos socioeconómicos</b> .....	42
<b>1.7.4</b>	<b>Situación económica</b> .....	45
<b>1.7.5</b>	<b>Aspectos demográficos</b> .....	50
<b>1.7.6</b>	<b>Aspectos geográficos</b> .....	52
<b>1.7.7</b>	<b>Organización administrativa</b> .....	52
<b>1.7.8</b>	<b>Situación política</b> .....	55
<b>1.8</b>	<b>DIAGNÓSTICO EXTERNO – MATRIZ AOR</b> .....	57
<b>1.9</b>	<b>CRUCES ESTRATÉGICOS</b> .....	58
<b>1.9.3</b>	<b>Aliados oponentes</b> .....	58
<b>1.9.4</b>	<b>Aliados riesgos</b> .....	58
<b>1.9.5</b>	<b>Oportunidades oponentes</b> .....	59
<b>1.9.6</b>	<b>Oportunidad riesgo</b> .....	59
<b>1.10</b>	<b>IDENTIFICACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN</b> .....	60
<b>CAPÍTULO II</b> .....		61
<b>MARCO TEÓRICO</b> .....		61
<b>2.1</b>	<b>OBJETIVO</b> .....	61
<b>2.2</b>	<b>METODOLOGÍA A UTILIZAR</b> .....	61
<b>2.3</b>	<b>ESTUDIO DE MERCADO</b> .....	62
<b>2.3.1</b>	<b>Empresa</b> .....	62
<b>2.3.2</b>	<b>Clasificación de las empresas</b> .....	62
<b>2.3.3</b>	<b>Microempresa</b> .....	64
<b>2.3.4</b>	<b>Mercado</b> .....	64
<b>2.3.5</b>	<b>Oferta</b> .....	64
<b>2.3.6</b>	<b>Ley de la Oferta</b> .....	65

2.3.7	<b>Demanda</b> .....	65
2.3.9	<b>Producción</b> .....	67
2.3.10	<b>Producción Textil</b> .....	68
2.3.11	<b>Objetivos generales del sector textil.</b> .....	68
2.3.12	<b>El producto</b> .....	69
2.3.13	<b>Ropa deportiva</b> .....	69
2.3.14	<b>Características de prendas deportivas.</b> .....	70
2.3.15	<b>El Precio</b> .....	71
2.3.16	<b>Distribución</b> .....	71
2.3.17	<b>Promoción</b> .....	72
2.3.18	<b>Canales de distribución</b> .....	72
2.4	<b>ESTUDIO TÉCNICO</b> .....	73
2.4.1	<b>Localización del proyecto</b> .....	73
2.4.2	<b>Macro localización</b> .....	74
2.4.3	<b>Micro localización</b> .....	74
2.4.4	<b>Tamaño del proyecto</b> .....	74
2.4.5	<b>Proyecto de inversión</b> .....	75
2.4.6	<b>Inversión</b> .....	75
2.4.7	<b>Proceso de producción</b> .....	76
2.4.8	<b>Maquinaria</b> .....	76
2.5	<b>ESTUDIO FINANCIERO</b> .....	77
2.5.1	<b>Estados financieros</b> .....	77
2.5.2	<b>Estado de Situación financiera</b> .....	77
2.5.3	<b>Estado de resultados</b> .....	78
2.5.4	<b>Estado de flujo de efectivo</b> .....	79
2.5.5	<b>Estado de evolución de patrimonio</b> .....	79
2.5.6	<b>Indicadores financieros</b> .....	79

2.5.7	<b>Valor Actual Neto (VAN)</b> .....	80
2.5.8	<b>Tasa interna del retorno (TIR)</b> .....	80
2.5.9	<b>Periodo de recuperación</b> .....	81
2.5.10	<b>Costo Beneficio</b> .....	81
2.5.11	<b>Punto de equilibrio</b> .....	82
<b>2.6</b>	<b>ESTUDIO ORGANIZACIONAL</b> .....	<b>82</b>
2.6.1	<b>Organización</b> .....	82
2.6.2	<b>Organigrama</b> .....	83
2.6.3	<b>Misión</b> .....	83
2.6.4	<b>Visión</b> .....	83
2.6.5	<b>Principios</b> .....	84
2.6.6	<b>Valores</b> .....	84
<b>2.7</b>	<b>CONTABILIDAD</b> .....	<b>84</b>
2.7.1	<b>Concepto de contabilidad según las Niif</b> .....	85
2.7.2	<b>Proceso Contable</b> .....	85
2.7.3	<b>Concepto de NIIF</b> .....	85
2.7.4	<b>Beneficios de las NIIF</b> .....	85
2.7.5	<b>Elementos de los estados financieros según las Niif</b> .....	86
2.7.6	<b>Operaciones comerciales</b> .....	87
2.7.7	<b>Activo</b> .....	87
2.7.8	<b>Pasivo</b> .....	87
2.7.9	<b>Patrimonio</b> .....	88
2.7.10	<b>Ingreso</b> .....	88
2.7.11	<b>Gasto</b> .....	88
2.7.12	<b>Depreciación según las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF)</b> .....	89

2.7.13 Depreciación según la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno (LORTI).....	89
2.7.14 Depreciación de propiedad, planta y equipo según NIIF.....	89
2.7.15 Clasificación de los gastos .....	90
2.7.16 Costo.....	91
2.7.17 Elementos del costo de producción.....	91
2.8 IMPACTOS .....	93
<b>CAPÍTULO III.....</b>	<b>94</b>
<b>ESTUDIO DE MERCADO .....</b>	<b>94</b>
<b>3.1 INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>94</b>
<b>3.2 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO.....</b>	<b>94</b>
3.2.1 Objetivo general.....	94
3.2.2 Objetivos específicos .....	94
<b>3.3 MATRIZ DE VARIABLES DE ESTUDIO DE MERCADO .....</b>	<b>95</b>
<b>3.4 IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO .....</b>	<b>97</b>
3.4.1 Características del producto .....	97
3.4.2 Ventajas de la ropa deportiva.....	97
<b>3.5 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO.....</b>	<b>97</b>
3.5.1 Variables de segmentación .....	98
3.5.2 Mercado meta.....	98
<b>3.6 POBLACIÓN Y MUESTRA .....</b>	<b>99</b>
3.6.1 Población.....	99
3.6.2 Muestra .....	99
3.6.3 Formula de la muestra.....	99
<b>3.7 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS.....</b>	<b>100</b>
3.7.1 Entrevista.....	100
3.7.2 Encuesta .....	100



<b>3.8 TABULACIÓN Y ANÁLISIS</b> .....	101
<b>3.8.1 Resultados y análisis de la encuesta</b> .....	101
<b>3.9 DEMANDA</b> .....	116
<b>3.9.1. Proyección de la demanda</b> .....	116
<b>3.10. OFERTA</b> .....	118
<b>3.10.1. Análisis de la oferta</b> .....	118
<b>3.10.2. PROYECCIÓN DE LA OFERTA POR PRODUCTO</b> .....	119
<b>3.10.3 Análisis de oferta demanda por producto</b> .....	120
<b>3.11 ANÁLISIS DE PRECIOS</b> .....	122
<b>3.12 PROYECCIÓN DEL PRECIO</b> .....	123
<b>3.13 COMERCIALIZACIÓN</b> .....	124
<b>3.14 PUBLICIDAD</b> .....	125
<b>3.15 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO</b> .....	125
<b>CAPÍTULO IV</b> .....	127
<b>ESTUDIO TÉCNICO</b> .....	127
<b>4.1. OBJETIVO GENERAL</b> .....	127
<b>4.1.1 Objetivos específicos</b> .....	127
<b>4.2 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO</b> .....	127
<b>4.2.1 Factores de localización</b> .....	127
<b>4.2.2 Macro localización</b> .....	128
<b>4.2.2 Micro localización</b> .....	129
<b>4.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO</b> .....	129
<b>4.3.1 Distribución de la planta</b> .....	129
<b>4.3.2 Descripción de los espacios</b> .....	130
<b>4.4 TAMAÑO DEL PROYECTO</b> .....	131
<b>4.4.1 Disponibilidad de materia prima</b> .....	131
<b>4.4.2 Disponibilidad de mano de obra</b> .....	132

4.4.3 Disponibilidad de financiamiento .....	132
<b>4.5 CAPACIDAD INSTALADA .....</b>	<b>133</b>
<b>4.6 DIAGRAMA DEL PROCESO PRODUCTIVO .....</b>	<b>134</b>
4.6.1 Simbología .....	134
4.6.2 Flujograma del procesos productivo de la ropa deportiva .....	136
<b>4.7 PROCESO PRODUCTIVO EN LA CONFECCIÓN DE PRENDAS DEPORTIVAS .....</b>	<b>137</b>
<b>4.8 DESCRIPCIÓN TÉCNICA DEL PROCESO PRODUCTIVO .....</b>	<b>137</b>
4.8.1 Diseño y trazo .....	137
4.8.2 Corte.....	137
4.8.3 Confección .....	138
4.8.4 Aplique de materiales .....	138
4.8.5 Corte de hilos y terminado .....	138
4.8.6 Planchado.....	138
4.8.7 Inspeccion de calidad de la prenda .....	138
4.8.8 Etiquetado y empaquetado .....	138
4.8.9 Distribución .....	138
4.8.10 Venta .....	139
<b>4.9 REQUERIMIENTOS DE MAQUINARIA Y EQUIPO .....</b>	<b>139</b>
<b>4.10 INVERSIONES .....</b>	<b>141</b>
4.10.1 Activos fijos.....	141
4.10.2 Activos no depreciables .....	144
<b>4.11 RESUMEN DE PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO .....</b>	<b>144</b>
<b>4.12 COSTOS DE PRODUCCIÓN .....</b>	<b>145</b>
4.12.1 Materia Prima directa e insumos .....	145
4.12.2 Costo de mano de obra directa .....	146
4.12.3 Costos indirectos de fabricación .....	146

4.12.3.1 Materia prima indirecta .....	146
4.12.3.2 Mano de obra indirecta .....	149
4.12.3.3 Otros costos indirectos de fabricación .....	151
4.13 GASTOS ADMINISTRATIVOS.....	154
4.13.1 Gastos de constitución (Diferidos).....	154
4.13.2 Remuneración de personal administrativo.....	155
4.13.3 Suministros de oficina .....	155
4.14 GASTOS DE VENTAS .....	156
4.14.1 Suministros y materiales de ventas .....	156
4.14.2 Gasto publicidad .....	156
4.15 CAPITAL DE TRABAJO.....	157
4.15.1 Inversión total.....	158
4.15.2 FINANCIAMIENTO EN VALORES ABSOLUTOS Y RELATIVOS .....	158
CAPÍTULO V.....	160
ESTUDIO FINANCIERO.....	160
5.1 DETERMINACIÓN DE INGRESOS PROYECTADOS .....	160
5.2 DETERMINACIÓN DE LOS EGRESOS.....	163
5.3 COSTOS DE PRODUCCIÓN .....	163
5.3.1 Materia prima directa e insumos.....	163
5.3.2 Materia prima directa A Y B.....	163
5.3.3 Proyección de insumos a utilizar .....	164
5.3.5 Mano de obra directa.....	165
5.3.6 Proyección de la mano de obra directa .....	165
5.3.7 Costos generales de fabricación.....	165
5.3.7.1. Materia Prima Indirecta .....	166
5.3.7.2 Proyeccion de la Materia Prima Indirecta .....	166
5.3.7.3. Mano de Obra Indirecta.....	168

5.3.7.4. Proyecciones de Mano de Obra Indirecta .....	168
5.3.7.5. Otros Costos Indirectos de Fabricación.....	169
5.3.7.6. Proyecciones Otros Costos Indirectos de Fabricación .....	169
5.3.8 Resumen de los costos indirectos de fabricación.....	170
5.3.9 Resumen de costos de producción .....	170
5.4 GASTOS ADMINISTRATIVOS.....	171
5.4.1 Suministros de oficina.....	171
5.4.3 Sueldos del personal administrativo .....	171
5.4.3.1 Proyección sueldo del personal administrativo.....	171
5.4.4 Resumen de gastos administrativos.....	172
5.5 GASTOS DE VENTAS .....	172
5.5.1 Suministros y materiales de ventas .....	172
5.5.1.1 Proyección suministros y materiales de ventas .....	173
5.5.2 Publicidad .....	173
5.5.2.1 Publicidad – proyección .....	173
5.5.3 Resumen de gastos de ventas .....	173
5.6 GASTOS FINANCIEROS .....	174
5.6.1 Tabla amortización del crédito .....	174
5.7 DEPRECIACIÓN DE PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO .....	175
5.7.1 Tablas de depreciación .....	176
5.7.2 Resumen de depreciaciones.....	179
5.8 AMORTIZACIÓN ACTIVOS DIFERIDOS .....	180
5.9 PLAN DE CONTINGENCIA .....	180
5.10 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS.....	185
5.11 ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO .....	186
5.12 ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA .....	187
5.13 ANÁLISIS FINANCIERO .....	188

5.13.1 Costo de oportunidad .....	188
5.13.2 Tasa de rendimiento medio .....	189
5.13.3 Valor actual neto .....	190
5.13.4 Tasa interna del retorno (Tir).....	191
5.13.5 Relación costo beneficio.....	192
5.13.6 Período de recuperación de la inversión .....	193
5.13.7 Punto de equilibrio.....	195
5.15 Cuadro resumen.....	197
<b>CAPÍTULO VI.....</b>	<b>198</b>
<b>ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....</b>	<b>198</b>
<b>6.1 ASPECTO ESTRATÉGICO.....</b>	<b>198</b>
6.1.1 Objetivo.....	198
6.1.2 Nombre o razón social, tipo de empresa .....	198
6.1.3 Logotipo de la empresa.....	198
6.1.4 Eslogan de la empresa .....	199
6.1.5 Filosofía empresarial .....	199
6.1.5.1 Valores.....	199
6.1.5.2 Políticas empresariales.....	200
6.2 Estructura Administrativa .....	202
6.2.1 Simbología .....	202
6.2.3 Niveles estructurales .....	203
6.2.3.1 Nivel directivo.....	204
6.2.3.2 Nivel ejecutivo.....	204
6.2.3.4 Nivel operativo.....	204
6.3 MANUAL DE FUNCIONES.....	205
6.4 BASE LEGAL .....	215
6.4.1 Registro Único de Contribuyentes.....	215

6.4.1.1	Requisitos para obtener el RUC para Personas Naturales .....	215
6.4.2	Patente Municipal .....	216
6.4.2.1	Requisitos para obtener la patente municipal .....	216
6.4.3	Requisitos para obtener el permiso de funcionamiento de la empresa.....	216
6.4.4	Requisitos para obtener el permiso de funcionamiento de los bomberos.	217
<b>CAPÍTULO VII .....</b>		<b>218</b>
<b>IMPACTOS .....</b>		<b>218</b>
<b>7.1 ANÁLISIS DE IMPACTOS .....</b>		<b>218</b>
7.1.1	Impacto económico .....	219
7.1.2	Impacto Social .....	220
7.1.3	Impacto Ecológico .....	221
7.1.4	Resumen de posibles impactos.....	222
<b>CONCLUSIONES.....</b>		<b>223</b>
<b>RECOMENDACIONES .....</b>		<b>225</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA Y LINGÜÍSTICA.....</b>		<b>227</b>
<b>ANEXOS.....</b>		<b>229</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1: Indicadores del diagnóstico .....	38
Tabla N°2: Matriz de relación diagnóstica .....	39
Tabla N°3: Habitantes de la parroquia Natabuela .....	42
Tabla N°4: Habitantes que trabajan en carpintería .....	45
Tabla N°5: Personas que trabajan en confecciones .....	46
Tabla N°6: Población económicamente activa e inactiva.....	50
Tabla N°7: Población actual e índice de crecimiento poblacional .....	51
Tabla N° 8: Población actual por género .....	51
Tabla N° 9: Límites territoriales .....	52
Tabla N° 10: Organización administrativa parroquial .....	53
Tabla N° 11: Tasas arancelarias materia prima textil .....	55
Tabla N° 12: Matriz AOOD.....	57
Tabla N°13: Matriz de variables de estudio de mercado .....	95
Tabla N° 14: Población económicamente activa de la parroquia de Natabuela, ciudad de Ibarra y Atuntaquí.....	99
Tabla N° 15: Frecuencia de practicar deportes .....	101
Tabla N° 16: Importancia de usar ropa deportiva al ejercitarse.....	102
Tabla N° 17: Característica esperada en la ropa deportiva .....	103
Tabla N° 18: Razón de compra de ropa deportiva .....	104
Tabla N° 19: Prendas de vestir deportivas de preferencia .....	105
Tabla N° 20: Factores de decisión de comprar prenda deportiva .....	106
Tabla N° 21: Donde compra la ropa deportiva .....	107
Tabla N° 22: Precio frecuente por un calentador, camiseta, licra, bermuda.....	108
Tabla N° 23: Frecuencia de compra.....	111
Tabla N° 24: Medios de publicidad .....	114
Tabla N° 25: Satisfacción de calidad de ropa deportiva nacional .....	115

Tabla N° 26: Demanda potencial estimada anual por prenda deportiva.....	117
Tabla N° 27: Demanda proyectada por producto .....	117
Tabla N° 28: Oferta anual .....	118
Tabla N° 29: Locales entrevistados .....	119
Tabla N° 30: Proyección de la oferta a cinco años por prenda.....	120
Tabla N° 31: Análisis oferta – demanda calentadores .....	120
Tabla N°32: Análisis oferta – demanda bermudas .....	121
Tabla N°33: Análisis oferta – demanda licras .....	121
Tabla N° 34: Análisis oferta – demanda camisetas .....	122
Tabla N° 35: Análisis del precio .....	122
Tabla N° 36: Tasa de inflación promedio .....	123
Tabla N° 37: Proyección del precio por prenda.....	124
Tabla N° 38: Principales proveedores .....	131
Tabla N° 39: Fuentes de financiamiento.....	132
Tabla N° 40: Tiempo por proceso de producción por prenda.....	133
Tabla N° 41: Producción por periodo de tiempo .....	134
Tabla N° 42: Porcentajes de preferencia de prendas deportivas.....	134
Tabla N° 43: Simbología flujograma de procesos .....	135
Tabla N° 44: Flujograma de procesos de producción de ropa deportiva.....	136
Tabla N° 45: Maquinaria requerida para producción .....	139
Tabla N°46: Terreno .....	141
Tabla N° 47: Edificio .....	142
Tabla N° 48: Maquinaria .....	142
Tabla N° 49: Muebles y enseres .....	143
Tabla N° 50: Equipo de computación.....	143
Tabla N° 51: Equipo de oficina .....	143
Tabla N° 52: Insumos - Sillas .....	144



Tabla N° 53: Resumen de inversiones fijas .....	144
Tabla N° 54: Materia prima directa costo unitario .....	145
Tabla N° 55: Materia prima directa total dólares .....	145
Tabla N° 56: Mano de obra directa.....	146
Tabla N° 57: Materia prima indirecta - Hilo.....	146
Tabla N° 58: Materia prima indirecta – Otros materiales.....	147
Tabla N° 59: Materia prima indirecta –costo anual .....	147
Tabla N° 60: Resumen materia prima indirecta/mensual .....	149
Tabla N° 61: Mano de obra indirecta.....	149
Tabla N° 62: Asesoría tributaria – declaraciones mensuales.....	150
Tabla N° 63: Gasto mantenimiento maquinaria .....	150
Tabla N° 64: Resumen mano de obra indirecta .....	150
Tabla N° 65: Herramientas de costura .....	151
Tabla N° 66: Gasto servicios básicos .....	151
Tabla N° 67: Suministros de limpieza .....	152
Tabla N° 68: Depreciaciones .....	153
Tabla N° 69: Resumen otros costos indirectos de fabricación .....	154
Tabla N° 70: Resumen costos de producción .....	154
Tabla N° 71: Gastos de constitución e instalación .....	155
Tabla N° 72: Personal administrativo .....	155
Tabla N° 73: Suministros de oficina.....	155
Tabla N° 74: Resumen gastos administrativos .....	156
Tabla N° 75: Suministros y materiales de ventas .....	156
Tabla N° 76: Publicidad.....	156
Tabla N° 77: Resumen gasto de ventas .....	157
Tabla N° 78: Resumen capital de trabajo del proyecto .....	157
Tabla N° 79: Resumen de inversiones .....	158

Tabla N° 80: Recursos propios .....	158
Tabla N° 81: Fuentes de financiamiento.....	159
Tabla N° 82: Tiempo por proceso de producción por prenda.....	160
Tabla N° 83: Producción por periodo de tiempo .....	161
Tabla N° 84: Tasa de inflación promedio .....	162
Tabla N° 85: Proyección del precio por prenda.....	162
Tabla N° 86: Proyección del ingreso anual .....	163
Tabla N° 87: Materia Prima Directa A y B.....	164
Tabla N°88: Proyecciones Materia Prima Directa A y B .....	164
Tabla N° 89: Mano de Obra Directa.....	165
Tabla N° 90: Proyecciones Mano de Obra Directa.....	165
Tabla N° 91: Proyecciones Materia Prima Indirecta por Prenda.....	167
Tabla N° 92: Mano de Obra Indirecta .....	168
Tabla N° 93: Proyecciones Mano de Obra Indirecta .....	168
Tabla N° 94: Resumen otros costos indirectos de fabricación .....	169
Tabla N° 95: Proyección otros costos indirectos de fabricación .....	169
Tabla N° 96: Resumen costos indirectos de fabricación .....	170
Tabla N° 97: Resumen costos de producción .....	170
Tabla N° 98: Suministros de Oficina.....	171
Tabla N°99: Personal Administrativo.....	171
Tabla N° 100: Proyecciones personal administrativo.....	172
Tabla N° 101: Resumen gastos administrativos .....	172
Tabla N° 102: Suministros y materiales de ventas .....	172
Tabla N° 103: Suministros y materiales de ventas - proyecciones.....	173
Tabla N° 104: Publicidad.....	173
Tabla N° 105: Publicidad - proyección.....	173
Tabla N° 106: Resumen gasto de ventas – proyecciones .....	174

Tabla N° 107: Amortización del crédito .....	174
Tabla N° 108: Resumen de pago de credito anual .....	175
Tabla N° 109: Tabla de depreciación de activos fijos .....	176
Tabla N° 110: Depreciación edificio .....	176
Tabla N° 111: Depreciación maquinaria .....	177
Tabla N° 112: Depreciación equipo de computación .....	178
Tabla N° 113: Depreciación equipo de computación (cuarto año).....	178
Tabla N° 114: Depreciación muebles y enseres .....	179
Tabla N° 115: Resumen depreciaciones de activos .....	179
Tabla N° 116: Activos diferidos a cinco años .....	180
Tabla N° 117: Plan de contingencia especialización de la competencia en confección de ropa deportiva .....	181
Tabla N° 118: Plan de contingencia para el mercado informal que gana clientela .....	182
Tabla N° 119: Plan de contingencia para los obreros con falta de experiencia en la actividad textil .....	183
Tabla N° 120: Plan de contingencia para escasas de materia prima directa e indirecta.....	185
Tabla N° 121: Estado de resultados proyectado .....	186
Tabla N° 122: Estado de flujo de efectivo .....	187
Tabla N° 123: Estado de situación financiera.....	188
Tabla N° 124: Costo de oportunidad .....	189
Tabla N° 125: Flujos de caja anuales.....	190
Tabla N° 126: Tasa interna de retorno .....	192
Tabla N° 127: Beneficio Costo .....	193
Tabla N° 128: Recuperación inversión – Valor Real.....	194
Tabla N° 129: Recuperación inversión – Valor corriente.....	194
Tabla N° 130: Período concreto de recuperación de la inversión – Valor real .....	195

Tabla N° 131: Período concreto de recuperación de la inversión – Valor corriente .....	195
Tabla N° 132: Resumen indicadores financieros con sensibilidad del 3% .....	196
Tabla N° 133: Resumen indicadores financieros sin sensibilidad .....	197
Tabla N° 134: Simbología del organigrama estructural .....	202
Tabla N° 135: Gerente .....	205
Tabla N° 136: Secretaria .....	206
Tabla N° 137: Contador .....	207
Tabla N° 138: Diseñador .....	208
Tabla N° 139: Cortador .....	209
Tabla N° 140: Cosedores .....	210
Tabla N° 141: Verificador de calidad .....	211
Tabla N° 142: Bodeguero .....	212
Tabla N° 143: Persona de mantenimiento .....	213
Tabla N° 144 Matriz de valoración de impactos .....	218
Tabla N° 145: Impacto económico .....	219
Tabla N° 146: Impacto social .....	220
Tabla N° 147: Impacto ecológico .....	221

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N°1: Centro de educación inicial Daniel Pasquel.....	43
Gráfico N° 2: Escuela Daniel Pasquel .....	44
Gráfico N°3: Centro de formación artesanal “San José” .....	44
Gráfico N°4: Participacion de ciclismo .....	45
Gráfico N°5: Taller de carpinteria .....	46
Gráfico N°6: Taller textil y de confección.....	47
Gráfico N°7: Actividad agrícola y ganadera de subsistencia.....	47
Gráfico N°8: Construcción y albañilería .....	48
Gráfico N°9: Comercio minorista.....	48
Gráfico N°10: Quehaceres domésticos .....	49
Gráfico N°11: Organización administrativa junta parroquial.....	53
Gráfico N°12: Presidente junta parroquial Natabuela .....	54
Gráfico N°13: Método deductivo e inductivo.....	61
Gráfico N°14: Clasificación de las empresas .....	63
Gráfico N°15: Tipos de demanda .....	67
Gráfico N°16: Características de las prendas deportivas.....	85
Gráfico N°17: Beneficios de las NIIF.....	86
Gráfico N°18: Elementos de los estados financieros.....	86
Gráfico N°19: Clasificación de los gastos .....	90
Gráfico N°20: Elementos del costo de producción.....	91
Gráfico N°21: Materia prima directa e indirecta .....	92
Gráfico N°22: Mano de obra directa e indirecta.....	92
Gráfico N° 23: Frecuencia de practicar deportes.....	101
Gráfico N° 24: Importancia de usar ropa deportiva al ejercitarse .....	102
Gráfico N° 25: Característica esperada en la ropa deportiva.....	103
Gráfico N° 26: Razón de compra de ropa deportiva.....	104

Gráfico N° 27: Prendas de vestir deportivas de preferencia .....	105
Gráfico N° 28: Factores de decisión de comprar prenda deportiva .....	106
Gráfico N° 29: Donde compra la ropa deportiva .....	107
Gráfico N° 30: Precio de compra de un Calentador .....	109
Gráfico N° 31: Precio de compra de una camiseta .....	109
Gráfico N° 32: Precio de compra de una licra .....	110
Gráfico N° 33: Precio de compra de una bermuda .....	110
Gráfico N° 34: Frecuencia de compra calentadores .....	111
Gráfico N° 35: Frecuencia de compra camisetas .....	112
Gráfico N° 36: Frecuencia de compra licras .....	113
Gráfico N° 37: Frecuencia de compra bermudas .....	113
Gráfico N° 38: Medios de publicidad .....	114
Gráfico N° 39: Satisfacción de calidad de ropa deportiva nacional .....	116
Gráfico N°40: Canales de distribución .....	124
Gráfico N° 41: Macro – localización .....	128
Gráfico N° 42: Micro – localización.....	129
Gráfico N° 43: Distribución de la planta .....	130
Gráfico N°44: Proceso productivo.....	137
Gráfico N° 45: Logotipo empresarial .....	198
Gráfico N° 46:Filofía empresarial .....	199
Gráfico N° 47: Valores .....	200
Gráfico N° 48: Organigrama estructural.....	203
Gráfico N° 49: Niveles estructurales .....	203
Gráfico N°50: Estructura funcional .....	210
Gráfico N° 51: Base legal - requisitos .....	215
Gráfico N° 52: Requisitos para obtener RUC.....	215
Gráfico N° 53: Requisitos para obtener la patente municipal .....	216



## JUSTIFICACIÓN

Los habitantes de la parroquia de San Francisco de Natabuela perteneciente al cantón Antonio Ante han cultivado a través de los años la iniciativa por la práctica de diferentes ejercicios; inculcando así también a los niños y adolescentes de las familias a hacer deporte, por tanto es de gran importancia la realización de este estudio y ejecución del proyecto, para que permita a los habitantes de la zona contar con vestimenta adecuada al momento de ejercitarse, así mismo se pronostica que crecerá el mercado para este tipo de productos porque en nuestro país se incentiva cada vez la realización de actividades físicas.

En Natabuela se han establecido diversas fábricas textiles de las cuales, pocas son las industrias que producen prendas de vestir deportivas; presentándose así el problema de escasa oferta de atuendos adecuados para ejercicio; por tal motivo surge la necesidad de la creación de una empresa de confecciones de ropa deportiva apropiada para hombres y mujeres. La creación de esta fábrica de producción y comercialización tiene como finalidad proveer calentadores de calidad, a un precio conveniente y accesible; cubriendo de esta manera las necesidades de los pobladores de la parroquia y practicantes de ejercicio de otras ciudades que son posibles clientes. El presente estudio y proyecto beneficiará a los habitantes de Natabuela porque son posibles compradores de un producto de calidad y además se pretende usar mano de obra que se encuentra desempleada en la zona; también favorecerá a las personas de otros lugares; ya que se distribuirá a las ciudades cercanas en diferentes sitios expendedores de dichas prendas de vestir. Con la creación de esta fábrica de confección de ropa deportiva también nace el impacto ambiental; para evitar cualquier daño a la naturaleza se tomará las debidas medidas y precauciones para preservar el ecosistema.



## **OBJETIVOS**

### **Objetivo general**

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una fábrica de confección de ropa deportiva en la parroquia de Natabuela cantón Antonio Ante, provincia de Imbabura; mediante el uso de técnicas de investigación con el propósito de determinar si el proyecto es factible.

### **Objetivos específicos**

- Realizar el diagnóstico situacional mediante la descripción de la situación actual de la parroquia y su entorno; que permita determinar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, con la finalidad de establecer la oportunidad de inversión.
- Buscar la información teórica y científica mediante métodos de investigación que sustenten el presente estudio de factibilidad del proyecto.
- Elaborar un estudio de mercado a través de la identificación y análisis de la oferta, demanda, producto, precio, plaza, promoción y publicidad con el objetivo de determinar si existe o no demanda insatisfecha.
- Estructurar el estudio técnico del proyecto mediante la utilización de técnicas de investigación y proyecciones financieras con la finalidad de determinar la infraestructura, el tamaño óptimo del proyecto, la macro y micro localización, aspectos tecnológicos, procesos de producción, recursos necesarios, capacidad productiva y demás elementos que permitan establecer el valor que se invertirá en el presente proyecto.
- Formular un estudio económico aplicando indicadores financieros, técnicas, instrumentos y herramientas que permitan establecer la factibilidad del proyecto.
- Diseñar una propuesta de estructura organizacional y funcional para la constitución de la empresa por medio de la elaboración de un organigrama, planteamiento de misión,

visión, principios y valores con la finalidad de garantizar el adecuado funcionamiento del presente proyecto.

- Evaluar los posibles impactos que origine la gestión del proyecto en los ámbitos ecológico, social y económico; mediante una matriz de valoración con el propósito de mitigar los probables efectos negativos y potencializar efectos positivos del proyecto.

## **CAPÍTULO 1**

### **DIAGNÓSTICO SITUACIONAL**

#### **1.1 ANTECEDENTES**

(ORTIZ & ZAMORA, 2008) Las grandes empresas multinacionales controlan el sector textil en el mundo, muchas de estas tienen sus propias filiales en países del sur, y gran parte de sus proveedores suelen ser talleres de confección independientes. Desde los años 70 y 80, grandes marcas de ropa se han desplazado a los nuevos países industrializados de Asia y Centro América; China crece cada vez más en el sector textil con ventas al extranjero acaparando de esta manera el 75% del segmento a nivel internacional; este país reetiqueta muchas de las prendas que exporta; poniendo origen Español y Estadounidense: de esta manera logra introducir un producto falsificado en varios países y principalmente en México, y por ende China al no ser una economía de mercado, los precios de la ropa son mucho más bajos en comparación a la mexicana y resto de países. México tiene el 70% de la industria textil como microempresas, las cuales se enfocan en exportar a Estados Unidos en un 98%, el resto a Canadá, Italia, Suiza, Irlanda, Republica Dominicana y España.

(CRESPO, 2013) El sector textil del Ecuador es uno de los principales generadores de empleo en el país con más de 140 mil plazas de trabajo directo. De esta cantidad, más de 100 mil personas se encuentran concentrados en la parte de confección de la cadena productiva.

(JUNTA PARROQUIAL NATABUELA Y MUNICIPIO ATUNTAQUI, 2016) Natabuela fue fundada el 9 de noviembre de 1932. Es una parroquia rural perteneciente al cantón Antonio Ante de la Provincia de Imbabura, ubicada a 2,50 km de la capital provincial y a 174 km de la capital ecuatoriana. De acuerdo a su topografía,

aproximadamente se encuentra entre los 2360 y 4621 m.s.n.m. Natabuela limita al norte con San José de Chaltura, al oeste con la delimitación territorial de la cabecera cantonal de Antonio Ante, al este con San Antonio de Ibarra y al sur con las parroquias del Cantón Otavalo. En la actualidad está conformada por aproximadamente 6500 a 6700 personas entre mestizos e indígenas los mismos que están distribuidos en las diferentes comunidades del sector. Los mestizos comúnmente están ubicados en el centro de la parroquia y la población indígena está concentrada en los sectores periféricos. Muchos de los moradores dedican su tiempo y esfuerzo a actividades económicas como agricultura, ganadería, construcción, carpintería, comercio, quehaceres domésticos y confecciones textiles. La temperatura promedio anual es de 8oC en la parte alta y llega a 16oC en la parte baja.

En este lugar se tienen buenos hábitos alimenticios; un considerable porcentaje de habitantes de la parroquia cultivan y cosechan sus propios alimentos por tanto consumen productos saludables, En las comunidades que integran Natabuela y en las ciudades cercanas como Ibarra y Atuntaqui las personas practican varios deportes y optan por jugar partidos de básquet, fútbol y vóley en las distintas canchas con las que cuenta la parroquia; incluso las calles del sector son consideradas como rutas y vías para ciclistas y caminantes oriundos de las ciudades cercanas como Atuntaqui, Otavalo, Ibarra. Además en esta zona en contadas ocasiones se organizan competencias de ciclismo, vóley y caminatas; en las cuales participan los moradores y así como también personas de la parroquias y ciudades aledañas; También en el sector existe un club deportivo concurrido cada determinado periodo de tiempo por competidores y practicantes de distintos deportes que acuden a realizar entrenamientos y otras actividades de ejercicio; actualmente en Natabuela existen varias fábricas textiles de las cuales pocas son las industrias que se dedican exclusivamente a la producción de ropa deportiva.

## **1.2 OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO**

### **1.2.1 Objetivo general**

Realizar el diagnóstico situacional mediante la descripción de la situación actual de la parroquia y su entorno; y que así permita determinar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, con la finalidad de establecer la oportunidad de inversión.

### **1.2.2 Objetivos específicos**

- Analizar los aspectos socioeconómicos de la parroquia Natabuela.
- Estudiar el entorno y las actividades económicas que desarrollan los habitantes del sector.
- Analizar los aspectos demográficos.
- Identificar los aspectos geográficos.
- Reconocer las formas de organización administrativa del sector.
- Conocer la situación política relacionada con la creación del proyecto.

## **1.3 VARIABLES DIAGNÓSTICAS**

Variable es algo que está sometido a una situación de cambio en un futuro; sus aspectos principales es el ser inconstante e inestable. Una variable permite identificar un determinado elemento dentro de un grupo específico.

Con el objetivo de ofrecer una mayor comprensión se ha identificado las siguientes variables de gran importancia:

- Aspectos socioeconómicos
- Situación económica
- Aspectos demográficos
- Aspectos geográficos
- Organización administrativa
- Situación política

## 1.4 INDICADORES DEL DIAGNÓSTICO

Es un elemento o instrumento que sirve para medir aspectos de una variable. Permite conocer de manera objetiva los efectos que se producen en una determinada variable.

*Tabla N° 1: Indicadores del diagnóstico*

<b>INDICADORES DEL DIAGNÓSTICO</b>	
<b>ASPECTOS SOCIOECONÓMICOS</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Ingresos económicos por familia</li><li>• Servicios básicos</li><li>• Nivel de educación</li><li>• Costumbres y hábitos de hacer deporte</li></ul>
<b>SITUACIÓN ECONÓMICA</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>○ Tipos de empresas</li><li>○ Fuentes de empleo</li><li>○ Actividades económicas</li><li>○ Estabilidad económica por familia</li><li>✓ Población económicamente activa</li></ul>
<b>ASPECTOS DEMOGRÁFICOS</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Población actual</li><li>✓ Género </li><li>✓ Índices de crecimiento poblacional</li></ul>
<b>ASPECTOS GEOGRÁFICOS</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Límites geográficos</li><li>• Superficie</li><li>• Clima</li><li>• Altura</li><li>○ Normativas y políticas comunitarias</li></ul>
<b>ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>○ Formas de gestión y administración</li><li>○ Medios de comunicación comunitarios</li><li>✓ Régimen político parroquial</li></ul>
<b>SITUACIÓN POLÍTICA</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Objetivos del Plan Nacional del buen vivir</li><li>✓ Salvaguardias y tasas arancelarias</li></ul>

**Fuente:** Investigación de campo  
**Elaborado por:** La autora

## 1.5 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

Tabla N°2: Matriz de relación diagnóstica

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTES DE INFORMACIÓN	TÉCNICAS	INFORMANTE
Analizar los aspectos socioeconómicos de la parroquia de Natabuela cantón Antonio Ante.	Aspectos socioeconómicos	Ingresos económicos por familia	Secundaria	Investigación documental	GAD parroquial de Natabuela, INEC, páginas web.
		Servicios básicos			
		Nivel de educación	Primaria	Entrevista	
Estudiar el entorno y las actividades económicas que desarrollan los	Situación económica	Costumbres y hábitos de hacer deporte		Observación	GAD parroquial de Natabuela, páginas web.
		Tipos de empresas	Secundaria	Investigación documental	
		Fuentes de empleo			
		Actividades económicas	Primaria	Entrevista	

habitantes de la parroquia.				Observación	
Analizar los aspectos demográficos.	Aspectos demográficos	Población económicamente activa Población actual Población por genero Índices de crecimiento poblacional	Secundaria	Investigación documental	GAD parroquial de Natabuela e INEC
Identificar los aspectos geográficos de la parroquia	Aspectos geográficos	Límites geográficos Superficie Clima Altura	Secundaria	Investigación documental	GAD parroquial de Natabuela, páginas web.
			Primaria	Entrevista	



Reconocer las formas de organización administrativa del sector.	Organización administrativa	Normativas y políticas comunitarias Formas de gestión y administración Medios de comunicación comunitarios	Secundaria  Primaria	Investigación documental  Entrevista	GAD parroquial de Natabuela.
Conocer la situación política relacionada con la creación del proyecto.	Situación política	Régimen político parroquial Objetivos del Plan Nacional del buen vivir Salvaguardias y tasas arancelarias	Secundaria	Investigación documental	GAD parroquial de Natabuela, MIPRO, PLAN DE DESARROLLO ZONAL, SENAE, páginas web

**Fuente:** Investigación de campo  
**Elaborado por:** La autora

## 1.6 FUENTES DE INFORMACIÓN

Para realizar el diagnóstico situacional se ha requerido de la información de la Junta parroquial de San Francisco de Natabuela y del presidente de la misma, además información obtenida de observación directa.

## 1.7 DESARROLLO DE VARIABLES E INDICADORES

Para caracterizar el entorno de la parroquia Natabuela perteneciente al cantón Antonio Ante se emplea la metodología AOOR; la misma que se identifica mediante aliados, oponentes, oportunidades, riesgos examinando las variables utilizadas.

### 1.7.3 Aspectos socioeconómicos

De acuerdo a las proyecciones realizadas con la tasa de crecimiento poblacional para Imbabura (2,5% anual), proporcionada por el INEC; para el 2016 con los datos del censo del año 2010 se determina que la parroquia Natabuela perteneciente al cantón Antonio Ante está habitada por alrededor de 1270 familias y 6553 moradores de los cuales casi el 57% es la población económicamente activa; según últimos datos proporcionados por la junta parroquial San Francisco de Natabuela de acuerdo a las proyecciones del INEC para el año presente, de la localidad total un 40% son indígenas, 50% mestizos y un 10% pertenecen a otro grupo étnico.

Tabla N°3: Habitantes de la parroquia Natabuela

HABITANTES		CANTIDAD	
Total familias		1270	
Total habitantes		<b>6553</b>	
Niños y niñas menores de 5 años de edad		627	
Hombres y Mujeres menores de 18 años de edad		1996	
Hombres y Mujeres de 18 a 64 años de edad		3395	
Hombres y Mujeres mayores de 65 años de edad.		535	
<b>TOTAL MUJERES</b>	<b>3426</b>	<b>TOTAL HOMBRES</b>	<b>3127</b>

**Fuente:** Junta parroquial San Francisco Natabuela, proyección INEC 2016

**Elaborado por:** La autora

Según la información de la entrevista efectuada al presidente de la Junta Parroquial, se puede afirmar que los ingresos de cada familia provienen de trabajos de construcción con un pago semanal de 100 dólares.

También perciben ingresos por trabajos de carpintería en los distintos talleres y fabricas del sector cobran de acuerdo a la obra que hayan producido o en ocasiones por semana entre 80 a 100 dólares.

Varias mujeres de Natabuela trabajan en las fábricas textiles de Antonio Ante y reciben mensualmente un sueldo básico.

En lo referente a los servicios básicos la comunidad natabueleña es beneficiada con electricidad, agua potable, alcantarillado en gran porcentaje del sector, teléfono, internet, así como también cuentan con transporte de diferentes cooperativas de buses intercantonales e interprovinciales.

Al hablar sobre el nivel de educación, Natabuela cuenta con el centro de educación inicial y escuela Daniel Pasquel.



*Gráfico N°1:* Centro de educación inicial Daniel Pasquel

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

Al igual que cerca de esta institución se encuentra la escuela Daniel Pasquel.



*Gráfico N° 2:* Escuela Daniel Pasquel

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

Y también está el Centro de formación artesanal taller de “San José”.



*Gráfico N°3:* Centro de formación artesanal “San José”

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

Las personas de la parroquia y de otras parroquias y ciudades han cultivado en los últimos años la costumbre de hacer deporte ya sea por salud, distracción u otras razones; y los deportes más practicados en la zona son voley, ciclismo, fútbol y caminata.



*Gráfico N°4: Participación de ciclismo*

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

#### **1.7.4 Situación económica**

En la parroquia Natabuela una de las principales fuentes de ingreso y empleo para las familias y habitantes es la elaboración de todo tipo de muebles en madera; existen varios talleres y fábricas de carpintería en la zona.

*Tabla N°4: Habitantes que trabajan en carpintería*

N°	NOMBRE
1	Sr. Maximiliano Cisneros
2	Sr. Marcial Cisneros
3	Sr. Byron Lopez
4	Sr. Patricio Endara
5	Flia. Chasiquiza
6	Flia. Tugunbango

**Fuente:** Habitantes de Natabuela

**Elaborado por:** La autora



*Gráfico N°5: Taller de carpintería*

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

Existen en el sector fabricas y talleres textiles los cuales se dedican a producir diferentes tipos de ropa; son medianas y pequeñas empresas que son consideradas como fuentes de empleo para mujeres de la zona y de otras partes. Asi también las madres de familia trabajan como operarias y empleadas en las distintas industrias textiles de Antonio Ante.

*Tabla N°5: Personas que trabajan en confecciones*

N°	NOMBRE
1	Sra. Silvia Cisneros
2	Sra. Martha Jácome
3	Sra. Cecilia Endara
4	Sra. Mercedes Andrade
5	Sr. Mario Andrade

**Fuente:** Habitantes de la parroquia

**Elaborado por:** La autora



*Gráfico N°6: Taller textil y de confección*

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

En proporciones similares los habitantes de la parroquia se dedican a la crianza de algunos animales entre ellos ganado avícola, porcino, ovino, y el principal el vacuno. También se ocupan en la agricultura y cuidado de los terrenos, cultivos, cosechas, entre otras actividades. Una vez que se ha cosechado los productos el 25% de la producción total es consumido en los hogares y el 75% es vendido a compradores mayoristas y minoristas de los distintos mercados.



*Gráfico N°7: Actividad agrícola y ganadera de subsistencia*

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora



Un gran porcentaje de los pobladores de la parroquia se emplean en construcciones del mismo sector y también en obras de las ciudades contiguas; como obreros y albañiles, los mismos que perciben un pago diario, semanal y en determinadas ocasiones cuando se ha terminado el trabajo asignado.



*Gráfico N°8: Construcción y albañilería*

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora



*Gráfico N°9: Comercio minorista*

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora



En la actualidad las personas buscan una manera de subsistir y mantener a sus familias y en Natabuela no es diferentes muchas de las pobladores han optado por pequeños negocios de comercio a esta razón que el sector engloba una razonable variedad de tiendas de alimentos de consumo masivo y otros productos.



*Gráfico N°10: Quehaceres domésticos*

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

Un porcentaje de la población femenina de la parroquia ha optado por un trabajo informal como es realizar los quehaceres domésticos en diferentes hogares dentro y fuera de la parroquia así también en la Hostería Natabuela; las actividades más frecuentes son: arreglo de camas, barrida y trapeada de pisos, limpieza de muebles y baños, lavada de ropa y utensilios de la cocina, en algunas ocasiones preparación de comida (desayuno, almuerzo o merienda).

Un mínimo porcentaje de los habitantes de Natabuela se ocupa en diferentes actividades como trabajos en alguna institución, comercio informal en Ibarra, otro tipo de negocios dentro y fuera de la zona, prestación de servicios de transporte, entre otros.

En lo que se refiere a estabilidad económica de las familias y los habitantes pues varias personas sobreviven con el sueldo básico y beneficios de ley; otros tienen sus pequeñas

empresas ya sea de carpintería, textil o comercio logran cubrir en gran parte las necesidades personales y familiares generando fuentes de empleo a más gente; mientras que varios moradores que laboran en comercio informal y en la agricultura mientras no se coseche los productos para la venta subsisten con cantidades mínimas de dinero y consumen sus propios alimentos. Uno de los beneficios es que las familias constituidas no son demasiado grandes el promedio de integrantes por hogar oscila entre 4 y 6 individuos.

### 1.7.5 Aspectos demográficos

En la parroquia San Francisco de Natabuela tanto hombres como mujeres trabajan para sustentar el hogar y para cubrir las necesidades que se presentan día a día. Las personas que no laboran son los adultos mayores, niños, y en varios casos adolescentes y adultos por distintos motivos de estudios, cuidado de los hijos, entre otros.

*Tabla N°6: Población económicamente activa e inactiva*

<b>GENERO</b>	<b>PEA</b>	<b>PEI</b>	<b>TOTAL</b>
HOMBRES	69.87%	30.13%	100%
MUJERES	43.62%	56.38%	100%

**Fuente:** INEC censo 2010

**Elaborado por:** La autora

La población de la parroquia San Francisco de Natabuela de acuerdo al último censo realizado en el año 2010 por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos es de 5651 habitantes y según el dato otorgado por el INEC el crecimiento poblacional es de 2.5% anual. Se realizó la proyección de los últimos seis y se muestra el crecimiento poblacional por año en la siguiente tabla:

Tabla N°7: Población actual e índice de crecimiento poblacional

AÑO	N° PERSONAS	ÍNDICE		TOTAL ANUAL
		CRECIMIENTO POBLACIONAL		
2011	5651	2.5%	141	5792
2012	5792	2.5%	145	5937
2013	5937	2.5%	148	6085
2014	6085	2.5%	152	6237
2015	6237	2.5%	156	6393
2016	6393	2.5%	160	6553

Fuente: INEC censo 2010

Elaborado por: La autora

La población de la parroquia de Natabuela según el INEC estaba compuesta por 2719 hombres y 2932 mujeres en el año 2010. Por lo tanto para el cálculo de crecimiento poblacional de los últimos seis años se usó el mismo porcentaje de proyección de 2.5% anual para los dos géneros. Como se muestra en el siguiente cuadro:

Tabla N° 8: Población actual por género

AÑO	HOMBRES	ÍNDICE DE		TOTAL ANUAL	MUJERES	ÍNDICE DE		TOTAL ANUAL
		CRECIMIENTO				CRECIMIENTO		
2011	2719	2.5%	68	2787	2932	2.5%	73	3005
2012	2787	2.5%	70	2857	3005	2.5%	75	3080
2013	2857	2.5%	71	2928	3080	2.5%	77	3157
2014	2928	2.5%	73	3001	3157	2.5%	79	3236
2015	3001	2.5%	75	3076	3236	2.5%	81	3317
2016	3076	2.5%	77	3153	3317	2.5%	83	3400
<b>TOTAL HOMBRES AÑO 2016</b>				<b>3153</b>	<b>TOTAL MUJERES AÑO 2016</b>			<b>3400</b>
<b>TOTAL POBLACION HOMBRES Y MUJERES AÑO 2016</b>								<b>6553</b>

Fuente: INEC censo 2010

Elaborado por: La autora

### 1.7.6 Aspectos geográficos

Los límites geográficos de la parroquia San Francisco de Natabuela se encuentran así:

Tabla N° 9: Límites territoriales

<b>LÍMITES DE NATABUELA</b>	
NORTE	Parroquia San José de Chaltura
SUR	Parroquias cantón Otavalo en especial con san Pablo del lago
ESTE	Parroquia san Antonio de Ibarra
OESTE	Cabecera cantonal de Antonio Ante; Atuntaqui y Andrade Marín

**Fuente:** Junta parroquial San Francisco de Natabuela

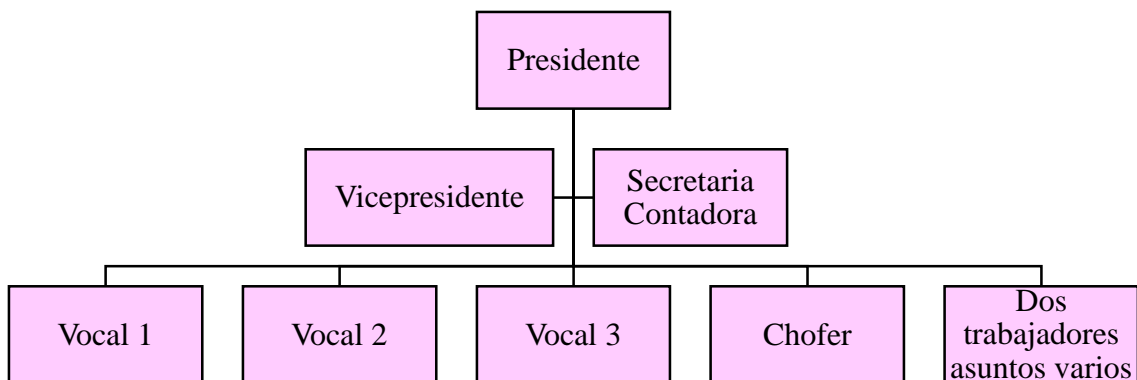
**Elaborado por:** La autora

Según la información proporcionada por el presidente de la junta parroquial de Natabuela la superficie total de este sector es de 14799 km<sup>2</sup> (Catorce mil setecientos noventa y nueve kilometro cuadrados). El clima de este lugar es frio en los páramos mismos que se encuentran de 3060 m.s.n.m hasta los 4621 m.s.n.m.y es templado desde los 2360 m.s.n.m hasta aproximadamente los 3060 m.s.n.m. La temperatura promedio anual en la parte alta es de 8°C y llega a 16°C en la parte baja. De acuerdo a la topografía Natabuela tiene una altura aproximada entre los 2360 y 4621 m.s.n.m, mientras que la cabecera cantonal al que pertenece esta parroquia se encuentra en 2420 m.s.n.m.

### 1.7.7 Organización administrativa

En el tema de organización administrativa, la junta parroquial en mención se encuentra organizada de la siguiente forma:

- **Junta Parroquial**



*Gráfico N°11: Organización administrativa junta parroquial*

**Fuente:** Junta Parroquial San Francisco de Natabuela

**Elaborado por:** La autora

- **Teniente Político**

*Tabla N° 10: Organización administrativa parroquial*

<b>CARGO</b>	<b>NOMBRE</b>
Presidente de la junta parroquial Natabuela	Sr. Jorge Siza
Vicepresidente de la junta parroquial Natabuela	Sra. Lucia Siza
Teniente político Natabuela	Sra. Lorena Ayala

**Fuente:** Junta Parroquial San Francisco de Natabuela

**Elaborado por:** La autora



*Gráfico N°12: Presidente junta parroquial Natabuela*

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

El presidente de la junta parroquial de San Francisco de Natabuela confirmó que la junta es el máximo organismo de la parroquia; que cuida y vela para que los proyectos del sector sigan adelante y se cumplan; conjuntamente con la ayuda del Municipio y del Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) de Antonio Ante, el GAD parroquial lo gobierna y dirige el presidente de la junta parroquial el Sr. Jorge Siza quien fue el legislativo más votado, él trabaja con su mano derecha la vicepresidenta de la junta la Sra. Lucia Siza y con cuatro personas una secretaria contadora y tres personas vocales. Esta administración está regida por el Código Orgánico de Organización Territorial y descentralización (COOTAD). Son encargados de planificar actividades para mejorar la calidad de vida de los habitantes; en ocasiones los moradores colaboran con mingas y participación en los distintos eventos deportivos, parroquialización, fiestas, actividades de la iglesia, entre otros. La junta parroquial de Natabuela incorporó medios de difusión como amplificaciones y parlantes en cada barrio con el propósito de informar a la comunidad las actividades a realizarse y medidas a implementar ante algún dilema

presentado en el pueblo. Las comunidades de Natabuela tienen distintas vías de acceso para la parte central y lugares periféricos.

### 1.7.8 Situación política

En referencia al aspecto político, el estado ecuatoriano en los últimos años ha establecido diferentes normativas para la creación de una microempresa así como también ha implementado en el país las salvaguardias las cuales tienen como objetivo principal proteger la producción y la economía nacional; así como también retribuir la pérdida en valor de exportaciones petroleras. Ecuador impuso esta medida debido a la depreciación del dólar con referencia a las monedas de los países vecinos.

(SENAE; 2016) Las salvaguardias rigen para aproximadamente un 40% de productos importados entre ellos están las telas y demás materiales para la producción textil. Las tasas arancelarias son administradas por el Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador, en marzo de año pasado el Comité de Comercio Exterior presento la resolución 11 mediante la cual se establece una sobretasa arancelaria de entre el 5% y el 45% para materias primas y otros. La aplicación de una salvaguardia implica un impacto en los gastos que debe hacer un importador para nacionalizar un producto (tela) debido a que es un arancel sobre otro. Según el COMEX las tasas arancelarias para materia prima textil son las siguientes:

*Tabla N° 11: Tasas arancelarias materia prima textil*

<b>DESCRIPCIÓN ARANCELARIA</b>	<b>SOBRETASA ARANCELARIA</b>
De lana o pelo fino	45%
De materia textil sintética o artificial	45%
De algodón	45%
Terciopelo y felpas por trama	5%
Hilos y otros materiales	5%

**Fuente:** Resolución N° 11-Comité del Comercio Exterior

**Elaborado por:** La autora

Actualmente en nuestro país los objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir plantean la equidad, el desarrollo integral, la revolución cultural, urbana, y del conocimiento, convirtiéndose así, en una guía que establece cambios para la mejora continua del Ecuador. El estado ecuatoriano a través del Plan Nacional del Buen Vivir busca garantizar el trabajo estable, justo y digno en su diversidad de formas permitiendo de esta manera tener estabilidad e igualmente protección de los derechos económicos y sociales de los trabajadores de las medianas y pequeñas empresas, además establece un sistema económico, solidario, sostenible; fomentando de esta forma la producción nacional así como un equilibrio que garantice los derechos, la transformación, la especialización productiva; también pretende asegurar el acceso a la participación política y pública generando la intervención de la ciudadanía en las decisiones para el sector por tanto el microempresario puede participar de las actividades de la comunidad cooperando al desarrollo parroquial; dichos objetivos asimismo se orientan a mejorar la calidad de vida de la población, beneficiando a los microempresarios ya que con la implementación de un nuevo proyecto se puede incrementar el bienestar socioeconómico de los habitantes de la parroquia por la generación de fuentes de empleo. En Natabuela las personas realizan diferentes actividades económicas para subsistir y mejorar su calidad de vida de acuerdo al Plan Nacional del Buen Vivir.

El Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia San Francisco de Natabuela es una institución independiente de manera administrativa, política y financiera; trabaja de manera conjunta con el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Antonio Ante; tiene como objetivo principal el desarrollo sustentable de la comunidad contribuyendo a la mejora de calidad de vida de los pobladores del sector.



## 1.8 DIAGNÓSTICO EXTERNO – MATRIZ AOOD

Tabla N° 12: Matriz AOOD

<b>ALIADOS</b>	<b>OPONENTES</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Clientes potenciales.</li><li>• Existencia de mano de obra capacitada a nivel local.</li><li>• Las instituciones estatales mediante la normativa establecida en el Plan Nacional del Buen Vivir que ampara el desarrollo de una industria que ofrece trabajo estable.</li><li>• Proveedores de maquinaria a precios cómodos dentro del país.</li><li>• Vías de acceso al sector en buen estado.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Falta de recursos económicos.</li><li>• Competencia a nivel parroquial y cantonal.</li><li>• Materias primas y materiales para la industria textil a costos muy elevados.</li><li>• Precio de mercado muy bajo para la ropa deportiva.</li><li>• Existencia de productos similares en el mercado, de menor calidad y precios muy bajos.</li></ul>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>RIESGOS</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Mercado insatisfecho.</li><li>• Instituciones financieras que brindan créditos solidarios para microempresas.</li><li>• Creación de alianza con pequeños talleres de la zona para que fabrique nuestro productos</li><li>• Maquinaria de calidad dentro del país para la confección.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Especialización de la competencia en confección de ropa deportiva</li><li>• Mercado informal que gana clientela</li><li>• Obreros con falta de experiencia en la actividad textil.</li><li>• Escases de materia prima directa e indirecta.</li></ul>

**Fuente:** Investigación directa  
**Elaborado por:** La autora

Para dar respuesta a los riesgos se elaboró un plan de contingencia en el estudio financiero, se determinó los costos para cada estrategia de mitigación del riesgo.

## **1.9 CRUCES ESTRATÉGICOS**

### **1.9.3 Aliados oponentes**

- Aprovechar la existencia de mano de obra capacitada a nivel parroquial y local, de esta manera se evitaría la creación de pequeños talleres de confección que son competencia dentro del sector.
- Ofrecer un servicio de calidad a los clientes potenciales para para fidelizarlos, generar valor y satisfacción en los mismos; impidiendo que acudan al mercado informal a encontrar productos similares de baja calidad y costo.

### **1.9.4 Aliados riesgos**

- Es importante conseguir mano de obra capacitada para la producción de ropa deportiva compitiendo de esta manera con la especialización de otros productores en este tipo de prendas.
- Emplear la mano de obra a nivel local para evitar que se conviertan en competencia de mercado informal.
- Contratar mano de obra capacitada para prevenir irregularidades por causa de obreros con falta de experiencia en la actividad textil.

### **1.9.5 Oportunidades oponentes**

- Cubrir el mercado insatisfecho en prendas de vestir deportivas disminuyendo de esta manera la competencia informal de productos similares de menor calidad y precio.
- Ante la falta de recursos económicos se puede aprovechar los créditos solidarios para microempresas que brindan varias alternativas con mayor facilidad de acceso que las instituciones financieras locales.
- Crear alianzas con los pequeños talleres del sector para que fabriquen nuestros productos y de esta manera evitar la competencia dentro de la misma parroquia.
- La problemática de materia prima y materiales textiles a costos muy elevados se puede atender con un microcrédito solidario de alguna institución financiera.

### **1.9.6 Oportunidad riesgo**

- La creación de alianzas con pequeños talleres de la parroquia podría evitar que varias mujeres produzcan lo mismo y salgan a venderlo a las calles de las ciudades cercanas creando así un mercado informal que también es competencia; ya que ofertan sus productos a menor precio a la sociedad.

- Aprovechar los créditos solidarios que brindan varias instituciones financieras para mejoras continuas de los procesos de producción; combatiendo de esta forma la competencia y su especialización en este tipo de prendas de vestir.
- Adquirir maquinaria de última tecnología y de calidad para crear productos de excelencia, así de esta manera poder competir con la especialización de otros productores textiles.

### **1.10 IDENTIFICACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN**

A través del análisis realizado en la parroquia San Francisco de Natabuela se logró conseguir información del sector; para conocer profundamente las actividades que se desempeñan a diario, la forma de organización parroquial y la mano de obra que existe para la creación de este proyecto. Luego de realizado el estudio de Aliados, Oponentes, Oportunidad, Riesgos y efectuada la observación del entorno se puede determinar que existe demanda de ropa deportiva así como también una mínima cantidad de industrias que producen este tipo de prendas; a esta razón se identifica la oportunidad para el presente proyecto, tomando en cuenta que la comercialización no sería únicamente a nivel parroquial sino también para diferentes lugares expendedores de ropa deportiva de Atuntaqui e Ibarra; ya que en estas ciudades se encuentra una localidad atrayente que tiene aceptación por dichas prendas de vestir y que se puede establecer como mercado meta.

Con el presente “Estudio de factibilidad para la creación de una fábrica de confección de ropa deportiva en la parroquia de Natabuela cantón Antonio Ante, provincia de Imbabura”, se pretende establecer la viabilidad del proyecto para que mediante su creación se resuelvan los problemas identificados en la realización del diagnóstico, fortaleciendo de esta manera las actividades económicas de la población.

## CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

En el presente capítulo se define las bases teóricas y científicas de rasgos relacionados con la temática de este proyecto, se detalla uno a uno los conceptos de gran importancia que se hallan en el desarrollo de los capítulos para un mayor entendimiento, tomando en cuenta las fuentes bibliográficas por medio de transcripciones textuales de diferentes autores y se contribuye con un análisis por cada concepto.

El marco teórico es uno de los capítulos más importantes de un estudio de investigación; radica en desarrollar la teoría que argumentará el proyecto con base al establecimiento del problema que se ha determinado.

### 2.1 OBJETIVO

Buscar la información teórica y científica mediante métodos de investigación que sustenten el presente estudio de factibilidad del proyecto.

### 2.2 METODOLOGÍA A UTILIZAR

<h2>Metodología</h2>	
<p><b>Inductivo:</b> este es uno de los métodos más utilizados en la investigación científica y del pensamiento, en tanto, su característica principal y distintiva es que a través de este se puede hacer conclusiones o teorías sobre diferentes aspectos a través del análisis de casos específicos. Este método consiste en ir de lo particular a lo general.</p> <p>El método inductivo se utilizará en el presente proyecto al momento de la realización de las encuestas a diferentes personas acerca de este proyecto se recopilará datos e información, los cuales se ampliarán y clasificarán con el fin de establecer una conclusión general.</p>	<p><b>Deductivo:</b> este método es usado para lograr obtener conclusiones sobre diversas cuestiones. La idea básica de este método es partir de ideas generales y con estas se deduce una serie de suposiciones que posterior se contrastan con información concreta de la realidad estudiada.</p> <p>Este método se utilizará para concluir diversos aspectos del proyecto, una idea general será apoyada por los hechos concretos y supuestos.</p>

*Gráfico N°13: Método deductivo e inductivo*

**Fuente:** (DEFINICIÓN ABC, 2007)

**Elaborado por:** La autora

## **2.3 ESTUDIO DE MERCADO**

*Es el punto de partida de la presentación detallada del proyecto, sirve para los análisis técnicos, financieros y económicos, abarca variables sociales así como económicas al mismo tiempo que recopila y analiza antecedentes para ver la convivencia de producir y atender una necesidad; a través de este se busca estimar la cantidad de bienes y servicios que la comunidad adquiriría a determinado precio.*(CÓRDOBA, 2011, pág. 52)

A partir del estudio de mercado se puede conocer el comportamiento y características de las fuerzas del mercado como son oferta, demanda, precio, plaza y promoción. En este proyecto se utilizara el estudio de mercado para conocer como está conformada la oferta y demanda mensual, el número de proveedores.

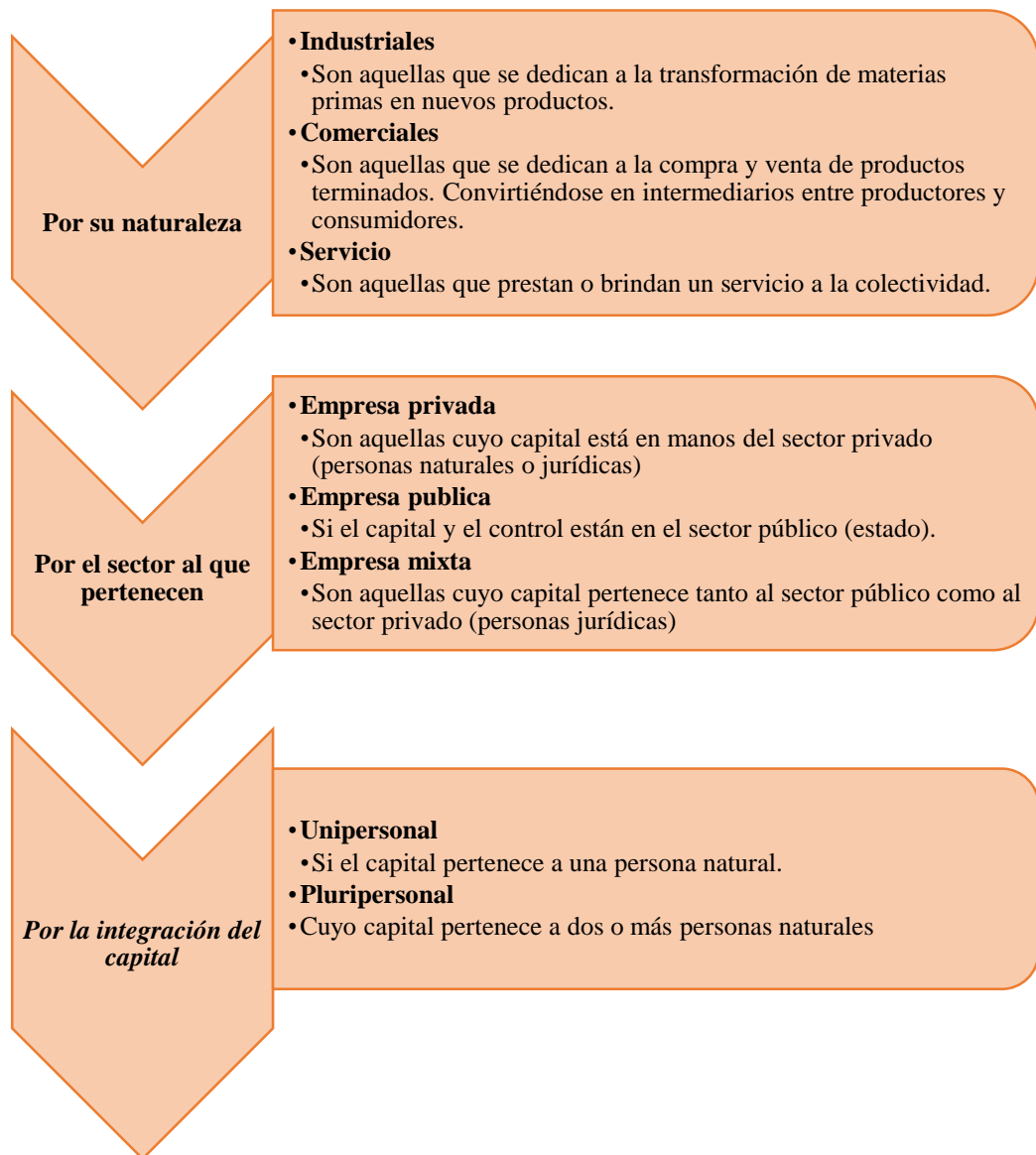
### **2.3.1 Empresa**

*“Empresa es todo ente económico cuyo esfuerzo se orienta a ofrecer a los clientes bienes y/o servicios que, al ser vendidos, producirán una renta que beneficia al empresario, al estado y a la sociedad en general”.* (ZAPATA, 2011, pág. 5)

La empresa es un ente económico que se desarrolla para la producción de bienes o prestación de servicios con la finalidad de obtener rentabilidad para los socios. El presente proyecto será una empresa que ofrecerá ropa deportiva, esperando generar beneficios económicos al empresario y fuentes de empleo a la comunidad.

### **2.3.2 Clasificación de las empresas**

*Existen algunos criterios para clasificar las empresas para efectos contables se consideran los siguientes:*



*Gráfico N°14: Clasificación de las empresas*

**Fuente:** (BRAVO, 2013, pág. 3)

**Elaborado por:** La autora

(BRAVO, 2013, pág. 3)

La clasificación de las empresas varía de acuerdo al capital que se invierta, a la actividad a la que se dedica y por la integración del capital si pertenece a una sola persona o más. De acuerdo a su clasificación tiene sus efectos contables. La propuesta organizacional de este proyecto será una empresa integrada por una persona natural no obligada a llevar contabilidad y es de tipo industrial.

### **2.3.3 Microempresa**

*“Aquella con planta de personal no superior de diez trabajadores y activos totales, excluida la vivienda, por valor inferior a quinientos salarios mínimos mensuales legales vigentes”.*(FIERRO MARTÍNEZ & FIERRO CELIS, 2015)

Una microempresa está integrada legalmente por un número máximo de diez trabajadores; y con un capital definido menor a quinientos salarios mínimos así también pueden ser comerciales o de servicios. Este proyecto se desarrolla para la creación de una microempresa productora de prendas de vestir adecuadas para la realización de actividades físicas.

### **2.3.4 Mercado**

*“El mercado es el punto de encuentro de oferentes con demandantes de un bien o servicio para llegar a acuerdos en relación con la calidad, la cantidad y el precio”.* (CÓRDOBA, 2011, pág. 52)

El mercado es el lugar donde se reúnen todos los oferentes para vender un determinado producto y acuden variedad de personas a adquirirlos. En este proyecto el mercado son las fábricas de la zona y los locales comerciales de Atuntaqui donde existen compradores y vendedores.

### **2.3.5 Oferta**

*“La oferta es una relación que muestra las cantidades de una mercancía que los vendedores estarían dispuestos a ofrecer para cada precio disponible durante un periodo de tiempo dado si todo lo demás permanece constante”.* (CÓRDOBA, 2011, pág. 72)



La oferta es todos los productos que los comerciantes ofrecen a los consumidores para una posible adquisición y compra, generando utilidades para la empresa. Esta fábrica productora ofrecerá a la sociedad parroquial y cantonal mercancía (ropa) a precios accesibles.

### **2.3.6 Ley de la Oferta**

*“La cantidad ofrecida de un bien varia directamente con su precio; es decir. A mayores precios menores cantidades ofrecidas, a menores precios menores cantidades ofrecidas”.*(CÓRDOBA, 2011, pág. 72)

La ley de la oferta se basa en los cambios del mercado ya que a mayor oferta menor demanda. La ley de la oferta se crea por los precios constantes del mercado a los cuales los productos de la empresa objeto de este proyecto deben regirse para mantener el grado de demanda esperado.

### **2.3.7 Demanda**

*“La demanda se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total), en un momento determinado”.*(CÓRDOBA, 2011, pág. 62)

La demanda es el número de productos que adquiere una persona, el mismo que se convierte en demandante y consumidor de los mismos. La demanda para la ropa deportiva de esta microempresa será habitantes de la parroquia y expendedores de las ciudades cercanas.

### 2.3.8 Tipos de demandas

Existen varios tipos de demanda, así:

<i>Demanda agregada</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <i>Consumo e inversión globales, es decir, del grado en bienes y servicios de una economía en un determinado período de tiempo.</i></li></ul>
<i>Demanda derivada</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <i>La que es consecuencia de otra demanda. Así la demanda de capitales y de mano de obra depende de la demanda final de bienes y servicios.</i></li></ul>
<i>Demanda elástica</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <i>Característica que tienen aquellos bienes cuya demanda se modifica de forma sustancial como consecuencia de cambios en el precio de dicho bien o cambios en la renta de los consumidores.</i></li></ul>
<i>Demanda inelástica</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <i>Demanda que se caracteriza porque la variación en el precio de un bien determinado apenas afecta a la variación de la cantidad demandada de ese bien, de forma que queda manifiesta la rigidez de su demanda. En ocasiones esta relación es incluso inexistente y entonces se habla de total rigidez de la demanda.</i></li></ul>
<i>Demanda exterior</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <i>Demanda de un país de bienes o servicios producidos en el extranjero.</i></li></ul>
<i>Demanda interna</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <i>Suma del consumo privado y del consumo público de bienes y servicios producidos en el propio país.</i></li></ul>

<b><i>Demanda monetaria</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Función que expresa la cantidad de riqueza que las personas y las empresas guardan en forma de dinero, renunciando así a gastarlo en bienes y servicios o a invertirlo en otros activos.</i></li> </ul>
<b><i>Demanda individual</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Refleja el comportamiento de un individuo o unidad consumidora en particular.</i></li> </ul>
<b><i>Demanda de mercado</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Refleja las preferencias del conjunto de individuos o unidades consumidoras respecto a un determinado bien o servicio. La demanda de mercado se obtiene de agregar para cada precio las cantidades requeridas que cada una de las unidades consumidoras demandaría.</i></li> </ul>

**Gráfico N°15:** Tipos de demanda  
**Fuente:** (CÓRDOBA, 2011, págs. 64-65)  
**Elaborado por:** La autora

(CÓRDOBA, 2011, págs. 64-65)

La demanda que se presenta en el mercado depende de diferentes factores como el tamaño, la ubicación, el producto, el servicio, entre otros. Este proyecto estará expuesto a diferentes tipos de demanda entre ellas la individual y de mercado.

### **2.3.9 Producción**

*El concepto de producción o productividad de la empresa debe estar planteado en términos de la capacidad de obtener utilidades y no solo definido por el área de fábrica, pues una empresa, si fabrica pero no vende, no será productiva realmente, o si tiene la capacidad instalada para fabricar, pero la administración no entrega los recursos, igualmente no será productiva.*(RINCÓN, 2011, pág. 12)

La producción de una empresa depende de varios factores como las personas, materia prima, tecnología y principalmente el recurso económico; una entidad depende de la producción y comercialización. Esta empresa contará con una cantidad pequeña de mano de obra y materia prima importada para su producción mensual de prendas de vestir.

### **2.3.10 Producción Textil**

*La industria textil y de la confección es una industria diversa y heterogénea que abarca un importante número de actividades, desde la transformación de fibras en hilo y tejido hasta la producción de una amplia gama de productos como hilo sintético de alta tecnología, artículos de lana, ropa de cama, filtros industriales, geotextiles, ropa y confección, etc.(COMISION EUROPEA, 2013, pág. [http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/textiles/index\\_es.htm](http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/textiles/index_es.htm))*

En este sitio web se expresa que la producción textil abarca una gama amplia de labores en relación a la transformación de telas. El producto de este proyecto es básicamente la elaboración de prendas de vestir deportivas.

### **2.3.11 Objetivos generales del sector textil.**

*El sector textil del Ecuador es uno de los principales generadores de empleo en el país con más de 140 mil plazas de trabajo directo. De esta cantidad, más de 100 mil personas se encuentran concentrados en la parte de confección de la cadena productiva. Las micro y pequeñas empresas son intensivas en la utilización de mano de obra. Sin embargo, ser fuentes masivas de empleos afecta sus costos de operación son los gastos derivados de la incorporación de mano de obra y prestaciones laborales. Las decisiones que las instancias del Estado tomen deben considerar la alta sensibilidad de este sector industrial a los cambios drásticos en materia laboral y salarial que se traducen en reducción de puestos de trabajo.(CRESPO, 2013, pág. [www.aite.com.ec](http://www.aite.com.ec))*

Un objetivo principal de la producción textil es la creación de beneficios para los empresarios y brindar aporte a la sociedad con la generación de fuentes de empleo. En el Ecuador esta rama ocupa a más de 100 mil personas como mano de obra en producción. Este proyecto tiene como finalidad determinar si es factible o no la creación del mismo en el mercado.

### **2.3.12 El producto**

*“Producto es la concertación del bien, cualquier cosa que pueda ofrecerse para satisfacer una necesidad o deseo. Abarca objetos físicos, servicios, personas, lugares, organizaciones e ideas”.* (CÓRDOBA, 2011, pág. 56)

Todo bien o servicio que es puesto y exhibido para su venta puede considerarse un producto; tienen diferentes características y cubren necesidades de las personas ya que tiene variedad de usos. El producto que básicamente producirá esta fábrica es calentadores, camisetas, bermudas y licras.

### **2.3.13 Ropa deportiva**

*La ropa de deporte o deportiva es ropa específicamente creada para la práctica de deporte, tanto por los materiales y tecnologías empleadas como por el diseño, proporcionando al deportista comodidad, seguridad y un mayor rendimiento. Además, la ropa de deporte es actualmente un producto de gran consumo y su uso va más allá de la práctica deportiva, habiéndose incorporado plenamente al mercado de la moda para uso casual o informal, alcanzando en ciertos casos el estatus de icono cultural.*(ARÉVALO, 2012, pág. <http://www.arevaloorejuelasrapatricia7am.blogspot.com>)

En el blog de Arévalo explica que las prendas de vestir deportivas son usadas para la práctica de diferentes actividades físicas, y que varían de diseños y composición ofreciendo a las personas un producto necesario al mismo tiempo cómodo. Este es el producto esencial que creará la microempresa textil.

### 2.3.14 Características de prendas deportivas.

*Las principales características de la ropa de deporte según son:*

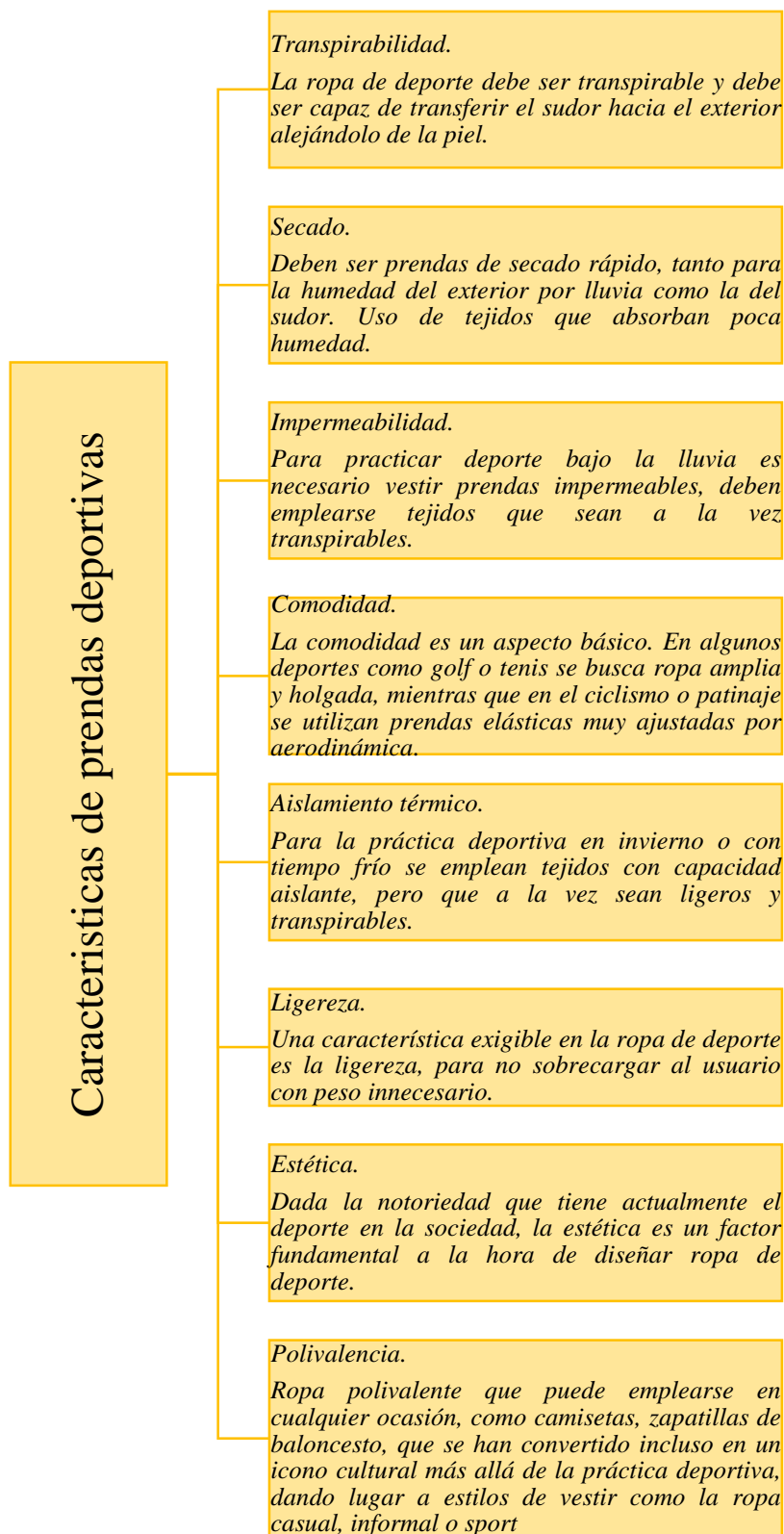


Gráfico N°16: Características de las prendas deportivas

**Fuente:** (ARÉVALO, 2012)

**Elaborado por:** La autora

(ARÉVALO, 2012, pág. <http://www.arevaloorejuelasrapatricia7am.blogspot.com>)

Una prenda de vestir entre algunas características importantes debe ser cómoda, transpirable y ligera. El producto que se elaborará será con dichas características y de calidad.

### **2.3.15 El Precio**

*“El precio es el regulador entre la oferta y la demanda, salvo cuando existe protección (aranceles, impuestos)”*. (CÓRDOBA, 2011, pág. 77)

“Cantidad de dinero que el consumidor está dispuesto a pagar, por la adquisición o utilización de un producto o servicio”.(OJEDA GARCÍA & MÁRMOL SINCLAIR, 2012)

El precio es el valor numérico que se establece para un determinado bien y este es cambiante de acuerdo a las características del mismo. El precio para la ropa deportiva que producirá la microempresa se establecerá en base a los costos incurridos para obtener el producto terminado.

### **2.3.16 Distribución**

*Distribución es la transferencia de un bien o servicio del productor al consumidor o usuario industrial. Las decisiones sobre el canal de distribución o comercialización se encuentran entre las más importantes que debe tomar la administración, pues afectan de manera directa a todas las demás decisiones de mercadotecnia.* (CÓRDOBA, 2011, pág. 78)

La distribución y el lugar donde serán expuestos los productos resultan relevantes. El lugar debe ser el preciso para que el producto permanezca en un entorno favorable para

así tener ventajas con la competencia y la localización óptima para la venta del mismo. Este producto se distribuirá a nivel parroquial, cantonal y local.

### **2.3.17 Promoción**

*La promoción es dar a conocer el producto al consumidor. Se debe persuadir a los clientes de que adquieran los artículos que satisfagan sus necesidades. Los productos no solo se promueven a través de los medios masivos de comunicación, también por medio de folletos, regalos y muestras, entre otros. Es necesario combinar estrategias de promoción para lograr los objetivos, incluyendo la promoción de ventas, la publicidad, las relaciones públicas, etcétera.*(FISCHER DE LA VEGA & ESPEJO CALLADO , 2013, pág. 17)

La promoción es la manera de que la empresa dé a conocer los productos o servicios a los clientes. Se debe convencer a las personas de adquirir un determinado producto o servicio para que así cubra una necesidad. Se promocionará las prendas deportivas de distintas maneras mediante la publicidad para dar a conocer el producto a los consumidores potenciales.

### **2.3.18 Canales de distribución**

*Los canales de distribución son todos los medios de los cuales se vale la mercadotecnia para hacer llegar los productos hasta el consumidor en las cantidades apropiadas en el momento oportuno y a los precios más convenientes para ambos. Son las distintas rutas o vías que la propiedad de los productos toma para acercarse cada vez más hacia el consumidor o usuario final de dichos productos.* (CÓRDOBA, 2011, pág. 79)



La empresa utiliza diferentes maneras para distribuir y vender sus productos y hacerlos llegar a diferentes consumidores potenciales. Son todas las rutas que sigue un producto hasta llegar a un cliente. Los medios para distribuir el producto de esta empresa serán varios con la finalidad de hacer llegar el producto a un consumidor final.

## **2.4 ESTUDIO TÉCNICO**

*“Investigación que consta de determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización optima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal”.* (BACA, 2013, pág. 6)

El estudio técnico se desarrolla a continuación del estudio de mercado y en que se establece los recursos necesarios a usarse para llevar a cabo la producción. Los recursos a utilizarse para desarrollar el proyecto serán varios como el tamaño, infraestructura, localización, entre otros.

### **2.4.1 Localización del proyecto**

*Es el análisis de las variables (factores) que determinan el lugar donde se genera y logra la máxima utilidad o el mismo costo. En general las decisiones de localización podrían catalogarse de infrecuentes. La decisión de localización no solo afecta a la nueva empresa, sino también a las que ya están funcionando.*(CÓRDOBA, 2011, pág. 112)

Después de un análisis detallado del entorno se establece la localización que tendrá el proyecto, misma que debe ser beneficiosa para la empresa y contar con acceso a servicios básicos. La microempresa estará localizada en la parroquia de Natabuela en la parte central.

#### **2.4.2 Macro localización**

*La macro localización de los proyectos se refiere a la ubicación de la macro zona dentro de la cual se establecerá un determinado proyecto. Esta tiene en cuenta aspectos sociales y nacionales de la planeación basándose en las condiciones regionales de la oferta y la demanda y en la infraestructura existente. (CÓRDOBA, 2011, pág. 119)*

La macro localización del proyecto es el sector en general donde se implementara la fábrica textil basándose en las condiciones regionales de la demanda y la oferta.

#### **2.4.3 Micro localización**

*“La micro localización indica cual es la mejor alternativa de instalación de un proyecto dentro de la macro zona elegida. La micro localización abarca la investigación y la comparación del costo y un estudio de costos para cada alternativa”.(CÓRDOBA, 2011, pág. 121)*

La micro localización es escoger un lugar preciso (terreno) dentro de la macro localización, en donde se ubicará definitivamente la empresa textilera.

#### **2.4.4 Tamaño del proyecto**

*“Se define como capacidad de producción al volumen o número de unidades que se pueden producir en un día, mes o año, dependiendo del tipo de proyecto que se está formulando”. (CÓRDOBA, 2011, pág. 107)*

El tamaño de un proyecto no es otra cosa que la capacidad productiva que tiene una empresa mientras funciona en el mercado. El tamaño de este proyecto depende de algunas variables como el capital, el espacio, la necesidad, entre otras.

#### **2.4.5 Proyecto de inversión**

*Proyecto de inversión es una propuesta técnica y económica para resolver un problema de la sociedad utilizando los recursos humanos, materiales y tecnológicos disponibles mediante un documento escrito que comprende una serie de estudios que permiten al inversionista saber si es viable su realización.*(CÓRDOBA, 2011, pág. Introducción)

Un proyecto de inversión se crea en el momento que existe un problema en la sociedad, para este se realiza un previo estudio para considerarlo como rentable o no para un inversionista. Para el presente proyecto se realizará la inversión económica en infraestructura, materia prima, talento humano y tecnológico.

#### **2.4.6 Inversión**

*Es el consumo de un bien o derecho que se destina a una actividad específica con la esperanza de obtener beneficios presentes o futuros. Esta puede ser el tiempo, el dinero, el uso de una máquina, el conocimiento, la materia prima, el uso de la propiedad, planta y equipo, entre otros.*(RINCÓN, 2011, pág. 11)

Una inversión es un capital que se usa para la adquisición de un determinado bien, el cual debe producir para que se genere en un futuro la devolución de dicha inversión. El capital a invertirse destinado para la creación de este proyecto se determinará de acuerdo a los costos que se deban incurrir en su creación.

#### **2.4.7 Proceso de producción**

*“El proceso de producción se define como la fase en que una serie de materiales o insumos son transformados en productos manufacturados mediante la participación de la tecnología, los materiales y las fuerzas de trabajo”.* (PADILLA, 2011, pág. 123)

Un proceso de producción es toda actividad que realiza una empresa para transformar una determinada materia prima en un producto terminado. Este es desarrollado mediante recursos tecnológicos y humanos. Los procesos de producción de la ropa deportiva podrán realizarse de acuerdo a la disposición de mano de obra, maquinaria, capital y materia prima.

#### **2.4.8 Maquinaria**

*El concepto de máquina comprende a todos aquellos conjuntos de elementos o instalaciones que transforman energía con vista a una función productiva principal o auxiliar. Es común a las máquinas el poseer en algún punto o zona concentraciones de energía cinética de elementos en movimientos u otras formas de energía (eléctrica, neumática, etc.).*(MINISTERIO, 2013, págs. <http://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/2012/10/NT-26-M%C3%A1quinas.-Resguardos-de-Protecci%C3%B3n.pdf>)

Es todo instrumento u objeto que sirve para producir mercancía y necesita de supervisión humana para funcionar de manera correcta. En esta microempresa textil la maquinaria principal a utilizarse sería máquina recta, overlock, recubridora, bordadora, industrial, entre otras.

## **2.5 ESTUDIO FINANCIERO**

*“Ordenamiento y sistematización de la información de carácter monetario y elaboración de los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica”.*(BACA, 2013, pág. 6)

El estudio financiero permite organizar los datos para determinar cuál será la cantidad de recursos económicos para invertir en el proyecto a realizarse.

### **2.5.1 Estados financieros**

*“Los estados financieros son aquellos que de forma obligada tiene que emitir cualquier entidad para evaluar sus operaciones y tomar decisiones”.*(CELAYA, 2013, pág. 136)

Toda entidad ya sea grande, mediana o pequeña está obligada a elaborar y presentar cada determinado periodo contable los estados financieros correspondientes para realizar el registro adecuado. Esta empresa presentara estado de situación financiera, estado de resultados y estado de flujo de efectivo.

### **2.5.2 Estado de Situación financiera**

*Es estado de situación financiera, también conocido como balance general, presenta en un mismo reporte, la información necesaria para tomar las decisiones en las áreas de inversión y financiamiento. Dicho estado incluye en el mismo informe ambos aspectos, pues se basa en la idea de que los recursos con que cuenta el negocio deben corresponderse directamente con las fuentes necesarias para adquirirlos.*(GUAJARDO CANTÚ & ANDRADE DE GUAJARDO, 2014, pág. 48)

*Es un estado que refleja la situación financiera que guarda una empresa en un momento dado, no evalúa resultados, sino que manifiesta la posición que se tiene, que tan favorable es la situación en una fecha determinada, que por lo regular es el final del año.*(IZAR, 2013, pág. 15)

Este es el principal estado financiero que permite a los directivos de la empresa interpretar y analizar los resultados de la situación en la que se encuentra la compañía; para poder tomar futuras decisiones de mejora continua en los procesos de producción y comercialización.

### **2.5.3 Estado de resultados**

*El estado de resultados, pretende determinar el monto por el cual los ingresos contables difieren de los gastos contables. Al remanente se le llama resultado, que puede ser positivo o negativo, si es positivo se conoce como utilidad y si es negativo se determina pérdida*”.(GUAJARDO CANTÚ & ANDRADE DE GUAJARDO, 2014, pág. 46)

*“Es un reporte de un periodo determinado de operaciones en el cual se plasman los resultados económicos que ha tenido la empresa”*.(IZAR, 2013, pág. 17)

El estado de resultados es el que determina el total de ventas, costos y gastos que se han incurrido en un periodo contable de una empresa; así como también establece la utilidad neta obtenida por cada lapso de tiempo.

#### **2.5.4 Estado de flujo de efectivo**

*“Es un estado útil para analizar si se cuenta con la disponibilidad los ingresos suficientes para efectuar los pagos que se tiene comprometidos en un periodo dado”.*(IZAR, 2013, pág. 18)

*Es el estado de flujos de efectivo, anteriormente denominado estado de cambios de la situación financiera, a diferencia del estado de resultados, es un informe que desglosa los cambios de la situación financiera de un periodo a otro e incluye, de alguna forma, las entradas y salidas de efectivo para determinar el cambio en esta partida. La cual es un factor decisivo al evaluar la liquidez de un negocio. La formulación para determinar los cambios de la situación financiera, expresada en términos de efectivo.*(GUAJARDO CANTÚ & ANDRADE DE GUAJARDO, 2014, pág. 49)

Mediante el estado de flujo de efectivo es posible realizar el análisis detalladamente de los cambios ocurridos en la situación financiera de la empresa, tanto de ingresos y egresos económicos.

#### **2.5.5 Estado de evolución de patrimonio**

*“Parte de la premisa de presentar los aumentos y disminuciones que experimentan las cuentas de capital contable”.* (CELAYA, 2013, pág. 142)

#### **2.5.6 Indicadores financieros**

*“Los indicadores financieros son datos económicos que permiten definir alguna situación histórica, presente o futura de la empresa o negocio”.*(RINCÓN, 2011, pág. 5)

Los indicadores son datos financieros que permiten establecer situaciones históricas y futuras de la microempresa.

### **2.5.7 Valor Actual Neto (VAN)**

*El VAN es el método más conocido, mejor y generalmente aceptado por los evaluadores de proyectos. Mide el excedente resultante después de obtener la rentabilidad deseada o exigida y después de recuperar toda la inversión. Para ello, calcula el valor actual de todos los flujos futuros de caja, proyectados a partir del primer periodo de operación, y le resta la inversión total expresada en el momento cero. (SAPAG, 2011, pág. 300)*

$$VAN= <Inversión>+sumatoria FC/(1+li)^n$$

$$FC= \text{Flujos de caja proyectados}$$

$$I= \text{Tasa de redescuento}$$

$$N= \text{Tiempo u horizonte de vida útil del proyecto o inversión. (SAPAG, 2011, pág. 300)}$$

A través de este valor numérico se llega a conocer los beneficios reales que genera un determinado proyecto frente a su capital de inversión. Mediante el cálculo del Valor actual neto se definirá los beneficios futuros que generara el presente proyecto.

### **2.5.8 Tasa interna del retorno (TIR)**

*“Es la tasa de descuento que iguala el valor de los desembolsos previstos (inversiones) con el valor de los flujos de tesorería esperados, ambos actualizados”. (DÍAZ, 2011, pág. 70)*



Este indicador financiero muestra en porcentajes si el proyecto resulta factible o no. El TIR se lo consigue cuando el VAN de los flujos futuros del proyecto queda en cero. A través del cálculo de la tasa interna del retorno se establecerá si este proyecto a plantearse es factible o no.

### **2.5.9 Periodo de recuperación**

*“El periodo de recuperación de la inversión es el tercer criterio más usado para evaluar el proyecto y tiene por objeto medir en cuanto tiempo se recupera la inversión, incluyendo el costo del capital involucrado”.* (SAPAG, 2011, pág. 307)

El periodo de recuperación tiene la finalidad de dar a conocer el tiempo en años en el cual una persona recupera el capital invertido y empieza a generar utilidades; se resta de los flujos netos anuales descontados del valor de inversión, hasta que se iguale o exceda al mismo. Después de haber realizado la inversión se realiza el cálculo de periodo de recuperación para determinar en cuanto tiempo se puede recuperar el capital y costo usado para este proyecto.

### **2.5.10 Costo Beneficio**

*“La relación costo beneficio compara el valor actual neto de los beneficios proyectados con el valor actual neto de los costos incluida la inversión”.* (SAPAG, 2011, pág. 307)

El costo beneficio es utilizado para demostrar como retornan los ingresos en función de los egresos; usando los ingresos y egresos proyectados en los flujos de caja para su establecimiento.

### **2.5.11 Punto de equilibrio**

*“El punto de equilibrio también llamado punto crítico, es el nivel de producción dentro del cual los ingresos que resultan de las ventas son exactamente necesarios para cubrir los costos de producción, administración y ventas”.*(LEXUS, 2013, pág. 459)

Esta es una herramienta muy útil, que se presenta en el volumen de ventas; ayuda a tener un ingreso que se igual a los costos totales que intervienen en la producción de la ropa deportiva. En este proyecto se calculara el punto de equilibrio para determinar cuál es el punto en el que el volumen de ventas se mantendrá equilibrado con el nivel de costos y gastos.

## **2.6 ESTUDIO ORGANIZACIONAL**

El estudio organizacional se basa en definir la estructura administrativa, se debe tener en cuenta que esta responde a una visión estratégica de la empresa en el mercado y en su propio interior.

En el presente proyecto se establece la estructura administrativa de la microempresa para tener en cuenta la visión futura en el mercado de la misma.

### **2.6.1 Organización**

*“Organización es una herramienta o medio que los individuos utilizan para coordinar sus acciones con el propósito de obtener algo que desean o valoran, es decir, para alcanzar sus metas”.*(GARETH, 2013, pág. 2)

A través de la organización la gerencia puede delegar de manera distributiva las distintas actividades de trabajo a los empleados de la compañía. Se establecerá reglamentos organizacionales para mantener la coordinación y lograr el alcance de metas.

### **2.6.2 Organigrama**

*“Es la representación gráfica de la estructura orgánica de una organización o bien de alguna de sus áreas, que muestra que unidades administrativas la integran y sus respectivas relaciones, niveles jerárquicos, canales formales de comunicación, líneas de autoridad, supervisión y asesoría”.*(FRANKLIN, 2014, pág. 198)

Mediante un organigrama estructural se puede determinar las áreas administrativas y niveles jerárquicos. Esto es muy útil para determinar la estructura funcional de la empresa.

### **2.6.3 Misión**

*“Este enunciado sirve a la organización como guía o marco de referencia para orientar sus acciones y enlazar lo deseado con lo posible”.*(FRANKLIN, 2014, pág. 198)

La misión establecida por el presente proyecto será en referencia a los objetivos planteados.

### **2.6.4 Visión**

*“La visión es una descripción de lo que quiere ser la empresa y, en términos generales, de lo que quiere lograr en última instancia”.*(HITT, IRELAND, & HOSKISSON, 2015, pág. 19)

La visión será creada pensando en lo que se quiere lograr a futuro para este proyecto.

### **2.6.5 Principios**

*“Los principios hablan de todo aquello en lo que se está dispuesto a transigir, como la ética y la honestidad”.* (CHIAVENATO & SAPIRO, 2011, pág. 79)

Los principios de la entidad serán planteados de acuerdo a lo que se espera represente este proyecto para la sociedad.

### **2.6.6 Valores**

*“Los valores de la organización corresponden a sus atributos y las virtudes apreciadas, como la práctica de la transparencia, el respeto a la diversidad, la cultura de la calidad o el respeto al medio ambiente”.*(CHIAVENATO & SAPIRO, 2011, pág. 79)

Las virtudes y buenas prácticas son llamadas valores institucionales, así como el respeto a la diversidad.

## **2.7 CONTABILIDAD**

*“La técnica fundamental de toda actividad económica que opera por medio de un sistema dinámico de control e información que se sustenta tanto en un marco teórico, como en normas internacionales”.*(ZAPATA, 2011, pág. 8)

Contabilidad es una técnica que brinda instrumentos esenciales para manejar información contable y datos de manera ordenada con la única finalidad de tomar las decisiones más convenientes de acuerdo a la situación económica de la empresa en un periodo determinado. La contabilidad para este proyecto es de gran importancia ya que para cada microempresa es una obligación de ley presentar periódicamente estados financieros.

### **2.7.1 Concepto de contabilidad según las Niif**

*“La contabilidad se identifica como una herramienta de gestión empresarial, que resume las actividades comerciales de una entidad a través de Estados Financieros para tomar decisiones efectivas”.* (CHARCO, 2015, págs. <http://www.facilcontabilidad.com/las-niif-cambian-el-concepto-de-contabilidad/>)

### **2.7.2 Proceso Contable**

*“El proceso contable es el ciclo mediante el cual las transacciones de una empresa son registradas y resumidas para la obtención de los Estados Financieros”.* (SCRIBD, 2016, págs. <https://es.scribd.com/doc/22873791/PROCESO-CONTABLE>)

### **2.7.3 Concepto de NIIF**

*“Las Normas Internacionales de Información Financiera son el conjunto de estándares internacionales de contabilidad que establecen los requisitos de reconocimiento, medición, presentación e información a revelar acerca de las transacciones y hechos económicos que afectan a una entidad y que se reflejan en los estados financieros”.* (NIIF, 2012)

Las Normas Internacionales de Información Financiera son un manual que determinan la manera en que se debe presentar los estados financieros de una empresa.

### **2.7.4 Beneficios de las NIIF**

*La adopción de las NIIF ofrece una oportunidad para mejorar la función financiera a través de una mayor consistencia en las políticas contables, obteniendo beneficios*

potenciales de mayor transparencia, incremento en la comparabilidad y mejora en la eficiencia. Entre otros podemos destacar:



Gráfico N°17: Beneficios de las NIIF

Fuente: NIIF 2012

Elaborado por: La autora

(NIIF, 2012)

### 2.7.5 Elementos de los estados financieros según las Niff

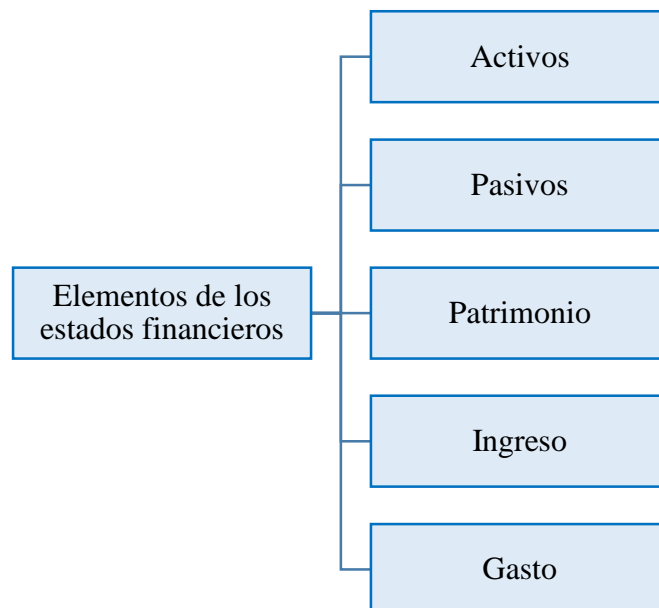


Gráfico N°18: Elementos de los estados financieros

Fuente: Internet – Willingran Charco - 2015

Elaborado por: La autora

(CHARCO, 2015, págs. <http://www.facilcontabilidad.com/elementos-que-conforman-los-estados-financieros/>)

### **2.7.6 Operaciones comerciales**

*“Denominadas también transacciones mercantiles, constituyen el intercambio de bienes, valores y servicios entre dos partes, con el objeto de satisfacer las necesidades de la colectividad”.*(BRAVO, 2011, pág. 4)

Las operaciones comerciales son todas aquellas actividades de intercambio de productos, servicios y pagos que realiza una empresa en un periodo contable. La empresa realizara distintos tipos de transacciones comerciales registrándolas en libros diarios y asientos contables.

### **2.7.7 Activo**

*“Son todos los valores, bienes y derechos de propiedad de la empresa”.*(BRAVO, 2011, pág. 4)

Un activo significa todo aquello que tiene valor económico y representativo para la empresa; puede ser tangible o intangible. Un activo para este proyecto sería la maquinaria, la infraestructura, entre otros

### **2.7.8 Pasivo**

*“Son todas las obligaciones o deudas de la empresa con terceras personas o los derechos de terceras personas sobre la propiedad o activo de la empresa”.*(BRAVO, 2011, pág. 5)

Un pasivo constituye todas las deudas u obligaciones contraídas por la empresa para una posible cancelación futura. Un pasivo se podría determinar para este proyecto como deuda del crédito financiero.

### **2.7.9 Patrimonio**

*“Es el derecho del propietario o propietarios sobre el activo de la empresa”.*(BRAVO, 2011, pág. 5)

El patrimonio son los recursos reales con los que cuenta la empresa, aportaciones de los socios o accionistas; también es el resultado de la disminución del pasivo al activo. El patrimonio del proyecto estaría basado en el capital efectivo con el que cuente la empresa.

### **2.7.10 Ingreso**

*“Los ingresos son aquellos derivados de actividades propias del giro de la entidad”.*(CELAYA, 2013, pág. 141)

Un ingreso es la entrada de dinero que recibe una empresa a cambio de un determinado bien o servicio. Un ingreso económico para el proyecto estaría basado en el dinero del crédito financiero.

### **2.7.11 Gasto**

*“Los gastos tienen su origen, normalmente, en la adquisición por parte de la empresa de los servicios que necesita para alcanzar sus objetivos y funcionar normalmente”.*(MUÑOZ, 2011, pág. 53)

Mediante el gasto la empresa cubre sus diversas necesidades, obligaciones y deudas. Los gastos del proyecto se determinarían de acuerdo a las necesidades presentadas para la creación de la fábrica.



### **2.7.12 Depreciación según las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF)**

*“Es la disminución o pérdida de valor material o funcional de un activo tangible motivada por la decadencia física, por el deterioro o merma en la vida de servicios de los bienes, cuyo desgaste no se ha cubierto con las reparaciones o con los reemplazos adecuados”.* (FLÓREZ SÁNCHEZ, 2014)

La depreciación de acuerdo a las NIIF es la pérdida de valor de los activos fijos, creada por el deterioro y desgaste del bien con el transcurso de un determinado período de tiempo.

### **2.7.13 Depreciación según la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno (LORTI)**

*“La depreciación de los activos fijos se realizará de acuerdo a la naturaleza de los bienes, a la duración de su vida útil y la técnica contable. Para que este gasto sea deducible, no podrá superar los siguientes porcentajes:*

- a) Inmuebles (excepto terrenos), naves, aeronaves, barcas y similares 5% anual.*
- b) Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles 10% anual.*
- c) Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil 20% anual.*
- d) Equipos de cómputo y software 33% anual”.*

(REGLAMENTO PARA APLICACIÓN LORTI, 2014)

Cada activo fijo se deprecia de manera diferente, los años de vida útil varía de acuerdo al bien, el deterioro depende de varios aspectos entre ellos está el uso y el mantenimiento que cada entidad preste a los bienes.

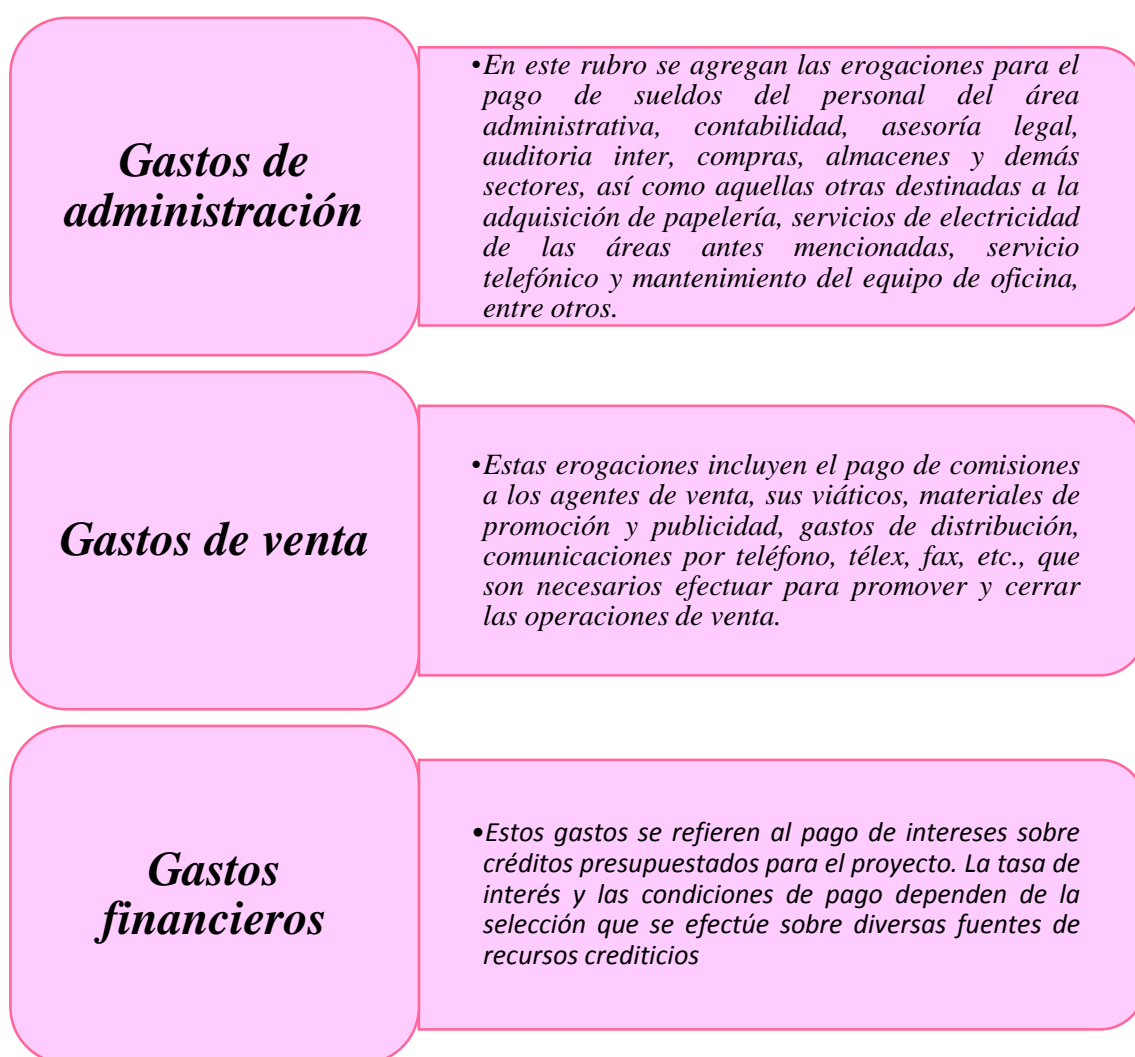
### **2.7.14 Depreciación de propiedad, planta y equipo según NIIF**

*“Las partidas de propiedades, planta y equipo se miden al costo menos la depreciación acumulada y cualquier pérdida por deterioro del valor acumulada. La depreciación se*

*carga para distribuir el costo de los activos menos sus valores residuales a lo largo de su vida útil estimada, aplicando el método lineal. Los terrenos tienen una vida útil indefinida y por lo tanto no se deprecian". (NIIF17, 2009)*

Para el cálculo de la depreciación se utiliza diferentes métodos; entre ellos está el lineal que distribuye el costo de los activos fijos y resta los valores residuales a lo largo del tiempo de vida útil del bien; los terrenos no se someten a depreciación por el hecho de que tiene vida útil indefinida.

### **2.7.15 Clasificación de los gastos**



**Gráfico N°19: Clasificación de los gastos**

**Fuente:** (ARAUJO, 2013, págs. 109-110)

**Elaborado por:** La autora

(ARAUJO, 2013, págs. 109-110)

Los gastos se clasifican para los departamentos administrativo, de ventas y financiero. Los gastos administrativos son aquellos realizados para el funcionamiento de la empresa; los de ventas son todos lo relacionados a este departamento y para mantener el orden del mismo finalmente los financieros que son los incurridos para la obtención de recursos económicos. A medida que se cree la fábrica se generaran los gastos de cada tipo como administrativos, de ventas y financieros.

### 2.7.16 Costo

*“El valor monetario de los recursos que se entregan o prometen entregar a cambio de bienes o servicios que se adquieren”.*(GARCÍA, 2013, pág. 9)

Un costo es un valor económico que interviene para consumos de la empresa ya sea en producción u otra actividad. Un costo de este proyecto representa toda inversión que será recuperable en un determinado periodo de tiempo.

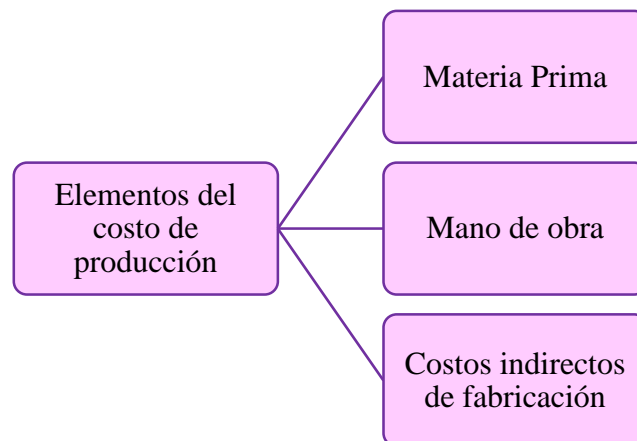


Gráfico N°20: Elementos del costo de producción

Fuente: Costos para PyME – Carlos Augusto Soto 2011

Elaborado por: La autora

### 2.7.17 Elementos del costo de producción

*Los costos incurridos en el área funcional de fábrica, reconocidos como los elementos del costo son:*

### **a. Materiales**

*En esta cuenta se registra el valor de las materias primas o materiales utilizados en el proceso de fabricación de los bienes destinados para la venta, La materia prima está dividida en:*

#### ***Materia prima directa***

*Son las materias primas que guardan una relación directa con el producto, bien sea por la fácil asignación o lo relevante de su valor.*

#### ***Materia prima indirecta***

*Son las materias primas que no guardan relación directa con el producto o cuya asignación a cada unidad de producto es compleja.*

**Gráfico N°21: Materia prima directa e indirecta**

**Fuente:** Costos para PyME – Carlos Augusto Soto 2011

**Elaborado por:** La autora

#### ***Personal directo***

*Es la fuerza laboral que esta físicamente relacionada con el proceso de fabricación del producto.*



#### ***Personal indirecto***

*Es aquella que está ubicada en la fábrica pero no se puede asociar razonablemente al proceso productivo, porque no está físicamente relacionada con el proceso del producto.*

**Gráfico N°22: Mano de obra directa e indirecta**

**Fuente:** Costos para PyME – Carlos Augusto Soto 2011

**Elaborado por:** La autora

### **b. Personal.**

*Esfuerzo del trabajo humano que se aplica a la elaboración del producto. Se divide en:*

### ***c. Costos indirectos de fabricación***

*Los costos indirectos son todos los costos de fábrica que no se pueden asociar directamente con el producto o es complejo asociarlos con precisión. Los costos indirectos son asignados al producto por prorratio a cada orden de fabricación.*(RINCÓN, 2011, págs. 38-39)

Los tres principales elementos del costo son materia prima, mano de obra (directa e indirecta) y costos indirectos de fabricación. Estos costos incurren de manera directa en la producción de los bienes a comercializar.

Para el desarrollo del presente proyecto se utilizara mano de obra capacitada que preferencialmente sea del mismo sector donde estará ubicada la fábrica, materia prima importada y materiales demás que incurran en la producción de las prendas deportivas.

## **2.8 IMPACTOS**

*“Un impacto es el resultado de un proyecto empresarial”.*(ARBOLEDA, 2013, pág. 398)

Los impactos son posibles efectos que pueden presentarse después de haber establecido una empresa o fábrica, estos pueden afectar socialmente y al entorno. Este proyecto podría presentar impactos positivos en el aspecto social ya que brindara fuentes de empleo a los moradores de la parroquia.

## **CAPÍTULO III**

### **ESTUDIO DE MERCADO**

#### **3.1 INTRODUCCIÓN**

Actualmente se evidencia un consumo notable de ropa deportiva por la importancia que se da a la práctica de actividades físicas y vida saludable, el ministerio de deporte incentiva a los ecuatorianos a participar en competencias deportivas de diferentes disciplinas; debido a esto se crea un mercado potencial al cual podría cubrirse con la implementación del presente proyecto.

El presente estudio tiene como objetivo identificar oportunidades de comercialización de ropa deportiva así como también estudiar los canales de distribución, precios promedio, proveedores, competencia y determinar los medios de publicidad más efectivos para promocionar el producto. Además mediante un análisis se determinará el comportamiento de los posibles consumidores y su nivel de compra.

#### **3.2 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO**

##### **3.2.1 Objetivo general**

Elaborar un estudio de mercado a través de la identificación y análisis de la oferta, demanda, producto, precio, plaza, promoción y publicidad con el objetivo de determinar si existe o no demanda insatisfecha.

##### **3.2.2 Objetivos específicos**

- Establecer las características del producto.
- Estudiar la oferta de ropa deportiva.
- Analizar la demanda existente para prendas de vestir deportivas.
- Analizar los precios más convenientes para los diferentes artículos deportivos que elaborará la empresa.
- Identificar los canales de comercialización; así como los lugares adecuados para la venta del producto.
- Identificar los medios masivos de publicidad para anunciar y promocionar el producto.

### 3.3 MATRIZ DE VARIABLES DE ESTUDIO DE MERCADO

Tabla N°13: Matriz de variables de estudio de mercado

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLES	INDICADORES	INSTRUMENTOS	FUENTE
Establecer las características del producto.	Producto	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Características del producto.</li> <li>• Productos similares.</li> <li>• Productos complementarios.</li> <li>• Valor agregado del producto</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encuesta</li> <li>• Investigación documental</li> </ul>	<p>Primaria</p> <p>Secundaria (Consumidores)</p>
Estudiar la oferta de ropa deportiva.	Oferta	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estudio de la competencia.</li> <li>• Oferta actual</li> <li>• Cantidad de ropa deportiva existente en el mercado</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrevista</li> </ul>	<p>Primaria (Competidores)</p>
Analizar la demanda existente para prendas de vestir deportivas.	Demanda	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gustos y preferencias.</li> <li>• Demanda insatisfecha</li> <li>• Nivel de compra</li> <li>• Frecuencia de compra</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encuesta</li> </ul>	<p>(Consumidores)</p>

Analizar los precios más convenientes para los diferentes artículos deportivos que elaborará la empresa.	Precios	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Factores de fijación del precio.</li> <li>• Precio promedio de mercado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encuesta</li> </ul>	Primaria (Consumidores y competidores)
Identificar los canales de comercialización; así como los lugares adecuados para la venta del producto.	Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Canales de distribución.</li> <li>• Formas de distribución.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encuesta</li> </ul>	Primaria (Consumidores y competidores)
Identificar los medios masivos de publicidad para anunciar y promocionar el producto.	Publicidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Puntos de venta.</li> <li>• Estrategias de marketing</li> <li>• Medios publicitarios</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encuesta</li> </ul>	Primaria (Consumidores y competidores)

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora



### **3.4 IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO**

La ropa deportiva brinda comodidad a las personas y les permite realizar actividades físicas de la mejor manera. Este proyecto tiene como finalidad ofrecer calentadores deportivos y camisetas tanto para hombres como para mujeres; con diseños exclusivos, calidad inigualable y a precios accesibles, de tal manera que cubra las necesidades de los clientes.

#### **3.4.1 Características del producto**

Las características de los productos a comercializar son las siguientes:

##### **Prendas de vestir:**

Fabricados en tela lycra algodón y vioto, confeccionados con máquinas industriales, modelos llanos, estampados y estampados.

Las principales prendas de vestir deportivas a fabricarse son las siguientes:

- a) Calentadores
- b) Camisetas
- c) Licras
- d) Bermudas

#### **3.4.2 Ventajas de la ropa deportiva**

Las prendas de vestir deportivas ayudan en gran parte para la realización de actividades físicas, ya que facilitan la movilidad del cuerpo; evitando de esta manera lesiones y riesgos para las personas que las usan. Entre las ventajas que tiene la ropa deportiva están las siguientes: comodidad, ligereza, absorción, entre otros.

### **3.5 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO**

El segmento de mercado al cual está dirigido el producto del presente proyecto es hombres y mujeres que gustan de usar prendas de vestir deportivas para la realización de actividad física o simplemente por preferencia.

### **3.5.1 Variables de segmentación**

Para determinar el segmento de mercado, se analizaron las siguientes variables:

- **Segmentación geográfica:**

Para investigar el mercado de la fábrica de confección de ropa deportiva se ha tomado en cuenta para la comercialización del producto la parroquia de Natabuela y las ciudades de Ibarra y Atuntaqui.

- **Segmentación demográfica**

El segmento de mercado demográfico para la fábrica de confección de ropa deportiva se basa en la Población Económicamente Activa (PEA) de la parroquia y de las ciudades de Atuntaqui e Ibarra, que se realiza la proyección con la tasa de crecimiento anual del 2.5% para Imbabura según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), la PEA de la zona urbana de Natabuela para el 2016 es 1706, para Ibarra es 46938 y para Atuntaqui es 8211.

- **Estilos de vida**

La población imbabureña practica deporte y buenos hábitos alimenticios, sin excepción de los habitantes de la ciudad de Ibarra, Atuntaqui y parroquia de Natabuela, se consideran un segmento de mercado al estilo de vida ya que muchas de estas personas para practicar deportes usan distintas prendas de vestir deportivas.

### **3.5.2 Mercado meta**

El mercado meta del presente proyecto son los hombres y mujeres de la zona urbana de la parroquia Natabuela 1706, de la ciudad de Ibarra 46938 y Atuntaqui 8211; que tienen ingresos económicos considerados como población económicamente activa y que

practican deportes o simplemente les gusta usar prendas de vestir deportivas por sus diferentes ventajas.

### 3.6 POBLACIÓN Y MUESTRA

#### 3.6.1 Población

Para el desarrollo del presente proyecto se tomó en cuenta la población económicamente activa de la parroquia de Natabuela, que es el lugar donde se ubicará la fábrica y de la ciudad de Ibarra y Atuntaqui que son los lugares clave de distribución del producto.

*Tabla N° 14:* Población económicamente activa de la parroquia de Natabuela, ciudad de Ibarra y Atuntaqui.

CANTÓN	LUGAR DE COMERCIALIZACIÓN	PEA 2016	PORCENTAJE
ANTONIO	NATABUELA	1706	3%
ANTE	ATUNTAQUI	8211	14.44%
IBARRA	IBARRA	46938	82.56%
<b>TOTAL PEA</b>		<b>56855</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Censo INEC 2010-proyección 2.5% al 2016.  
**Elaborado por:** La autora

#### 3.6.2 Muestra

Con el cálculo de la fórmula se determinará la cantidad de población que servirá de muestra para la realización de las encuestas y el desarrollo del proyecto.

#### 3.6.3 Formula de la muestra

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

#### Simbología:

n= Tamaño de la muestra

N= Tamaño de la población

e= Error máximo admisible del tamaño de la muestra (0,05)

$\delta$ = Desviación estándar (0,5)

Z= Nivel de confianza (1,96)

**Datos:**

n= Tamaño de la muestra

N= 56855

e= 0,05

$\delta$ = 0,5

Z= 1,96

$$n = \frac{56855*(0,25)*(1,96)^2}{[(56855-1)*(0,025)] + (0,25)*(1,96)^2}$$

n= 382

n= 382 encuestas

### 3.7 TECNICAS E INSTRUMENTOS

#### 3.7.1 Entrevista

Una entrevista es una técnica periodística, que se lleva a cabo con una o más personas con la finalidad de tratar un determinado tema y obtener la información deseada.

Se entrevistó a varios de los oferentes de la parroquia de Natabuela y dueños de locales comerciales de ropa deportiva de Ibarra y Atuntaqui.

#### 3.7.2 Encuesta

Una encuesta es un cuestionario que sirve para recolectar datos o establecer una opinión sobre un determinado tema.

Se realizó una encuesta y se la aplico a los posibles clientes y demandantes de ropa deportiva; de Natabuela, Ibarra y Atuntaqui.

### 3.8 TABULACIÓN Y ANÁLISIS

#### 3.8.1 Resultados y análisis de la encuesta

##### 1.- ¿Con qué frecuencia practica deportes?

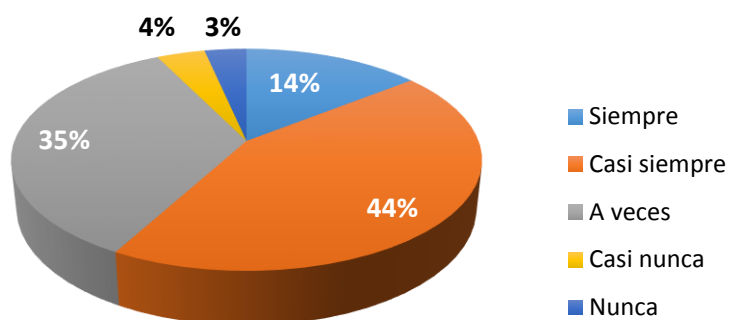
Tabla N° 15: Frecuencia de practicar deportes

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	54	14%
Casi siempre	167	44%
A veces	133	35%
Casi nunca	15	4%
Nunca	13	3%
<b>TOTAL</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación directa – Encuesta demanda y PEA de Natabuela, Atuntaqui e Ibarra, Mayo 2016  
**Elaborado por:** La autora

Gráfico N° 23: Frecuencia de practicar deportes

#### FRECUENCIA PRÁCTICA DE DEPORTES



**Fuente:** Encuesta a PEA de Natabuela, Atuntaqui e Ibarra, Mayo 2016  
**Elaborado por:** La autora

#### Análisis:

Un 44% y 35% de las personas encuestadas hacen deporte casi siempre y a veces, respectivamente; un menor porcentaje representa a las personas que siempre practican actividad física, en un mínimo porcentaje están quienes casi no practican deportes. Esto se debe a que en la actualidad en nuestro país se incentiva cada vez a la realización de deportes y a mantener una buena nutrición. Este resultado contribuye de manera positiva

para el presente proyecto porque mientras más ecuatorianos practiquen ejercicio físico más productos se comercializarán.

## 2.- ¿Considera importante usar ropa deportiva al momento de ejercitarse?

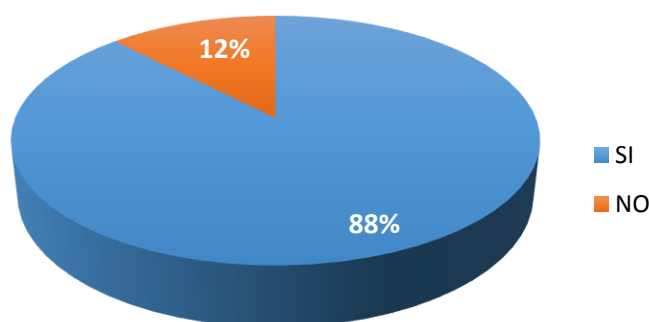
Tabla N° 16: Importancia de usar ropa deportiva al ejercitarse

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	335	88%
NO	47	12%
<b>TOTAL</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación directa – Encuesta demanda y PEA de Natabuela, Atuntaqui e Ibarra, Mayo 2016  
**Elaborado por:** La autora

Gráfico N° 24: Importancia de usar ropa deportiva al ejercitarse

### IMPORTANCIA USO ROPA DEPORTIVA



**Fuente:** Investigación directa – Encuesta demanda y PEA de Natabuela, Atuntaqui e Ibarra, Mayo 2016  
**Elaborado por:** La autora

### Análisis:

La gran parte de la población respondió está de acuerdo en que es de suma importancia la realización de deportes con la ropa adecuada para tener comodidad y evitar lesiones; mientras que un porcentaje mínimo de encuestado no estaban de acuerdo en que eran necesarias las prendas de vestir deportivas para realizar actividades físicas.

Este resultado es beneficioso para el presente proyecto ya que ha servido para reconocer que la mayor parte de la población, como lo es el 88%; considera importante y necesario usar ropa deportiva al momento de ejercitarse.

### 3.- ¿Qué característica principalmente usted espera que tenga una prenda deportiva?

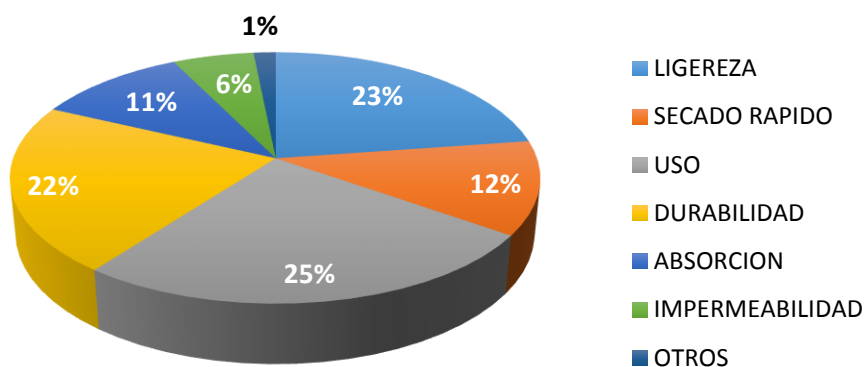
Tabla N° 17: Característica esperada en la ropa deportiva

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
LIGEREZA	86	23%
SECADO RAPIDO	46	12%
USO	98	26%
DURABILIDAD	83	22%
ABSORCION	41	11%
IMPERMEABILIDAD	22	6%
OTROS	6	2%
<b>TOTAL</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación directa – Encuesta demanda y PEA de Natabuela, Atuntaqui e Ibarra, Mayo 2016  
**Elaborado por:** La autora

Gráfico N° 25: Característica esperada en la ropa deportiva

### CARACTERÍSTICAS ROPA DEPORTIVA



**Fuente:** Investigación directa – Encuesta demanda y PEA de Natabuela, Atuntaqui e Ibarra, Mayo 2016  
**Elaborado por:** La autora

### Análisis:

En cuanto a las características que las personas esperan de una prenda de vestir deportiva; en porcentajes similares como 25, 23 y 22% respectivamente respondieron que la característica principal es la de poder usar la prenda, ligereza y durabilidad; otras personas esperan que una prenda sea de secado rápido, absorción, impermeabilidad y en otras características se refirieron a que la ropa deportiva debe ser cómoda, suave y tener un buen terminado. Este resultado servirá para saber qué características esencialmente deben tener las prendas deportivas a elaborarse y que materiales se deben utilizar para cumplir con las expectativas de los posibles consumidores.

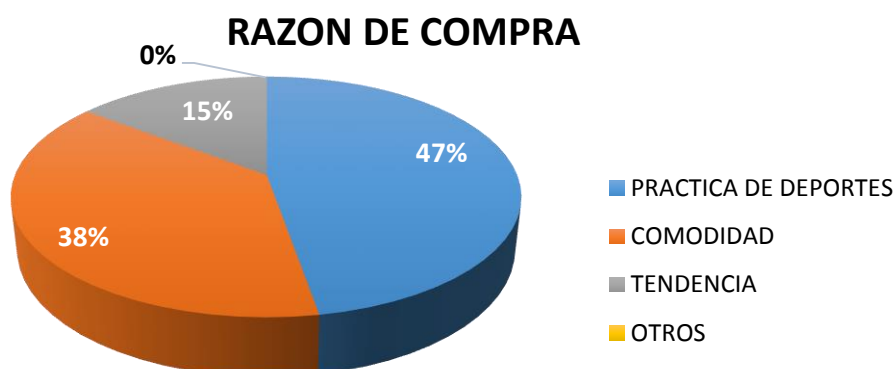
#### 4.- ¿Cuál es la razón principal por la que compra ropa deportiva?

Tabla N° 18: Razón de compra de ropa deportiva

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
PRACTICA DE DEPORTES	181	47%
COMODIDAD	146	38%
TENDENCIA	55	15%
OTROS	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación directa – Encuesta demanda y PEA de Natabuela, Atuntaqui e Ibarra, Mayo 2016  
Elaborado por: La autora

Gráfico N° 26: Razón de compra de ropa deportiva



Fuente: Investigación directa – Encuesta demanda y PEA de Natabuela, Atuntaqui e Ibarra, Mayo 2016  
Elaborado por: La autora



### Análisis:

Gran parte de los encuestados que es el 47% adquieren la ropa deportiva por práctica de ejercicio físico y por la comodidad que brindan estas prendas para el uso diario; menos personas usan ropa deportiva únicamente por tendencia de la moda.

Los porcentajes permiten conocer la razón principal por la cual las personas adquieren prendas de vestir deportivas; este resultado aporta para el desarrollo del proyecto, ya que mientras las personas utilicen ropa deportiva por uso casual, tendencia o por practica de actividad física; existirá demanda y por ende se podrá llevar a cabo la creación de la fábrica textil.

### 5.- De las siguientes prendas de vestir deportivas ¿Cuál prefiere usted adquirir?

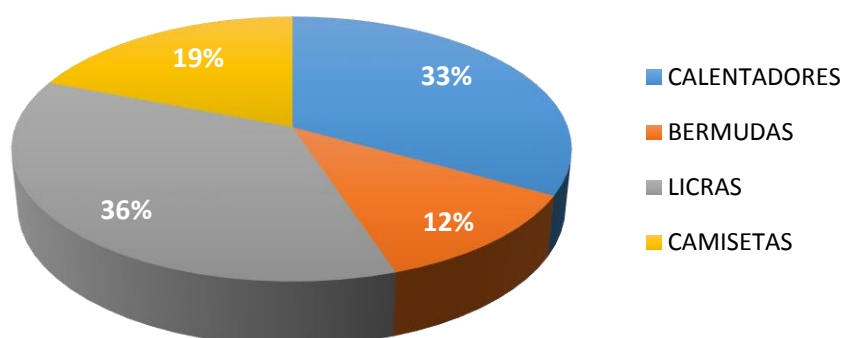
Tabla N° 19: Prendas de vestir deportivas de preferencia

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
CALENTADORES	127	33%
BERMUDAS	45	12%
LICRAS	137	36%
CAMISSETAS	73	19%
<b>TOTAL</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación directa – Encuesta demanda y PEA de Natabuela, Atuntaqui e Ibarra, Mayo 2016  
**Elaborado por:** La autora

Gráfico N° 27: Prendas de vestir deportivas de preferencia

### ROPA DEPORTIVA DE PREFERENCIA



**Fuente:** Investigación directa – Encuesta demanda y PEA de Natabuela, Atuntaqui e Ibarra, Mayo 2016  
**Elaborado por:** La autora

### Análisis:

Gran parte de la población prefieren adquirir calentadores y licras; en un menor porcentaje las personas compran bermudas así también camisetas. Este resultado sirve para el proyecto ya que este se enfocará en elaborar en mayor cantidad licras y calentadores tomando en cuenta que tiene mayor nivel de comercialización en el mercado, en menor cantidad se fabricará, camisetas y bermudas.

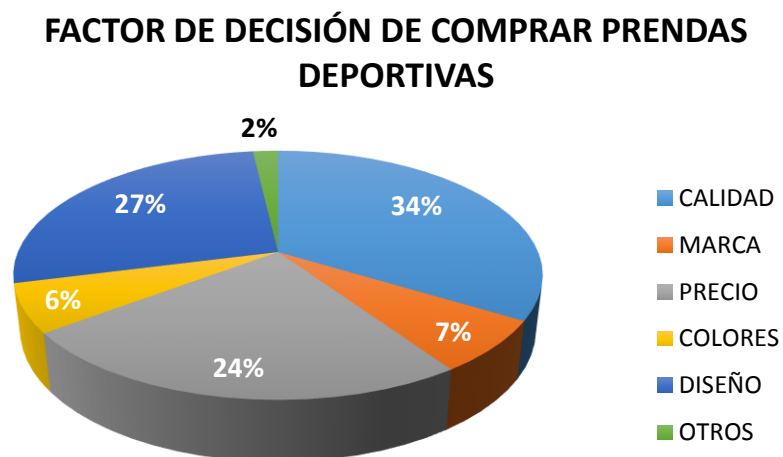
### 6.- ¿Qué factores determinan su decisión de adquirir una prenda deportiva?

Tabla N° 20: Factores de decisión de comprar prenda deportiva

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
CALIDAD	129	34%
MARCA	26	7%
PRECIO	93	24%
COLORES	24	6%
DISEÑO	103	27%
OTROS	7	2%
<b>TOTAL</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación directa – Encuesta demanda y PEA de Natabuela, Atuntaqui e Ibarra, Mayo 2016  
Elaborado por: La autora

Gráfico N° 28: Factores de decisión de comprar prenda deportiva



Fuente: Investigación directa – Encuesta demanda y PEA de Natabuela, Atuntaqui e Ibarra, Mayo 2016  
Elaborado por: La autora

### Análisis:

El 34% de las personas antes de adquirir un producto se fijan en la calidad de la tela, diseño y precio son también determinantes que la población toma en cuenta al realizar una compra; muchos escogen la ropa por su color o por la marca; en otros casos respondieron que deciden comprar un calentador y cualquier prenda de acuerdo a como se sienten con ella en el momento en que se la prueban. Los resultados sirven para conocer los aspectos principales que buscan las personas en las prendas deportivas y así poder fabricar productos que satisfagan la necesidad de ropa de calidad con variedad de diseños, colores, modelos, precios; con el fin de tener opciones a presentar a los consumidores.

### 7.- ¿Dónde compra usted frecuentemente la ropa deportiva?

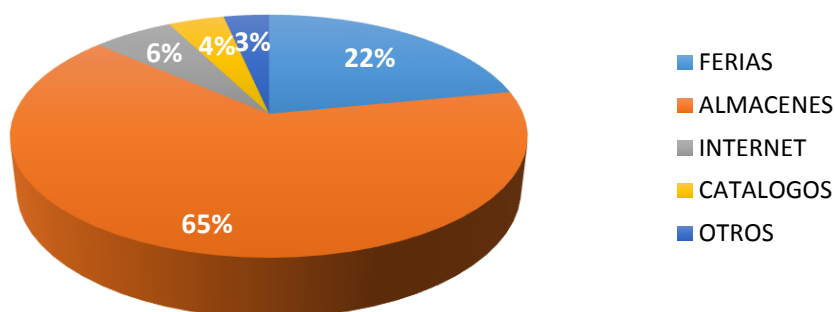
Tabla N° 21: Donde compra la ropa deportiva

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
FERIAS	84	22%
ALMACENES	247	64%
INTERNET	23	6%
CATALOGOS	15	4%
OTROS	13	3%
<b>TOTAL</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación directa – Encuesta demanda y PEA de Natabuela, Atuntaqui e Ibarra, Mayo 2016  
Elaborado por: La autora

Gráfico N° 29: Donde compra la ropa deportiva

### DONDE ADQUIERE LA ROPA DEPORTIVA



Fuente: Investigación directa – Encuesta demanda y PEA de Natabuela, Atuntaqui e Ibarra, Mayo 2016  
Elaborado por: La autora

## Análisis:

El 65% de la población realizan su compra de una prenda de vestir deportiva en almacenes, un porcentaje de encuestados en Atuntaqui respondió que adquiere ropa de todo tipo en la feria de la ciudad de los días viernes; así como también por realizan compras en mercados, por catálogo e internet. Este resultado sirve para determinar que la forma más rentable de comercializar la ropa deportiva es en almacenes; de llevarse a cabo este proyecto se ubicaría un local comercial en Ibarra y Atuntaqui.

## 8.- ¿Cuánto paga usted frecuentemente por los siguientes productos?

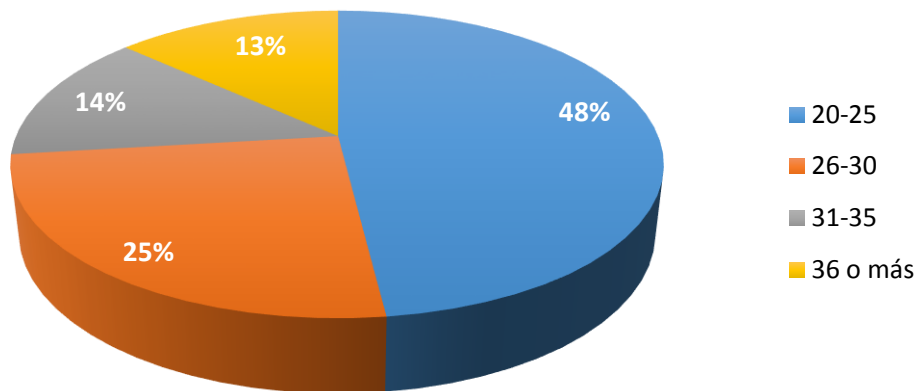
Tabla N° 22: Precio frecuente por un calentador, camiseta, licra, bermuda

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE	
<b>CALENTADORES</b>	<b>20-25</b>	184	48%	<b>10-12</b>	147	38%
	<b>26-30</b>	95	25%	<b>13-15</b>	159	42%
	<b>31-35</b>	52	14%	<b>16-18</b>	49	13%
	<b>36 o más</b>	51	13%	<b>19 o más</b>	27	7%
	<b>TOTAL</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>	<b>TOTAL</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>
<b>LICRAS</b>	<b>5 -10</b>	194	51%	<b>5 - 8</b>	182	48%
	<b>11 -15</b>	140	37%	<b>9 - 12</b>	127	33%
	<b>16 – 20</b>	41	11%	<b>13 - 16</b>	51	13%
	<b>21 o más</b>	7	2%	<b>17 o más</b>	22	6%
	<b>TOTAL</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>	<b>TOTAL</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación directa – Encuesta demanda y PEA de Natabuela, Atuntaqui e Ibarra, Mayo 2016  
**Elaborado por:** La autora

Gráfico N° 30: Precio de compra de un Calentador

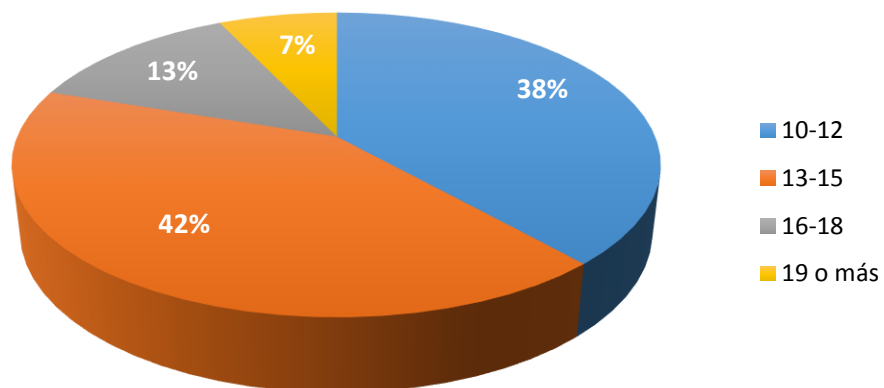
### PRECIO DE COMPRA- CALENTADOR



**Fuente:** Investigación directa – Encuesta demanda y PEA de Natabuela, Atuntaqui e Ibarra, Mayo 2016  
**Elaborado por:** La autora

Gráfico N° 31: Precio de compra de una camiseta

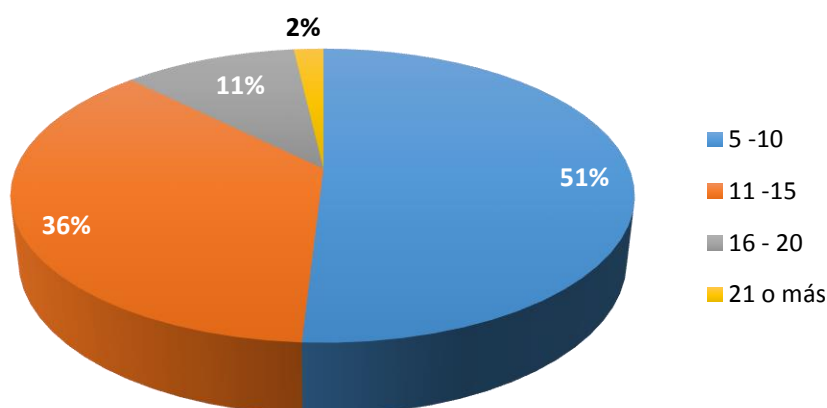
### PRECIO DE COMPRA- CAMISETA



**Fuente:** Investigación directa – Encuesta demanda y PEA de Natabuela, Atuntaqui e Ibarra, Mayo 2016  
**Elaborado por:** La autora

Gráfico N° 32: Precio de compra de una licra

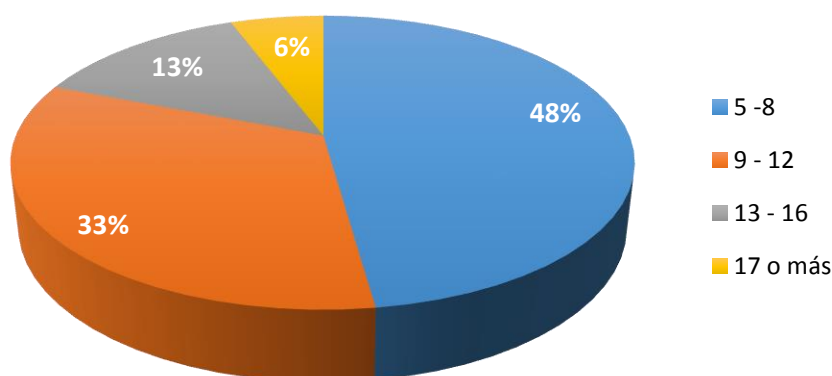
### PRECIO DE COMPRA- LICRA



**Fuente:** Investigación directa – Encuesta demanda y PEA de Natabuela, Atuntaqui e Ibarra, Mayo 2016  
**Elaborado por:** La autora

Gráfico N° 33: Precio de compra de una bermuda

### PRECIO DE COMPRA - BERMUDA



**Fuente:** Investigación directa – Encuesta demanda y PEA de Natabuela, Atuntaqui e Ibarra, Mayo 2016  
**Elaborado por:** La autora

#### **Análisis:**

El 48% de personas aplicadas la encuesta asintió que por economía pagan alrededor de 20 a 25 dólares por un calentador, la cuarta parte de los encuestados pagan 26 a 30 dólares por el mismo producto; así como otra mínima cantidad de paga más de ese valor por el conjunto.

En cuanto al precio por una camiseta de calidad las personas pagan de 10 a 15 dólares; así también otros pagan algo más de acuerdo al producto y al gusto.

El 51% de las mujeres encuestadas respondió que por una licra paga de 5 a 10 dólares, en otros casos adquieren por \$11 a \$16, son menos las personas dispuestas a cancelar un precio mayor a \$16 por dicho producto.

El precio más frecuente que las personas pagan por una bermuda es de \$ 5 a \$ 8, así también otros encuestados contestaron que pagan entre \$ 9 a \$ 12, en menor porcentaje esta un pago de más de \$13.

Los resultados sirven para conocer el precio promedio que las personas pagan por una determinada prenda de vestir; así como también para poder establecer el precio de comercialización de los productos que elaborará el presente proyecto.

### 9.- ¿Con qué frecuencia compra usted los siguientes productos?

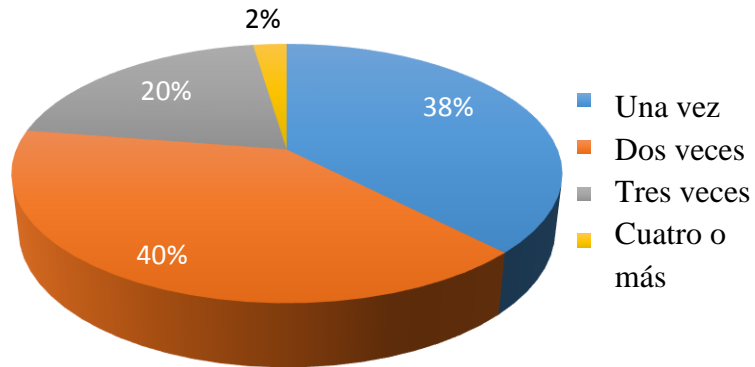
Tabla N° 23: Frecuencia de compra

PRODUCTOS	ANUALMENTE								TOTAL	TOTAL %
	UNA VEZ	%	DOS VECES	%	TRES VECES	%	CUATRO O MÁS	%		
CALENTADORES	144	38%	152	40%	77	20%	9	2%	<b>382</b>	<b>100%</b>
CAMISETAS	125	33%	178	47%	51	13%	28	7%	<b>382</b>	<b>100%</b>
LICRAS	105	27%	149	39%	102	27%	27	7%	<b>382</b>	<b>100%</b>
BERMUDAS	194	51%	108	28%	63	16%	18	5%	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación directa – Encuesta demanda y PEA de Natabuela, Atuntaqui e Ibarra, Mayo 2016  
**Elaborado por:** La autora

Gráfico N° 34: Frecuencia de compra calentadores

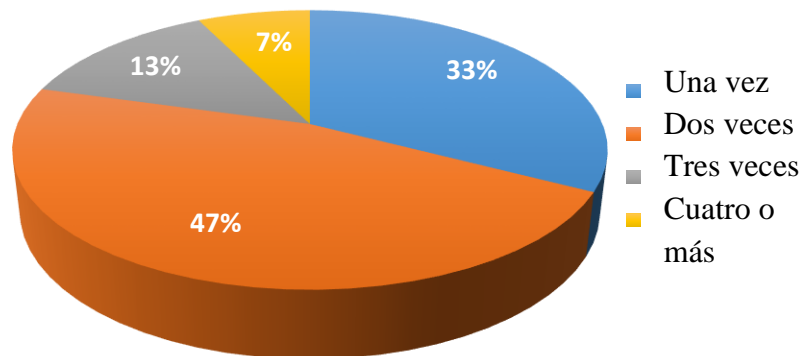
### FRECUENCIA DE COMPRA - CALENTADORES



**Fuente:** Investigación directa – Encuesta demanda y PEA de Natabuela, Atuntaqui e Ibarra, Mayo 2016  
**Elaborado por:** La autora

Gráfico N° 35: Frecuencia de compra camisetas

### FRECUENCIA COMPRA - CAMISETAS

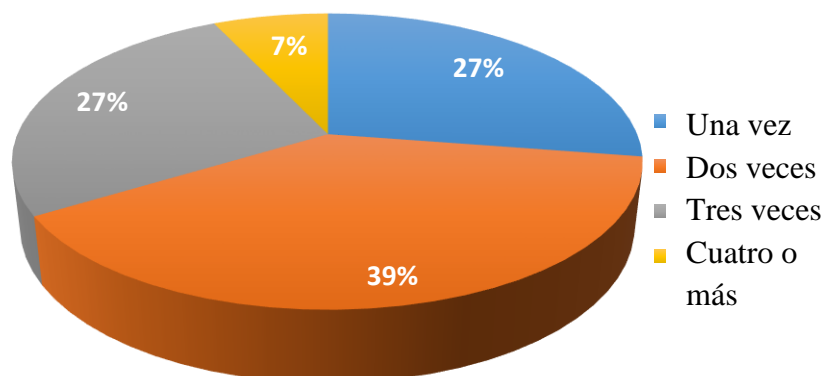


**Fuente:** Investigación directa – Encuesta demanda y PEA de Natabuela, Atuntaqui e Ibarra, Mayo 2016  
**Elaborado por:** La autora



Gráfico N° 36: Frecuencia de compra licras

### FRECUENCIA COMPRA - LICRAS

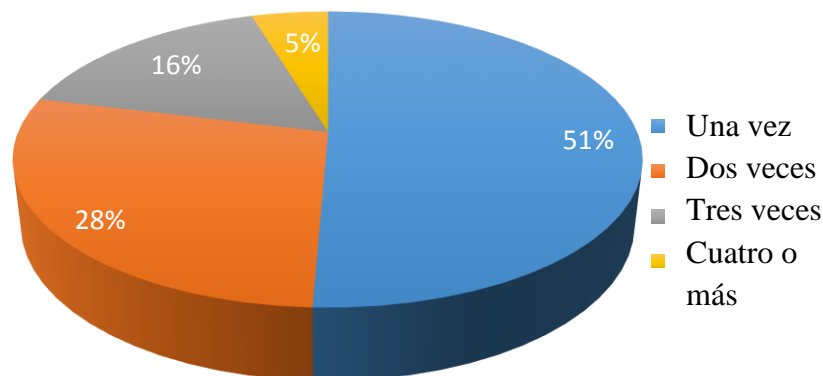


**Fuente:** Investigación directa – Encuesta demanda y PEA de Natabuela, Atuntaqui e Ibarra, Mayo 2016

**Elaborado por:** La autora

Gráfico N° 37: Frecuencia de compra bermudas

### FRECUENCIA COMPRA - BERMUDAS



**Fuente:** Investigación directa – Encuesta demanda y PEA de Natabuela, Atuntaqui e Ibarra, Mayo 2016

**Elaborado por:** La autora

#### Análisis:

Según los datos sobresale un porcentaje de personas que adquieren calentadores, camisetas, licras y bermudas dos veces al año; la cantidad de población que compra ropa para practicar actividades físicas, más de cuatro veces al año, es menor. A medida que

en Ecuador se siga incentivando al deporte, las personas optaran por practicarlo con la vestimenta adecuada; lo cual es un punto a favor para la creación de esta fábrica textil, los resultados sirven para establecer que existe demanda para dichas prendas deportivas que son adquiridas al menos dos veces al año.

**10.- ¿A través de cual medio de publicidad usted se ha enterado de la comercialización de ropa deportiva?**

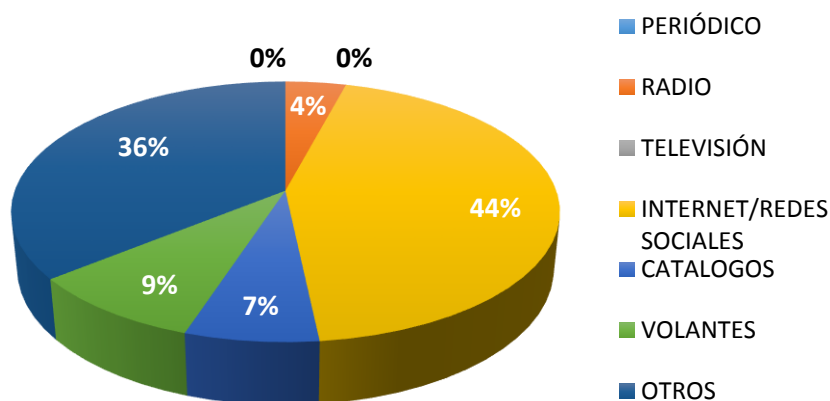
*Tabla N° 24: Medios de publicidad*

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
PERIÓDICO	0	0%
RADIO	16	4%
TELEVISIÓN	0	0%
INTERNET/REDES SOCIALES	169	44%
CATÁLOGOS	26	7%
VOLANTES	35	9%
OTROS	136	36%
<b>TOTAL</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación directa – Encuesta demanda y PEA de Natabuela, Atuntaqui e Ibarra, Mayo 2016  
**Elaborado por:** La autora

*Gráfico N° 38: Medios de publicidad*

**MEDIOS PUBLICITARIOS PREFERIDOS**



**Fuente:** Investigación directa – Encuesta demanda y PEA de Natabuela, Atuntaqui e Ibarra, Mayo 2016  
**Elaborado por:** La autora

### **Análisis:**

El 44% de los encuestados se han enterado de un determinado lugar de venta de ropa deportiva a través de las redes sociales, anuncios en internet y páginas web; esto se debe a que las empresas han optado por promocionarse en internet ya que millones de ecuatorianos cuentan con un perfil en redes sociales o una página web empresarial y se conectan a internet frecuentemente. Así también en un gran parte la población se ha enterado de la comercialización en otros medios, entre ellos nombraron la comunicación con otras personas método conocido como boca a boca y también por parlantes rodantes. En menor grado las personas miran revistas o catálogos de ropa deportiva. Muy pocas empresas textiles reparten volantes y se publicitan en la radio por esta razón las personas en menor porcentaje respondieron haber escuchado un anuncio de promoción de ropa deportiva en este medio. El resultado sirve para establecer la mejor manera de publicitar este proyecto; esta empresa se hará conocer a la sociedad a través de una página web y perfil social, pero especialmente por recomendaciones de clientes potenciales.

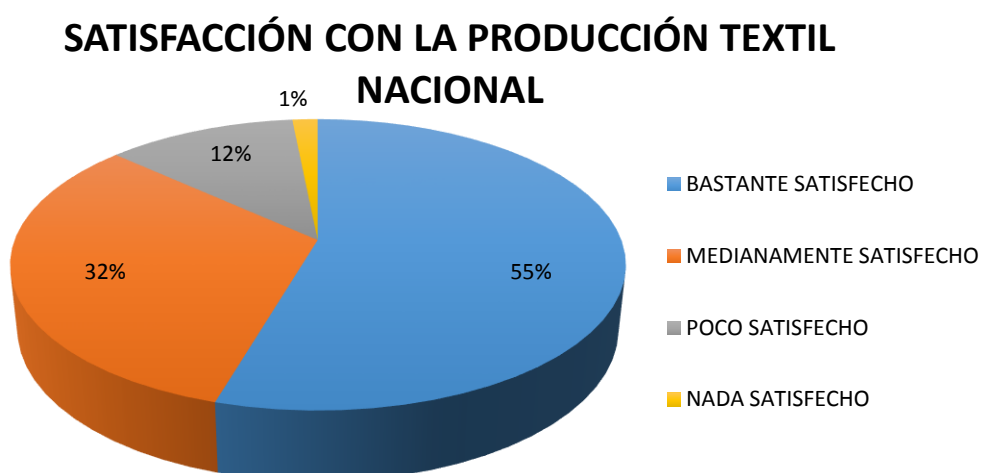
### **11.- ¿Está usted satisfecho con la calidad de la ropa deportiva nacional?**

*Tabla N° 25: Satisfacción de calidad de ropa deportiva nacional*

<b>VARIABLE</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
BASTANTE SATISFECHO	209	55%
MEDIANAMENTE SATISFECHO	122	32%
POCO SATISFECHO	45	12%
NADA SATISFECHO	6	2%
<b>TOTAL</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación directa – Encuesta demanda y PEA de Natabuela, Atuntaqui e Ibarra, Mayo 2016  
**Elaborado por:** La autora

Gráfico N° 39: Satisfacción de calidad de ropa deportiva nacional



**Fuente:** Investigación directa – Encuesta demanda y PEA de Natabuela, Atuntaqui e Ibarra, Mayo 2016

**Elaborado por:** La autora

### **Análisis:**

El 55% y 32% de la población se encuentra bastante y medianamente satisfechos respectivamente con la producción textil ecuatoriana; una mínima cantidad de personas respondieron estar poco satisfechos con la ropa deportiva nacional. El resultado permite llegar a la conclusión de que la mayor parte de las personas de este país están satisfechas con las prendas de vestir elaboradas aquí; lo cual es beneficioso para este proyecto ya que será una empresa más de Ecuador.

## **3.9 DEMANDA**

### **3.9.1. Proyección de la demanda**

Para el año 2016 se establece que la población meta es de 56855 personas que conforman la población económicamente activa urbana de Natabuela, Ibarra y Atuntaqui, a través de los porcentaje de adquisición de la ropa deportiva para cada prenda se determina la demanda y sirve para realizar las proyecciones a cinco años; usando también la tasa de crecimiento poblacional anual de 2.5% correspondiente a la provincia de Imbabura, según el INEC.

Tabla N° 26: Demanda potencial estimada anual por prenda deportiva

<b>RESPUESTAS</b>	<b>POBLACIÓN</b>	<b>PORCENTAJE DE COMPRA POR PRENDA</b>	<b>DEMANDA ESTIMADA ANUAL</b>
CALENTADORES	56855	33%	18762
BERMUDAS	56855	12%	6823
LICRAS	56855	36%	20468
CAMISETAS	56855	19%	10802
<b>TOTAL</b>		<b>100%</b>	<b>56855</b>

**Fuente:** Investigación directa – Encuesta demanda y PEA de Natabuela, Atuntaqui e Ibarra, Mayo 2016  
**Elaborado por:** La autora

Se realizó la proyección de la demanda para las prendas deportivas que el presente proyecto pretende comercializar, a través de la encuesta aplicada y de cantidad de población económicamente activa; se determinó los porcentajes de demanda estimada anual por cada una de las prendas. Los calentadores, bermudas, licras y camisetas tienen un 33%, 12%, 36% y 19% respectivamente de la demanda total; precedentemente se calculó dichos porcentaje del total de la población económicamente activa del año 2016; para realizar la proyección se tomó el resultado de la operación de cálculo, teniendo como cantidad total demanda anual de 18762 calentadores, 6823 bermudas, 20468 licras y 10802 camisetas; a partir de estos valores se realizó la proyección.

Tabla N° 27: Demanda proyectada por producto

<b>AÑO</b>	<b>CALENTADORES</b>	<b>BERMUDAS</b>	<b>LICRAS</b>	<b>CAMISETAS</b>
2016	18762	6823	20468	10802
2017	19231	6994	20979	11072
2018	19712	7169	21503	11349
2019	20205	7348	22040	11633
2020	20710	7532	22591	11924
2021	21228	7720	23156	12222

**Fuente:** Investigación directa – Encuesta demanda y PEA de Natabuela, Atuntaqui e Ibarra, Mayo 2016  
**Elaborado por:** La autora

### 3.10. OFERTA

#### 3.10.1. Análisis de la oferta

El objetivo que persigue el análisis de la oferta es establecer las condiciones en las que se encuentran los competidores, cantidades ofertadas en el mercado, características del producto, nivel de precios, calidad, entre otros aspectos que debe tener un prenda de vestir deportiva para considerarse en capacidad de competir con el resto de prendas de otros productores. La oferta está constituida por todos los productores y comercializadores de ropa deportiva, competencia a la que se debe enfrentar para lograr posicionamiento en el mercado.

Según los datos proporcionados por el Ilustre municipio de Antonio Ante se han registrado 22 entidades y conforme a la información encontrada en Ibarra se identificó 37 empresas que comercializan ropa deportiva, y 2 fábricas productoras de camisetas, y calentadores en Natabuela; esto suman 61 empresas que de acuerdo a la entrevista a varios de ellos, venden como promedio 62 unidades mensuales; presentándose como resultado total de la oferta anualmente un aproximado de 45384.

Tabla N° 28: Oferta anual

<b>LUGAR</b>	<b>EMPRESAS</b>	<b>PROMEDIO UNIDADES MENSUALES</b>	<b>TOTAL ANUAL</b>
Atuntaqui	22		
Ibarra	37	62	<b>45384</b>
Natabuela	2		
<b>TOTAL EMPRESAS</b>	<b>61</b>		

A continuación se presenta los locales comerciales que fueron encuestados.

Tabla N° 29: Locales entrevistados

<b>EMPRESAS ENTREVISTADAS</b>			
<b>Atuntaqui</b>			
Calle Rio Amazonas	Calle Rio Amazonas y		
	Simón Bolívar	Calle General Enríquez	
Zero	Confecciones Isolet	Confecciones Érica	Saga
Famitex	Conga	Confecciones Pana	Katty
Mishell	Isamic	Tavy Sport	Karen's
	Sport	Ventury	
<b>Natabuela</b>			
Confecciones "Esteban"			
<b>Ibarra</b>			
Sánchez y Cifuentes y	Cristóbal Colon y	José de Olmedo y	Mercado
García Moreno 6-67	Sánchez y Cifuentes	Alfredo Pérez Guerrero	Amazonas
			Calle Alfredo
			Pérez Guerrero
	El Kimono		
Factory Sport Center			28 24 8
			Centro
	Centro comercial "El Onda Sport		comercial la
	Sol"		Bahía
			18 34b

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

### 3.10.2. PROYECCIÓN DE LA OFERTA POR PRODUCTO

Para la proyección de la oferta se toma la oferta total que es 45384 prendas de vestir, de la entrevista realizada a varios de los locales comerciales de ropa deportiva, se realizó un promedio de ventas de calentadores 34%, bermudas 11%, licras 37% y camisetas 18%; se calculó cada porcentaje y se tiene de oferta en calentadores 15431, en bermudas 4992, en licras 16792 y en camisetas 8169. Estos valores sirvieron para proyectar a cinco años la

oferta por cada prenda, usando la tasa de crecimiento para el sector textil que es de 0.31856%. (CRESPO, 2013, pág. www.aite.com.ec)

*Tabla N° 30: Proyección de la oferta a cinco años por prenda*

<b>AÑO</b>	<b>CALENTADORES</b>	<b>BERMUDAS</b>	<b>LICRAS</b>	<b>CAMISETAS</b>
<b>2016</b>	15431	4992	16792	8169
<b>2017</b>	15480	5008	16845	8195
<b>2018</b>	15529	5024	16899	8221
<b>2019</b>	15579	5040	16953	8247
<b>2020</b>	15629	5056	17007	8274
<b>2021</b>	15678	5072	17061	8300

**Fuente:** Municipio Antonio Ante e Investigación directa, entrevista a comerciantes de ropa deportiva, Mayo 2016.

**Elaborado por:** la autora

### **3.10.3 Análisis de oferta demanda por producto**

La diferencia entre la demanda y la oferta presenta la demanda insatisfecha en la población por cada producto. Según los datos obtenidos acerca de las proyecciones de oferta y demanda, se resta la demanda menos la oferta proyectada y se llega al resultado que existe una demanda insatisfecha por prenda, que se presenta en las siguientes tablas:

*Tabla N° 31: Análisis oferta – demanda calentadores*

<b>AÑO</b>	<b>OFERTA</b>	<b>DEMANDA</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA CALENTADORES</b>
<b>2016</b>	15431	18762	3331
<b>2017</b>	15480	19231	3751
<b>2018</b>	15529	19712	4183
<b>2019</b>	15579	20205	4626
<b>2020</b>	15629	20710	5081
<b>2021</b>	15678	21228	5550

**Fuente:** Municipio Antonio Ante e Investigación directa, Proyecciones oferta y demanda.

**Elaborado por:** La autora



Tabla N°32: Análisis oferta – demanda bermudas

<b>AÑO</b>	<b>OFERTA</b>	<b>DEMANDA</b>	<b>DEMANDA</b>
			<b>INSATISFECHA</b>
			<b>BERMUDAS</b>
<b>2016</b>	4992	6823	6030
<b>2017</b>	5008	6994	1815
<b>2018</b>	5024	7169	1970
<b>2019</b>	5040	7348	2129
<b>2020</b>	5056	7532	2292
<b>2021</b>	5072	7720	2460

**Fuente:** Municipio Antonio Ante e Investigación directa, Proyecciones oferta y demanda.

**Elaborado por:** La autora

Tabla N°33: Análisis oferta – demanda licras

<b>AÑO</b>	<b>OFERTA</b>	<b>DEMANDA</b>	<b>DEMANDA</b>
			<b>INSATISFECHA</b>
			<b>LICRAS</b>
<b>2016</b>	16792	20468	3676
<b>2017</b>	16845	20979	4134
<b>2018</b>	16899	21503	4604
<b>2019</b>	16953	22040	5087
<b>2020</b>	17007	22591	5584
<b>2021</b>	17061	23156	6095

**Fuente:** Municipio Antonio Ante e Investigación directa, Proyecciones oferta y demanda.

**Elaborado por:** La autora

Tabla N° 34: Análisis oferta – demanda camisetas

AÑO	OFERTA	DEMANDA	DEMANDA
			INSATISFECHA CAMISETAS
2016	8169	10802	2633
2017	8195	11072	2877
2018	8221	11349	3128
2019	8247	11633	3386
2020	8274	11924	3650
2021	8300	12222	3922

**Fuente:** Municipio Antonio Ante e Investigación directa, Proyecciones oferta y demanda.  
**Elaborado por:** La autora

### 3.11 ANÁLISIS DE PRECIOS

Para el análisis de los precios de las prendas deportivas a comercializarse, se toma en cuenta como base las encuestas realizadas a la muestra de la población económicamente activa, la competencia y los costos de producción.

Tabla N° 35: Análisis del precio

PRODUCTO	PRECIO
Calentadores	28,63
Bermudas	8,52
Licras	9,20
Camisetas	12,52

**Fuente:** Entrevista oferta, mayo 2016; investigación de campo  
**Elaborado por:** La autora

Los costos que incurren para la elaboración de cada producto que se pretende elaborar en esta empresa; se encuentran detallados en el siguiente capítulo denominado Estudio Técnico.

### 3.12 PROYECCIÓN DEL PRECIO

Para el análisis de los precios, se tomó el precio promedio de mercado de las prendas deportivas, mismo que se obtuvo a través de la entrevista a los oferentes y para realizar la proyección se hizo en referencia al porcentaje promedio de inflación hasta septiembre 2016. Se utilizó la tasa de inflación promedio de los últimos meses porque es más actualizada.

*Tabla N° 36: Tasa de inflación promedio*

<b>ÚLTIMOS MESES</b>	<b>TASA</b>	<b>TASA PROMEDIO CRECIMIENTO</b>
<b>DEL AÑO 2016</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>INFLACIÓN</b>
ENERO	3.09 %	
FEBRERO	2,60%	
MARZO	2,32%	
ABRIL	1,78%	
MAYO	1,63%	
JUNIO	1,59%	
JULIO	1,58%	
AGOSTO	1,42%	
SEPTIEMBRE	1,30%	
<b>TOTAL</b>		
<b>PROMEDIO</b>		<b>1,19</b>

**Fuente:** (BANCO CENTRAL DEL ECUADOR, 2016)

**Elaborado por:** La autora

Tabla N° 37: Proyección del precio por prenda

AÑO	CALENTADOR	BERMUDAS	LICRAS	CAMISETAS
2016	28,63	8,52	9,20	12,52
2017	28,97	8,62	9,31	12,67
2018	29,32	8,72	9,42	12,82
2019	29,66	8,83	9,53	12,97
2020	30,02	8,93	9,65	13,13
2021	30,37	9,04	9,76	13,28

**Fuente:** Entrevista oferta, mayo 2016; investigación de campo  
**Elaborado por:** La autora

### 3.13 COMERCIALIZACIÓN

La comercialización permite al fabricante hacer llegar un determinado producto a los clientes. Al comercializar ropa deportiva se podría tener distintos canales de distribución, que se presenta generalmente por los intermediarios que son: mayoristas, minoristas, comisionistas y consumidor final.

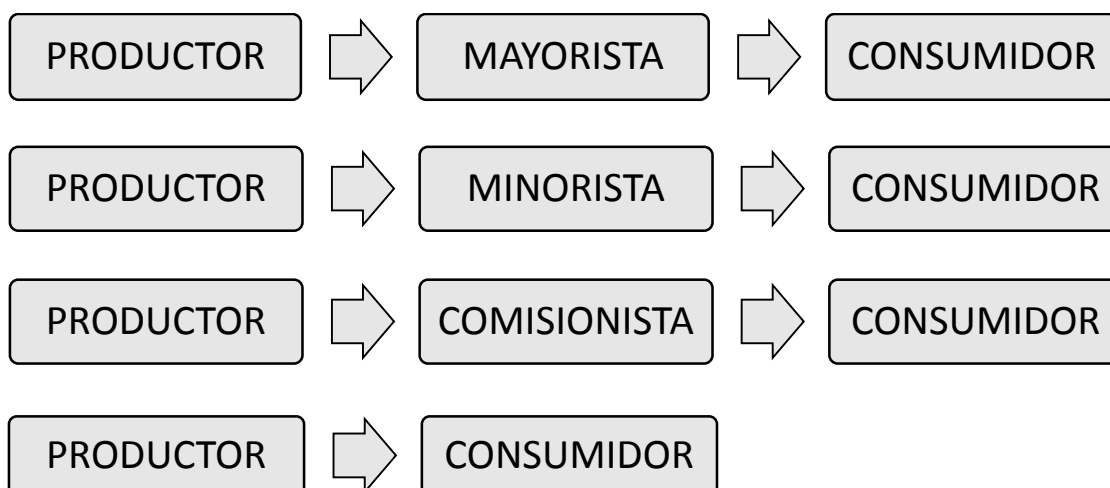


Gráfico N°40: Canales de distribución

**Fuente:** Investigación directa  
**Elaborado por:** La autora

Esta fábrica, espera manejará el canal de distribución del producto de manera directa al consumidor; así como también entrega a minorista y mayoristas para su próxima venta al comprador final.

### **3.14 PUBLICIDAD**

A través de la publicidad todas las entidades pueden dar a conocer a las personas y clientes potenciales los productos; usando medios de difusión como internet, televisión, radio, volantes; cabe recalcar que las personas encuestadas tuvieron mayor preferencia por el internet y las redes sociales o páginas web, así como también fueron comunicados por clientes ya satisfechos, entre otros medios publicitarios. La empresa creará una página web donde se podrá exponer todos los productos, características, colores, diseños, texturas, acabados, materiales usados, entre otros; en dicha página los clientes aparte de informarse acerca de la empresa y los productos podrá realizar compras, dejar comentarios, sugerencias, pedir información y más; con la finalidad de llegar a nuevos mercados nacionales.

Es importante recalcar que la publicidad debe ser atractiva para llamar la atención y preferencia de los clientes; se hará anuncios publicitarios en la radio, volantes, perfil social y más.

### **3.15 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO**

Del estudio de mercado realizado para la creación de una fábrica de confección de ropa deportiva en la parroquia Natabuela, cantón Antonio Ante, Provincia de Imbabura, se determina como conclusiones:

- El estudio de mercado es favorable puesto que demanda atractiva que debe ser cubierta a mediano y largo plazo.
- Se determinó que las personas tienden a adquirir licras y calentadores más que otras prendas deportivas.

- Existe pocas fábricas de ropa deportiva que son competencia directa dentro de la misma parroquia.
- La manera de publicitarse de las empresas principalmente es la buena atención a los clientes y que estos recomienden a otras personas, así también por redes sociales, radio y volantes.
- La mejor forma de comercializar la ropa deportiva es la venta directa al consumidor mediante un local comercial, así como también entregando el producto a los centros comerciales más visitados en la ciudad de Atuntaqui e Ibarra.

## **CAPÍTULO IV**

### **ESTUDIO TÉCNICO**

El estudio técnico encierra todo aquello que permitirá el funcionamiento y desarrollo del proyecto. En este capítulo se establecen aspectos como: el tamaño de la planta de producción, localización, instalaciones, procesos, recursos humanos, materiales, tecnológicos, costos, gastos, presupuesto e inversión para el desarrollo del mismo

#### **4.1. OBJETIVO GENERAL**

Realizar el estudio técnico del proyecto mediante la utilización de herramientas de investigación y proyecciones financieras con la finalidad de determinar la infraestructura, el tamaño óptimo del proyecto, la macro y micro localización, aspectos tecnológicos, procesos de producción, recursos necesarios, capacidad productiva y demás elementos que permitan establecer el valor que se invertirá en el presente proyecto.

##### **4.1.1 Objetivos específicos**

- Establecer la localización del proyecto
- Determinar el tamaño apropiado para la planta
- Definir la distribución e instalaciones de la fábrica
- Determinar los recursos humanos, materiales, tecnológicos y económicos que se pretende utilizar.

#### **4.2 LOCALIZACION DEL PROYECTO**

La localización del proyecto se basa en escoger un lugar específico para la implementación de la microempresa.

##### **4.2.1 Factores de localización**

- Ubicación
- Clima

- Vías de acceso disponibles y en buen estado
- No existe mucha competencia cercana
- Acceso a servicios básicos
- Cercanía de la ciudad
- Instalación adecuada y cómoda

#### 4.2.2 Macro localización

La fábrica de confección de ropa deportiva se ubicará en la República de Ecuador, en la provincia de Imbabura, cantón Antonio Ante, parroquia San Francisco de Natabuela; cuenta con buenas vías de acceso lo cual facilita la comercialización.



Gráfico N° 41: Macro – localización

Fuente: Google Maps

Elaborado por: La autora



## 4.2.2 Micro localización

La empresa estará ubicada en el cantón Antonio Ante, parroquia san Francisco de Natabuela, barrio La Cruz, entre la calle Flores Vásquez y la entrada a la capilla, a trecientos metros de la feria ganadera.

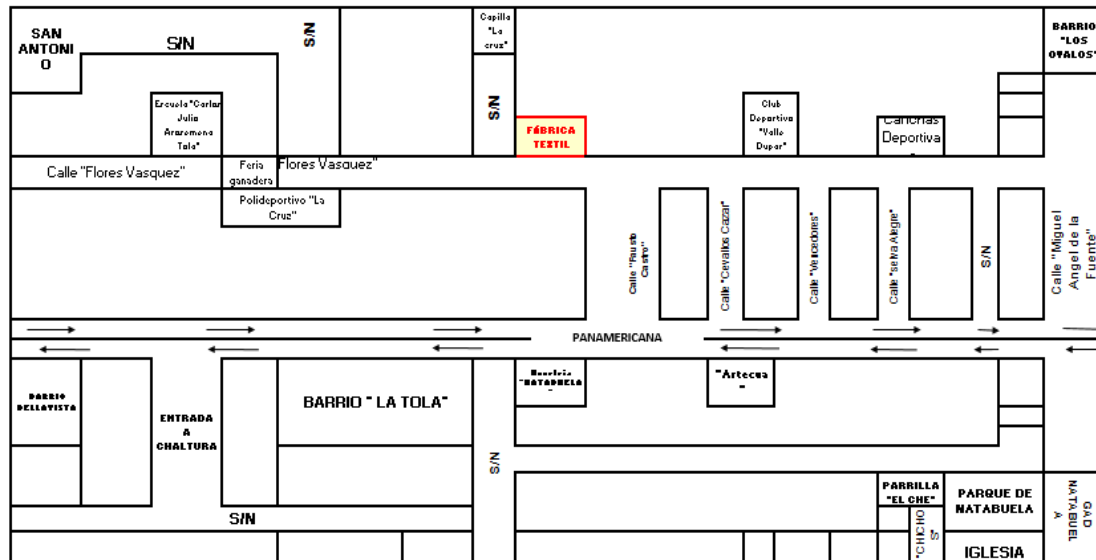


Gráfico N° 42: Micro – localización

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

## 4.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

### 4.3.1 Distribución de la planta

La planta se ubicará en Natabuela en la calle “Flores Vasquez”, “Fausto Castro” y la calle de la capilla del barrio “La Cruz”; en un terreno propio que mide 1000 m<sup>2</sup>. La fábrica tendrá un total de 18 por 12m que en total se obtiene 270 m<sup>2</sup>. Los cuales estarán distribuidos de la siguiente manera:

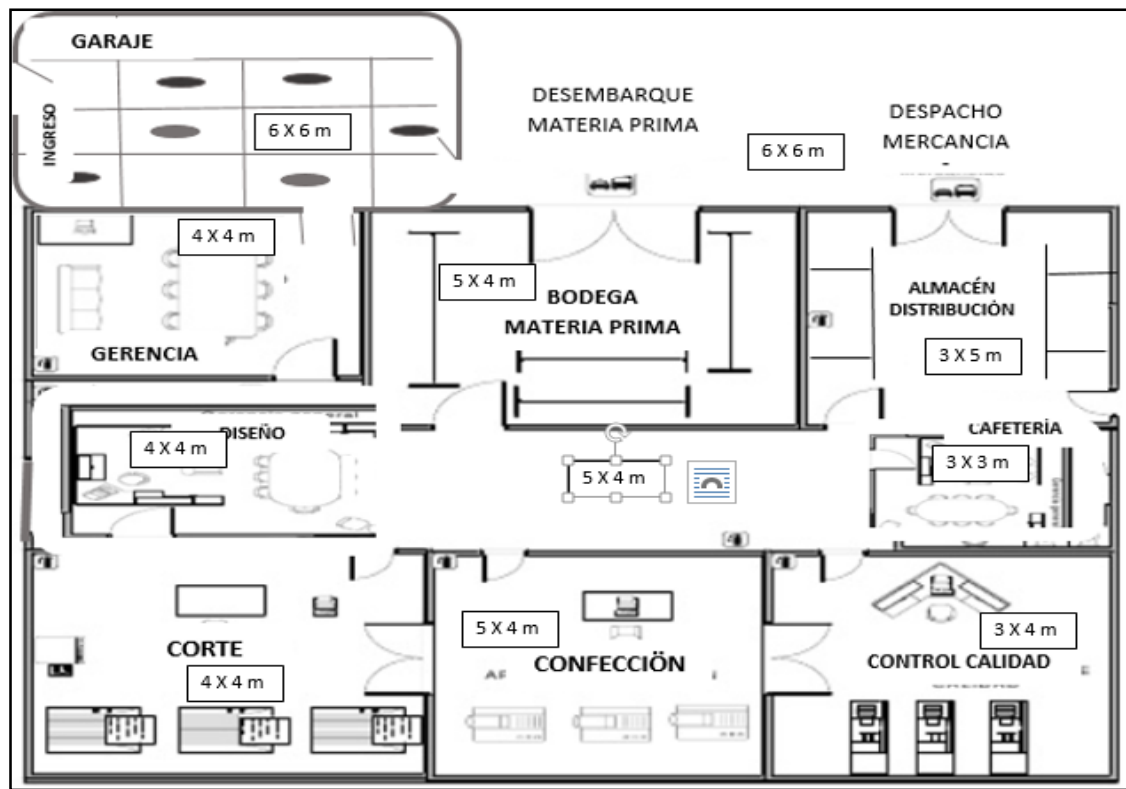


Gráfico N° 43: Distribución de la planta

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

#### 4.3.2 Descripción de los espacios

**GERENCIA:** En este espacio se toma las decisiones más convenientes para la empresa, es la dirección de la misma.

**AREA DE DISEÑO:** Aquí se realiza los trazos de los diseños de la ropa deportiva a elaborarse.

**AREA DE CORTE:** En este departamento se corta la tela trazada en el área de diseño.

**AREA DE CONFECCIÓN:** Este espacio permite a las obreras unir las piezas de tela cortada previamente.

**CONTROL DE CALIDAD:** Las prendas ya confeccionadas llegan al departamento de calidad para ser revisadas y darle s los últimos terminados.

**CAFETERÍA:** Este espacio será para que los trabajadores puedan tomar un descanso y se alimenten.

**ALMACÉN:** Aquí se exhibirá la prendas de vestir deportivas ya terminadas, etiquetadas, empaquetadas y clasificadas.

**BODEGA:** En este espacio se almacenará el producto terminado, se codificará a cada una de las prendas, se llevara un debido registro de la cantidad de ropa y materiales ingresados, así como también salidos de bodega.

#### 4.4 TAMAÑO DEL PROYECTO

Para determinar el tamaño del proyecto se analiza la capacidad instalada, la capacidad de producción, inversión y localización.

##### 4.4.1 Disponibilidad de materia prima

Telas y demás materiales que se incluirán en la elaboración de las prendas deportivas serán adquiridas de manera directa en los diferentes centros de distribución de los mismos, ubicados en la ciudad de Atuntaqui y serán transportados a la planta para su transformación y producción.

*Tabla N° 38: Principales proveedores*

<b>PRODUCTO</b>	<b>PROVEEDOR</b>	<b>ATUNTAQUI</b>
<b>Telas</b>	Nortextil	Calle “Simón Bolívar y Río Amazonas”
<b>Telas</b>	Indutexma	Calle “General Enríquez y Atahualpa”
<b>Cierres</b>	Distribuidor D Maury	Calle Río Amazonas y Eugenio Espejo”
<b>Hilos</b>	Enkador	Calle “Río Amazonas y Eugenio Espejo”

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

#### 4.4.2 Disponibilidad de mano de obra

Para determinar el tamaño apropiado de la fábrica de confección de ropa deportiva, es necesario contar con personal capacitado y suficiente para la producción.

En la parroquia de Natabuela existen varias personas graduadas en corte y confección y que cuentan con experiencia en la elaboración de prendas de vestir ya que han trabajado en varias de las fábricas textiles de la ciudad de Atuntaqui.

Se considera conveniente para la producción, contar con el siguiente personal:

- Una persona en el área de diseño.
- Una personas para el área de corte.
- Dos personas para el área de confección.
- Un persona para control de calidad y empaque.
- Una secretaria en el área administrativa.
- Un bodeguero.

#### 4.4.3 Disponibilidad de financiamiento

Los recursos financieros son primordiales en el análisis y determinación del proyecto; debido a que estos facilitarán el desarrollo y ejecución del mismo.

El capital propio no basta para dar inicio al proyecto, por tanto se buscó una fuente conveniente de financiamiento del capital faltante.

A continuación se presenta la mejor opción de crédito:

*Tabla N° 39: Fuentes de financiamiento*

<b>INSTITUCIÓN FINANCIERA</b>	<b>PLAZO MÁXIMO DE PAGO</b>	<b>MONTO CRÉDITO</b>	<b>TASA DE INTERÉS</b>
BAN ECUADOR	15 AÑOS	Hasta 300000,00	10%

**Fuente:** (BANECUADOR, 2016)

**Elaborado por:** La autora

#### 4.5 CAPACIDAD INSTALADA

La capacidad instalada hace referencia a las unidades que se puede producir cada período de tiempo, mediante observación directa se determinó los siguientes tiempos en cada proceso de elaboración de ropa deportiva:

*Tabla N° 40:* Tiempo por proceso de producción por prenda

<b>PRODUCTO</b>	<b>DISEÑO</b>	<b>CORTE</b>	<b>CONFECCIÓN</b>	<b>TERMINADO</b>	<b>TIEMPO TOTAL MINUTOS</b>
<b>CALENTADOR</b>	10	12	15	5	42
<b>BERMUDA</b>	10	12	12	5	39
<b>LICRA</b>	8	10	12	3	33
<b>CAMISETA</b>	8	10	12	3	33

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

Se determinó las unidades producidas de manera diaria, semanal, mensual y anual; para esto se utilizó la capacidad efectiva y de eficiencia; que son indicadores subjetivos que ayudan a establecer niveles razonables de producción. La tasa de capacidad efectiva hace referencia a la cantidad de productos que pueden ser elaborados durante un periodo de tiempo determinado y la eficiencia es un ratio que permite comparar la capacidad real con la efectiva.

El tiempo total en minutos del cuadro N° 40 ayudaron a calcular cuantas prendas se puede elaborar en 8 horas, es decir 480 minutos divididos para 42, y este resultado multiplicado por la capacidad efectiva y la eficiencia que equivale al 85% y 75% respectivamente; al hacer el cálculo se presentó como resultado 7 calentadores diarios, esto por los cinco días, cuatro semanas y doce meses; de dicha manera se obtuvo cantidad anual de producción por cada prenda.

Tabla N° 41: Producción por periodo de tiempo

PRODUCTO	PRODUCCIÓN	PRODUCCIÓN	PRODUCCIÓN	PRODUCCIÓN
	DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	ANUAL
CALENTADOR	7	35	140	<b>1680</b>
BERMUDA	8	40	160	<b>1920</b>
LICRA	9	40	160	<b>2160</b>
CAMISETA	9	40	160	<b>2160</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

Esta cantidad de producción anual se encuentra de acuerdo con los porcentajes de preferencia de adquisición encontrados en el estudio de mercado, la tabla a continuación comprueba la afirmación:

Tabla N° 42: Porcentajes de preferencia de prendas deportivas

RESPUESTAS	PORCENTAJE
CALENTADORES	33%
BERMUDAS	12%
LICRAS	36%
CAMISETAS	19%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación directa







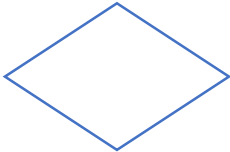

**Elaborado por:** La autora

## 4.6 DIAGRAMA DEL PROCESO PRODUCTIVO

### 4.6.1 Simbología

Para el mejor entendimiento del flujograma de procesos se presenta a continuación los símbolos usados en el mismo con su significado correspondiente:

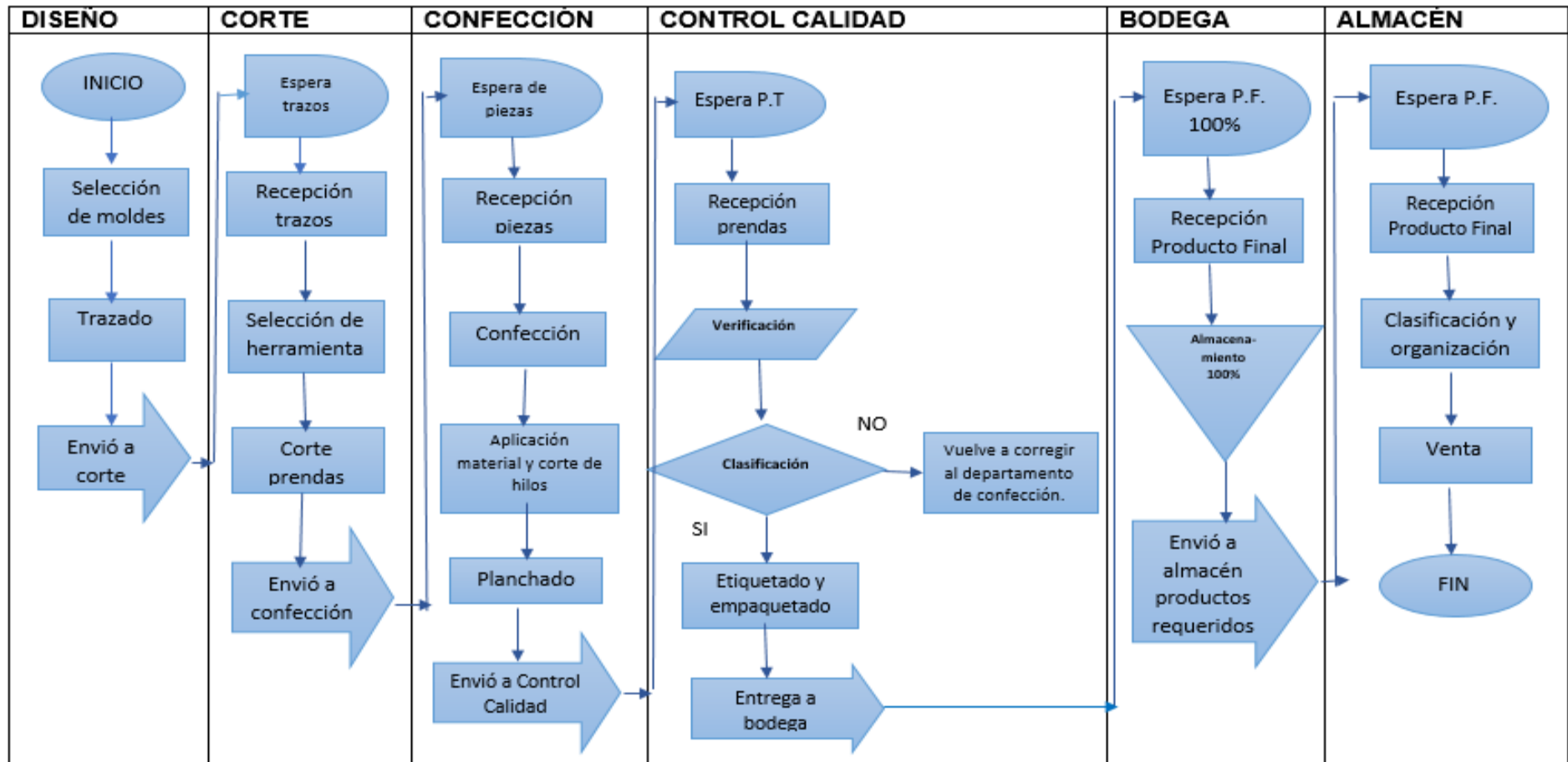
Tabla N° 43: Simbología flujograma de procesos

SÍMBOLO	SIGNIFICADO
	INICIO/FIN
	ALMACENAMIENTO
	ESPERA / DEMORA / REGRESO
	ACTIVIDAD
	ENVÍO / TRANSPORTE
	VERIFICACIÓN
	DECISIÓN
	CONECTOR DE FUERA Y DENTRO DE LA PÁGINA

Fuente: (BROWN, 2016)  
Elaborado por: La autora

#### 4.6.2 Flujograma del procesos productivo de la ropa deportiva

Tabla N° 44: Flujograma de procesos de producción de ropa deportiva



**Fuente:** Investigación directa  
**Elaborado por:** La autora



## 4.7 PROCESO PRODUCTIVO EN LA CONFECCIÓN DE PRENDAS DEPORTIVAS

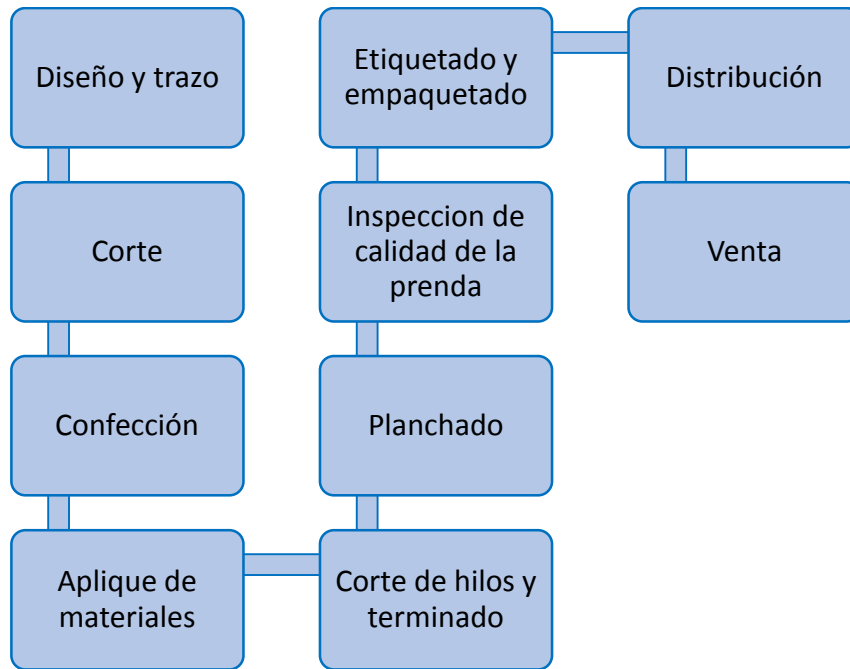


Gráfico N°44: Proceso productivo

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

## 4.8 DESCRIPCIÓN TÉCNICA DEL PROCESO PRODUCTIVO

La materia prima e insumos almacenados en bodega pasan por diferentes procesos productivos para llegar al producto final y venta del mismo; entre los principales procesos tenemos:

### 4.8.1 Diseño y trazo

Los diseños serán trazados mediante la utilización de moldes para cada lote de producción de la planta, el trazo en la tela se hará de acuerdo a los patrones para cada tipo, modelo y talla de prenda de vestir.

### 4.8.2 Corte

Cuando ya se ha efectuado el trazo en la tela, se puede proceder a cortar; para esto se usará tijeras especiales de costura y la cortadora eléctrica.

### **4.8.3 Confección**

La tela ya cortada es llevada al departamento de confección, para la unión de las partes conforme cada diseño y modelo requerido, aquí también se confeccionan y unen los cuellos, las mangas, los bolsillos, y demás complementos de la prenda.

### **4.8.4 Aplique de materiales**

En este proceso se pegan los botones, se pone el cierre y todos los detalles finales que ayudan a contrastar con los distintos diseños y bosquejos.

### **4.8.5 Corte de hilos y terminado**

Aquí se revisa que la prenda haya sido perfectamente unida y no quede ningún espacio sin coser, se cortan los hilos sobrantes y se termina elaboración de la ropa.

### **4.8.6 Planchado**

En este proceso se plancha todas las prendas que ya han sido confeccionadas y terminadas.

### **4.8.7 Inspección de calidad de la prenda**

En esta etapa se debe prestar mucha atención a cada centímetro de la prenda, que no se encuentre sucia, descocida o con fallas; el control de calidad es la última oportunidad que se tiene para comprobar que la prenda está en perfectas condiciones y es apta para distribuirse y ser vendida. En caso de que la prenda no sea aprobada en esta etapa debe regresar al departamento de confección para la corrección de alguna falla.

### **4.8.8 Etiquetado y empaquetado**

En esta etapa se aplica las etiquetas a las prendas de vestir y se las empaqueta por tallas para mantener la ropa protegida.

### **4.8.9 Distribución**



Las prendas de vestir terminadas pasan a la bodega a ser codificadas y registradas; mismas que pueden salir al local comercial y a su distribución; con un documento de requisición, el cual ayuda a mantener el control del inventario.

#### 4.8.10 Venta

Aquí se vende el producto al consumidor final o cliente, conforme a las necesidades de cada persona.

### 4.9 REQUERIMIENTOS DE MAQUINARIA Y EQUIPO

Tabla N° 45: Maquinaria requerida para producción

NOMBRE	MAQUINARIA	CARACTERISTICAS
MÁQUINA RECTA		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Velocidad de 4500 puntadas por minuto.</li> <li>• Lubricacion automatica</li> <li>•Codigo de aguja (DBX1#20-#23)</li> <li>• Altura maxima del prensatela 15 mm</li> <li>• Longitud de puntada 4-5 mm.</li> </ul>
MÁQUINA OVERLOCK		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Maquina overlock 4 hilos.</li> <li>• Lubricacion automatica.</li> <li>• Puntadas de 2.7 mm (ancho).</li> </ul>

---

MÁQUINA  
RECUBRIDORA



- Puntadas de 0.4-5 mm (largo).
- 6500 puntadas por minuto.
- Recubre por arriba y por debajo de la tela.
- Corta hilos incluido.

CORTADORA  
INDUSTRIAL



- Corta tela liviana o pesada.

ELASTICADORA



- De 4 hilos
- Lubricacion automatica.

PLANCHA A  
VAPOR



- Con deporisto para agua.
- Regulador de temperatura

---

PLANCHA  
INDUSTRIAL



- Equivale a 10 planchas convencionales.
- Modelo 110/220 voltios.
- Vapor manual.
- Potencia 1800 watt.
- Temperatura maima 190 grados.

---

**Fuente:** Investigación directa y (OLX, 2016)  
**Elaborado por:** La autora

## 4.10 INVERSIONES

### 4.10.1 Activos fijos

Para dar inicio al presente proyecto es necesario realizar la inversion en terreno, edificio, maquinaria, equipo de computación, equipo de oficina, muebles y enseres.

#### a) Terreno

*Tabla N°46: Terreno*

---

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Terreno	1	25000,00	25000,00
	TOTAL		25000,00

---

**Fuente:** Investigación directa  
**Elaborado por:** La autora

**b) Edificio***Tabla N° 47: Edificio*

<b>CONCEPTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<b>Edificio</b>	1	18000,00	18000,00
	<b>TOTAL</b>		18000,00

**Fuente:** Investigación directa**Elaborado por:** La autora**c) Requerimiento de maquinaria***Tabla N° 48: Maquinaria*

<b>Conceptos</b>	<b>Cantidad</b>	<b>P. Unitario</b>	<b>P. Total</b>
Máquina Recta	2	460,00	920,00
Máquina Overlock	3	800,00	2400,00
Máquina Recubridora	2	1500,00	3000,00
Cortadora Industrial	1	500,00	500,00
Elasticadora	1	1600,00	1600,00
Plancha a vapor	1	125,00	125,00
Plancha industrial	1	1300,00	1300,00
	<b>Total</b>		9845,00

**Fuente:** Investigación directa**Elaborado por:** La autora

**d) Requerimiento de muebles y enseres**

Tabla N° 49: Muebles y enseres

Conceptos	Cantidad	P. Unitario	P. Total
Mesa de diseño	1	75	75
Archivador	2	65	130
Mesa de corte	1	95	95
Vitrinas	2	110	220
Estanterías	2	75	150
Escritorio	2	100	200
	<b>Total</b>		<b>870</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

**e) Requerimiento de muebles y enseres**

Tabla N° 50: Equipo de computación

Conceptos	Cantidad	P. Unitario	P. Total
Computadora de escritorio	2	500,00	1000,00
Impresora	1	120,00	120,00
	<b>Total</b>		<b>1120,00</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

**f) Equipo de oficina**

Tabla N° 51: Equipo de oficina

Conceptos	Cantidad	P. Unitario	P. Total
Teléfono convencional	2	25,00	50,00
Calculadoras	3	10,00	30,00
	<b>Total</b>		<b>80,00</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

#### 4.10.2 Activos no depreciables

##### a) Insumos

Tabla N° 52: Insumos - Sillas

Conceptos	Cantidad	P. Unitario	P. Total
Sillas	15	23,00	345,00
<b>Total</b>			<b>345,00</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

#### 4.11 RESUMEN DE PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO

A continuación se expone un resumen de la inversión fija que se necesita en la producción y en la planta:

Tabla N° 53: Resumen de inversiones fijas

CONCEPTO	VALOR
Terreno	25000,00
Edificio	18000,00
Maquinaria	9845,00
Muebles y enseres	870,00
Equipo de computación	620,00
Equipo de oficina	80,00
Sillas	345,00
<b>TOTAL</b>	<b>54760,00</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora



## 4.12 COSTOS DE PRODUCCIÓN

### 4.12.1 Materia Prima directa e insumos

La materia prima directa en el caso del proyecto es la tela con la cual se pretende elaborar las prendas deportivas y son de dos tipos las que se utilizarán para la producción; vioto y licra algodón.

Tabla N° 54: Materia prima directa costo unitario

<b>MATERIA PRIMA EN METROS Y DÓLARES</b>					
<b>PRODUCTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>Cantidad de tela en metros que se necesita para la confección de cada prenda</b>			
		<b>VIOTO</b>	<b>LICRA ALGODÓN</b>	<b>PRECIO POR METRO</b>	<b>COSTO</b>
Calentador	1		1,75	4,20	7,35
Bermudas	1	0,70		3,10	2,17
Licras	1		0,9	4,20	3,78
Camisetas	1		0,8	4,20	3,36

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

Tabla N° 55: Materia prima directa total dólares

<b>MATERIA PRIMA EN METROS Y DÓLARES TOTAL</b>				
<b>PRODUCTOS</b>	<b>Total de tela (dólares)</b>	<b>Producción Anual</b>	<b>Total tela mensual (dólares)</b>	<b>Total tela anual (dólares)</b>
Calentador	7,35	1680	1029,00	12348,00
Bermudas	2,17	1920	347,20	4166,40
Licras	3,78	2160	680,40	8164,80
Camisetas	3,36	2160	604,80	7257,60
<b>TOTAL</b>			<b>2661,40</b>	<b>31936,80</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

#### 4.12.2 Costo de mano de obra directa

La mano de obra directa es la que interviene exclusivamente en la producción de las prendas de vestir, por ejemplo:

Tabla N° 56: Mano de obra directa

CARGO	CANTIDAD	SUELDO	TOTAL	TOTAL
		MENSUAL	MENSUAL	ANUAL
CORTE	1	366,00	366,00	4392,00
CONFECCIÓN	3	366,00	1098,00	13176,00
	<b>TOTALES</b>	<b>732,00</b>	<b>1464,00</b>	<b>17568,00</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

#### 4.12.3 Costos indirectos de fabricación

##### 4.12.3.1 Materia prima indirecta

La cantidad de hilo a usarse se determinó de acuerdo a los metros de este que se usan en cada una de las prendas; obteniendo de esta manera las unidades que se pueden confeccionar con un tubo de hilo grande; a continuación se expone el resultado:

Tabla N° 57: Materia prima indirecta - Hilo

	Tubo grande			
	Calentadores	Bermudas	Licras	Camisetas
	110 metros en	55	45	40 metros
<b>Hilo</b>	c/u	metros en	metros	en c/u
<b>(5000 metros)</b>		c/u	en c/u	
	45	90	111	125
	Calentadores	Bermudas	Licras	Camisetas

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

La cantidad de los demas materiales que se usan en la elaboracion de las prendas de vestir deportivas se presentan a continuación:

*Tabla N° 58: Materia prima indirecta – Otros materiales*

<b>MATERIAL</b>	<b>CANTIDAD POR PRENDA</b>
Elástico 35 metros cada rollo.	62 centímetros calentador 55 centímetros licra
Etiquetas	1
Cierres	1 calentador
Fundas	1
Cordón(200m)	0,85 metros (bermuda)

**Fuente:** Investigación directa  
**Elaborado por:** La autora

Para obtener el valor de materia prima indirecta por cada prenda se determino de acuerdo a la cantidad de unidades a producirse anualmente multiplicado por los valores de la tabla N° 57 y 58; los resultados se presentan en la siguiente tabla:

*Tabla N° 59: Materia prima indirecta –costo anual*

<b>PRODUCCION CALENTADORES</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio</b>	<b>Costo</b>
Etiquetas	1680	0,02	33,60
Elástico	29,76	3,00	89,28
Hilo	37	2,10	77,70
Cierre	1680	0,35	588,00
Fundas	1680	0,02	33,60
<b>Total MPI Calentadores Anual</b>			<b>822,18</b>
<b>Total MPI Calentadores Mensual</b>			<b>68,52</b>

<b>PRODUCCION BERMUDAS</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio</b>	<b>Costo</b>
Etiquetas	1920	0,02	38,40
Hilo	21	2,10	44,10
Cordón	8,16	4,25	34,68
Fundas	1920	0,02	38,40
<b>Total MPI Bermudas Anual</b>			<b>155,58</b>
<b>Total MPI Bermudas Mensual</b>			<b>12,97</b>
<b>PRODUCCIÓN LICRAS</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio</b>	<b>Costo</b>
Etiquetas	2160	0,02	43,20
Hilo	17	2,10	35,70
Elástico	30,17	3,00	90,51
Fundas	2160	0,02	43,2
<b>Total MPI Licras Anual</b>			<b>212,61</b>
<b>Total MPI Licras Mensual</b>			<b>17,72</b>
<b>PRODUCCIÓN CAMISETAS</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio</b>	<b>Costo</b>
Etiquetas	2160	\$ 0,02	\$ 43,20
Hilo	15	\$2,10	\$31,50
Fundas	2160	\$ 0,02	\$43,20
<b>Total MPI Camisetas Anual</b>			<b>117,90</b>
<b>Total MPI Camisetas Mensual</b>			<b>9,83</b>
<b>TOTAL MPI ANUAL</b>			<b>1308,27</b>
<b>TOTAL MPI MENSUAL</b>			<b>109,02</b>

**Fuente:** Investigación directa  
**Elaborado por:** La autora

Para un mejor entendimiento a continuación se presenta un resumen de los costos mensuales y anuales de materia prima indirecta usada para la elaboración de las prendas.

Tabla N° 60: Resumen materia prima indirecta/mensual

<b>PRODUCTO</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>
CALENTADORES	68,52	822,18
BERMUDAS	12,97	155,58
LICRAS	17,72	212,61
CAMISETAS	9,83	117,90
<b>TOTAL</b>	<b>109,02</b>	<b>1308,27</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

#### 4.12.3.2 Mano de obra indirecta

Como mano de obra indirecta de la fábrica tenemos lo siguiente:

Tabla N° 61: Mano de obra indirecta

<b>CARGO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>TOTAL</b>	<b>TOTAL</b>
		<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>
Diseñador	1	366,00	4392,00
Bodeguero	1	366,00	4392,00
Control de calidad y empaques	1	366,00	4392,00
<b>TOTALES</b>		<b>1098,00</b>	<b>13176,00</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

Se pagará a un asesor tributario para que realice las declaraciones mensuales de

impuesto a la renta de la empresa.

Tabla N° 62: Asesoría tributaria – declaraciones mensuales

<b>Concepto</b>	<b>Mensual</b>	<b>Anual</b>
Asesor Tributario	30,00	360,00
<b>TOTAL</b>	<b>30,00</b>	<b>360,00</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

La maquinaria de la empresa debe ser revisada y realizada mantenimiento periódicamente, a continuación se presenta el costo de este servicio de manera mensual y anual:

Tabla N° 63: Gasto mantenimiento maquinaria

<b>Concepto</b>	<b>Mensual</b>	<b>Anual</b>
Mantenimiento maquinaria	80,00	960,00
<b>TOTAL</b>	<b>80,00</b>	<b>960,00</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

Se realizó un resumen para entender de mejor manera los costos por mano de obra indirecta.

Tabla N° 64: Resumen mano de obra indirecta

<b>CONCEPTO</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>
Mano de obra indirecta	1098,00	13176,00
Asesor tributario	30,00	360,00
Mantenimiento maquinaria	80,00	960,00
<b>TOTAL</b>	<b>1208,00</b>	<b>14496,00</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

#### 4.12.3.3 Otros costos indirectos de fabricación

Para la elaboración de las prendas de vestir deportivas se usará las siguientes

herramientas de confección:

Tabla N° 65: Herramientas de costura

Conceptos	Cantidad	P. Unitario	P. Total
Tijeras grandes	2	16,00	32,00
Tijeras pequeñas	2	7,00	14,00
Cinta métrica	3	1,75	5,25
Agujas para maquina (100)	1	47,50	47,50
Juego de reglas	1	8,50	8,50
Tizas (12)	1	3,90	3,90
<b>Total</b>			<b>111,15</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

En la siguiente tabla se detalla los costos por servicios básicos de la planta de producción:

Tabla N° 66: Gasto servicios basicos

Concepto	Mensual	Anual
Luz	70,00	840,00
Agua	10,00	120,00
Teléfono	15,00	180,00
Internet	20,00	240,00
<b>Total</b>	<b>115,00</b>	<b>1380,00</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

Para mantener aseada el área de producción de la fábrica se comprará suministros de aseo.

Tabla N° 67: Suministros de limpieza

<b>Concepto</b>	<b>Mensual</b>	<b>Anual</b>
Suministros de aseo y limpieza	10,00	120,00
<b>Total</b>	<b>10,00</b>	<b>120,00</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

Según la NIIF 17; las partidas de propiedades, planta y equipo se miden al costo menos la depreciación acumulada y cualquier pérdida por deterioro del valor acumulada. La depreciación se carga para distribuir el costo de los activos menos sus valores residuales a lo largo de su vida útil estimada, aplicando el método lineal. Los terrenos tienen una vida útil indefinida y por lo tanto no se deprecian.

Una entidad seleccionará un método de depreciación que refleje el patrón con arreglo al cual espera consumir los beneficios económicos futuros del activo. Los métodos posibles de depreciación incluyen el método lineal, el método de depreciación decreciente y los métodos basados en el uso, como por ejemplo el método de las unidades de producción.

En este caso para el cálculo de la depreciación de los activos fijos se aplicará el método lineal, tomando en cuenta los años de vida útil del bien, el valor de costo de la maquinaria, muebles, vehículo, edificio, equipo de computación.



Tabla N° 68: Depreciaciones

Concepto	Cant.	V.U	V.T	%	V.R.	Años	Costo	Costo	
						V. Útil	mensual	Anual	
Edificio	1,00	20000,00	20000,00	10%	2000	20	75,00	900,00	
Maquina Recta	2,00	460,00	920,00	10%	92	10	6,90	82,80	
Maquina Overlock	3,00	800,00	2400,00	10%	240	10	18,00	216,00	
Maquina Recubridora	2,00	1500,00	3000,00	10%	300	10	22,50	270,00	
Cortadora Industrial	1,00	500,00	500,00	10%	50	10	3,75	45,00	
Elasticadora	1,00	1600,00	1600,00	10%	160	10	12,00	144,00	
Plancha a vapor	2,00	140,00	280,00	10%	28	10	2,10	25,20	
Mesa de diseño	1,00	75,00	75,00	10%	7,50	10	0,56	6,75	
Archivador	1,00	65,00	65,00	10%	6,50	10	0,48	5,85	
Mesa de corte	1,00	95,00	95,00	10%	9,5	10	0,71	8,55	
Vitrinas	2,00	110,00	220,00	10%	22	10	1,65	19,80	
Estanterías	2,00	75,00	150,00	10%	15	10	1,13	13,50	
Escritorio	2,00	100,00	200,00	10%	20	10	1,50	18,00	
Vehículo	1,00	12000,00	12000,00	10%	1200	5	180,00	2160,00	
Computadora de escritorio	2,00	500,00	1000,00	10%	100	3	25,00	300,00	
Impresora	1,00	120,00	120,00	10%	12	3	3,00	36,00	
<b>TOTALES</b>								<b>354,28</b>	<b>4251,36</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

El siguiente cuadro hace referencia a los costos totales indirectos de fabricación:

*Tabla N° 69: Resumen otros costos indirectos de fabricación*

<b>CONCEPTO</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>
Herramientas de costura	9,28	111,15
Gasto servicios básicos	115,00	1380,00
Suministros de aseo y limpieza	10,00	120,00
<b>TOTAL</b>	<b>134,28</b>	<b>1611,15</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

De acuerdo a los datos de tablas anteriores se puede determinar los costos totales de producción para la elaboración de las prendas deportivas:

*Tabla N° 70: Resumen costos de producción*

<b>CONCEPTO</b>	<b>COSTO MENSUAL</b>	<b>COSTO ANUAL</b>
MPD	2661,40	31936,80
MOD	1464,00	17568,00
MPI	109,02	1308,27
MOI	1208,00	14496,00
OTROS CIF	134,28	1611,15
<b>TOTALES</b>	<b>5576,70</b>	<b>66920,22</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

## **4.13 GASTOS ADMINISTRATIVOS**

### **4.13.1 Gastos de constitución (Diferidos)**

Todos los valores a cancelar por concepto de permisos de funcionamiento del nuevo proyecto se consideran como gastos de constitución; y su costo es el siguiente:

Tabla N° 71: Gastos de constitución e instalación

DESCRIPCIÓN	COSTO
Gastos de Instalación	320,00
Registro mercantil	25,00
Patente municipal	120,00
Pago a bomberos	10,00
Certificado de no adeudar al municipio	12,00
Permiso municipal de funcionamiento	20,00
Imprevistos	150,00
<b>TOTAL</b>	<b>657,00</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

#### 4.13.2 Remuneración de personal administrativo

Tabla N° 72: Personal administrativo

CARGO	CANTIDAD	SUELDO	TOTAL
		MENSUAL	ANUAL
Secretaria	1	366,00	4392,00
<b>TOTALES</b>		<b>366,00</b>	<b>4392,00</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

#### 4.13.3 Suministros de oficina

Tabla N° 73: Suministros de oficina

Conceptos	P. Unitario	P. Total
Suministros de oficina	45,00	45,00
<b>Total</b>	<b>45,00</b>	<b>45,00</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

A continuación se presenta un resumen de los gastos administrativos y sus costos totales para períodos anuales y mensuales:

Tabla N° 74: Resumen gastos administrativos

<b>CONCEPTO</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>
Suministros de oficina	3,75	45,00
Personal administrativo	366,00	4392,00
<b>TOTAL</b>	<b>369,75</b>	<b>4437,00</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

#### 4.14 GASTOS DE VENTAS

##### 4.14.1 Suministros y materiales de ventas

Tabla N° 75: Suministros y materiales de ventas

<b>Concepto</b>	<b>Cantidad</b>	<b>P. Unitario</b>	<b>P. Total</b>	<b>Valor Mensual</b>
Fundas	7920	0,04	316,80	26,40
<b>Total</b>			<b>316,80</b>	<b>26,40</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

##### 4.14.2 Gasto publicidad

La publicidad especialmente será por internet; a través de una página web de la empresa, en un perfil social del negocio, también; se dará a conocer los productos a las personas por medio de radio y volantes.

Tabla N° 76: Publicidad

<b>Concepto</b>	<b>Mensual</b>	<b>Anual</b>
Gasto publicidad	80,00	960,00
<b>Total</b>	<b>80,00</b>	<b>960,00</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

En la siguiente tabla se expone de manera resumida el total del gasto de ventas de manera mensual y anual:

*Tabla N° 77: Resumen gasto de ventas*

<b>CONCEPTO</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>
Materiales de ventas (Fundas)	26,40	316,80
Gasto publicidad	80,00	960,00
<b>TOTAL</b>	<b>106,40</b>	<b>1276,80</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

Para determinar el capital de trabajo se tomó los valores anuales de costo de producción, gastos administrativos y de ventas; a los mismos que se les multiplicó por dos meses y así se obtuvo los siguientes resultados:

*Tabla N° 78: Resumen capital de trabajo del proyecto*

<b>CONCEPTO</b>	<b>COSTO MENSUAL</b>	<b>COSTO DE DOS MESES</b>
Costos de producción	5576,70	11153,40
Gastos administrativos	369,75	739,50
Gastos de ventas	106,40	212,80
<b>Totales</b>	<b>6052,85</b>	<b>12105,70</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

#### **4.15 CAPITAL DE TRABAJO**

El capital de trabajo es la capacidad que tiene una determinada empresa para desarrollar sus actividades diarias de manera normal.

#### 4.15.1 Inversión total

En este cuadro se presenta los elementos consolidados que conforman la inversión inicial del proyecto a desarrollarse.

Tabla N° 79: Resumen de inversiones

CONCEPTO	COSTO MENSUAL	%
Inversiones Fijas	54760,00	81,10%
Inversiones diferidas	657,00	0,97%
Capital de trabajo	12105,70	17,93%
<b>Total</b>	<b>67522,70</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

#### 4.15.2 FINANCIAMIENTO EN VALORES ABSOLUTOS Y RELATIVOS

La inversión inicial es 67522,70 dolares de los cuales la autora cuenta con recursos propios para utilizar en el desarrollo del proyecto:

Tabla N° 80: Recursos propios

RECURSOS PROPIOS	COSTO
Terreno	25000,00
Edificio	18000,00
Maquina Recta (Una)	460,00
Maquina Overlock (Una)	800,00
Aporte económico	3262,70
<b>TOTAL</b>	<b>47522,70</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

Con la información de la tabla anterior se puede determinar que los recursos propios son de \$47522,70 lo cual en porcentajes equivale al 70,38%; se cuenta con el apoyo de un préstamo de BAN ECUADOR para cubrir el costo que hace falta que es de \$20000,00;

ésta cantidad es el 29,62% del capital necesario para el desarrollo del proyecto; dicha institución financiera brinda créditos con la tasa de interés más baja y accesible que es del 10%, a diferencia de otras entidades bancarias.

*Tabla N° 81:* Fuentes de financiamiento

<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR</b>	<b>PORCENTAJE DE FINANCIAMIENTO</b>
RECURSOS PROPIOS	47522,70	70,38%
FINANCIAMIENTO	20000,00	29,62%
<b>TOTAL</b>	<b>67522,70</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

## CAPÍTULO V

### ESTUDIO FINANCIERO

En el presente capítulo se elabora el análisis económico, mismo que es primordial para que la fábrica textil comience a funcionar; se realizó las proyecciones para los cinco años de ingresos, egresos y costos.

También se presenta la proyección de los Estados Financieros; los cuales sirvieron de base para la elaboración y presentación de los indicadores financieros que son: la Tasa Interna del Retorno (TIR), el Valor Actual Neto (VAN), el Costo Beneficio, el Punto de Equilibrio (PE) y el Periodo de Recuperación.

#### 5.1 DETERMINACIÓN DE INGRESOS PROYECTADOS

El ingreso que se percibirá del presente proyecto será de la venta de las prendas deportivas, mismo que se determinó con información del capítulo anterior y con la estimación del precio obtenido del estudio de mercado.

La proyección de las unidades a producirse se realizó en base a la capacidad instalada que es una referencia del tiempo que la materia prima pasa en cada uno de los procesos de transformación para llegar al producto terminado, tomando en cuenta la mano de obra directa que interviene para la fabricación de las prendas deportivas.

*Tabla N° 82: Tiempo por proceso de producción por prenda*

<b>Producto</b>	<b>Diseño</b>	<b>Corte</b>	<b>Confección</b>	<b>Terminado</b>	<b>Tiempo total minutos</b>
CALENTADOR	10	12	15	5	42
BERMUDA	10	12	12	5	39
LICRA	8	10	12	3	33
CAMISETA	8	10	12	3	33

**Fuente:** Tabla N° 40  
**Elaborado por:** La autora



La tabla a continuación demuestra las cantidades diarias, semanales, mensuales y anuales por prenda; que produciría la fábrica de confección de ropa deportiva.

*Tabla N° 83: Producción por periodo de tiempo*

<b>Producto</b>	<b>Producción diaria</b>	<b>Producción semanal</b>	<b>Producción mensual</b>	<b>Producción anual</b>
CALENTADOR	7	35	140	1680
BERMUDA	8	40	160	1920
LICRA	9	45	180	2160
CAMISETA	9	45	180	2160

**Fuente:** Tabla N° 41  
**Elaborado por:** La autora

Esta distribución se realizó en base a la tabla N° 74, en 8 horas, es decir 480 minutos divididos para el tiempo total en minutos, este resultado multiplicado por la capacidad efectiva y la eficiencia que equivale al 85% y 75% respectivamente; este resultado se multiplica por los cinco días, cuatro semanas y doce meses; para obtener finalmente la cantidad anual de producción por cada prenda; los valores de capacidad instalada se utilizarán en la tabla de proyección de ingresos.

El precio de cada prenda fue establecido mediante la promediación de los datos en las entrevistas aplicadas a las empresas textiles; estos se proyectaron mediante el uso de la tasa de inflación promedio hasta septiembre del 2016. Se usó esta tasa para mantener mayor actualización, en los últimos meses el porcentaje ha estado en disminución en comparación a otros años; por lo tanto se asume que la materia prima directa e indirecta mantendrán un costo promedio bajo y es un beneficio para el proyecto.

Tabla N° 84: Tasa de inflación promedio

ÚLTIMOS AÑOS	PROMEDIO ANUAL INFLACIÓN	TASA PROMEDIO CRECIMIENTO INFLACIÓN
Enero	3,09	
Febrero	2,60	
Marzo	2,32	
Abril	1,78	
Mayo	1,63	
Junio	1,59	
Julio	1,58	
Agosto	1,42	
Septiembre	1,30	
<b>PROMEDIO</b>	<b>1,19</b>	<b>1,19</b>

**Fuente:** (BANCO CENTRAL DEL ECUADOR, 2016)

**Elaborado por:** La autora

Con el uso de la tasa promedio de la inflación, se pudo determinar la proyección del precio para los cinco años; como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla N° 85: Proyección del precio por prenda

AÑO	CALENTADOR	BERMUDAS	LICRAS	CAMISETAS
2016	28,63	8,52	9,20	12,52
2017	28,97	8,62	9,31	12,67
2018	29,32	8,72	9,42	12,82
2019	29,66	8,83	9,53	12,97
2020	30,02	8,93	9,65	13,13
2021	30,37	9,04	9,76	13,28

**Fuente:** Tabla N°37

**Elaborado por:** La autora

La cantidad de ventas proyectadas a cinco años genera la idea de lo que se venderá y lo que se debe producir; entonces los costos de materia prima, mano de obra, costos indirectos de fabricación se proyectarán al mismo término de años que las ventas y deben estar relacionados con el nivel de proyección de ingresos anuales.

*Tabla N° 86: Proyección del ingreso anual*

PRODUCTO	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
	CANT.	PRECIO	TOTAL	CANT.	PRECIO	TOTAL	CANT.	PRECIO	TOTAL	CANT.	PRECIO	TOTAL	CANT.	PRECIO	TOTAL
	ANUAL			ANUAL			ANUAL			ANUAL			ANUAL		
Calentadores	1680	28,97	48.669,60	1.722	29,31	50.479,99	1.765	29,66	52.356,23	1.809	30,02	54.300,00	1.854	30,37	56.312,99
Bermudas	1920	8,62	16.550,40	1.968	8,72	17.166,03	2.017	8,83	17.802,80	2.067	8,93	18.461,23	2.119	9,04	19.150,87
Licras	2160	9,31	20.109,60	2.214	9,42	20.857,63	2.269	9,53	21.630,14	2.326	9,65	22.437,38	2.384	9,76	23.270,53
Camisetas	2160	12,67	27.367,20	2.214	12,82	28.385,19	2.269	12,97	29.436,51	2.326	13,13	30.535,08	2.384	13,28	31.668,92
<b>TOTAL</b>	<b>7.920,00</b>		<b>112.696,80</b>	<b>8.118,00</b>		<b>116.888,84</b>	<b>8.320,00</b>		<b>121.225,69</b>	<b>8.528,00</b>	<b>61,72</b>	<b>125.733,69</b>	<b>8.741,00</b>	<b>62,46</b>	<b>130.403,32</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

## 5.2 DETERMINACIÓN DE LOS EGRESOS

Los egresos consisten en los rubros destinados para adquirir activos fijos, diferidos y capital de trabajo, mismo que se encuentra conformado por los tres elementos del costo; que son: materia prima, mano de obra y costos generales de fabricación.

Al realizar la inversión en dichos activos y elementos se puede garantizar el desarrollo normal de las actividades del proyecto.

## 5.3 COSTOS DE PRODUCCIÓN

### 5.3.1 Materia prima directa e insumos

Para establecer la cantidad y el costo de cada materia prima a utilizar por prenda se realizó un análisis de los procesos productivos; y se ha determinado lo siguiente:

### 5.3.2 Materia prima directa A Y B

La materia Prima Directa A es la tela Licra – Algodón y B es la tela Vioto. Las tres prendas principales que se fabricará serán los calentadores, licras y camisetas; mismos

que serán elaborados un 100% con tela licra de algodón; la cantidad de tela promedio para un calentador es 1,75 metros, el costo por metro es \$4,20, esta multiplicación genera un costo total de \$7,35 más el IVA, obteniendo un total de \$8,37. Las bermudas, estarán fabricadas 100% en vioto, se usarán 0,70 metros, el costo por metro de dicha tela es 3,10 así se genera los \$2,17 mas el IVA se obtiene el costo final por prenda.

Tabla N° 87: Materia Prima Directa A y B

MPD	Producto	% part.	Metro de tela por prenda	Costo por metro	Costo total	IVA	Costo final por prenda
	Calentadores	100%	1,75	4,2	7,350	1,029	8,379
<b>LICRA (A)</b>	Licras	100%	0,9	4,2	3,78	0,5292	4,3092
	Camisetas	100%	0,8	4,2	3,36	0,4704	3,8304
<b>VIOTO (B)</b>	Bermudas	100%	0,70	3,1	2,17	0,3038	2,4738

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

### 5.3.3 Proyección de insumos a utilizar

Se hizo la proyección de materia prima directa A y B para cinco años, con su respectivo costo; como se presenta en la siguiente tabla:

Tabla N°88: Proyecciones Materia Prima Directa A y B

Productos	Q. Mens.	Q. Año	Mt. A usar	Costo final penda	Total Mt.	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5				
						Costo	Q.	Cost.	Q.	Cost.	Q.	Cost.	Q.	Cost.				
						MPD	Mt	Unit.	Cost. MPD	Mt	Unit	Cost. MPD	Mt	Unit	MPD	Mt	Unit	MPD
Calentadores	140	1680	1,75	8,3790	2940	24634,26	3014	8,48	25.550,59	3089	8,58	26.500,26	3166	8,68	27.484,10	3245	8,79	28.502,99
Bermudas	160	1920	0,70	2,4738	1.344	3324,79	1378	2,50	3.448,46	1412	2,53	3.576,38	1447	2,56	3.708,65	1483	2,59	3.847,19
Licras	180	2160	0,9	4,3092	1.944	8377,08	1993	4,36	8.688,69	2042	4,41	9.010,50	2093	4,46	9.346,77	2146	4,52	9.693,84
Camisetas	180	2160	0,8	3,8304	1.728	6618,93	1771	3,88	6.865,14	1815	3,92	7.119,41	1861	3,97	7.385,10	1907	4,02	7.659,33
<b>TOTAL</b>		<b>7920</b>		<b>18,99</b>	<b>4.284</b>	<b>42955,06</b>	<b>8155</b>		<b>44.552,88</b>	<b>8358</b>		<b>46.206,55</b>	<b>8567</b>		<b>47.924,63</b>	<b>8781</b>		<b>49.703,35</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

### 5.3.5 Mano de obra directa

La mano de obra directa del presente proyecto será el personal que interviene principalmente en la fabricación de las prendas de vestir deportivas, a continuación se presenta una tabla detallada de los trabajadores y los beneficios sociales de cada uno.

Tabla N° 89: Mano de Obra Directa

Mano de obra indirecta	Cant.	Salario Unificado	Vacaciones	Fondos de reserva	Ingreso Mensual	Ingreso Anual	Aporte Mensual	Aporte Anual	Décimo Tercero	Décimo cuarto	Total Anual
Corte	1	366,00	183,00	366,00	366,00	4.392,00	44,47	533,63	366,00	366,00	5.657,63
Confección	1	366,00	183,00	366,00	366,00	4.392,00	44,47	533,63	366,00	366,00	5.657,63
Confección	1	366,00	183,00	366,00	366,00	4.392,00	44,47	533,63	366,00	366,00	5.657,63
<b>TOTAL</b>		<b>1.098,00</b>	<b>549,00</b>	<b>1.098,00</b>	<b>1.098,00</b>	<b>13.176,00</b>	<b>133,41</b>	<b>1.600,88</b>	<b>1.098,00</b>	<b>1.098,00</b>	<b>16.972,88</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

### 5.3.6 Proyección de la mano de obra directa

Se estima contar con una persona en el departamento de corte y con dos personas en el departamento de diseño, los sueldos de dichos empleados se proyectaron a cinco años; como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla N° 90: Proyecciones Mano de Obra Directa

PERSONAL	TOTAL AÑO 1	TOTAL AÑO 2	TOTAL AÑO 3	TOTAL AÑO 4	TOTAL AÑO 5
CORTE	5.657,63	6.562,38	6.975,02	7.413,60	7.879,76
CONFECCIÓN	5.657,63	6.562,38	6.975,02	7.413,60	7.879,76
CONFECCIÓN	5.657,63	6.562,38	6.975,02	7.413,60	7.879,76
<b>TOTAL</b>	<b>16.972,88</b>	<b>19.687,13</b>	<b>20.925,05</b>	<b>22.240,80</b>	<b>23.639,29</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

### 5.3.7 Costos generales de fabricación

Los rubros determinados como costos generales de fabricación son los siguientes:

- Materia Prima Indirecta
- Mano de Obra Indirecta
- Otros costos indirectos de Fabricación

#### **5.3.7.1. Materia Prima Indirecta**

La materia prima indirecta se considera a todos aquellos materiales que se incluyen en la fabricación de una prenda pero no se los puede identificar fácilmente en el producto terminado, tenemos las siguientes:

- Fundas
- Etiquetas
- Hilo
- Elástico
- Cierres
- Cordón

Estos artículos se usarán de acuerdo a la prenda que se confeccione; ya que no todas las materias primas indirectas son necesarias para cada producto.

#### **5.3.7.2 Proyección de la Materia Prima Indirecta**

La cantidad de Materia Prima indirecta a utilizarse en la producción de la ropa deportiva, se calculó por prenda en base a las proyecciones de la capacidad instalada para los cinco años. Como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla N° 91: Proyecciones Materia Prima Indirecta por Prenda

PRODUCTO	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
<b>CALENTADORES</b>	<b>1.680</b>			<b>1.722</b>			<b>1.765</b>			<b>1.809</b>			<b>1.854</b>		
	<b>Cantidad</b>	<b>Precio</b>	<b>Costo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio</b>	<b>Costo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio</b>	<b>Costo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio</b>	<b>Costo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio</b>	<b>Costo</b>
Etiquetas	1.680	0,02	33,60	1.722	0,02	34,44	1.765	0,02	35,30	1.809	0,02	36,18	1854	0,02	37,08
Elástico	29,76	3,00	89,28	31	3,00	93,00	32	3,00	96,00	33	3,00	99,00	34	3,00	102,00
Hilo	37	2,10	77,70	38	2,10	79,80	39	2,10	81,90	40	2,10	84,00	41	2,10	86,10
Cierre	1.680	0,35	588,00	1.722	0,35	602,70	1.765	0,35	617,75	1.809	0,35	633,15	1854	0,35	648,90
Fundas	1.680	0,02	33,60	1.722	0,02	34,44	1.765	0,02	35,30	1.809	0,02	36,18	1854	0,02	37,08
			<b>822,18</b>			<b>844,38</b>			<b>866,25</b>			<b>888,51</b>			<b>911,16</b>
<b>BERMUDAS</b>	<b>1920</b>			<b>1968</b>			<b>2017</b>			<b>2067</b>			<b>2119</b>		
	<b>Cantidad</b>	<b>Precio</b>	<b>Costo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio</b>	<b>Costo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio</b>	<b>Costo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio</b>	<b>Costo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio</b>	<b>Costo</b>
Etiquetas	1920	0,02	38,40	1968	0,02	39,36	2017	0,02	40,34	2067	0,02	41,34	2119	0,02	42,38
Hilo	21	2,10	44,10	22	2,10	46,20	23	2,10	48,30	24	2,10	50,40	25	2,10	52,50
Cordón	8,16	4,25	34,68	8	4,25	34,00	8	4,25	34,00	8	4,25	34,00	8	4,25	34,00
Fundas	1920	0,02	38,40	1968	0,02	39,36	2017	0,02	40,34	2067	0,02	41,34	2119	0,02	42,38
			<b>155,58</b>			<b>158,92</b>			<b>162,98</b>			<b>167,08</b>			<b>171,26</b>
<b>LICRAS</b>	<b>2160</b>			<b>2214</b>			<b>2269</b>			<b>2326</b>			<b>2384</b>		
	<b>Cantidad</b>	<b>Precio</b>	<b>Costo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio</b>	<b>Costo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio</b>	<b>Costo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio</b>	<b>Costo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio</b>	<b>Costo</b>
Etiquetas	2160	0,02	43,20	2214	0,02	44,28	2269	0,02	45,38	2326	0,02	46,52	2384	0,02	47,68
Hilo	17	2,10	35,70	17	2,10	35,70	17	2,10	35,70	17	2,10	35,70	17	2,10	35,70
Elástico	30,17	3,00	90,51	31	3,00	93,00	32	3,00	96,00	33	3,00	99,00	34	3,00	102,00
Fundas	2160	0,02	43,20	2214	0,02	44,28	2269	0,02	45,38	2326	0,02	46,52	2384	0,02	47,68
			<b>212,61</b>			<b>217,26</b>			<b>222,46</b>			<b>227,74</b>			<b>233,06</b>
<b>CAMISETAS</b>	<b>2160</b>			<b>2214</b>			<b>2269</b>			<b>2326</b>			<b>2384</b>		
	<b>Cantidad</b>	<b>Precio</b>	<b>Costo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio</b>	<b>Costo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio</b>	<b>Costo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio</b>	<b>Costo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio</b>	<b>Costo</b>
Etiquetas	2160	0,02	43,20	2214	0,02	44,28	2269	0,02	45,38	2326	0,02	46,52	2384	0,02	47,68
Hilo	15	2,10	31,50	15	2,10	31,50	15	2,10	31,50	15	2,10	31,50	15	2,10	31,50
Fundas	2160	0,02	43,20	2214	0,02	44,28	2269	0,02	45,38	2326	0,02	46,52	2384	0,02	47,68
			<b>117,9</b>			<b>120,06</b>			<b>122,26</b>			<b>124,54</b>			<b>126,86</b>
<b>TOTAL AÑO 1</b>			<b>1308,27</b>	<b>TOTAL AÑO 2</b>		<b>1340,62</b>	<b>TOTAL AÑO 3</b>		<b>1373,95</b>	<b>TOTAL AÑO 4</b>		<b>1407,87</b>	<b>TOTAL AÑO 5</b>		<b>1442,34</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

### 5.3.7.3. Mano de Obra Indirecta

La Mano de Obra Indirecta es aquella que no interviene en la producción de las prendas de vestir deportivas y se encuentra conformada de la siguiente manera:

Tabla N° 92: Mano de Obra Indirecta

Mano de obra indirecta	Cant.	Salario Unificado	Vacaciones	Fondos de reserva	Ingreso Mensual	Ingreso Anual	Aporte Mensual	Aporte Anual	Décimo Tercero	Décimo cuarto	Total Anual
Diseñador	1	366,00	183,00	366,00	366,00	4.392,00	44,47	533,63	366,00	366,00	5.657,63
Bodeguero	1	366,00	183,00	366,00	366,00	4.392,00	44,47	533,63	366,00	366,00	5.657,63
Control de calidad y empaque	1	366,00	183,00	366,00	366,00	4.392,00	44,47	533,63	366,00	366,00	5.657,63
<b>TOTAL</b>		<b>1.098,00</b>	<b>549,00</b>	<b>1.098,00</b>	<b>1.098,00</b>	<b>13.176,00</b>	<b>133,41</b>	<b>1.600,88</b>	<b>1.098,00</b>	<b>1.098,00</b>	<b>16.972,88</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

### 5.3.7.4. Proyecciones de Mano de Obra Indirecta

Para la proyección a cinco años de la Mano de Obra Indirecta se realizó el cálculo usando la tasa de crecimiento anual del salario básico unificado, como se muestra a continuación:

Tabla N° 93: Proyecciones Mano de Obra Indirecta

PERSONAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Diseñador	5.657,63	6.562,38	6.975,02	7.413,60	7.879,76
Bodeguero	5.657,63	6.562,38	6.975,02	7.413,60	7.879,76
Control de Calidad y empaque	5.657,63	6.562,38	6.975,02	7.413,60	7.879,76
<b>TOTAL</b>	<b>16.972,88</b>	<b>19.687,13</b>	<b>20.925,05</b>	<b>22.240,80</b>	<b>23.639,29</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora



### 5.3.7.5. Otros Costos Indirectos de Fabricación

Como otros costos indirectos de fabricación se consideró lo siguiente:

Tabla N° 94: Resumen otros costos indirectos de fabricación

CONCEPTO	MENSUAL	ANUAL
Herramientas de costura	9,28	111,15
Gasto servicios básicos	115,00	1380,00
Suministros de aseo y limpieza	10,00	120,00
<b>TOTAL</b>	<b>134,28</b>	<b>1611,15</b>

Fuente: Tabla N° 69

Elaborado por: La autora

### 5.3.7.6. Proyecciones Otros Costos Indirectos de Fabricación

Tabla N° 95: Proyección otros costos indirectos de fabricación

CONCEPTO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Herramientas de costura	111,15	112,47	113,81	115,17	116,54
Gasto servicios básicos	1.380,00	1.396,42	1.413,04	1.429,85	1.446,87
Suministros de aseo y limpieza	120,00	121,43	122,87	124,34	125,81
<b>TOTAL</b>	<b>1611,15</b>	<b>1630,32</b>	<b>1649,72</b>	<b>1669,36</b>	<b>1689,22</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

### 5.3.8 Resumen de los costos indirectos de fabricación

Tabla N° 96: Resumen costos indirectos de fabricación

CONCEPTO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia Prima	1308,27	1340,62	1373,95	1407,87	1442,34
Indirecta					
Mano de obra indirecta	16.972,88	19.687,13	20.925,05	22.240,80	23.639,29
Otros CIF	1611,15	1630,32	1649,72	1669,36	1689,22
<b>TOTAL</b>	<b>19892,3</b>	<b>22658,07</b>	<b>23948,72</b>	<b>25318,03</b>	<b>26770,85</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

### 5.3.9 Resumen de costos de producción

A continuación se detalla de manera resumida los costos de producción y las proyecciones a cinco años de los mismos:

Tabla N° 97: Resumen costos de producción

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materia prima	42955,06	44.552,88	46.206,55	47.924,63	49.703,35
Directa					
Mano de obra Directa	16.972,88	19.687,13	20.925,05	22.240,80	23.639,29
Materia Prima Indirecta	1308,27	1340,62	1373,95	1407,87	1442,34
Mano de obra Indirecta	16.972,88	19.687,13	20.925,05	22.240,80	23.639,29
Otros Costos Indirectos de Fabricación	1611,15	1630,32	1649,72	1669,36	1689,22
<b>TOTAL</b>	<b>78374,10</b>	<b>86898,08</b>	<b>91080,32</b>	<b>95483,46</b>	<b>100113,49</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

## 5.4 GASTOS ADMINISTRATIVOS

Los gastos administrativos del proyecto son todos aquellos contraídos en el control y dirección de la organización; pero no están relacionados con la producción.

### 5.4.1 Suministros de oficina

Se realizó el cálculo de la proyección de suministros de oficina usando la tasa de inflación anual.

Tabla N° 98: Suministros de Oficina

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Útiles de oficina	45,00	46,66	48,38	50,16	52,01
<b>TOTAL</b>	<b>45,00</b>	<b>46,66</b>	<b>48,38</b>	<b>50,16</b>	<b>52,01</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

### 5.4.3 Sueldos del personal administrativo

Se contratará una secretaria; su sueldo y beneficios se encuentran de la siguiente manera:

Tabla N°99: Personal Administrativo

Mano de obra directa	Cant.	Salario Unificado	Vacaciones	Fondos de reserva	Ingreso Mensual	Ingreso Anual	Aporte Mensual	Aporte Anual	Décimo Tercero	Décimo cuarto	Total Anual
Secretaria	1	366,00	183,00	366,00	366,00	4.392,00	44,47	533,63	366,00	366,00	5.657,63
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>366,00</b>	<b>183,00</b>	<b>366,00</b>	<b>366,00</b>	<b>4.392,00</b>	<b>44,47</b>	<b>533,63</b>	<b>366,00</b>	<b>366,00</b>	<b>5.657,63</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

#### 5.4.3.1 Proyección sueldo del personal administrativo

La proyección del sueldo anual de la secretaria se la realizó mediante el cálculo de multiplicación del sueldo del año uno por la tasa de crecimiento anual del sueldo básico unificado.

Tabla N° 100: Proyecciones personal administrativo

<b>PERSONAL</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Secretaria	5.657,63	6.562,38	6.975,02	7.413,60	7.879,76
<b>TOTAL</b>	<b>5.657,63</b>	<b>6.562,38</b>	<b>6.975,02</b>	<b>7.413,60</b>	<b>7.879,76</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

#### 5.4.4 Resumen de gastos administrativos

En la siguiente tabla se detalla un resumen de los gastos administrativos para los cinco años proyectados.

Tabla N° 101: Resumen gastos administrativos

<b>CONCEPTO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Útiles de oficina	45,00	46,66	48,38	50,16	52,01
Secretaria	5.657,63	6.562,38	6.975,02	7.413,60	7.879,76
<b>TOTAL</b>	<b>5.702,63</b>	<b>6.609,04</b>	<b>7.023,40</b>	<b>7.463,76</b>	<b>7.931,77</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

#### 5.5 GASTOS DE VENTAS

Son aquellos que están relacionados con el almacenamiento de artículos para la venta, la promoción de productos, los gastos en que se incurren para generar una venta, entre otros.

Los gastos de ventas de la fábrica textil de ropa deportiva están formados de la siguiente manera:

##### 5.5.1 Suministros y materiales de ventas

Tabla N° 102: Suministros y materiales de ventas

<b>Concepto</b>	<b>Cantidad</b>	<b>P. Unitario</b>	<b>P. Total</b>	<b>Valor Mensual</b>
Fundas	7920	0,04	316,80	26,40
<b>Total</b>			<b>316,80</b>	<b>26,40</b>

**Fuente:** Tabla N° 75

**Elaborado por:** La autora

### 5.5.1.1 Proyección suministros y materiales de ventas

La proyección para los suministros y materiales de ventas se estimaron calculando la cantidad del año uno sumado la tasa de inflación anual, como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla N° 103: Suministros y materiales de ventas - proyecciones

Concepto	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Suministros y materiales de ventas	316,80	320,57	324,38	328,24	332,15
<b>TOTAL</b>	<b>316,80</b>	<b>320,57</b>	<b>324,38</b>	<b>328,24</b>	<b>332,15</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

### 5.5.2 Publicidad

La publicidad de los productos de la fábrica textil tendrán los siguientes valores:

Tabla N° 104: Publicidad

Concepto	Mensual	Anual
Gasto publicidad	80,00	960,00
<b>Total</b>	<b>80,00</b>	<b>960,00</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

### 5.5.2.1 Publicidad – proyección

Tabla N° 105: Publicidad - proyección

Concepto	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Publicidad y propaganda	960,00	971,42	982,98	994,68	1.006,52
<b>TOTAL</b>	<b>960,00</b>	<b>971,42</b>	<b>982,98</b>	<b>994,68</b>	<b>1.006,52</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

### 5.5.3 Resumen de gastos de ventas

La tabla a continuación muestra de manera resumida las proyecciones a cinco años de gastos de ventas de la empresa:

Tabla N° 106: Resumen gasto de ventas – proyecciones

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Publicidad y propaganda	960,00	971,42	982,98	994,68	1.006,52
Suministros y materiales de ventas	316,80	320,57	324,38	328,24	332,15
<b>TOTAL</b>	<b>1276,8</b>	<b>1291,99</b>	<b>1307,36</b>	<b>1322,92</b>	<b>1338,67</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

## 5.6 GASTOS FINANCIEROS

Para la implementación y desarrollo del presente proyecto se contará con un crédito de BAN ECUADOR, a una tasa del 10% y a un plazo de pago de 5 años, con pagos semestrales; para lo cual se detalla la amortización de crédito.

### 5.6.1 Tabla amortización del crédito

A continuación se presenta la tabla de amortización del crédito que se pagará de manera semestral generando diez pagos en los cinco años plazo:

Tabla N° 107: Amortización del crédito

N° CUOTA	CAPITAL	VALOR CUOTA	INTERÉS	AMORTIZACIÓN	SALDO
1	20.000,00	2.575,13	976,18	1.598,95	18.401,05
2	18.401,05	2.575,13	898,13	1.677,00	16.724,05
3	16.724,05	2.575,13	816,28	1.758,85	14.965,20
4	14.965,20	2.575,13	730,43	1.844,70	13.120,51
5	13.120,51	2.575,13	640,40	1.934,73	11.185,77
6	11.185,77	2.575,13	545,96	2.029,17	9.156,61
7	9.156,61	2.575,13	446,92	2.128,21	7.028,40
8	7.028,40	2.575,13	343,05	2.232,08	4.796,32
9	4.796,32	2.575,13	234,10	2.341,03	2.455,29
10	2.455,29	2.575,13	119,84	2.455,29	0,00

**Fuente:** Investigación directa - internet

**Elaborado por:** La autora

Tabla N° 108: Resumen de pago de credito anual

<b>Año</b>	<b>Cuota Anual</b>	<b>Interés Anual</b>
1	3.275,95	1.874,31
2	3.603,54	1.546,72
3	3.963,90	1.186,36
4	4.360,29	789,97
5	4.796,32	353,94
<b>TOTAL</b>	<b>20000,00</b>	<b>5731,30</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

## **5.7 DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS**

De acuerdo a las Normas de Información Financiera la depreciación es la disminución de valor de un activo tangible causado por la decadencia física y deterioro, otro factor es la falta de reparaciones y reemplazos al bien.

Según la Ley de Régimen Tributario Interno la depreciación de los activos fijos se debe realizar de acuerdo a la naturaleza de los bienes, a la duración de su vida útil y la técnica contable.

La depreciación es la pérdida del valor de adquisición de un activo fijo, generado por el transcurso del tiempo, desgaste por uso o desuso, falta de mantenimiento, reparaciones, entre otros factores.

Se ha determinado que la vida útil de los activos de este proyecto es:

Tabla N° 109: Tabla de depreciación de activos fijos

<b>Activos fijos</b>	<b>Valor en libros</b>	<b>Valor residual</b>	<b>Años de vida útil</b>
Terreno	25.000,00	0,00	
Edificio	18.000,00	1.800,00	20
Maquinaria	9845	984,50	10
Equipo de computación	620,00	62,00	3
Equipo de computación año 4	700,00	70,00	3
Muebles y enseres	870,00	87,00	10

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

### 5.7.1 Tablas de depreciación

Para un mejor entendimiento a continuación se presenta las tablas de depreciación, aplicando el metodo lineal, por cada activo fijo con el que contará la fábrica.

La presente tabla detalla la depreciación del edificio para 20 años:

Tabla N° 110: Depreciación edificio

<b>Edificio</b>	<b>Valor actual</b>	<b>Depreciación</b>	<b>Depreciación Acumulada</b>	<b>Saldo</b>
Año 1	20.000,00	900,00	900,00	19.100,00
Año 2	20.000,00	900,00	1.800,00	18.200,00
Año 3	20.000,00	900,00	2.700,00	17.300,00
Año 4	20.000,00	900,00	3.600,00	16.400,00
Año 5	20.000,00	900,00	4.500,00	15.500,00
Año 6	20.000,00	900,00	5.400,00	14.600,00
Año 7	20.000,00	900,00	6.300,00	13.700,00
Año 8	20.000,00	900,00	7.200,00	12.800,00
Año 9	20.000,00	900,00	8.100,00	11.900,00
Año 10	20.000,00	900,00	9.000,00	11.000,00



Año 11	20.000,00	900,00	9.900,00	10.100,00
Año 12	20.000,00	900,00	10.800,00	9.200,00
Año 13	20.000,00	900,00	11.700,00	8.300,00
Año 14	20.000,00	900,00	12.600,00	7.400,00
Año 15	20.000,00	900,00	13.500,00	6.500,00
Año 16	20.000,00	900,00	14.400,00	5.600,00
Año 17	20.000,00	900,00	15.300,00	4.700,00
Año 18	20.000,00	900,00	16.200,00	3.800,00
Año 19	20.000,00	900,00	17.100,00	2.900,00
Año 20	20.000,00	900,00	18.000,00	2.000,00

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

Las máquinas de coser tienen una vida útil de diez años, a continuación se presenta la tabla de depreciaciones de estas:

*Tabla N° 111: Depreciación maquinaria*

<b>Maquinaria</b>	<b>Valor actual</b>	<b>Depreciación</b>	<b>Depreciación Acumulada</b>	<b>Saldo</b>
Año 1	9.845,00	886,05	886,05	8.958,95
Año 2	9.845,00	886,05	1.772,10	8.072,90
Año 3	9.845,00	886,05	2.658,15	7.186,85
Año 4	9.845,00	886,05	3.544,20	6.300,80
Año 5	9.845,00	886,05	4.430,25	5.414,75
Año 6	9.845,00	886,05	5.316,30	4.528,70
Año 7	9.845,00	886,05	6.202,35	3.642,65
Año 8	9.845,00	886,05	7.088,40	2.756,60
Año 9	9.845,00	886,05	7.974,45	1.870,55
Año 10	9.845,00	886,05	8.860,50	984,50

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

Para el equipo de computación se estima una vida útil de tres años; mismo que se deprecia de la siguiente manera:

*Tabla N° 112:* Depreciación equipo de computación

<b>Equipo de computación</b>	<b>Valor actual</b>	<b>Depreciación</b>	<b>Depreciación Acumulada</b>	<b>Saldo</b>
Año 1	620,00	186,00	186,00	434,00
Año 2	620,00	186,00	372,00	248,00
Año 3	620,00	186,00	558,00	62,00

**Fuente:** Investigación directa  
**Elaborado por:** La autora

La vida útil del equipo de cómputo es tres años (es decir, el periodo durante el cual se espera que el equipo esté disponible para su uso por parte de la entidad teniendo en cuenta los niveles previstos de mantenimiento). El hecho de que el mantenimiento regular podría extender la vida útil del equipo a cinco años es irrelevante cuando la entidad no prevé llevar a cabo tareas de mantenimiento regulares. (NIIF17, 2009)

Para el cuarto año se estima adquirir un nuevo computador portátil y una impresora por lo cual se realiza la depreciación para dicho bien de los siguientes años; como se muestra a continuación:

*Tabla N° 113:* Depreciación equipo de computación (cuarto año)

<b>Equipo de computación</b>	<b>Valor actual</b>	<b>Depreciación</b>	<b>Depreciación Acumulada</b>	<b>Saldo</b>
Año 4	700,00	210,00	210,00	490,00
Año 5	700,00	210,00	420,00	280,00
Año 6	700,00	210,00	630,00	70,00

**Fuente:** Investigación directa  
**Elaborado por:** La autora

Los muebles y enseres tienen una vida útil de diez años, como se muestra en la siguiente tabla:

*Tabla N° 114:* Depreciación muebles y enseres

<b>Muebles y enseres</b>	<b>Valor actual</b>	<b>Depreciación</b>	<b>Depreciación Acumulada</b>	<b>Saldo</b>
Año 1	870,00	78,30	78,30	791,70
Año 2	870,00	78,30	156,60	713,40
Año 3	870,00	78,30	234,90	635,10
Año 4	870,00	78,30	313,20	556,80
Año 5	870,00	78,30	391,50	478,50
Año 6	870,00	78,30	469,80	400,20
Año 7	870,00	78,30	548,10	321,90
Año 8	870,00	78,30	626,40	243,60
Año 9	870,00	78,30	704,70	165,30
Año 10	870,00	78,30	783,00	87,00

**Fuente:** Investigación directa  
**Elaborado por:** La autora

### 5.7.2 Resumen de depreciaciones

*Tabla N° 115:* Resumen depreciaciones de activos

<b>ACTIVOS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>DEPRECIACIÓN COSTO</b>					
Edificio	810,00	810,00	810,00	810,00	810,00
Maquinaria	886,05	886,05	886,05	886,05	886,05
<b>TOTAL DE DEPRECIACIÓN COSTO</b>	<b>1.696,05</b>	<b>1.696,05</b>	<b>1.696,05</b>	<b>1.696,05</b>	<b>1.696,05</b>

---

**DEPRECIACIÓN GASTO**

Muebles y enseres	78,30	78,30	78,30	78,30	78,30
Equipo de computación	186,00	186,00	186,00		
Equipo de computación 4 año				210,00	210,00
<b>TOTAL DE DEPRECIACIÓN</b>	<b>264,30</b>	<b>264,30</b>	<b>264,30</b>	<b>288,30</b>	<b>288,30</b>
<b>GASTO</b>					
<b>TOTAL DE DEPRECIACIÓN</b>	<b>1.960,35</b>	<b>1.960,35</b>	<b>1.960,35</b>	<b>1.984,35</b>	<b>1.984,35</b>

---

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

### 5.8 AMORTIZACIÓN ACTIVOS DIFERIDOS

En la tabla a continuación se presentan los activos diferidos a cinco años de la empresa:

*Tabla N° 116: Activos diferidos a cinco años*

<b>ACTIVOS</b>	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>NOMINALES:</b>						
Gastos de instalación	320,00	64,00	64,00	64,00	64,00	64,00
Gastos de operación y puesta en marcha	187,00	37,40	37,40	37,40	37,40	37,40
Imprevistos	150,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00
<b>TOTAL</b>	<b>657,00</b>	<b>101,40</b>	<b>101,40</b>	<b>101,40</b>	<b>101,40</b>	<b>101,40</b>

---

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

### 5.9 PLAN DE CONTINGENCIA

Para dar respuesta a los riesgos establecidos en la matriz de Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos (AOOR) se presenta a continuación un plan de contingencia con estrategias y costos para disminuir de alguna manera los posibles peligros que puedan afectar la producción y la empresa en general.

Tabla N° 117: Plan de contingencia especialización de la competencia en confección de ropa deportiva

**Plan de contingencia**

**Riesgo:** Especialización de la competencia en confección de ropa deportiva

**Objetivo:** Establecer las estrategias adecuadas que ayuden a mantener un mayor nivel de especialización que la competencia.

**Causas:** La competencia siempre busca la manera de ser líder en el mercado.

Las tendencias cambian frecuentemente.

<b>Estrategias</b>	<b>Detalle</b>	<b>Responsable</b>	<b>Tiempo</b>	<b>Costo</b>
Investigar frecuentemente las nuevas tendencias de moda en la ropa deportiva.	Tanto empleador como diseñador y costureras estarán frecuentemente buscando modelos nuevos de ropa deportiva y proponiendo su elaboración.	Gerente Diseñador Costureras	Cada mes	\$ 0,00  No implica un costo
Mantener un nivel de productividad.	Las costureras deben mantener el mismo ritmo de trabajo siempre para obtener una cantidad alta o moderada de productos terminados	Costureras	Cada mes	\$ 0,00  No implica un costo
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 0,00</b>

**Fuente:** Investigación directa  
**Elaborado por:** La autora

Tabla N° 118: Plan de contingencia para el mercado informal que gana clientela

**Plan de contingencia**

**Riesgo:** Mercado informal que gana clientela

**Objetivo:** Establecer las estrategias apropiadas para enfrentar el mercado informal.

**Causas:** Los vendedores informales y ambulantes ofrecen un producto similar a un precio excesivamente bajo.

<b>Estrategias</b>	<b>Detalle</b>	<b>Responsable</b>	<b>Tiempo</b>	<b>Costo</b>
Investigar la ubicación frecuente de estos vendedores informales.	Investigar frecuentemente las ubicaciones y los precios de los productos que venden todos aquellos que conforman el mercado informal.	Gerente	Cada tres meses	\$ 0,00  No implica un costo
Cambiar y mejorar los diseños de las prendas frecuentemente.	Se indagará de manera continua los diseños del mercado informal y el resto de la competencia; para consecuentemente cambiar de diseños y mejorar los actuales.	Gerente , Diseñador Costureras	,	\$ 0,00  No implica un costo
Permanentemente crear promociones y remates.	Las prendas que no hayan sido vendidas ponerlas a mitad de precio y hacer	Gerente	Cada dos meses	\$ 0,00  No implica

descuentos de 5%,	un
10% y 15%.	costo
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 0,00</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

*Tabla N°119:* Plan de contingencia para los obreros con falta de experiencia en la actividad textil

### Plan de contingencia

**Riesgo:** Obreros con falta de experiencia en la actividad textil.

**Objetivo:** Establecer las estrategias apropiadas para contrarrestar el riesgo de pérdidas en la producción y daños a la maquinaria por obreros con falta de experiencia en la actividad textil.

**Causas:** Obreros inexpertos en la elaboración de prendas de vestir y manejo de maquinaria textil.

<b>Estrategias</b>	<b>Detalle</b>	<b>Responsable</b>	<b>Tiempo</b>	<b>Costo</b>
Capacitar a las costureras en el manejo de máquinas.	Las costureras serán capacitadas para manejar de manera correcta las máquinas y evitar posibles daños.	Gerente Costureras	Inicialmente	\$ 40,00
Informar a las costureras de los cambios y nuevos diseños.	Las costureras y el diseñador serán informadas previamente de los cambios en los diseños actuales y la creación de nuevos modelos.	Gerente Diseñador Costureras	Cada dos meses	\$ 0,00 No implica un costo
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 40,00</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

Tabla N° 120: Plan de contingencia para escases de materia prima directa e indirecta.

**Plan de contingencia**

**Riesgo:** Escases de materia prima directa e indirecta.

**Objetivo:** Establecer las estrategias apropiadas para una posible escases de materia prima y materiales de costura.

**Causas:** Inexistencia de una pequeña reserva de materiales para una emergencia.

<b>Estrategias</b>	<b>Detalle</b>	<b>Responsable</b>	<b>Tiempo</b>	<b>Costo</b>
Contar con una reserva pequeña de materia prima.	Se adquirirá una pequeña cantidad de materia prima directa e indirecta, misma que se usará en caso de emergencia de escases en la fábrica y necesidad inmediata.	Gerente Costureras	Inicialmente	\$ 95,00
Contar con materiales extras para el diseño y elaboración de las prendas	Se contará con un extra de materiales de costura y de confección en caso de que las herramientas se dañen o sea necesario una reposición de las mismas.	Gerente Costureras	Inicialmente	\$ 15,00



Usar al máximo la materia prima y materiales	Se utilizará la materia prima directa e indirecta hasta su máximo punto de uso, se reutilizará y reciclará los sobrantes o retazos; también los materiales de costura serán usados de la mejor manera para que tengan más tiempo de vida útil.	Costureras	Frecuentemente	\$ 0,00
				No implica un costo
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 110,00</b>

**Fuente:** Investigación directa  
**Elaborado por:** La autora

### 5.10 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS

El estado de resultados es un instrumento utilizado en una empresa u organización para reportar las operaciones de un determinado período. De esta manera se obtiene la utilidad o la pérdida del período contable, disminuyendo los gastos incurridos y sumando las ganancias e ingresos.

Tabla N° 121: Estado de resultados proyectado

<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>PROYECTADOS</b>					
Ventas netas	112.696,80	116.888,84	121.225,69	125.733,69	130.403,32
- Costo de producción	80.334,45	87.395,08	91.559,89	95.969,42	100.581,62
<b>= Utilidad Bruta en Ventas</b>	<b>32.362,35</b>	<b>29.493,76</b>	<b>29.665,79</b>	<b>29.764,27</b>	<b>29.821,70</b>
- Gastos de administración	7.433,33	8.354,50	8.783,76	9.239,16	9.722,33
- Gastos de ventas	960,00	971,42	982,98	994,68	1.006,52
<b>= Utilidad Bruta en operaciones</b>	<b>23.969,02</b>	<b>20.167,84</b>	<b>19.899,06</b>	<b>19.530,44</b>	<b>19.092,85</b>
- Gastos financieros (intereses)	1.874,31	1.546,72	1.186,36	789,97	353,94
<b>Utilidad neta antes de</b>					
<b>= obligaciones</b>	<b>22.094,71</b>	<b>18.621,12</b>	<b>18.712,69</b>	<b>18.740,47</b>	<b>18.738,90</b>
- 15% participación trabajadores	3314,21	2793,17	2806,90	2811,07	2810,84
<b>Utilidad antes de impuesto a</b>					
<b>= la renta</b>	<b>18.780,50</b>	<b>15.827,95</b>	<b>15.905,79</b>	<b>15.929,40</b>	<b>15.928,07</b>
- Impuesto a la renta	626,66	272,35	281,69	284,53	284,37
<b>= Utilidad Neta</b>	<b>18.153,84</b>	<b>15.555,60</b>	<b>15.624,10</b>	<b>15.644,87</b>	<b>15.643,70</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

## 5.11 ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO

El flujo de efectivo es un informe financiero que presenta de manera detallada los flujos de entradas y salidas económicas que tendría la empresa en un determinado período de tiempo. A continuación se presenta el flujo de caja proyectado a cinco años:

Tabla N° 122: Estado de flujo de efectivo

<b>INGRESOS</b>	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Utilidad neta		18.153,84	15.555,60	15.624,10	15.644,87	15.643,70
Depreciaciones		1.960,35	1.960,35	1.960,35	1.984,35	1.984,35
Valor de rescate						45.123,25
<b>TOTAL INGRESOS</b>		<b>20.114,19</b>	<b>17.515,95</b>	<b>17.584,45</b>	<b>17.629,22</b>	<b>62.751,30</b>
<b>EGRESOS</b>						
Amortización de diferidos	-657,00	101,40	101,40	101,40	101,40	101,40
Inversiones	-54.760,00				700,00	
Capital de trabajo	-12.105,70					
Pago de principal		3.275,95	3.603,54	3.963,90	4.360,29	4.796,32
<b>TOTAL EGRESOS</b>		<b>3.377,35</b>	<b>3.704,94</b>	<b>4.065,30</b>	<b>5.161,69</b>	<b>4.897,72</b>
<b>FLUJO DE CAJA NETO</b>	<b>-67.522,70</b>	<b>16.736,84</b>	<b>13.811,00</b>	<b>13.519,15</b>	<b>12.467,53</b>	<b>57.853,58</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

El valor de rescate constituye la suma del saldo en libros al quinto año de los activos depreciables mas el valor del terreno, debido a que este bien no se deprecia.

## 5.12 ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

El estado a continuación muestra contablemente los activos, pasivos y patrimonio total del proyecto.

Tabla N° 123: Estado de situación financiera

<b>ACTIVOS</b>		<b>PASIVOS</b>	
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>		<b>PASIVOS CORRIENTES</b>	
Efectivo y equivalentes de efectivo	12105,70	-	0,00
<b>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>12105,70</b>	<b>TOTAL PASIVOS CORRIENTES</b>	<b>0,00</b>
<b>ACTIVOS NO CORRIENTES</b>		<b>PASIVOS NO CORRIENTES</b>	
<b>PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO</b>		<b>PASIVOS NO CORRIENTES</b>	
Terreno	25000,00	Préstamo	20.000,00
Infraestructura	18000,00	<b>TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>20.000,00</b>
Maquinaria	9845,00	<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>20.000,00</b>
Muebles y enseres	870,00		
Equipo de computación	620,00		
Equipo de oficina	80,00		
Otros activos	345,00		
<b>TOTAL PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO</b>	<b>54760,00</b>		
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>		<b>PATRIMONIO</b>	
Gastos de constitución	657,00	Capital accionista	47522,70
<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>657,00</b>	<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>47522,70</b>
<b>TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>55.417,00</b>		
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>67522,70</b>	<b>TOTAL PASIVOS MÁS PATRIMONIO</b>	<b>67522,70</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

### 5.13 ANALISIS FINANCIERO

En esta parte se explicará y detallará el cálculo de los indicadores financieros; mismos que permitirán conocer si el proyecto es rentable y factible para ejecutarlo.

#### 5.13.1 Costo de oportunidad

El costo de oportunidad es el valor de utilidad que genera la inversión realizada en el proyecto. Al decidir invertir significa dejar de lado otra opción con un beneficio económico menor al que puede ganarse en la ejecución de un determinado proyecto.

A continuación se presenta el costo de oportunidad, de ser el caso de invertir en una institución financiera:

*Tabla N° 124: Costo de oportunidad*

<b>FUENTE</b>	<b>INVERSIÓN</b>	<b>%</b>	<b>TASA DE OPERACIÓN</b>	<b>VALOR PONDERADO</b>
Aporte propio	47522,70	0,70	8,5%	0,059823
Aporte financiero	20.000,00	0,30	10%	0,029620
				0,089443
<b>TOTAL</b>	<b>67.522,70</b>	<b>100%</b>		<b>8,94430%</b>

**Fuente:** Investigación directa  
**Elaborado por:** La autora

### 5.13.2 Tasa de rendimiento medio

**Calculo con la Tasa de Inflación 2015: 3,38%**

$$\text{TRM} = (1 + \text{CK})(1 + \text{INF}) - 1$$

$$\text{TRM} = (1 + 0,0894)(1 + 0,0338) - 1$$

$$\text{TRM} = 0,1262$$

$$\text{TRM} = 12,62\%$$

**Calculo con la tasa de Inflación promedio hasta septiembre 2016: 1,19%**

$$\text{TRM} = (1 + \text{CK})(1 + \text{INF}) - 1$$

$$\text{TRM} = (1 + 0,0894)(1 + 0,0119) - 1$$

$$\text{TRM} = 0,1024$$

$$\text{TRM} = 10,24\%$$

Al usar la tasa de inflación del 2015 se obtiene una TRM del 12,62%, mientras que con la tasa del 2016 la TRM baja al 10,24%. Cuando la TRM es alta, mayor rendimiento exige

al proyecto; por tanto es mas conveniente usar la tasa de inflación del presente año y la TRM mas baja.

La TRM es la tasa mínima de rentabilidad que exige el proyecto para cubrir sus costos y gastos; el presente proyecto debe rendir como mínimo el 10,24% por efecto del promedio de la tasa de inflación de los ultimos meses.

### 5.13.3 Valor actual neto

Este indicador financiero permite calcular un valor presente de los flujos de caja futuros.

Tabla N° 125: Flujos de caja anuales

AÑO	INVERSIÓN	FLUJO ACTUALIZADO
0	-67.522,70	
1		16.736,84
2		13.811,00
3		13.519,15
4		12.467,53
5		57.853,58

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

El VAN consiste en restar la inversión inicial de los flujos netos, utilizando la tasa de rendimiento medio que es 10,24%; con la siguiente formula:

**VAN** = Valor Actual Neto

**I** = Inversión Inicial

**C** = Flujo de Caja

**i** = Tasa de rendimiento medio (0,1024)

**n** = Horizonte de la inversión

$$\text{VAN} = \langle I \rangle + \frac{C1}{(1+i)^n} + \frac{C2}{(1+i)^n} + \frac{C3}{(1+i)^n} + \frac{C4}{(1+i)^n} + \frac{C5}{(1+i)^n}$$

$$\text{VAN} = \langle 67522,70 \rangle + \frac{16736,84}{(1+0,1024)^1} + \frac{13811,00}{(1+0,1024)^2} + \frac{13519,15}{(1+0,1024)^3} + \frac{12467,53}{(1+0,1024)^4} + \frac{57853,58}{(1+0,1024)^5}$$

$$\text{VAN} = \langle 67522,70 \rangle + 15182,18 + 11364,41 + 10090,94 + 8441,58 + 35533,19$$

$$\text{VAN} = 13087,75$$

Después de realizado el cálculo mediante la fórmula se obtiene un VAN positivo, lo cual significa que el proyecto es potencialmente ejecutable.

#### 5.13.4 Tasa interna del retorno (Tir)

La tasa interna del retorno es un indicador financiero que hace al Valor Actual Neto de un proyecto igual a cero; éste se usa para determinar si es factible o no la inversión en un determinado proyecto.

El TIR debe ser mayor que la tasa de rendimiento medio para que la inversión sea aceptable; para efectuar el cálculo de dicho indicador se usa la TRM con la finalidad de establecer un VAN negativo y otro positivo.

Para este cálculo se aplicará dos tasas que son:

Tasa superior: 16,14%

Tasa inferior: 10,24%

Las tasas anteriores ayudan a conseguir el VAN positivo y negativo; como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla N°126: Tasa interna de retorno

AÑO	INVERSIÓN INICIAL	FLUJOS NETOS	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS (10,24% - Ti)	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS (16,14% - Ts)
0	<b>-67522,70</b>		<b>-67522,70</b>	<b>-67522,70</b>
1		16.736,84	15.182,09	14.411,54
2		13.811,00	11.364,26	10.239,98
3		13.519,15	10.090,74	8.630,98
4		12.467,53	8.441,35	6.853,74
5		57.853,58	35.532,01	27.385,12
	<b>VALOR ACTUAL NETO</b>		<b>13.087,75</b>	<b>-1,34</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \frac{VAN Ti}{VAN Ti - VAN Ts}$$

$$TIR = 0,1024 + (0,1614 - 0,1024) \frac{13087,75}{13087,75 - (-)1,34}$$

$$TIR = 0,1024 + (0,05900) \frac{13087,75}{13089,09}$$

$$TIR = 0,1024 + (0,05900)(0,999897625)$$

$$TIR = 0,1024 + 0,058993960$$

$$TIR = 0,1613$$

$$TIR = 16,13\%$$

Después de realizar el cálculo con la fórmula se presentó un resultado del 16,13% de Tasa interna del retorno, misma que supera la tasa de rendimiento que es 10,24%; por tal razón se determina que el proyecto es rentable, factible y aceptable.

### 5.13.5 Relación costo beneficio

Es costo beneficio hace referencia a los ingresos, egresos y la cantidad que se recibiría como ganancia por la inversión.



Tabla N° 127: Beneficio Costo

AÑO	INGRESOS	FACTOR (I)	FLUJOS		COSTOS ACTUALIZADOS
		INDICE DE DEVALUACIÓN	ACTUALIZADOS	COSTOS	
0	-67.522,70	1			
1	20.114,19	0,988239945	19.877,65	3.377,35	3.337,63
2	17.515,95	0,976618188	17.106,39	3.704,94	3.618,32
3	17.584,45	0,965133104	16.971,33	4.065,30	3.923,55
4	17.629,22	0,953783086	16.814,45	5.161,69	4.923,13
5	62.751,30	0,942566544	59.147,28	4.897,72	4.616,42
<b>TOTAL</b>			129.917,10		20.419,06

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

$$\text{BENEFICIO COSTO} = \frac{\text{INGRESOS ACTUALIZADOS}}{\text{COSTOS ACTUALIZADOS}}$$

$$\text{BENEFICIO COSTO} = \frac{131.577,39}{20419,06}$$

$$\text{BENEFICIO COSTO} = 6,36$$

El resultado obtenido es \$ 6,36 que significa que la inversión es viable, ya que por cada dólar que se invierta, se generará \$ 5,36 centavos adicionales.

### 5.13.6 PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Este indicador mide el tiempo en el cual se recuperará la cantidad invertida y el proyecto empezará a generar ganancias.

Tabla N°128: Recuperación inversión – Valor Real

<b>PERÍODO DE RECUPERACIÓN</b>			
<b>AÑO</b>	<b>INVERSIÓN</b>	<b>FLUJO ACTUALIZADO</b>	<b>FLUJOS ACUM.</b>
<b>0</b>	-67.522,70		
<b>1</b>		15.182,09	
<b>2</b>		11.364,26	26.546,34
<b>3</b>		10.090,74	36.637,08
<b>4</b>		8.441,35	<b>45.078,44</b>
<b>5</b>		35.532,01	80.610,45

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

Tabla N° 129: Recuperación inversión – Valor corriente

<b>PERÍODO DE RECUPERACIÓN</b>			
<b>AÑO</b>	<b>INVERSIÓN</b>	<b>FLUJO NETOS</b>	<b>FLUJOS ACUM.</b>
<b>0</b>	-67.522,70		
<b>1</b>		16.736,84	
<b>2</b>		13.811,00	30.547,85
<b>3</b>		13.519,15	44.066,99
<b>4</b>		12.467,53	<b>56.534,52</b>
<b>5</b>		57.853,58	114.388,11

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

La siguiente tabla muestra la manera que el capital invertido se recupera en un período de tiempo determinado:

Tabla N° 130: Período concreto de recuperación de la inversión – Valor real

<b>TIEMPO DE RECUPERACIÓN</b>	
<b>CUARTO AÑO</b>	45.078,44
INVERSIÓN	67.522,70
INVERSIÓN A CUBRIR 5° AÑO	22.444,26
FLUJO ACT. AÑO 5/12	2961,001076
<b>MESES RESTANTES</b>	7,579957564
<b>DÍAS</b>	17,39872692

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

Los \$ 67.522,70 se recuperarán en 4,7 años en valores reales; a partir de dicho tiempo el proyecto empezará a generar por si solo las utilidades.

Tabla N° 131: Período concreto de recuperación de la inversión – Valor corriente

<b>TIEMPO DE RECUPERACIÓN</b>	
<b>TERCER AÑO</b>	44.066,99
INVERSIÓN	67.522,70
INVERSIÓN A CUBRIR 5° AÑO	23.455,71
FLUJO ACT. AÑO 5/12	4821,131856
<b>MESES RESTANTES</b>	4,865186441
<b>DÍAS</b>	25,95559323

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

Los \$ 67.522,70 se recuperarán en 4,4 años en valores corrientes; a partir de dicho tiempo el proyecto empezará a generar por si solo las utilidades

### **5.13.7 PUNTO DE EQUILIBRIO**

El punto de equilibrio representa el valor que permite dar inicio a la recuperación de la inversión en el proyecto:

$$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO} = \frac{\text{COSTOS FIJOS} + \text{INVERSIÓN FIJA}}{\text{MARGEN DE CONTRIBUCIÓN}}$$

$$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO} = \frac{12227,99 + 54760}{4,33}$$

$$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO} = \frac{66987,99}{4,33}$$

$$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO} = 15458$$

### 5.13.8 Tasa de rendimiento beneficio costo

$$\text{TRBC} = \text{INGRESOS DEFLACTADOS} / \text{INVERSIÓN}$$

$$\text{TRBC} = 129917,10 / 67.522,70$$

$$\text{TRBC} = 1,92$$

El cálculo de la Tasa de Rendimiento Beneficio Costo presento un resultado de 1,92 lo cual significa que por cada dólar invertido se obtendrá extra 0,92.

### 5.14 Sensibilidad del proyecto

Se realiza la sensibilización del proyecto para determinar el porcentaje máximo de factibilidad. A continuación se presenta una tabla que establece los valores de los indicadores financieros aplicados el 3% de sensibilidad.

*Tabla N° 132: Resumen indicadores financieros con sensibilidad del 3%*

INDICADOR	VALOR
Valor actual neto	2897,47
Tasa interna del retorno	11,56%
Costo Beneficio	6,36
Costo de oportunidad	8,94%
Tasa de rendimiento medio	10,24%
Periodo de recuperación (Valor real)	4,10 años
Periodo de recuperación (Valor corriente)	4,6 años
Punto de equilibrio	15458
TRBC	1,73

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

## 5.15 Cuadro resumen

Tabla N° 133: Resumen indicadores financieros sin sensibilidad

INDICADOR	VALOR
Valor actual neto	13087.75
Tasa interna del retorno	16,13%
Costo Beneficio	6,36
Costo de oportunidad	8,94%
Tasa de rendimiento medio	10,24%
Periodo de recuperación (Valor real)	4,7 años
Periodo de recuperación (Valor corriente)	4,4 años
Punto de equilibrio	15458
TRBC	1,92
Sensibilidad	3%

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

### Conclusión:

Luego de haber realizado el análisis se concluye que el valor actual neto es aceptable, la tasa interna del retorno es de 16,13% lo cual es beneficioso para el proyecto ya que esta no debe ser menor al 13%, el costo beneficio es de 6,36 por cada dólar, el costo de oportunidad es el 8,94% lo cual es una tasa superior en comparación a la que pagaría una entidad financiera, con esto se determina que se tiene más rentabilidad al implementar el proyecto que al tener el valor de la inversión en el banco, el periodo de recuperación es de 4,7 en valores reales y 4,4 años en valores corrientes; dicho lapso de tiempo se encuentra dentro de los cinco años proyectados; por lo cual se hace posible recuperar la inversión, el punto de equilibrio es de 15458 unidades valor que se empieza recuperando en el segundo año, la tasa de rendimiento beneficio costo es de 1,92 misma que indica la recuperación de 0,92 por cada dólar de inversión; para la sensibilización del proyecto se usó una tasa del 3%.

## **CAPÍTULO VI**

### **ESTUDIO ORGANIZACIONAL**

En este capítulo se dará a conocer propuesta de la organización y estructura administrativa, misión, visión, políticas empresarial, requisitos para permisos de funcionamiento de la fábrica; aquí también se determina las funciones de los diferentes empleados con los que contará la entidad, con la única finalidad de determinar los aspectos constitutivos necesarios para la implementación de la fábrica de confección de ropa deportiva.

#### **6.1 ASPECTO ESTRATÉGICO**

##### **6.1.1 Objetivo**

Realizar una propuesta de estructura organizacional y funcional para la constitución de la empresa por medio de la elaboración de un organigrama, planteamiento de misión, visión, principios y valores con la finalidad de garantizar el adecuado funcionamiento del presente proyecto.

##### **6.1.2 Nombre o razón social, tipo de empresa**

La razón social de la fábrica textil será: “Moda Sport”, que representará a una empresa dedicada a la confección de prendas de vestir deportivas. Dicho nombre fue escogido porque es fácil de recordar, hace referencia al deporte, es exclusivo y elegante.

##### **6.1.3 Logotipo de la empresa**



*Gráfico N° 45: Logotipo empresarial*

**Fuente:** Investigación directa

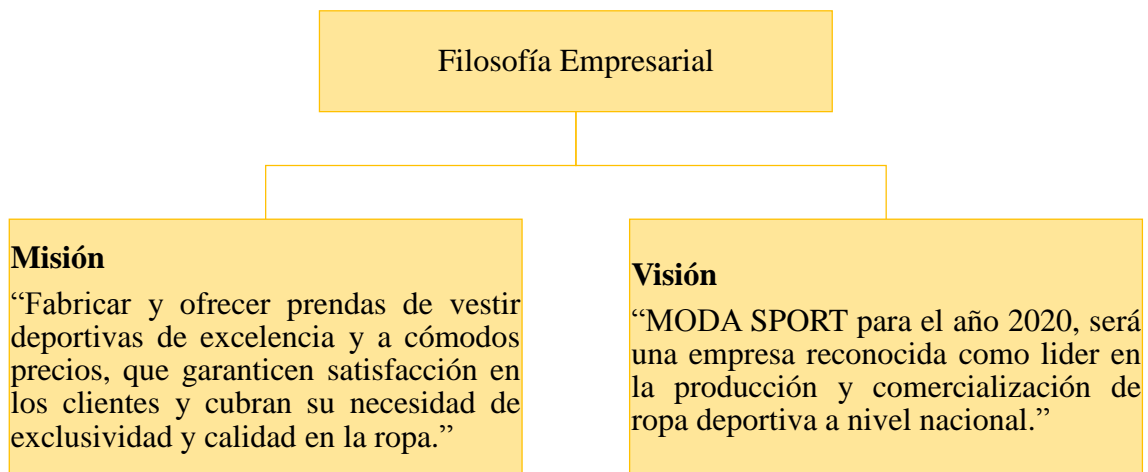
**Elaborado por:** La autora

#### 6.1.4 Eslogan de la empresa

El slogan se encarga de transmitir a las personas la exclusividad de la marca y de la empresa; la frase que representará a la fabrica “MODA SPORT” será la siguiente:

**“Vive el deporte al máximo con MODA SPORT”**

#### 6.1.5 Filosofía empresarial



*Grafico N° 46:Filofía empresarial*

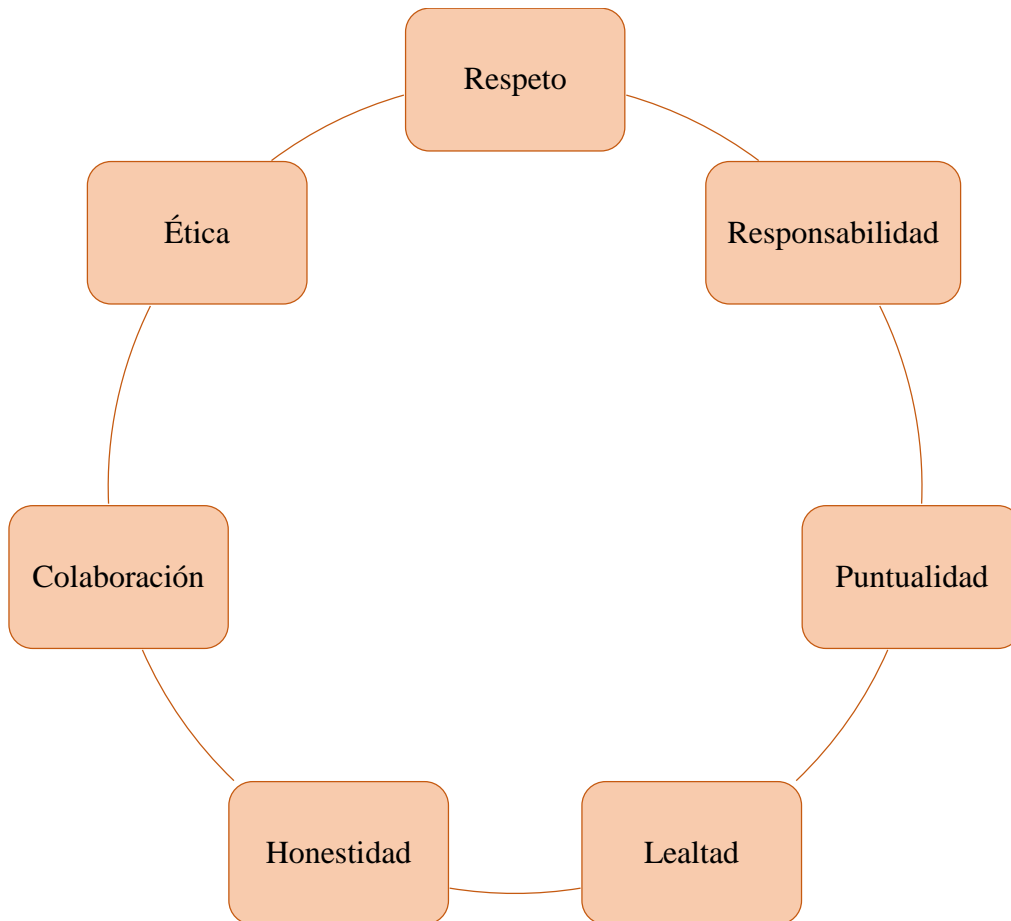
**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

#### 6.1.5.1 Valores

Los valores empresariales son indispensables dentro y fuera de la entidad, ya que ayudan a mantener la armonía laboral y hacen crecer día a día a la organización.

El personal que integrará la fábrica de confección de ropa deportiva “Moda Sport” deberá tener los sigueintes valores:



*Gráfico N° 47: Valores*  
**Fuente:** Investigación directa  
**Elaborado por:** La autora

### **6.1.5.2 Políticas empresariales**

#### **Clientes**

- El cliente podrá pagar la compra con dinero en efectivo sin ningún recargo adicional y también podrá cancelar con tarjeta de crédito con recargo adicional del 4,5%, este valor extra servirá para cubrir parte de la comisión que cobra la institución bancaria.
- Los clientes no podrán llevarse las prendas de vestir sin antes haber cancelado totalmente el costo por estas.



- Los clientes pueden probarse la ropa sin ningún compromiso; pero en el caso de dañar o ensuciar la prenda al momento de probársela; estarán obligados a adquirirla.
- El cliente debe exigir su factura de compra.

### **Proveedores**

- La gerente buscará sus proveedores según le convenga de acuerdo a su presupuesto y exigencias de calidad en la materia prima y materiales.
- Los proveedores deberán entregar una factura sin errores por la compra de cualquier artículo para la producción
- Los proveedores deberán entregar la materia prima completa y en perfectas condiciones para su uso.

### **Entidad**

- La dirección de la empresa deberá tomar en cuenta las opiniones, exigencias y quejas de los clientes que adquieran el producto.
- Se promoverá a los empleados esencialmente para que trabajen, con eficiencia, eficacia y tengan en cuenta la calidad en los productos.
- Establecer un sistema de incentivos a través de promociones en compras que superen valores o cantidades previamente establecidas.
- Crear y mantener la buena imagen empresarial.

### **Personal**

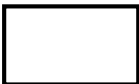



- La jornada laboral diaria será de ocho horas durante cinco días a la semana.
- Los empleados deberán usar un mandil en horas de trabajo.
- Los empleados deberán cuidar de las instalaciones, los enseres, la maquinaria y de los materiales.

- Todos los trabajadores contarán con los beneficios de la ley.
- En jornada de trabajo los empleados únicamente se dedicarán a las actividades que les corresponde de productividad o administración.

## 6.2 Estructura Administrativa

### 6.2.1 Simbología

Tabla N° 134: Simbología del organigrama estructural

Nombre	Simbología	Significado
Rectángulos		Departamentos o divisiones que varían en importancia de acuerdo a su tamaño.
Líneas verticales		Líneas de mando de una división superior a una inferior
Líneas continuas horizontales		Indican la unión entre órganos de asesoría.
Línea de apoyo		Indica apoyo a niveles superiores

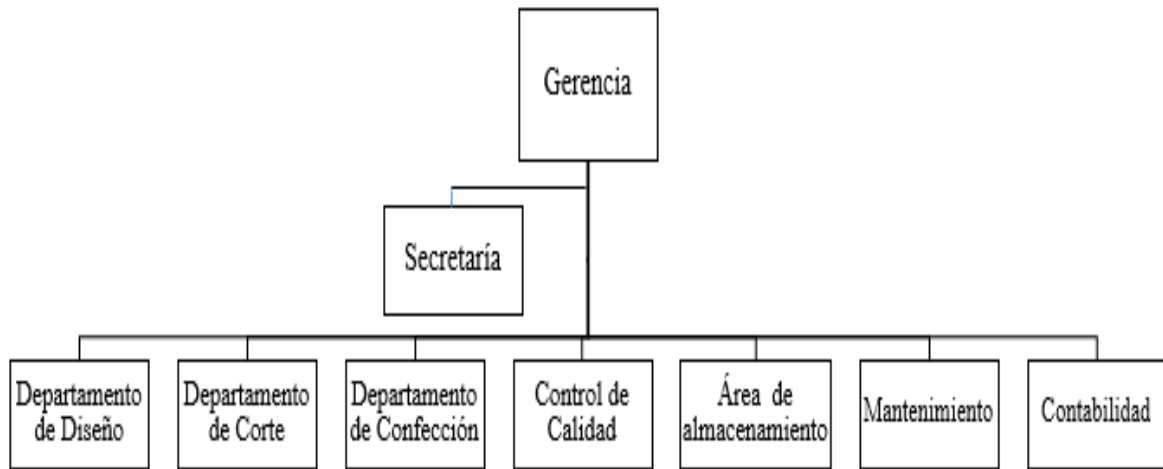
**Fuente:** (Bitácora de clase, 2013)

**Elaborado por:** La autora

### 6.2.2 Organigrama estructural

El organigrama de la empresa muestra el nivel jerárquico del personal. En medida en que la entidad crezca se ampliará la estructura del organigrama, de acuerdo a los cambios en la organización.

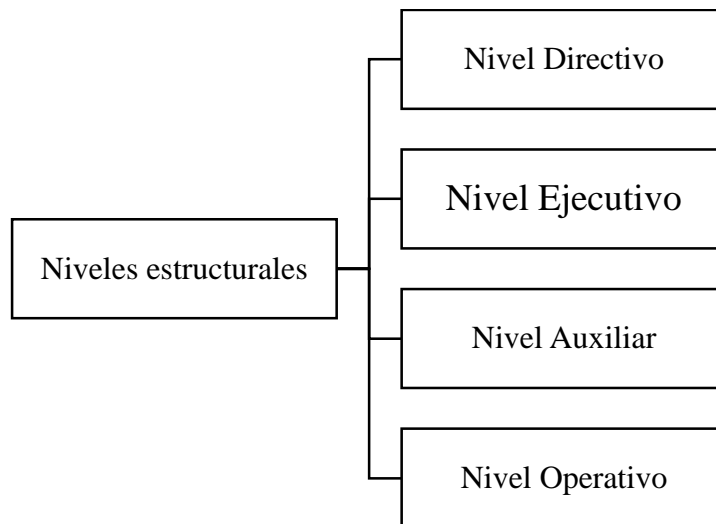
**EMPRESA “MODA SPORT”  
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL**



*Gráfico N° 48: Organigrama estructural*  
**Fuente:** Investigación directa  
**Elaborado por:** La autora

**6.2.3 Niveles estructurales**

La estructura funcional de “Moda Sport” estará conformada de la siguiente manera:



*Gráfico N° 49: Niveles estructurales*  
**Fuente:** Investigación directa  
**Elaborado por:** La autora

### 6.2.3.1 Nivel directivo

Esta comformado por los socioas de la empresa y son responsables de planificar y tomar decisiones.

### 6.2.3.2 Nivel ejecutivo

Este nivel lo integra el gerente de la entidad, el cual es encargado de orientar y supervisar la ejecución de las politicas establecidas y demas actividades de la empresa.

### 6.2.3.3 Nivel auxiliar

En este nivel se encuentra la secretaria de gerencia, quien tiene la función de apoyar en distintas actividades a la gerencia.

### 6.2.3.4 Nivel operativo

El nivel operativo lo integran el personal de producción y comercialización, se encargarán de elaborar y vender los productos de la empresa.

## 6.2.4 Estructura Funcional

### EMPRESA “MODA SPORT” ESTRUCTURA FUNCIONAL

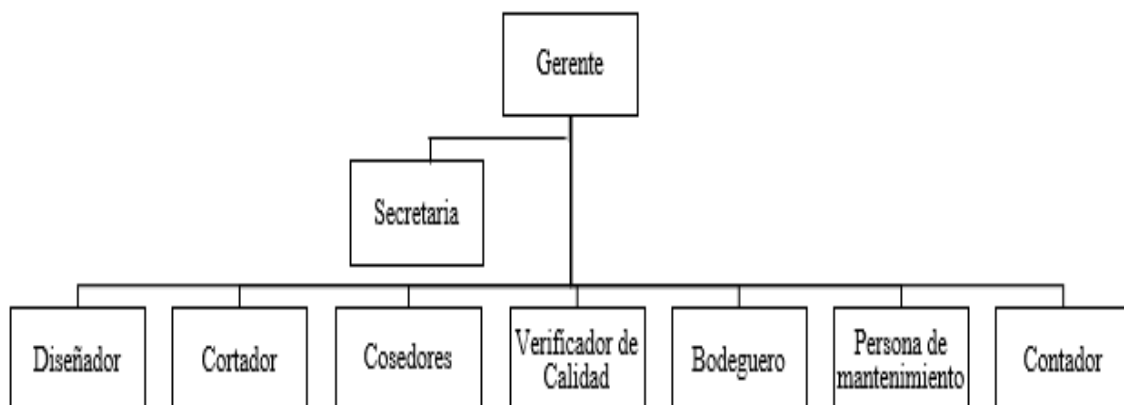


Gráfico N°50: Estructura funcional

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

## 6.3 MANUAL DE FUNCIONES

Tabla N° 135: Gerente



### CONFECCIONES “MODA SPORT”

**IDENTIFICACIÓN DEL CARGO:** Gerente

**ÁREA:** Administrativa

**CARGO:** Gerente

**REPORTA A:**

**SUPERVISA A:** Todo el personal

**OBJETIVO DEL CARGO:**

Guiar, dirigir y controlar todas y cada una de las actividades que realizan los empleados de la empresa con la finalidad de lograr el cumplimiento de metas planteadas en la empresa.

**FUNCIONES:**

- Controlar el cumplimiento de políticas empresariales.
- Autorización de compra de materia prima, materiales y demás bienes o servicios para el buen funcionamiento de la entidad.
- Controlar los procesos productivos y al personal administrativo y de producción
- Representa legalmente a la organización para cualquier asunto legal o social.
- Administra la economía de la fábrica.
- Controla el manejo correcto de inventarios en el área de almacenamiento.
- Analiza las situaciones presentadas en la empresa y toma decisiones.

#### PERFIL PROFESIONAL

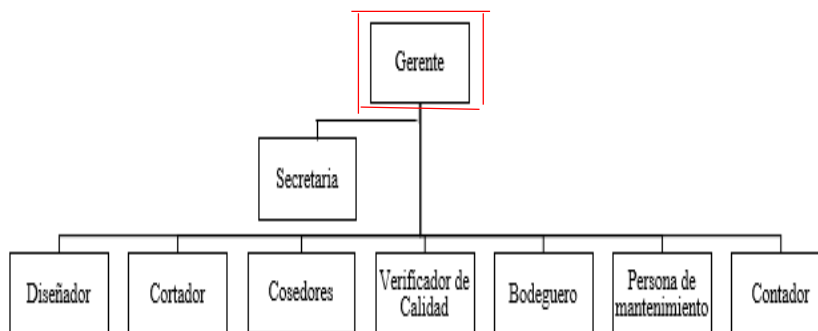
**FORMACIÓN:** Título superior

**ESPECIALIDAD:** Carreras afines a administración, contabilidad, tributación, entre otros.

**EXPERIENCIA:** Dos años en adelante de experiencia en ocupaciones afines.

#### COMPETENCIAS

- Liderazgo y don de mando
- Pensamiento analítico
- Emprendimiento
- Capacidad de toma de decisiones
- Trabajo en equipo y bajo presión
- Capacidad de organización, planificación, ejecución y control de actividades.
- Ética profesional y valores básicos personales.



**Fuente:** Investigación directa  
**Elaborado por:** La autora

Tabla N° 136: Secretaria



### CONFECCIONES “MODA SPORT”

**IDENTIFICACIÓN DEL CARGO:** Secretaria

**ÁREA:** Administrativa

**CARGO:** Secretaria

**REPORTA A:** Gerente

**SUPERVISA:** Actividades externas e internas

**OBJETIVO DEL CARGO:**

Apoyar a la gerencia en toda las actividades diarias, informando de todo suceso interno y externo de la empresa.

**FUNCIONES:**

- Informar de todo sucesos interno y externo a la gerencia.
- Tomar dictado, elaborar y redactar informes, solicitudes, oficios y demas documentos necesarios para presentacion o entrega a gerencia o a otro lugar.
- Apoyar a gerencia en cada actividad que realice.
- Administra documentación de gerencia.
- Atender a la persona encargada de gerencia, a los clientes y visitantes que acudan a la fábrica.

#### PERFIL PROFESIONAL

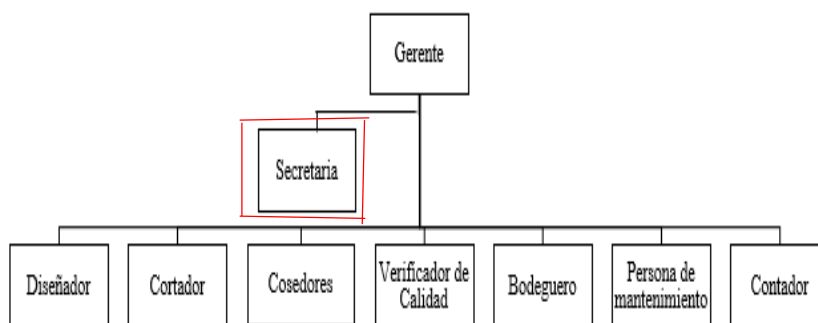
**FORMACIÓN:** Licenciatura.

**ESPECIALIDAD:** Carreras afines a administración.

**EXPERIENCIA:** Un año en delante de experiencia en ocupaciones similares

#### COMPETENCIAS

- Trabajo en equipo y bajo presión
- Capacidad de organización, planificación.
- Facilidad de relacionarse con otras personas.
- Ética profesional y valores basicos personales.
- Cordialidad, atencion al cliente, eficiente y eficaz



**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

Tabla N° 137: Contador



### CONFECCIONES “MODA SPORT”

**IDENTIFICACIÓN DEL CARGO:** Contador

**ÁREA:**

**CARGO:** Contador

**REPORTA A:** Gerente

**SUPERVISA:**

**OBJETIVO DEL CARGO:**

Asesorar a la gerenta de “MODA SPORT” para que cumpla de manera regular con las todas las obligaciones tributarias.

**FUNCIONES:**

- Asesorar a la gerente acerca las obligaciones tributarias necesarias a cumplir para el buen funcionamiento de la organización.
- Informar de novedades y cambios en normativas y políticas que se generen en el Servicio de Rentas Internas.
- Realizar las declaraciones mensuales de la entidad.

**PERFIL PROFESIONAL**

**COMPETENCIAS**

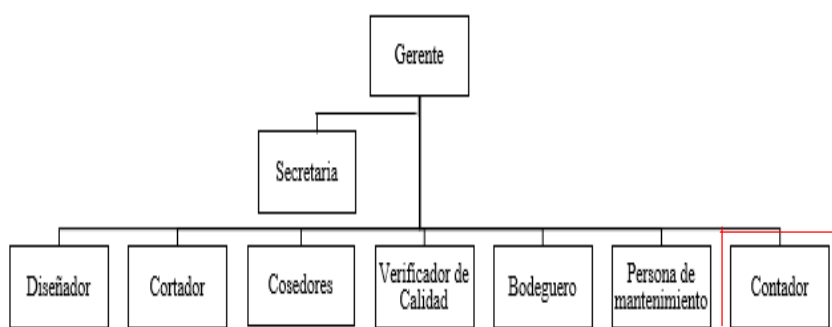
---

**FORMACIÓN:** Ingeniería o licenciatura en contabilidad

**ESPECIALIDAD:** Carreras afines a contabilidad.

**EXPERIENCIA:** Un año en delante de experiencia en asesoría tributaria u ocupaciones contables.

- Cordialidad, atención al cliente, eficiente y eficaz.
- Capacidad de organización, planificación.
- Ética profesional y valores básicos personales.



---

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

*Tabla N° 138:* Diseñador



### CONFECCIONES “MODA SPORT”

---

**IDENTIFICACIÓN DEL CARGO:** Diseñador

**ÁREA:** Producción

**CARGO:** Diseñador

**REPORTA A:** Gerente

**SUPERVISA:** Actividades de departamento de diseño

**OBJETIVO DEL CARGO:**

Elaborar diseños exclusivamente para “Moda Sport” y trazar estos en la tela.

**FUNCIONES:**

- Búsqueda y creación de nuevos y exclusivos modelos – Investigación constante últimas tendencias de la moda.
- Creación de diseños.
- Elaboración de moldes.



- Trazado en la tela.

### PERFIL PROFESIONAL

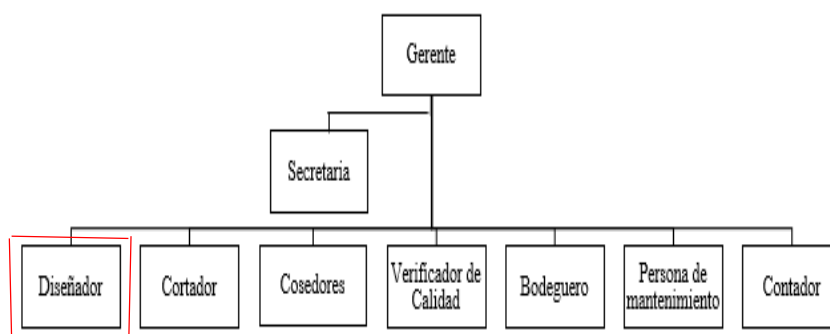
**FORMACIÓN:** Licenciatura

**ESPECIALIDAD:** Diseño de modas o carreras afines.

**EXPERIENCIA:** Un año en delante de experiencia en labores similares

### COMPETENCIAS

- Creatividad
- Trabajo en equipo y bajo presión
- Ética profesional y valores. basicos personales.
- Eficiencia y eficacia.
- Lealtad.
- Originalidad y exclusividad.



**Fuente:** Investigación directa  
**Elaborado por:** La autora

Tabla N° 139: Cortador



### CONFECCIONES “MODA SPORT”

**IDENTIFICACIÓN DEL CARGO:** Cortador

**ÁREA:** Producción

**CARGO:** Cortador

**REPORTA A:** Gerente

**SUPERVISA:** Actividades de departamento de corte

**OBJETIVO DEL CARGO:**

Cortar la tela que viene trazada del departamento de diseño.

---

**FUNCIONES:**

- Recibir y revisar los trazos en la tela.
- Cortar los trazos de la mejor manera para evitar errores.
- Ordenar la tela cortada para enviarla al departamento de confección

**PERFIL PROFESIONAL**

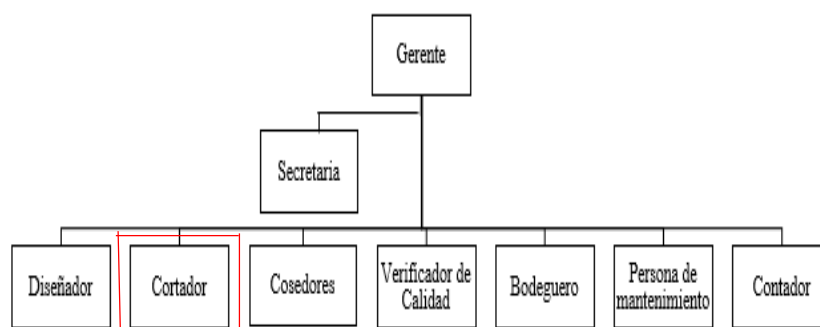
**FORMACIÓN:** Título en corte y confección.

**ESPECIALIDAD:** Confección

**EXPERIENCIA:** Dos años en confección de ropa deportiva.

**COMPETENCIAS**

- Ética profesional y valores básicos personales.
- Eficiencia y eficacia.
- Trabajo en equipo y bajo presión.
- Responsabilidad en sus actividades.



---

**Fuente:** Investigación directa  
**Elaborado por:** La autora

Tabla N°140: Cosedores

**CONFECCIONES “MODA SPORT”**

---

**IDENTIFICACIÓN DEL CARGO:** Cosedores

**ÁREA:** Producción

**CARGO:** Cosedores

**REPORTA A:** Gerente

**SUPERVISA:** Actividades de departamento de confección

**OBJETIVO DEL CARGO:**

Coser cuidadosamente los trozos de tela cortada hasta formar la prenda deportiva.

**FUNCIONES COSEDOR 1:**

- Recibir y revisar los trozos de tela cortada.
  - Coser los pedazos de tela de la mejor manera para evitar errores.
-

- Revisar el trabajo terminado y rectificar errores.

### **FUNCIONES COSEDOR 2:**

- Recibir y revisar los trozos de tela cortada.
- Coser los pedazos de tela de la mejor manera para evitar errores.
- Revisar el trabajo terminado y rectificar errores.

### **PERFIL PROFESIONAL**

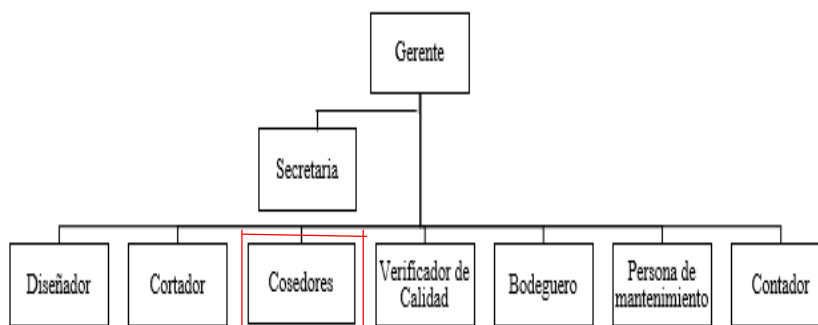
**FORMACIÓN:** Título en corte y confección o bachiller.

**ESPECIALIDAD:** Corte y confección o carreras afines.

**EXPERIENCIA:** Dos años mínimo en confección de ropa deportiva.

### **COMPETENCIAS**

- Eficiencia y eficacia.
- Observador.
- Trabajo en equipo y bajo presión.
- Responsabilidad en sus actividades.
- Ética profesional y valores básicos personales.



**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

*Tabla N° 141: Verificador de calidad*



### **CONFECCIONES “MODA SPORT”**

**IDENTIFICACIÓN DEL CARGO:** Verificador de calidad

**ÁREA:** Producción

**CARGO:** Verificador de calidad

**REPORTA A:** Gerente

**SUPERVISA:** Actividades del departamento de control de calidad

**OBJETIVO DEL CARGO:**

Revisar cuidadosamente las prendas ya confeccionadas

---

**FUNCIONES:**

- Recibir y revisar las prendas confeccionadas.
- Enviar al departamento de confección alguna prenda que necesite corregirse.
- Poner apliques y demás materiales de la prenda.
- Etiquetar y empaquetar
- Ordenar y enviar los productos terminados al área de almacenamiento.

**PERFIL PROFESIONAL**

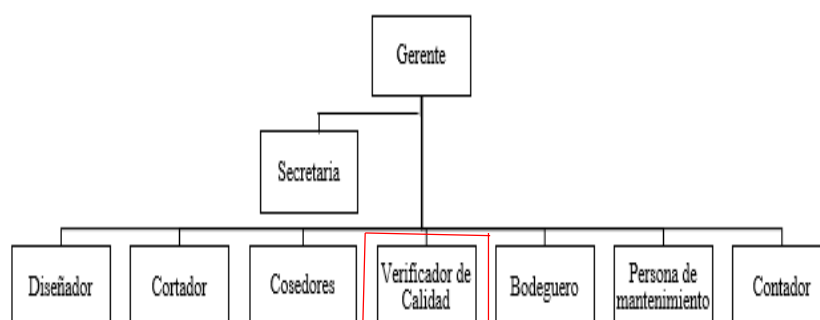
**FORMACIÓN:** Titulo en corte y confección.

**ESPECIALIDAD:** Confección

**EXPERIENCIA:** Dos años en delante de experiencia en labores similares.

**COMPETENCIAS**

- Trabajo en equipo y bajo presión.
- Efciencia y eficacia.
- Observador
- Responsabilidad en sus actividades.
- Ética profesional y valores. basicos personales.



---

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

*Tabla N° 142:* Bodeguero



---

**CONFECCIONES “MODA SPORT”**

---

**IDENTIFICACIÓN DEL CARGO:** Bodeguero

**ÁREA:** Bodega

**CARGO:** Bodeguero

**REPORTA A:** Gerente

**SUPERVISA:** Actividades del área de almacenamiento

**OBJETIVO DEL CARGO:**

---

---

Almacenar y ordenar los productos terminados.

**FUNCIONES:**

- Recibir las prendas confeccionadas.
- Llevar un registro de las unidades ingresadas y salidas de bodega por talla.
- Ordenar en la estanteria.
- Resguardar los productos.
- Enviar al almacen la cantidad de prendas solicitadas; de acuerdo a la necesidad del mismo.

**PERFIL PROFESIONAL**

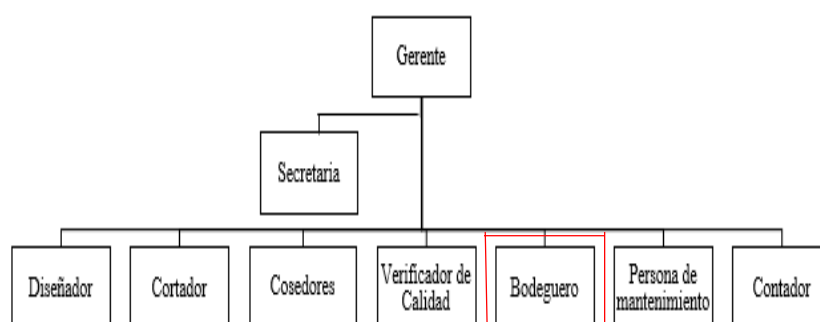
**FORMACIÓN:** Titulo bachiller

**ESPECIALIDAD:** Cualquiera

**EXPERIENCIA:** Dos años en delante de experiencia en labores afines.

**COMPETENCIAS**

- Efciencia y eficacia.
- Observador.
- Responsabilidad en sus actividades.
- Ética profesional y valores basicos personales.



---

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

*Tabla N° 143:* Persona de mantenimiento



**CONFECCIONES “MODA SPORT”**

---

**IDENTIFICACIÓN DEL CARGO:** Persona de mantenimiento

**ÁREA:**

**CARGO:** Persona de mantenimiento

**REPORTA A:** Gerente

**SUPERVISA:**

---

---

**OBJETIVO DEL CARGO:**

Asesorar a la gerenta de “MODA SPORT” acerca de las máquinas y dar mantenimiento a estas.

**FUNCIONES:**

- Asesorar a la gerente sobre el funcionamiento y uso de las máquinas.
- Dar mantenimiento a la maquinaria de la empresa.
- Informar a tiempo de un posible daño a la gerencia.

**PERFIL PROFESIONAL**

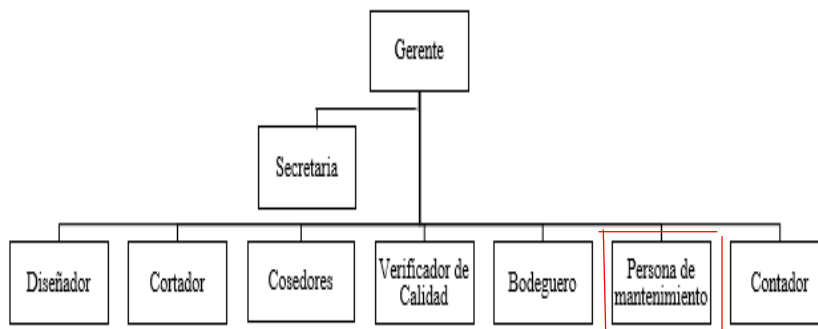
**FORMACIÓN:** Bachiller

**ESPECIALIDAD:** Cualquiera

**EXPERIENCIA:** Un año en adelante de experiencia en mantenimiento de maquinarias industriales textiles.

**COMPETENCIAS**

- Eficiencia y eficacia.
- Ética profesional y valores básicos personales.



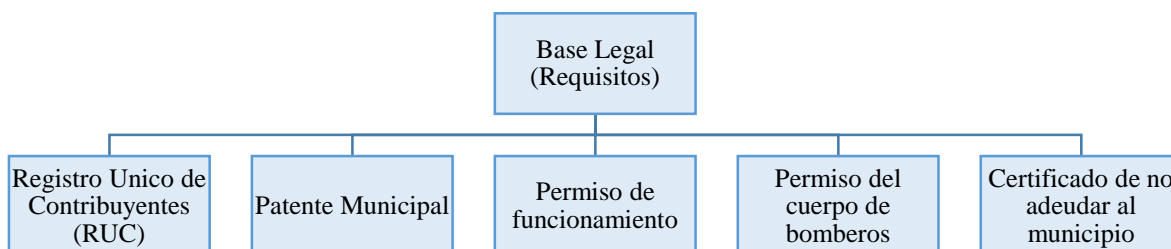
---

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

## 6.4 BASE LEGAL

Esta entidad se constituirá por una persona natural y para llevar a cabo su implementación debe obtener los permisos necesarios y cumplir con los siguientes requisitos:



*Gráfico N° 51: Base legal - requisitos*

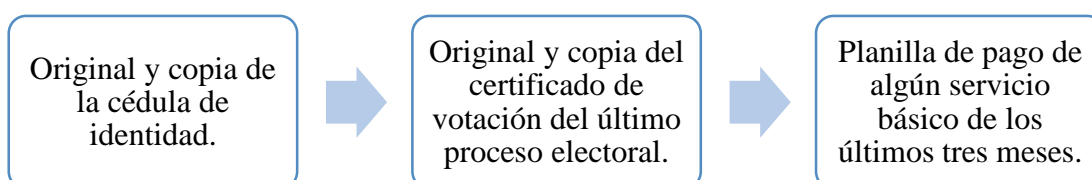
**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

### 6.4.1 Registro Único de Contribuyentes

Esto es un documento que identifica a los contribuyentes que llevan una determinada actividad económica, este instrumento le permite al Servicio de Rentas Internas (SRI) mantener el control tributario sobre todos los contribuyentes del país. El RUC es imprescindible para realizar muchos de los trámites necesarios para el buen funcionamiento de una entidad como por ejemplo: la emisión de facturas y la realización de las declaraciones mensuales.

#### 6.4.1.1 Requisitos para obtener el RUC para Personas Naturales



*Gráfico N° 52: Requisitos para obtener RUC*

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

## 6.4.2 Patente Municipal

El impuesto a la patente municipal se lo determina para personas naturales, jurídicas o sociedades que desempeñen una actividad económica.

### 6.4.2.1 Requisitos para obtener la patente municipal

Copia de la cédula de identidad del representante legal de la entidad.

Copia de la papeleta de votación de las últimas elecciones del representante legal de la entidad económica.

Copia de RUC

Declaración juramentada del inicio de las actividades comerciales

Planilla de pago de un servicio básico para constar la dirección de la empresa.

*Gráfico N° 53: Requisitos para obtener la patente municipal*

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

### 6.4.3 Requisitos para obtener el permiso de funcionamiento de la empresa.

- Formulario de solicitud, llenado por el representante legal o propietario.
- Copia del RUC
- Copia de cédula de ciudadanía
- Plano del establecimiento.
- Croquis de la dirección de actividad comercial.
- Permiso otorgado por el cuerpo de bomberos.



#### **6.4.4 Requisitos para obtener el permiso de funcionamiento de los bomberos**

- Copia de cédula de ciudadanía del representante legal de la empresa.
- Informe de inspección de los bomberos.
- Copia de la Patente Municipal.
- Copia RUC.

#### **6.5 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO ORGANIZACIONAL**

En el presente capítulo se determinó el nombre, logotipo, eslogan, filosofía empresarial, políticas de la empresa, estructura administrativa, manual de funciones y la base legal para su constitución. Se estableció las políticas que servirán para mantener organización dentro y fuera de la entidad así también en busca del buen funcionamiento se detalló las funciones que debe desempeñar cada empleado de la compañía. El establecimiento de la base legal fue necesario para tener en cuenta los aspectos los requisitos que se deben cumplir para poder funcionar de la mejor manera en mercado.

## CAPÍTULO VII IMPACTOS

### 7.1 ANÁLISIS DE IMPACTOS

En este capítulo se analiza los posibles impactos económicos, sociales y ambientales que podrían generarse con la implementación del proyecto, se estudiará cuantitativamente los efectos; para esto se utilizará la matriz de impactos, en la cual se debe asignar valoraciones que calificarán a los indicadores que se determinan para cada impacto. La tabulación tiene una ponderación de alto, medio y bajo de manera positiva y negativa; como se muestra en la tabla a continuación:

*Tabla N° 144* Matriz de valoración de impactos

IMPACTO	POSITIVO			INDIFERENTE	NEGATIVO		
<b>Valoración</b>	-3	-2	-1	0	1	2	3
<b>Nivel</b>	Alto	Medio	Bajo	No genera impacto	Bajo	Medio	Alto

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

A continuación se presenta la fórmula que servirá para ponderar cada uno de los impactos:

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{\Sigma \text{ Total de factores de ponderación}}{\text{Número de Indicadores}}$$

### 7.1.1 Impacto económico

Tabla N° 145: Impacto económico

N°	INDICADOR	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
1	Fuentes de empleo						X		2
2	Generación rentabilidad económica						X		2
3	Desarrollo del sector					X			1
4	Implementación unidad productiva						X		2
	<b>TOTAL</b>					<b>1</b>	<b>6</b>	<b>0</b>	<b>7</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{\Sigma \text{ Total de factores de ponderación}}{\text{Número de Indicadores}}$$

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{7}{4}$$

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = 1,75$$

***NIVEL DE IMPACTO ECONÓMICO = POSITIVO MEDIO***

#### **Análisis:**

El puntaje resultante en la matriz de impacto económico se encuentra en un nivel positivo medio; lo cual significa que la implementación del proyecto generará fuentes de empleo a los habitantes de la parroquia San Francisco de Natabuela; además que permitirá la obtención de rentabilidad económica para las personas involucradas como son: autora, empleados, estado, sector, proveedores, entre otros.

### 7.1.2 Impacto Social

Tabla N° 146: Impacto social

N°	INDICADOR	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
1	Motivación al cambio de matriz productiva en el sector.						X		2
2	Bienestar de la comunidad							X	3
3	Nuevas opciones para la sociedad							X	3
4	Calidad de vida						X		2
	<b>TOTAL</b>					<b>0</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>10</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{\Sigma \text{ Total de factores de ponderación}}{\text{Número de Indicadores}}$$

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{10}{4}$$

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = 2,50$$

***NIVEL DE IMPACTO SOCIAL= POSITIVO ALTO***

#### **Análisis:**

La matriz de impacto social generó un resultado positivo alto; esto quiere decir que la calidad de vida de la población de la parroquia de Natabuela puede mejorar de una u otra manera, ya sea por consumo de los productos que son una opción diferente y exclusiva o por las ventas de la empresa. Se crea un bienestar comunitario porque esta empresa puede abrir fuentes para trabajar dentro de la entidad en cualquiera de las áreas de la misma. Además se motiva a las personas a crear un cambio en la matriz productiva en el sector.

### 7.1.3 Impacto Ecológico

Tabla N°147: Impacto ecológico

N°	INDICADOR	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
1	Contaminación del ruido			X					-1
2	Manejo de desechos					X			1
3	Contaminación del aire					X			1
	<b>TOTAL</b>			<b>-1</b>		<b>2</b>			<b>1</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{\Sigma \text{ Total de factores de ponderación}}{\text{Número de Indicadores}}$$

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{1}{3}$$

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = 0,33$$

***NIVEL DE IMPACTO ECOLÓGICO= POSITIVO BAJO***

#### **Análisis:**

La matriz realizada presenta un resultado positivo bajo, una vez implementado el proyecto se creara un plan estratégico para el adecuado manejo de los desechos tanto del departamento de producción como del de administración y ventas, en lo referente a la contaminación del ruido el impacto es negativo; pues las máquinas de coser emiten ruido fuerte de manera constante que pueden afectar a los empleados si no se toman las precauciones necesarias como tapones de oído. La contaminación del aire puede darse porque la tela al pasar por los distintos procesos de confección genera pelusas y al no usar mascarillas dentro de la empresa las personas que ingresen y laboren contraerían una alergia.

### 7.1.4 Resumen de posibles impactos.

Los posibles impactos que generaría la implementación del proyecto se resume en la siguiente tabla:

Tabla N° 148: Resumen impactos

N°	INDICADOR	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
1	Económico						X		2
2	Social							X	3
3	Ecológico					X			1
	<b>TOTAL</b>					<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>6</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{\Sigma \text{ Total de factores de ponderación}}{\text{Número de Indicadores}}$$

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{6}{3}$$

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = 2$$

### Análisis General de Impactos

De acuerdo con la tabla de resumen de impactos, el proyecto tendrá un impacto medio positivo, lo cual significa que la implementación de este será aceptable y favorable para la sociedad de la parroquia San Francisco de Natabuela, ya que presenta beneficios como nuevas fuentes de empleo, mejorará la calidad de vida de muchos de los habitantes del sector y el adecuado manejo de desechos y toma de precauciones con los empleados evitará que la contaminación tenga un fuerte impacto sobre las personas y el ambiente.

## CONCLUSIONES

- La situación actual en la parroquia San Francisco de Natabuela es óptima para llevar a cabo la realización del proyecto porque cuenta con los requisitos suficientes para el desarrollo de este, como por ejemplo; vías de acceso en buen estado, mano de obra, disposición de servicios básicos y alcantarillado, entre otros aspectos que benefician la implementación del proyecto.
- La información teórica permite conocer los principales aspectos a tratarse en la implementación del proyecto.
- En el estudio de mercado se encontró que existe al presente año una demanda insatisfecha de los cuatro tipos de prendas deportivas, a la cual se pretende cubrir en un 80%; con la implementación de la fábrica de confecciones, cabe mencionar que esta zona existen pocas empresas dedicadas a la elaboración de este tipo de prendas.
- La localización del proyecto en donde se pretende establecer la fábrica se encuentra en buenas condiciones para llevar a cabo la implementación de esta empresa, existe la disponibilidad de mano de obra, recursos económicos, cercanía de los sitios expendedores de la materia prima y materiales, entre otros.
- En el estudio financiero se encontró un valor actual neto positivo de 13087,75, una tasa interna del retorno del 16,13%, lo cual es bueno ya que esta no puede ser inferior al 13%, el costo beneficio es 6,36 por cada dólar invertido, el costo de oportunidad es del 8,94% que es superior a la tasa que paga el banco, el periodo de recuperación es

cuatro años y cuatro meses, mismo que es un tiempo aceptable y se encuentra dentro de los cinco años proyectados, el punto de equilibrio es 15458; por tanto se llega a la conclusión que el proyecto es factible y generará en un futuro establecido rentabilidad económica para la persona inversionista.

- El estudio organizacional hace referencia a la propuesta de un organigrama estructural y funcional de la empresa; el cual facilitará el desarrollo de las diferentes actividades en el área de producción y administración, así como también permite conocer la constitución de la entidad y las funciones a desempeñar por cada uno de los empleados; la misión y visión planteados ayudarán a tener en cuenta la meta empresarial.
- El estudio de los posibles impactos que se generarían con la implementación del proyecto, presenta resultados positivos en referencia al ámbito económico, social y ecológico.



## RECOMENDACIONES

- Sería aconsejable aprovechar del sector la mano de obra capacitada en varias especialidades y que se encuentran desempleada, además se debería fomentar y motivar el cambio de la matriz productiva en los habitantes de la parroquia. Ya que el lugar está un poco retirado de los lugares más concurridos de posibles compradores será imprescindible comercializar el producto en las ciudades cercanas.
- Se debe aprovechar la demanda insatisfecha, utilizando el marketing como es la promoción, publicidad y canales de distribución adecuados para la comercialización del producto para de esta manera posicionar la marca y las prendas deportivas en el mercado provincial.
- Realizar la inversión económica de manera adecuada para la implementación del proyecto y llevar un control de evaluación de las adquisiciones tanto de materia prima como de herramientas, muebles, maquinaria y otros, con la finalidad de cumplir con lo programado y tomar decisiones oportunas.
- Para lograr el buen funcionamiento de la empresa tanto en el ámbito de producción como en el administrativo; se debería mejorar las condiciones físicas del lugar donde se instalará la fábrica, adquirir maquinaria en buen estado y de última tecnología; también contratar personal capacitado para evitar errores y pérdidas en la producción y daños en las máquinas y herramientas.
- Es recomendable dar a conocer al personal administrativo y de producción la estructura de la empresa, el funcionamiento, las funciones de cada uno de ellos, las políticas empresariales, los procesos de producción y otros aspectos generales con la finalidad de garantizar el buen funcionamiento de la empresa.
- Es sumamente necesario tratar de potencializar los efectos positivos y crear estrategias para minimizar los impactos negativos que pudieran generarse con la ejecución del proyecto.

## BIBLIOGRAFÍA

- ARAUJO, A. D. (2013). *PROYECTOS DE INVERSIÓN: ANÁLISIS, FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN PRÁCTICA* (PRIMERA ed.). México, DF, MÉXICO: TRILLAS.
- ARBOLEDA, V. G. (2013). *Proyectos: identificación y formulación, evaluación y gerencia* (Segunda ed.). Bogotá, Colombia: Alfaomega.
- BACA, U. G. (2013). *Evaluación de proyectos* (Séptima ed.). México: Mc Graw Hill.
- BRAVO, V. M. (2011). *CONTABILIDAD GENERAL* (DECIMA ed.). ECUADOR: ESCOBAR.
- BRAVO, V. M. (2013). *CONTABILIDAD GENERAL* (DÉCIMO PRIMERA ed.). ECUADOR: ESCOBAR.
- CELAYA, F. R. (2013). *CONTABILIDAD BÁSICA*. México: CENGAGE LEARNING.
- CHAIN, N. S. (2011). *PROYECTOS DE INVERSIÓN: Formulación y Evaluación*.
- CHIAVENATO, I., & SAPIRO, A. (2011). *PLANEACIÓN ESTRATÉGICA: Fundamento y Aplicaciones* (Segunda ed.). México: Mc GRAW HILL INTERAMERICANA EDITORES, S.A. de C.V.
- CÓRDOBA, P. M. (2011). *Formulación y Evaluación de Proyectos* (Segunda ed.). Ecoe.
- DÍAZ, M. A. (2011). *El arte de dirigir proyectos* (Tercera ed.). México: Alfaomega.
- FIERRO MARTÍNEZ , Á. M., & FIERRO CELIS, F. M. (2015). *Contabilidad General: con enfoque NIIF para las pymes* (Quinta ed.). Bogotá, Colombia: Ecoe.
- FISCHER DE LA VEGA, L. E., & ESPEJO CALLADO , J. (2013). *MERCADOTÉCNIA* (Cuarta ed.). México: McGRAW HILL INTERAMERICANA EDITORES, S.A DE C.V.
- FRANKLIN, F. E. (2014). *Organización de Empresas* (Cuarta ed.). México: McGRAW HILL INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- GARCÍA, C. J. (2013). *CONTABILIDAD DE COSTOS* (Cuarta ed.). México: McGRAW HILL INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- GARETH, R. J. (2013). *Teoría Organizacional, diseño y cambio en las organizaciones* (SÉPTIMA ed.). (F. H. Carrasco, Ed.) Guadalajara, Mexico: Pearson Educación de México, S.A. de C.V.
- GUAJARDO CANTÚ, G., & ANDRADE DE GUAJARDO, N. (2014). *Contabilidad financiera* (Sexta ed.). Perú: El Comercio, S.A.
- HITT, M., IRELAND, R., & HOSKISSON, R. (2015). *ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA* (Decimo Primera ed.). México: CENGAGE Learning.
- IZAR, L. J. (2013). *INGENIERÍA ECONÓMICA Y FINANCIERA* (Primera ed.). México: Trillas, S.A. de C.V.
- LEXUS. (2013). *MANUAL DE CONTABILIDAD Y COSTOS*. Barcelona, España: Lexus.

- MUÑOZ, M. R. (2011). *Contabilidad Financiera para Futuros Juristas*. Madrid, España: Univ Pontifica Comillas.
- OJEDA GARCÍA, C. D., & MÁRMOL SINCLAIR, P. (2012). *MARKETING TURÍSTICO* (Primera ed.). Madrid, España: Paraninfo.
- PADILLA, M. C. (2011). *Formulación y Evaluación de Proyectos* (Segunda ed.). Bogotá, Colombia: Ecoe.
- RINCÓN, S. C. (2011). *Costos para PyME* (Primera ed.). Colombia: Ecoe Ediciones.
- SAPAG, C. N. (2011). *PROYECTOS DE INVERSIÓN: Formulación y Evaluación* (Segunda ed.). Chile: Pearson Educación.
- ZAPATA, S. P. (2011). *Contabilidad general* (Septima ed.). Bogotá, Colombia: McGRAW HILL Educación.

## LINCOGRAFÍA

- ARÉVALO, O. S. (27 de Julio de 2012). *Arévalo Orejuela Sara Patricia*. Obtenido de Ropa deportiva. Recuperado junio del 2013.: <http://www.arevaloorejuelasarapatricia7am.blogspot.com>
- BANCO CENTRAL DEL ECUADOR. (2016). *BANCO CENTRAL DEL ECUADOR*. Obtenido de [https://contenido.bce.fin.ec/resumen\\_ticker.php?ticker\\_value=inflacion](https://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion)
- BANECUADOR. (2016). *BANECUADOR*. Obtenido de <http://www.banecuador.fin.ec/simulador-de-credito/>
- Bitácora de clase. (23 de Noviembre de 2013). *Bitácora de clase*. Obtenido de <https://aloyami.wordpress.com/2013/11/23/el-organigrama/>
- BROWN, P. (2016). *Wiring Diagram*. Obtenido de <http://www.kiveand.com/simbologia/simbologia-diagrama-de-flujo-proceso>
- CHARCO, W. (2015). *FacilContabilidad*. Obtenido de FacilContabilidad: <http://www.facilcontabilidad.com/las-niif-cambian-el-concepto-de-contabilidad/>
- COMISION EUROPEA. (Febrero de 2013). *Comision Europea - Empresa e industria*. Obtenido de Recuperado el Mayo de 2013: [http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/textiles/index\\_es.htm](http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/textiles/index_es.htm)
- CRESPO, J. D. (01 de Abril de 2013). *AITE Asociación de Industriales Textiles del Ecuador*. Obtenido de Recuperado el 10 de Junio de 2013, de Boletín Mensual 21: [www.aite.com.ec](http://www.aite.com.ec)
- DEFINICIÓN ABC. (2007). *DEFINICIÓN ABC*. Obtenido de <http://www.definicionabc.com/ciencia/metodo-deductivo.php>

- FLÓREZ SÁNCHEZ, E. A. (27 de Agosto de 2014). Obtenido de <http://actualicese.com/actualidad/2014/08/27/depreciacion-un-calculo-automatico-o-analitico-a-realizar-bajo-niif-ifs/>
- JUNTA PARROQUIAL NATABUELA Y MUNICIPIO ATUNTAQUI. (2016). ATUNTAQUI, IMBABURA, ECUADOR. Obtenido de <http://www.ec.viajandox.com/antonio-ante/natabuela-etnia-cultural-A952>
- MINISTERIO, D. R. (27 de Septiembre de 2013). *MINISTERIO DE RELACIONES LABORALES*. Obtenido de <http://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/2012/10/NT-26-M%C3%A1quinas.-Resguardos-de-Protecci%C3%B3n.pdf>
- NIIF, D. (2012). Obtenido de [https://www2.deloitte.com/co/es/pages/ifrs\\_niif/normas-internacionales-de-la-informacion-financiera-niif---ifrs-.html](https://www2.deloitte.com/co/es/pages/ifrs_niif/normas-internacionales-de-la-informacion-financiera-niif---ifrs-.html)
- NIIF17. (9 de Julio de 2009). Obtenido de [http://www.ifrs.org/Documents/17\\_PropiedadesPlantayEquipo.pdf](http://www.ifrs.org/Documents/17_PropiedadesPlantayEquipo.pdf)
- OJEDA GARCÍA, C. D., & MÁRMOL SINCLAIR, P. (2012). *MARKETING TURISTICO* (Primera ed.). Madrid, España: Paraninfo.
- OLX. (2016). *OLX*. Obtenido de <https://www.olx.com.ec/>
- ORTIZ, S., & ZAMORA, E. (11 de Febrero de 2008). Obtenido de <http://expansion.mx/manufactura/articulos-de-interes/textil-historias-de-negocios-exitosos>
- REGLAMENTO PARA APLICACIÓN LORTI. (2014). Obtenido de [http://www.espol.edu.ec/sites/default/files/archivos\\_transparencia/Reglamento%20para%20la%20Aplicaci%C3%B3n%20de%20la%20Ley%20de%20R%C3%A9gimen%20Tributario%20Interno%20actualizado%20a%20enero%202013.pdf](http://www.espol.edu.ec/sites/default/files/archivos_transparencia/Reglamento%20para%20la%20Aplicaci%C3%B3n%20de%20la%20Ley%20de%20R%C3%A9gimen%20Tributario%20Interno%20actualizado%20a%20enero%202013.pdf)
- SCRIBD. (2016). *Scribd*. Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/22873791/PROCESO-CONTABLE>
- ZAPATA, S. P. (2011). *Contabilidad general* (Septima ed.). Bogotá, Colombia: McGRAW HILL Educacion.

# ANEXOS

## ANEXO N° 1



**UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS**  
**CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

**ENCUESTA DIRIGIDA A COMPRADORES DE ROPA DEPORTIVA**

**Objetivo:** Identificar la demanda de prendas deportivas en la parroquia Natabuela y en la ciudades Ibarra y Atuntaqui.

**INSTRUCCIONES:** Lea detenidamente y marque con una X la respuesta que considere conveniente.

**PREGUNTAS:**

1. ¿Con que frecuencia usted practica deportes?

Siempre	
Casi siempre	
A veces	
Casi nunca	
Nunca	

2. ¿Considera importante usar ropa deportiva al momento de ejercitarse?

SI	
NO	

3. ¿Qué característica principalmente usted espera que tenga una prenda deportiva?

Ligereza	
Secado rápido	
Uso	
Durabilidad	
Absorción	
Impermeabilidad	
Otros	

4. ¿Con que frecuencia compra usted ropa deportiva?

Una vez al año	
Dos a tres veces al año	
Cuatro a cinco años al año	
Seis veces en adelante	

- 5.Cuál es la razón principal por la que compra ropa deportiva

Práctica de deportes	
Comodidad	
Tendencia	
Otros	

6. ¿Qué tipo de prendas de vestir deportivas prefiere?

Calentadores	
Bermudas	
Licras	
Camisetas	

7. ¿Qué factores determinan su decisión de adquirir una prenda deportiva?

Calidad	
Marca	
Precio	
Colores	
Diseño	
Otros	

8. ¿Dónde compra usted frecuentemente la ropa deportiva?

Ferias	
Almacenes	
Internet	
Catálogos	
Otros	

9. ¿Cuánto paga usted frecuentemente por los siguientes productos?

<b>CALENTADOR</b>	<b>20-25</b>		<b>26-30</b>		<b>31-35</b>		<b>36 o más</b>	
<b>BERMUDAS</b>	<b>5 - 8</b>		<b>9 - 12</b>		<b>13 - 16</b>		<b>17 o más</b>	
<b>LICRAS</b>	<b>5 -10</b>		<b>11 -15</b>		<b>16 - 20</b>		<b>21 o más</b>	
<b>CAMISETAS</b>	<b>10-12</b>		<b>13-15</b>		<b>16-18</b>		<b>19 o más</b>	

10. ¿A través de cual medio de publicidad usted se ha enterado de la comercialización de ropa deportiva?

Periódico	
Radio	
Televisión	
Internet/Redes sociales	
Volantes	
Otros	

11. ¿Está usted satisfecho con la calidad de la ropa deportiva nacional?

Bastante satisfecho	
Medianamente satisfecho	
Poco satisfecho	
Nada satisfecho	

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

## ANEXO N° 2



**UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS  
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

### **ENTREVISTA DIRIGIDA A PRODUCTORES Y COMERCIALIZADORES DE PRENDAS DEPORTIVAS**

**Objetivo:** Recopilar la mayor información posible sobre el funcionamiento de empresas dedicadas a la producción y comercialización de ropa deportiva en la parroquia de Natabuela así como en la ciudad de Ibarra y Atuntaqui.

#### **PREGUNTAS:**

**1. ¿Comercializa ropa deportiva en su empresa?**

---

**2. ¿Hace que tiempo comercializa usted ropa deportiva?**

---

**3. ¿Qué tipo de prendas deportivas elabora?**

---

**4. ¿Considera que existe gran competencia para las prendas de vestir deportivas?**

---

**5. ¿Considera que existe demanda considerable para las prendas de vestir deportivas?**

---

**6. ¿Qué tipo de tela es más utilizada por usted para la producción de estas prendas?**

---

**7. ¿A qué tipo de compradores comercializa la ropa deportiva?**

---



8. ¿Qué tipo de prendas deportivas vende con mayor frecuencia?

CALENTADORES		BERMUDAS		LICRAS		CAMISETAS	
--------------	--	----------	--	--------	--	-----------	--

9. ¿Qué cantidad en docenas vende mensualmente las prendas deportivas?

---

10. ¿Cuál es la talla más comercializada en prendas de vestir deportivas?

---

11. ¿En base a que fija el precio de venta de la ropa deportiva?

---

12. ¿Qué precio tienen los siguientes productos de acuerdo a las tallas?

CALENTADORES	PRECIO	BERMUDAS	PRECIO	LICRAS	PRECIO	CAMISETAS	PRECIO
S		S		S		S	
M		M		M		M	
L		L		L		L	
XL		XL		XL		XL	

13. ¿Por cuál medio de comunicación da a conocer sus productos?

---

**GRACIAS POR SU ATENCIÓN**

### ANEXO N° 3



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**Entrevista dirigida al presidente de la junta parroquial de san francisco de Natabuela.**

**Objetivo: Obtener información acerca de la parroquia San Francisco de Natabuela.**

**PREGUNTAS:**

- 1. ¿Cuándo fue fundada la parroquia de Natabuela?**

Esta parroquia fue fundada un 9 de noviembre del año 1932.

- 2. ¿Cuáles es el límite territorial y la superficie de este sector?**

Natabuela limita al norte con la parroquia San José de Chaltura, al oeste con la cabecera cantonal de Antonio Ante, al este con San Antonio de Ibarra y al sur con Otavalo y San Pablo. La superficie es de 14799Km<sup>2</sup> y de acuerdo a la topografía se encuentra entre los 2360 y 4621 m.s.n.m. Cabe incluir que nuestra parroquia está ubicada a 2,50 km de Ibarra y a 174 km de Quito

- 3. ¿Cuántos habitantes existen actualmente en la parroquia de Natabuela?**

Según la junta parroquial en este sector existen aproximadamente entre 6500 y 6700 habitantes.

- 4. ¿Quiénes son las personas encargadas de la junta parroquial de Natabuela?**

<b>CARGO</b>	<b>NOMBRE</b>
Presidente de la junta parroquial Natabuela	Sr. Jorge Siza

Vicepresidente de la junta parroquial Natabuela	Sra. Lucia Siza
Existen también tres personas vocales de consejo directivo que son apoyo para la junta parroquial.	
Teniente político Natabuela	Sra. Lorena Ayala

El Sr. Jorge Siza presidente de la junta parroquial Natabuela tiene a su cargo a un chofer, una secretaria contadora, y dos trabajadores para servicios múltiples.

**5. ¿Cuáles son los clubes deportivos existentes en la parroquia?**

Club deportivo “Natabuela”

Club deportivo “Enigmas”

Club deportivo “san Francisco”

Club deportivo “16 de julio”

Club deportivo “5 de abril”

Entre otros

**6. ¿Qué medio de comunicación utiliza para dar a conocer a los habitantes alguna situación presentada en la parroquia?**

Amplificaciones y parlantes en cada uno de los barrios.

**7. ¿Cuáles son las etnias de los habitantes de la parroquia?**

De la localidad total un 40% son indígenas, 50% mestizos y un 10% pertenecen a otro grupo étnico.

**8. ¿Cuáles son las actividades económicas a las que se dedican las habitantes de la parroquia?**

Un alto porcentaje de la población se dedica a la agricultura, ganadería, mano de obra de textileras de Atuntaqui y un menor porcentaje se emplea en obras de construcción, elaboración de muebles, mercado informal, entre otros.

**9. ¿Apoya usted de alguna manera nuevos proyectos que se localicen en esta zona?**

Si. Un apoyo que se puede brindar es mediante la publicidad frecuente por el medio de comunicación comunitario.

### 10. ¿Incentiva usted de alguna manera el deporte en la parroquia?

Conjuntamente con el Gobierno Autónomo Descentralizado de Antonio Ante se organizan de manera frecuente campeonatos de vóley, indor, ciclismo y caminatas. También por fiestas parroquiales se realizan eventos deportivos.

### 11. ¿Esta junta parroquial bajo cual normativa legal está regida?

Los representantes de la junta parroquial están regidos por el Código Orgánico de Organización Territorial Autonomía y Descentralización (COOTAD).

### ANEXO N° 4

### COTIZACIONES DE MÁQUINAS EN PAGINAS DE COMPRA Y VENTA DE DIFERENTES ARTÍCULOS



The image shows a screenshot of an OLX advertisement for a SunStar industrial sewing machine. The ad is titled "MAQUINA INDUSTRIAL DE COSER SUNSTAR OVERLOCK" and is priced at \$750, with the note "(Negotiable)". The machine is shown in a photograph on a white table, with a ruler placed in front of it for scale. The ad also includes the text "Publicado hace 1 mes" and "Quito, Pichincha".

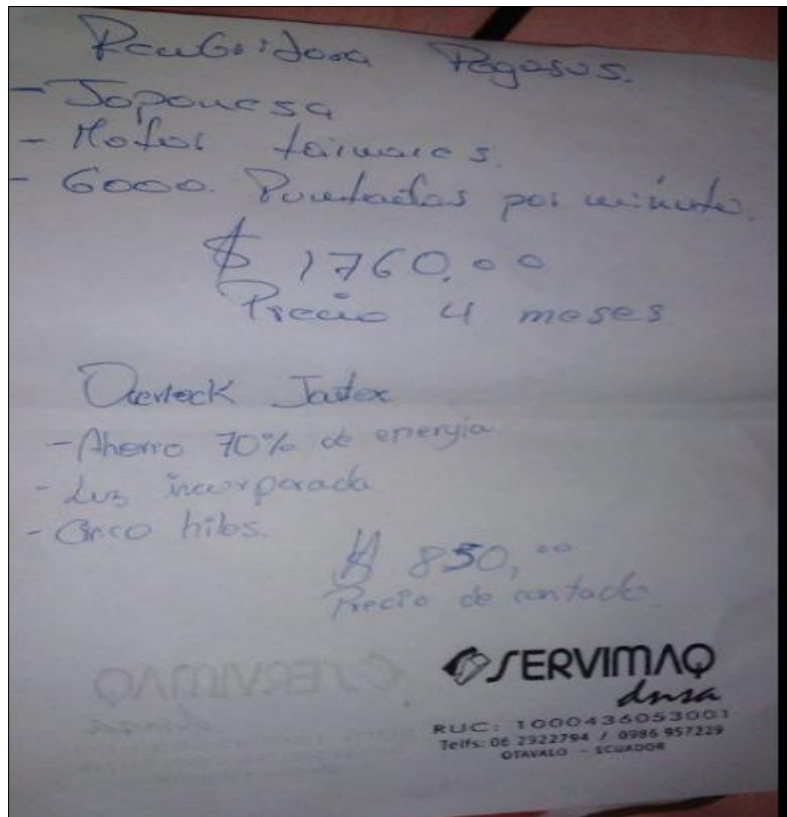
Se vende Maquina de Coser SUNSTAR Overlock  
Poco tiempo de uso totalmente nueva

## ANEXO N° 5



## ANEXO N° 6

### COTIZACIÓN DE MÁQUINAS EN EMPRESA SERVIMAQ



## ANEXO N° 7

### COTIZACIÓN DE PRECIO DE SILLAS

The screenshot shows a product listing on Mercado Libre for an office chair. The title is "Silla De Espera Estandar Para Oficina". It is marked as "Nuevo" and "16 vendidos". The price is "U\$S 23<sup>99</sup>". The main image shows a group of people sitting on the chairs in an office setting, with a "NOVICOMPU" logo and the tagline "LO MISMO PERO MÁS BARATO". To the right, there are options for payment ("Pago a acordar"), delivery ("Entrega a acordar"), and a "Comprar" button. The quantity is set to 1.

## ANEXO N° 8

### COTIZACIÓN DE PRECIO DE COMPUTADORA DE ESCRITORIO

The screenshot shows a product listing on Mercado Libre for a desktop computer. The title is "Computadora De Escritorio Core I3 Competa !!! Of". It is marked as "Nuevo" and "126 vendidos". The price is "U\$S 449<sup>99</sup>". The main image shows a desktop computer setup (tower, monitor, keyboard, mouse) with a "NOVEDADES MILENIUM" logo and the tagline "Compra 100% Segura". To the right, there are options for payment ("Pago a acordar con Acepta depósito bancario"), delivery ("Entrega a acordar con Quito, Pichincha (Quito)", and a "Comprar" button. The quantity is set to 1.