



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO

TEMA:

"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA DEPORTIVA, CONFECCIONADA POR MADRES DE FAMILIA DE SANTA ROSA DEL TEJAR ,PARROQUIA SAN FRANCISCO, CANTÓN IBARRA".

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN CONTABILIDAD Y
AUDITORÍA CPA.**

AUTORA: Ichau Ipiales Gladis Emperatriz

DIRECTOR: Ing. Víctor Zea Zamora Mcs.

IBARRA, ENERO 2014

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto tiene como objetivo determinar la factibilidad de crear una empresa dedicada a la producción y comercialización de ropa deportiva, confeccionada por madres de familia del barrio Santa Rosa del Tejar, ubicada en la ciudad de Ibarra, ofreciendo una variedad de ropa deportiva a los almacenes del mercado Amazonas, para a futuro expandirse a la región norte del país. De acuerdo al diagnóstico aplicado al entorno del proyecto, se determinó que existen situaciones a favor (aliados) más que aspectos desfavorables (opponentes). Por otra parte las oportunidades son bastantes significativas, además con el estudio de mercado se pudo determinar que el proyecto es factible ya que los comerciantes de ropa deportiva de la ciudad de Ibarra están de acuerdo con adquirir el producto en pequeñas cantidades y posteriormente en un volumen mayor, esto se conoce a través de las encuestas aplicadas a propietarios de los locales comerciales del mercado Amazonas lo cual indica que existe aceptación de la ropa deportiva para la comercialización. Dentro de la ciudad son pocos los productores que se dedican a la confección de ropa deportiva, en la ciudad de Atuntaqui existe una gran producción la misma que no es adquirida por la mayoría de los comerciantes de ropa deportiva de la ciudad de Ibarra debido a que consideran que su precio es elevado en comparación al que compran en la ciudad de Quito a diferentes empresas, evidenciado la factibilidad para la implementación de una empresa que ofrezca un producto de calidad dentro de la ciudad. La inversión necesaria para esta se muestra en el respectivo estudio económico, donde se realizan las proyecciones financieras y se llegó a determinar la viabilidad y sustentabilidad económica y financiera del proyecto.

SUMMARY

This project aims to determine the feasibility of creating a company dedicated to the production and marketing of sportswear, made by mothers in the neighborhood Santa Rosa of Tejar, located in the city of Ibarra, offering a variety of sportswear to stores in the Amazonas market for future expansion to the north of the country. According to the diagnosis applied to the environment of the project, it was determined that there are situations in favor (allies) rather than negative aspects (opponents). Moreover opportunities are quite significant , in addition to the market study it was determined that the project is feasible as sportswear stores Ibarra are agree to purchase the product in small quantities and later acquire a larger volume , this is known through the use of surveys to owners of sportswear stores Amazonas which indicates acceptance of sportswear for marketing. Within the city are few producers who are dedicated to the manufacture of sportswear, in the city of Atuntaqui there is a large production thereof which is not acquired by most traders sportswear Ibarra because consider their price is high compared to buying in the city of Quito to different companies, demonstrated the feasibility of implementing a company that offers a quality product within the city. The investment required for this is shown in the accompanying economic study, where the financial projections are made and came to determine the economic and financial viability and sustainability of the project.

AUTORÍA

Yo, GLADIS EMPERATRIZ ICHAU IPIALES, con cédula de ciudadanía Nro. 100364751-6 ,declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA DEPORTIVA, CONFECCIONADA POR MADRES DE FAMILIA DE SANTA ROSA DEL TEJAR ,PARROQUIA SAN FRANCISCO, CANTÓN IBARRA". Que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y, se ha respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

Firma:



Gladis Emperatriz Ichau


C.C.100364751-6

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director de Trabajo de Grado presentado por la egresada, Gladis Emperatriz Ichau Ipiales, para optar por el título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría, cuyo tema es: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA DEPORTIVA, CONFECCIONADA POR MADRES DE FAMILIA DE SANTA ROSA DEL TEJAR ,PARROQUIA SAN FRANCISCO, CANTÓN IBARRA". Considero que el mencionado trabajo reúne requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 22 días del mes de enero del 2014

en firmas impresas, digital a la bit
con del Norte



Ing. Com. Víctor Zea Zamora Mcs.

DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADO

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

Yo, Gladis Emperatriz Ichau Ipiales, con cédula de ciudadanía Nro. 100364751-6, 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 EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA DEPORTIVA, CONFECCIONADA POR MADRES DE FAMILIA DE SANTA ROSA DEL TEJAR ,PARROQUIA SAN FRANCISCO, CANTÓN IBARRA". 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 22 días del mes de enero del 2014



Gladis Emperatriz Ichau
C.C.100364751-6

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:

DATOS DE CONTACTO	
CÉDULA DE CIUDADANÍA:	100364751-6
APELLIDOS Y NOMBRES:	ICHAU IPIALES GLADIS EMPERATRIZ
DIRECCIÓN:	Santa Rosa el Tejar
EMAIL:	gladis-emii@hotmail.com
TELÉFONO	0985326262

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA DEPORTIVA, CONFECCIONADA POR MADRES DE FAMILIA DE SANTA ROSA DEL TEJAR ,PARROQUIA SAN FRANCISCO, CANTÓN IBARRA
AUTOR:	ICHAU IPIALES GLADIS EMPERATRIZ
FECHA:	22 de enero 2014
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	PREGRADO POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	ING. CONTABILIDAD Y AUDITORIA (CPA)
ASESOR/DIRECTOR:	ING. VÍCTOR ZEA

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Gladis Emperatriz Ichau Ipiales, con cédula de ciudadanía N°100364751-6 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 22 días del mes de enero de 2014

LA AUTORA



Gladis Emperatriz chau
C.C.100364751-6

ACEPTACIÓN



Nombre: Ing. Betty Chávez
Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario

Dedicatoria

De manera especial a mis padres por estar siempre a mi lado apoyándome en todo momento, con sacrificio y amor, por permitirme seguir una carrera profesional y sobre todo por ser una guía constante, y enseñarme valores y principios que son indispensables en cada ser humano.

A mis hermanas y hermano por estar siempre conmigo, brindándome su apoyo constante, motivándome a seguir a delante con su buen ejemplo a seguir.

Gladis Ichau

Agradecimiento

A Dios por ser luz en la vida y darme la fortaleza necesaria en cada momento de mi vida y por regalarme la familia que ahora tengo.

A la Universidad Técnica del Norte quien me abrió las puertas para formarme profesionalmente, como también a la facultad de Ciencias Administrativas y Económicas especialmente a los catedráticos por brindarme sus conocimientos durante todo el proceso de estudio con respeto y responsabilidad.

Gladis Ichau

PRESENTACIÓN

El presente proyecto está encaminado a estudiar la factibilidad para la creación de una empresa de producción y comercialización, de ropa deportiva confeccionada por madres de familia de Santa Rosa del Tejar, Parroquia San Francisco cantón Ibarra. Esta empresa tiene la finalidad de acoger el recurso humano que tiene conocimientos de corte y confección y posee experiencia en este tipo de prendas.

Este estudio de factibilidad contiene siete capítulos; En el primero se desarrolla el diagnóstico situacional, que tiene la finalidad de caracterizar el área de influencia del proyecto de la empresa a constituirse, en aspectos tales como: antecedentes históricos, aspectos geográficos, caracterización demográfica, situación socio-económica, producción y comercialización que se realizara a través de una entrevista a las madres de familia del barrio Santa Rosa del Tejar.

En el segundo capítulo hace referencia a las bases teóricas y científicas, en base a una investigación bibliográfica a través del fichaje para obtener conceptos y teorías de la tema de trabajo que sustentan la investigación, se conceptualizara parámetros relacionados a la operación administrativa y financiera de la empresa.

El tercer capítulo representa el estudio de mercado que permite conocer la realidad del mercado, mediante un análisis de la oferta y demanda para determinar la cantidad de prendas que va a ser demandada, definiendo características del producto, estrategias de precios y comercialización en base a los resultados de la encuesta que se realizó a los locales comerciales del mercado Amazonas de la ciudad de Ibarra.

En el cuarto capítulo se establece el estudio técnico en base a la información que se obtiene del estudio de mercado comprende la macro y micro localización del proyecto, la ubicación de la empresa, diseño y distribución de las instalaciones, capacidad de producción y flujogramas de proceso, definiendo inversiones para el funcionamiento de la misma en base a la información que se obtiene en el estudio de mercado.

La evaluación financiera y económica, se encuentra detallada en el capítulo quinto, en el cual se registran todas las especificaciones necesarias para el funcionamiento de la empresa como son activos fijos, talento humano, inversiones, presupuestos de ingresos, costos y gastos y el respectivo análisis financiero para determinar si el proyecto es o no viable. Además se analiza la ventaja económica que brindará el proyecto.

En el capítulo sexto se diseña la estructura organizacional y funcional que tendrá la empresa en la que constan aspectos de planificación estratégica como la misión, visión, principios y valores, objetivos, estrategias, políticas, organigrama estructural, manual de funciones en base a la los requerimientos de la empresa.

El séptimo capítulo indica los principales impactos que genera la creación de este proyecto en el ámbito, económico, educativo, social y ambiental a través de la observación del entorno donde se localizará la empresa.

Finalmente se llega a determinar las conclusiones y recomendaciones, establecidas durante la investigación y desarrollo de todos los capítulos antes mencionados.

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO.....	II
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
AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD.....	VIII
DEDICATORIA.....	IX
AGRADECIMIENTO.....	IX
PRESENTACIÓN.....	X
ÍNDICE GENERAL.....	XII
ÍNDICE DE CUADROS.....	XVIII
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	XXI
ANTECEDENTES.....	XXII
OBJETIVOS.....	XXIV
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	XXIV
CAPITULO I.....	26
Diagnóstico situacional.....	26
Antecedentes.....	26
Objetivos.....	27
Objetivo general.....	27
Objetivos específicos.....	27
Variables diagnósticas e indicadores.....	27
Indicadores.....	27
Matriz de relación diagnóstica.....	29
Fuentes de información.....	30
Análisis de variables diagnósticas.....	30
Aspectos socio-económicos.....	36
Organización administrativa.....	37
Aspecto ambiental.....	39
Fuentes de financiamiento.....	40
Diagnóstico externo.....	41

Aliados	41
Oponentes	42
Oportunidades	42
Riesgos	42
Identificación de la oportunidad de inversión	42
CAPITULO II	44
Marco teórico	44
Objetivo.....	44
Estudio de mercado	44
Mercado meta	45
Segmento de mercado.....	45
Oferta	45
Demanda	45
Comercialización.....	46
Producto	46
Precio.....	46
Promoción.....	47
Estudio técnico.....	47
Localización del proyecto.....	47
Macro y micro localización	47
Tamaño del proyecto	48
Punto de equilibrio	48
Estudio financiero	48
Estados financieros.....	49
Balance general	49
Estado de resultados	49
Estado de flujo de efectivo	50
Índices de evaluación financiera	50
Valor actual neto	50
Tasa interna de retorno.....	51
Período de recuperación.....	51
Costo beneficio	51
Estudio organizacional.....	52
Administración	52
Elementos básicos de la Administración.....	52

Niveles básicos Administrativos.....	53
Empresa	54
Definición.....	54
Clasificación.....	54
Flujo gramas	56
Símbolos utilizados para elaborar los esquemas del flujograma	56
Organigrama.....	57
Contabilidad.....	57
Transacciones comerciales	57
Ecuación contable.....	58
Normas Internacionales de Información Financiera.....	58
Contabilidad de costos.....	60
Objetivos de la contabilidad de costos.....	61
Costo	61
Elementos del costo.....	61
Gastos	63
Clasificación de los gastos.....	63
Impactos	64
CAPITULO III.....	65
Estudio de mercado.....	65
Objetivos del estudio de mercado.....	65
Objetivo general.....	65
Objetivos específicos	65
Población y muestra.	66
Población	66
Cálculo de muestra	66
Procesamiento de datos y análisis de resultados	67
Resultados de la encuesta.....	67
Identificación del producto	80
El producto a ofertar	80
Segmentación de mercado	81
Oferta.....	81
Proyección de la oferta	83
Demanda	83
Proyección de la demanda	84

Demanda potencial a satisfacer	85
Oferta del proyecto	85
Análisis de la competencia	85
Estrategias de comercialización.....	86
Estrategias de precio	86
Estrategia de publicidad.....	86
Conclusión del estudio	86
CAPITULO IV	88
Estudio técnico.....	88
Localización del proyecto.....	88
Macro localización	88
Micro localización.....	89
Tamaño del proyecto	89
Factores que afectan el tamaño.....	90
Ingeniería del proyecto	91
Infraestructura civil.....	91
Procesos operativos del proyecto	93
Compra de materia prima	93
Producción de la ropa deportiva	93
Venta de prendas terminadas	94
Presupuesto técnico	98
Inversiones fijas	98
Inversión variable.....	100
Costos indirectos de fabricación	101
CAPITULO V	107
Estudio económico.....	107
Objetivo.....	107
Inversiones del proyecto	107
Ingresos por ventas	108
Volumen de ventas (en unidades)	108
Precio de venta unitario	108
Ventas netas	109
Costos de producción	109
Materia prima directa	110

Mano de obra directa	110
Costos indirectos de fabricación	111
Gastos operacionales	116
Gastos administrativos.....	116
Suministros de oficina y servicios básicos	117
Amortización gastos de constitución.....	118
Gastos de ventas	119
Estados financieros proyectados	120
Estado de situación financiera	121
Flujo de Caja.....	122
Evaluación financiera.....	123
Valor actual neto (Van)	123
Tasa interna de retorno (TIR).....	124
Periodo de recuperación	126
Beneficio / costo.....	127
CAPÍTULO VI.....	128
Denominación de la empresa	128
Nombre de la empresa y logotipo.	128
Tipo de empresa	128
Elementos estratégicos.....	129
Misión	129
Visión.....	129
Objetivos.....	129
Políticas de la empresa.....	130
Estructura orgánica.....	130
Estructura funcional.....	132
Niveles estructurales.....	132
Nivel directivo.....	132
Nivel ejecutivo.....	132
Nivel auxiliar.....	132
Nivel operativo.	132
Manual de funciones.....	133
Aspecto legal para la creación de la empresa	141
Aspecto legal	141
Permisos de funcionamiento.....	143

Formación de la empresa	143
CAPÍTULO VII	147
Análisis de impactos	147
Impacto socio económico	148
Impacto empresarial	149
Impacto ambiental.....	150
Matriz general	151
Conclusiones	153
Recomendaciones	154
Lincografía	156
Anexos	157
Anexo a encuesta	158
Anexo B Tabla de inflación acumulada de la página del Banco Central del Ecuador	162
Anexo C Tabla tasa activa de la página del Banco Central del Ecuador	162

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1 Habitantes que elaboran teja y ladrillo	30
Cuadro N° 2 Personas que confeccionan en sus hogares.....	33
Cuadro N° 3 Almacenes de máquinas Industriales para la confección	34
Cuadro N° 4 Habitantes de Santa Rosa del Tejar.....	36
Cuadro N° 5 Instituciones Financieras	40
Cuadro N° 6 Locales encuestados.....	66
Cuadro N° 7 Almacenes encuestados	67
Cuadro N° 8 Comercialización de deportiva	68
Cuadro N° 9 Empresas a las que adquieren ropa deportiva	69
Cuadro N° 10 Satisfacción de la demanda al adquirir la mercadería	70
Cuadro N° 11 Tipo de tela.....	71
Cuadro N° 12 Factor que influye en la compra	72
Cuadro N° 13 Tipo de acabado.....	73
Cuadro N° 14 Cantidad de compra en docenas.....	74
Cuadro N° 15 Cantidad de compra en unidades.....	74
Cuadro N° 16 Precios	75
Cuadro N° 17 Aceptación de nueva empresa	76
Cuadro N° 18 Aceptación de la nueva empresa	77
Cuadro N° 19 Posibles compradores	78
Cuadro N° 20 Cantidad de prendas	78
Cuadro N° 21 Publicidad.....	79
Cuadro N° 22 Empresas que producen ropa deportiva en Atuntaqui	82
Cuadro N° 23 Oferta	82
Cuadro N° 24 Proyección de la oferta.....	83
Cuadro N° 25 Demanda.....	84
Cuadro N° 26 Proyección de la demanda	84
Cuadro N° 27 Cuadro oferta - demanda	85
Cuadro N° 28 Oferta del proyecto.....	85
Cuadro N° 29 Proveedores	90
Cuadro N° 30 Distribución de la planta	91
Cuadro N° 31 Proceso de compra de materia prima	93

Cuadro N° 32 Proceso producción de la ropa deportiva	94
Cuadro N° 33 Proceso venta de las prendas terminadas	94
Cuadro N° 34 Maquinaria y Equipos	98
Cuadro N° 35 Requerimiento de muebles y enseres	99
Cuadro N° 36 Equipo de computación	99
Cuadro N° 37 Equipo de oficina	99
Cuadro N° 38 Resumen inversiones fijas.....	100
Cuadro N° 39 Materia prima directa.....	100
Cuadro N° 40 Mano de obra directa 1 año.....	101
Cuadro N° 41 Descripción de Materia prima indirecta	101
Cuadro N° 42 Materia prima indirecta año 1	102
Cuadro N° 43 Mano de obra indirecta.....	103
Cuadro N° 44 Gastomantenimiento	103
Cuadro N° 45 Gasto Arriendo	103
Cuadro N° 46 Personal administrativo proyectado 1 año	103
Cuadro N° 47 Gasto suministros de oficina	104
Cuadro N° 48 Servicios básicos.....	104
Cuadro N° 49 Gastos de constitución	104
Cuadro N° 50 Sueldo personal de ventas	105
Cuadro N° 51 Gasto publicidad.....	105
Cuadro N° 52 Gasto combustible.....	105
Cuadro N° 53 Capital de trabajo	106
Cuadro N° 54 Resumen de inversiones del proyecto	107
Cuadro N° 55 Volumen de ventas en unidades	108
Cuadro N° 56 Precio de venta	109
Cuadro N° 57 Ventas netas	109
Cuadro N° 58 Materia prima directa.....	110
Cuadro N° 59 Promedio de incremento salarial	111
Cuadro N° 60 Mano de obra directa	111
Cuadro N° 61 Mano de obra indirecta.....	112
Cuadro N° 62 Materia prima indirecta.....	113
Cuadro N° 63 Mantenimiento.....	115

Cuadro N° 64 Arriendo.....	115
Cuadro N° 65 Gasto depreciación	115
Cuadro N° 66 Total costos indirectos de fabricación	116
Cuadro N° 67 Total Costos de producción.....	116
Cuadro N° 68 Gasto sueldos administrativos.....	117
Cuadro N° 69 Suministros de oficina y servicios básicos.....	117
Cuadro N° 70 Total gastos administrativos.....	118
Cuadro N° 71 Gastos sueldos de ventas	119
Cuadro N° 72 Gasto publicidad.....	119
Cuadro N° 73 Gasto combustible.....	120
Cuadro N° 74 Total gastos de ventas	120
Cuadro N° 75 Estado de resultado	121
Cuadro N° 76 Estado de Situación	122
Cuadro N° 77 Flujo de caja proyectado	123
Cuadro N° 78 Determinación de Flujos de Efectivo Actualizados.....	124
Cuadro N° 79 Tasa interna de retorno	125
Cuadro N° 80 Tiempo de recuperación de la inversión.....	126
Cuadro N° 81 Nivel directivo	133
Cuadro N° 82 Nivel ejecutivo	134
Cuadro N° 83 Nivel auxiliar contador	135
Cuadro N° 84 Nivel auxiliar secretaria	136
Cuadro N° 85 Nivel operativo diseñadora.....	137
Cuadro N° 86 Nivel operativo cortador	138
Cuadro N° 87 Nivel operativo operarias.....	139
Cuadro N° 88 Nivel operativo vendedor.....	140
Cuadro N° 89 Nómina de socios.....	144
Cuadro N° 90 Escala de medición de impactos	147
Cuadro N° 91 Matriz de impacto socio económico	148
Cuadro N° 92 Matriz de impacto empresarial	149
Cuadro N° 93 Matriz de impacto ecológico	150
Cuadro N° 94 Resumen general de impactos.....	151

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1 Elaboracion de teja y ladrillo.....	31
Gráfico N° 2 Actividad agrícola y ganadera de subsistencia.....	31
Gráfico N° 3 Comerciantes informales.....	32
Gráfico N° 4 Confección de ropa por madres de familia.....	33
Gráfico N° 5 Escuela Abelarlo Páez Torrez.....	37
Gráfico N° 6 Vías de acceso a Santa Rosa del Tejar.....	38
Gráfico N° 7 Horneo de la teja.....	39
Gráfico N° 8 Comercialización de deportiva.....	68
Gráfico N° 9 Empresas a las que adquieren ropa deportiva.....	69
Gráfico N° 10 Satisfacción de la demanda.....	70
Gráfico N° 11 Tipo de tela.....	71
Gráfico N° 12 Factor que influye en la compra.....	72
Gráfico N° 13 Tipo de acabado.....	73
Gráfico N° 14 Aceptación de nueva empresa.....	76
Gráfico N° 15 Aceptación de la nueva empresa.....	77
Gráfico N° 16 Publicidad.....	79
Gráfico N° 17 Macro-localización.....	88
Gráfico N° 18 Micro-localización.....	89
Gráfico N° 19 Diseño y distribución de la planta.....	92
Gráfico N° 20 Logotipo de la empresa.....	128

ANTECEDENTES

La parroquia urbana San Francisco se encuentra ubicada en la ciudad de Ibarra, al Norte colinda la parroquia urbana El Sagrario, al Sur la parroquia urbana de Caranqui y con el barrio San Vicente, al Este el río Tahuando y al Oeste la parroquia rural de San Antonio de Ibarra.

Esta parroquia está conformada por 33 barrios y 2 comunidades uno de los cuales es el barrio Santa Rosa del Tejar, que es conocido por la producción de ladrillo y teja de barro, que realizan las personas en diferentes medidas, este es un trabajo un poco complicado debido a que incluyen procesos que requieren de conocimiento y mucho cuidado.

En la actualidad algunas personas han abandonado este tipo de trabajo porque la materia prima se ha ido agotando y no poseen propiedades para seguir explotando este recurso, y el precio por la teja en ocasiones es relativamente bajo o su producción se pierde por diferentes factores externos, además existen productos sustitutos que tienen gran aceptación el mercado, o a su vez las personas buscan un nuevo empleo debido a que la elaboración de teja y ladrillo ya no es muy rentable.

Los padres han optado por trabajos como albañiles en las diferentes construcciones de la ciudad de Ibarra dejando toda la infraestructura de producción de ladrillo y teja. Algunas madres de familia se dedicaron a la crianza de chanchos o pollos para contribuir al hogar.

Además hay madres que por motivo de cuidar a sus hijos no poseen un empleo de tiempo completo pero buscan la manera de obtener ingresos a través de la confección de prendas de vestir en sus hogares permitiendo pasar más tiempo con sus hijos y ocuparse de las diferentes actividades del hogar. Las prendas para la elaboración son adquiridas de algunos talleres de confección, que en ocasiones se retrasan un poco al dejar la producción causando insatisfacción en el trabajo. Otras madres traen las prendas en fundas plásticas en los buses con sus niños en brazos provocando incomodidad y cansancio, disminuyendo su tiempo de trabajo y aumentando gastos por transporte.

Por tal motivo se busca enfocar de una manera adecuada el trabajo de estas madres a través de la creación de una empresa que permita proveer fuentes de empleo en sus hogares y puedan dar uso a las máquinas de coser que poseen y puedan estar cerca de sus hijos permitiendo guiarles en la vida diaria.

JUSTIFICACIÓN

La creación de una empresa de prendas deportivas confeccionadas por madres de familia de Santa Rosa del Tejar de la Parroquia San Francisco del cantón Ibarra es de gran importancia debido a que el trabajo que han venido realizando las madres es indispensable para contribuir económicamente al hogar y es necesario enfocar de una mejor manera todo el trabajo que ellas realizan a través de una mayor producción de prendas deportivas con mayor organización y mejores niveles de calidad.

El proyecto es factible y posible desarrollar debido a que existen personas que tienen conocimientos de la elaboración de este tipo de prendas, como son las madres que poseen experiencia en la confección de las mismas porque han venido elaborando diferentes tipos de prendas en sus hogares además cuentan con máquinas de coser como es la overlok, que es indispensable para la elaboración de este tipo de prendas y pueden aprovechar la maquinaria que en ocasiones no la utilizan pero adquieren para que sus hijas utilicen el transcurso de sus estudios en los centros de confección o aprendan de manera empírica. En lo que se refiere a recursos económicos se requiere invertir en maquinaria e infraestructura, capital de trabajo entre otros.

Las beneficiarias directas con la implementación de esta empresa son las madres de familia del barrio Santa Rosa del Tejar ya que se brindará empleo para que puedan obtener ingresos para satisfacer todos los gastos del hogar, también se puede considerar que se puede acoger a las diferentes estudiantes que terminan sus estudios como maestras de corte y

confección y no cuentan con suficiente experiencia, para que puedan trabajar en la misma.

Los beneficiarios indirectos serán aquellas personas que no intervienen en la producción pero pueden realizar las ventas a través de un catálogo permitiendo tener un empleo que genere ingresos con una actividad que tendrían su propio horario pero con sus propias responsabilidades y deseos de superación.

La conformación de esta empresa es de gran interés para las madres de familia porque producirá fuentes de empleo que les permitirá trabajar dentro de sus propios hogares. Además en Santa Rosa del Tejar no existe una empresa de producción y comercialización de prendas deportivas por lo que se puede decir que este proyecto es original porque permitirá acoger el talento humano que existe en el barrio.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL.

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa de producción y comercialización de ropa deportiva confeccionadas por madres de familia de Santa Rosa del Tejar Parroquia San Francisco cantón Ibarra.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- Realizar un diagnóstico situacional del talento humano que se dedica a la confección de prendas deportivas en santa rosa del tejar.
- Establecer las bases teóricas científicas de los aspectos más relevantes que fundamentan el proyecto.
- Efectuar un estudio de mercado para identificar la oferta y la demanda de la comercialización de ropa deportiva, para establecer las preferencias del producto.
- Desarrollar un estudio técnico e ingeniería del proyecto que permita determinar el tamaño, la localización, la infraestructura física de la

planta, procesos productivos, la organización de la empresa y la inversión necesaria para la implantación del proyecto.

- Realizar un análisis económico financiero que permita determinar la factibilidad del proyecto.
- Establecer la estructura organizativa y funcional con el cual el proyecto desarrollara sus actividades.
- Determinar los impactos en el ámbito, económico, educativo, social y ambiental que tendrá el proyecto en su aplicación.

CAPITULO I DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. ANTECEDENTES

El barrio Santa Rosa del Tejar ubicado a 7 km al sur de la ciudad de Ibarra y perteneciente a la Junta parroquial de San Francisco del cantón Ibarra, se encuentra limitada al Norte con el barrio El Tejar, al Sur con la hacienda San Juan, al Este el Rio Tahuando y el barrio San Eduardo, al Oeste San Francisco del Tejar, el clima es templado el trabajo que realizan es la fabricación de teja y ladrillo. Es por eso que la mayoría de sus viviendas son hechas de estos materiales elaborados en el mismo barrio por sus moradores.

En el barrio Santa Rosa del Tejar se encuentra la escuela Abelardo Páez Torres que en algunas ocasiones es utilizada como lugar de reuniones debido a que no cuenta con una casa comunal, además posee el estadio y espacios verdes que son utilizados para su recreación los fines de semana.

El presente diagnóstico se ha realizado en el barrio Santa Rosa del Tejar, con la finalidad de conocer el área donde se desarrollará el proyecto, como marco de referencia para la viabilidad económica-financiera del proyecto de grado, enfocando aspectos como: necesidades, exigencias, situación económica del barrio, para lo cual se iniciará planificando el proceso del diagnóstico situacional, determinando los objetivos diagnósticos, variables, indicadores, matriz de relación diagnóstico y determinando las fuentes de información, a continuación detallamos los aspectos señalados.

1.2. OBJETIVOS

1.2.1. OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio situacional de los factores internos y externos del barrio Santa Rosa del Tejar para identificar oportunidades para la creación de una empresa de ropa deportiva.

1.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar el entorno macro y micro empresarial del barrio Santa Rosa del Tejar.
- Examinar las condiciones socio económicas de los habitantes del sector.
- Identificar las formas de organización del sector.
- Observar el manejo de los recursos naturales y su conservación ambiental.
- Establecer las posibles fuentes de financiamiento para la creación de la empresa.

1.3. VARIABLES DIAGNÓSTICAS E INDICADORES

Con la finalidad de brindar un mayor entendimiento y análisis se ha llegado a identificar las principales variables con sus respectivos indicadores que a continuación se detalla:

- Actividad económica-empresarial
- Aspectos Socio-económicos
- Organización Administrativa.
- Aspecto Ambiental
- Fuentes de Financiamiento

1.3.1. Indicadores

Actividad económica-empresarial

- Tipos de empresas.
- Actividades que realizan.

- Tecnología que utilizan

Aspectos Socio-económicos

- Ingresos económicos por familia.
- Nivel de escolaridad.
- Servicios básicos

Organización Administrativa.

- Formas de administración
- Políticas y normas de control comunitario.
- Medios de comunicación

Aspecto Ambiental

- Manejo de desechos.
- Contaminación.

Fuentes de Financiamiento

- Crédito en instituciones financieras

1.3.2. Matriz de relación diagnóstica

Objetivos	Variables	Indicadores	Técnica	Público meta
Analizar el entorno macro y micro empresarial del barrio Santa Rosa del Tejar.	Actividad económica-empresarial	Tipos de empresas.	Observación Directa.	Habitantes
		Actividades que realizan.		productores
		Tecnología que utilizan		
Examinar las condiciones socio económicas de los habitantes del sector.	Aspectos Socio-económicos	Ingresos económicos por familia.	Entrevistas	Habitantes
		Nivel de escolaridad.		
		Servicios básicos		
Identificar las formas de organización del sector.	Organización Administrativa.	Formas de administración.	Entrevistas	Autoridades
		Políticas y normas de control comunitario.		
		Medios de comunicación		
Observar el manejo de los recursos naturales y su conservación ambiental	Aspecto Ambiental	Manejo de desechos.	Entrevistas	Habitantes
		Contaminación.		
Establecer las posibles fuentes de financiamiento para la creación de la empresa	Fuentes de financiamiento	Crédito en instituciones financieras	Entrevista	Instituciones financieras

Elaboración: La autora

1.4. FUENTES DE INFORMACIÓN

Para realizar el diagnóstico situacional, se ha recurrido a la información proporcionada por la Junta Parroquial, el presidente y los habitantes de Santa Rosa del Tejar, además información obtenida a través de observación directa.

1.5. ANÁLISIS DE VARIABLES DIAGNÓSTICAS

Para caracterizar el entorno del barrio Santa Rosa del Tejar se aplica la metodología AOR; esta se identifica a través de aliados, oponentes, oportunidades, riesgos analizando las variables aplicadas.

1.5.1. Actividad económica

Cuadro N° 1 Habitantes que elaboran teja y ladrillo

Elaboran teja	Elaboran ladrillo
Sr. Carlos Angamarca	Sr. Fernando Cuasqui
Sr. Enrique Quilca	Sr. Gabino Bedoya
Sr. Patricio Matango	Sr. Luis Valencia
Sr. Rafico Quilca	Sr. Julio Bruzil
Sr. Enrique Angamarca	Sr. Marco Matango
Sr. Víctor Bruzil	Sr. José Alba
Sr. Aurelio Matango	Sr. Isidro Angamarca
Sr. Héctor Bedoya	Sra. Marlele Angamarca
Sr. Hernesto Cuasqui	Sr. Carlos Luna
Sr. Luis Arsenio	
Sr. Fabián Campues	

Fuente: Habitantes del barrio Santa Rosa del Tejar
Elaboración: La autora

Gráfico N° 1 Elaboración de teja y ladrillo



La principal actividad económica de los habitantes de Santa Rosa del Tejar, es la elaboración de teja y ladrillo para lo cual no utilizan ninguna clase de maquinaria, solo materiales y herramientas que le permiten realizar su trabajo, en una misma proporción dedican a la crianza de animales menores, también se dedican a la agricultura y cultivan frejol, papas, maíz y otros productos que sirven para su alimentación y en algunos casos para la venta.

Gráfico N° 2 Actividad agrícola y ganadera de subsistencia



Además existen pequeños talleres de confección que realizan su actividad a menor escala en la producción de ropa deportiva, en la actualidad existen cuatro talleres de confección los cuales son constituidos por familiares y brindan trabajo a su familia, su producción no es de gran volumen debido a que no cuentan con canales de distribución además no están legalmente constituidos, se puede mencionar que un factor desfavorable para la formación y establecimiento de una empresa es que el trámite es muy demoroso teniendo en consideración que el plan de desarrollo social y productivo tiene como objetivo fortalecer la institucionalidad pública para avanzar en la capacidad de diseñar, implementar y evaluar las políticas públicas, para ello desea simplificar y agilizar la tramitología, requisitos y procedimientos en el caso del establecimiento y formalización de empresas. En la ciudad de Ibarra existe la venta de ropa deportiva de forma informal en las calles de la ciudad como en la calle Alfredo Pérez Guerrero junto al mercado Amazonas, especialmente en temporadas navideñas, feriados, fechas de partidos de futbol, de equipos importantes, en los cuales venden camisetas y otros accesorios para los hinchas, sus productos los muestran en fundas plásticas o en ocasiones las cuelgan en las veredas.

Gráfico N° 3 Comerciantes informales



En Santa Rosa del Tejar también existen madres de familia que trabajan en sus hogares confeccionando prendas que traen de otros talleres de

confección que se encuentran en la ciudad de Otavalo y otros pequeños talleres de confección.

Gráfico N° 4 Confección de ropa por madres de familia



Cuadro N° 2 Personas que confeccionan en sus hogares

Nombres	Formación Profesional	Prendas que confeccionan
Sra. Silvana Díaz	Solo experiencia	Todo tipo de prenda acepto formal
Sra. Guadalupe Ichau	Maestra de taller	Todo tipo de prenda acepto formal
Srta. Irma Ichau	Bachiller en corte y confección	Todo tipo de prenda
Sra. Magdalena Iles	Maestra de taller	Ropa deportiva y formal
Sra. Lourdes Ichau	Maestra de taller	Todo tipo de prenda
Sra. Paola Gomes	Maestra de taller	Todo tipo de prenda acepto formal
Sra. Elba Jingo	Maestra de taller	Ropa deportiva
Srta. Digna Jingo	Maestra de taller	Todo tipo de prenda acepto formal
Srta. Nely Jingo	Bachiller en corte y confección	Ropa deportiva
Sra. Roció Ichau	Bachiller en corte y confección	Ropa deportiva
Sra. Elisa Padilla	solo experiencia	Todo tipo de prenda acepto formal
Sra. Silvia Ichau	Maestra de taller	Ropa deportiva
Sra. Betty Ichau	Maestra de taller	Ropa deportiva
Sra. Gloria Jingo	Maestra de taller	Ropa formal

Fuente: Habitantes del barrio Santa Rosa del Tejar

Elaboracion: La autora

La maquinaria que se utiliza para la con confección solo son las indispensables para realizar una prenda, pero no cuentan con maquinaria

para estampado, bordado y otras para una mejor presentación de la prenda, debido a que no cuentan con los recursos necesarios para adquirirla, considerando que en el mercado si existe maquinaria para la confección en diferentes marcas como PFAF, SIRUBA, HOSEKI, GENSY entre otras, como también se encuentra repuestos para las mismas , accesorios que se pueden implementar para un mejor acabado de las prendas .

Cuadro Nº 3 Almacenes de máquinas industriales para la confección

MAINCO	Ibarra: Obispo Mosquera y Bartolomé García
SERVIMAQ	Ibarra: Sánchez y Cifuentes y Pedro Moncayo
IMERICA CIA LTD.	Atuntaqui: General Enríquez 1465 y Espejo, Edif.Siruba.
MUNDIMAQUINAS CIA. LTD.	Atuntaqui: calle General Enríquez N°14-65 y Espejo

Fuente: Investigación directa
Elaboración: La autora

En el barrio no existen suficientes fuentes de empleo, pero los habitantes realizan diferentes actividades para subsistir mejorar su calidad de vida de acuerdo al Plan del Buen Vivir que se impulsa en el Ecuador, que además contiene varios objetivos que tienen importancia en el establecimiento de una empresa, siendo el Objetivo 1: Auspiciar la igualdad, la cohesión y la integración social y territorial en la diversidad.

1.8 Impulsara el buen vivir rural

- Fomentar actividades productivas que mejoren las condiciones de vida de la población rural, e impulsar la generación de valor agregado.

- Incentivar iniciativas de generación de trabajo digno en poblaciones rurales, considerando la situación desigual de las mujeres rurales en su diversidad.

Objetivo 6: Garantizar el trabajo estable, justo y digno en su diversidad de formas

6.5 Impulsar actividades económicas que conserven empleos y fomenten la generación de nuevas plazas, así como la disminución progresiva del subempleo y desempleo

- Fortalecer y promover Iniciativas económicas de pequeña y mediana escala basadas en el trabajo, que se oriente a generar empleos nuevos y estables.

Objetivo 11: Establecer un sistema económico social, solidario y sostenible.

11.1 Impulsar una economía endógena para el buen vivir, sostenible y territorialmente equilibrada, que propenda a la garantía de los derechos y a transformación, diversificación y especialización productiva a partir del fomento a las diversas formas de producción.

- fomentar la producción nacional vinculada a la satisfacción de necesidades básicas para fortalecer el consumo doméstico y dinamizar el consumo interno.

Al cumplir estos objetivos permitirá que las personas tengan un trabajo estable a través de la generación de actividades productivas en el sector rural favoreciendo en a las mujeres en su diversidad como indica en el objetivo N° 1 del Plan del Buen Vivir mencionado anteriormente, generando ingresos para cumplir con sus necesidades básicas.

1.5.2. Aspectos socio-económicos

Santa Rosa del Tejar está habitada por alrededor de 320 familias y 1763 habitantes según información proporcionada por la Junta Parroquial San Francisco de acuerdo al censo realizado en el año 2011 , de las cuales el 100% pertenecen a la etnia mestiza, y hablan el español.

Cuadro Nº 4 Habitantes de Santa Rosa del Tejar

Total Familias		320	
Total Habitantes		1763	
Niñas menores de 5 años	132	Niños menores de 5 años	118
Mujeres menores de 18 años	294	Hombres menores de 18 años	312
Mujeres de 18 a 64 años	348	Hombres de 18 a 64 años	361
Mujeres mayores de 65 años	112	Hombres mayores de 65 años	86
Total mujeres	886	Total Hombres	877

Fuente: Junta Parroquial San Francisco-censo 2011

Elaboración: La autora

Por entrevistas efectuadas a los pobladores, se puede afirmar que los ingresos económicos por familia provienen de trabajos como albañiles con un salario semanal que oscila entre 80 y 110 dependiendo del trabajo que realice de acuerdo a sus conocimientos en construcción.

Como también perciben ingresos por la elaboración de ladrillo y teja tienen un ingreso de 100 dólares semanales cuando logran vender su producción, ellos obtienen créditos para realizar sus actividades productivas y también les permite subsistir mientras realizan la venta de lo que producen.

Las madres de familia trabajan en empresas de confección en la ciudad de Atuntaqui, Ibarra, y tienen un ingreso alrededor de 350 dólares mensuales. Al hablar sobre el nivel de escolaridad, el barrio Santa Rosa del Tejar cuenta con la escuela Abelardo Páez Torres, y en cuanto al nivel secundario y superior tiene un nivel aceptable ya que las personas lo realizan en diferentes partes de la ciudad de Ibarra.

Gráfico N° 5 Escuela Abelardo Páez Torres



En cuanto a servicios básicos, el sector analizado cuenta con: energía eléctrica, agua potable, alcantarillado en gran parte del barrio, teléfono, internet, como también tiene servicio de transporte urbano prestado por la cooperativa de buses y transporte 28 de septiembre.

1.5.3. Organización administrativa.

En lo relacionado a la organización, el barrio en mención se encuentra organizado de la siguiente manera:

- Junta parroquial.
- Presidente del barrio.
- Presidente de la directiva de la iglesia.

La Junta Parroquial es el máximo organismo descentralizado que vela para que sigan adelante los proyectos que se realizan en el barrio, juntamente con el municipio de Ibarra. Santa Rosa del Tejar se encuentra dirijo por el presidente del barrio que en la actualidad es el señor Juan Ichao, quien a su vez es ayudado por el vicepresidente, secretaria, y vocales, quienes organizan diferentes actividades para mejorar la calidad de vida de los habitantes, ciertas actividades las realizan con la ayuda de los moradores a través de mingas, en el mejoramiento de las calles principales del barrio. Santa Rosa del Tejar cuenta con tres vías de acceso, la una que viene desde la Esperanza y pasa por el barrio San Francisco, la otra desde San Eduardo y la vía que ingresa por el barrio los Ceibos, el Tejar y son transitables todos los días del año, con las que se puede salir con facilidad a los diferentes lugares de la ciudad de Ibarra.

Gráfico N° 6 Vías de acceso a Santa Rosa del Tejar



La formación de la nueva empresa permitirá mejorar la vida de las personas por tal motivo los moradores de barrio estarían gustosos de que exista nuevas fuentes de empleo.

1.5.4. Aspecto ambiental

Gráfico N° 7 Horneo de la teja



En el barrio Santa Rosa del Tejar existe emisión de humo debido al horneo de teja y ladrillo que lo realizan durante un día y una noche, para ello utilizan leña de eucalipto y espino la cual es comprada a diferentes personas que ofrecen en los respectivos lugares de producción.

Los habitantes no cuentan con un buen nivel de cultura y por lo general no reciclan los desechos de sus hogares y son entregados al recolector de basura en fundas, las personas que cuentan con terrenos y se dedican a la agricultura utilizan los desechos orgánicos como abono en sus cultivos.

En cuanto a la preservación del medio ambiente, el presidente del barrio a mencionado que Santa Rosa del Tejar ha participado en conferencias realizadas por el Municipio de Ibarra para contribuir con el cumplimiento los derechos de la naturaleza y promover un ambiente sano sustentable establecido en el Plan del Buen Vivir que además manifiesta que hay que prevenir controlar y mitigar la contaminación ambiental como aporte del mejoramiento de la calidad de vida ,aplicar normas y estándares de manejo, disposición y tratamiento de residuos sólidos domiciliarios, industriales, para prevenir y reducir las posibilidades de afectación de la calidad ambiental

1.5.5. Fuentes de financiamiento

Las instituciones financieras que se detalla continuación se encuentran ubicadas en la ciudad de Ibarra de las cuales las tres primeras brindan crédito para el inicio de una nueva empresa considerado diferentes factores como el monto que se requiere y la actividad económica que va a realizar la empresa.

CuadroNº 5 Instituciones Financieras

Crédito para nueva empresa					
Institución Financiera	Si	No	Monto	Tiempo	Tasa de interés
Banco Nacional de Fomento	x		15000 con garante Más de 15000 con hipoteca	3 años	11% empresas de producción 15% empresas comerciales
Banco del Pacífico	x		10000	2 años	10,78% si existe convenio con la Corporación Financiera Nacional
Cooperativa de ahorro y crédito Artesanos	x		2500	2 años	27,73%
Banco Proamerica		X	Para acceder a un crédito la empresa debe estar constituida entre 1 a 3 años		
Produbanco		X			
Procredit		X			

Fuente: Investigación directa
Elaboración: La autora

El banco Nacional de Fomento brinda un monto de hasta 10.000,00 tan solo con un garante como también se puede adquirir un monto mayor para lo cual se requiere realizar una hipoteca, brindan dos tasas de interés una del 11% que es para el caso de empresas de dedicadas a la producción y de 15% para las que van a realizar una actividad comercial, las dos son para pagar en un plazo de 3 años con el respectivo interés.

El banco del Pacífico brinda créditos para inicio de actividades de una empresa siempre y cuando sea un proyecto que tenga convenio con la

Corporación Nacional Financiera, con una tasa de interés del 10,78% para 2 años, caso contrario no conceden créditos para empresas que no estén constituidas por lo menos de 2 a 3 años.

En la cooperativa de ahorro y crédito Artesanos se puede acceder un crédito por un valor de 2.500,00 teniendo una tasa de interés del 27,73% superior a las anteriores, para un tiempo de 2 años.

El banco del Proamerica, Produbanco, Procredit, son instituciones privadas que no brindan créditos para constituir una empresa, para ello tienen que estar legalmente constituidas por lo menos de 2 a 3 años.

Al analizar las opciones antes indicadas la mejor alternativa es el Banco Nacional de Fomento, siendo una institución del estado que brinda créditos para la formación de nuevas empresas, además no se requiere tener convenios con ninguna otra institución y por ser una empresa de producción se accede a la tasa de interés del 11% a un tiempo de 3 años

1.6. DIAGNÓSTICO EXTERNO

1.6.1. Aliados

- Vías de acceso
- Mano de obra capacitada disponible en el barrio.
- Identificación con el Plan del Buen Vivir con la ejecución de una empresa que brinde trabajo estable.
- Almacenes que brindan maquinaria para la confección a precios cómodos

1.6.2. Oponentes

- Diversas instituciones financieras privadas no brindan crédito.-para constituir una nueva empresa, debe estar establecida de 2 a 3 años en la actividad económica.
- Inexperiencia de los trabajadores en la fabricación de este tipo de prendas.-tomando en consideración que las personas que confeccionan pueden tener experiencia en otro tipo de prendas, el nivel de producción de la ropa deportiva puede ser bajo.

1.6.3. Oportunidades

A continuación se prevén las siguientes oportunidades de crecer y posesionarse en el mercado, por parte de la empresa a crearse:

- Instituciones financieras del estado que brindan crédito
- Tasa de interés menor en el banco Nacional de Fomento por ser una empresa de producción.
- Aliarse con los talleres para que produzcan nuestro producto.
- Adquirir maquinaria para la confección dentro de la ciudad

1.6.4. Riesgos

- Falta de experiencia en la actividad.
- Tasa de interés alta en préstamos que brindan pocas instituciones Financieras privadas.
- Talleres de confección de ropa deportiva dentro del barrio.
- Mercado Informal en la ciudad de Ibarra.

1.7. IDENTIFICACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN

A través del diagnóstico realizado al barrio Santa Rosa del Tejar se pudo obtener información acerca del mismo para conocer las actividades productivas que realizan, como está constituido y la mano de obra que existe para la implementación de la empresa.

En el barrio realizan diferentes actividades productivas que les permiten subsistir tomando en consideración que la principal actividad es la de elaboración de teja y ladrillo para la cual utilizan la tierra que poseen sus terrenos acabando su principal y única materia prima, por tal motivo se considera que implementar nuevas plazas de trabajo permitirá a las personas del barrio acceder a nuevas oportunidades laborales

En Santa Rosa del Tejar no existe empresas que oferten fuentes de trabajo estable que les permita mejorar las condiciones de vida, por tal motivo se desea implementar una nueva empresa que brinde empleo a las madres de familia que desean mejorar su estabilidad laboral.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

En este capítulo se detalla las bases teórico-científicas de aspectos relacionados con la temática del presente proyecto, se describe cada uno de los conceptos de mayor importancia que se encuentran en el desarrollo de los capítulos para una mejor comprensión, respetando las fuentes bibliográficas a través de transcripciones textuales de varios autores y se aporta con análisis e interpretaciones de la información transcrita.

2.1. OBJETIVO

Conceptualizar la terminología básica utilizada en el presente trabajo de grado.

2.2. ESTUDIO DE MERCADO

Según (MEZA, 2010, pág. 22), manifiesta: *“El estudio de mercado es un estudio de demanda, oferta y precios de un bien o servicio. El estudio de mercado requiere de análisis complejos y se constituye en la parte más crítica de la formulación de un proyecto, porque de su resultado depende el desarrollo de los demás capítulos de la formulación, es decir, ni el estudio técnico ni el estudio administrativo y el estudio financiero se realizan a menos que este muestre una demanda real o la posibilidad de venta del bien o servicio”.*

Se deduce, entonces, que para tener expectativas de éxito en el tema del proyecto propuesto, será necesario conocer de la mejor manera posible el comportamiento de las fuerzas del mercado local; esto es, oferta, demanda y precio.

2.2.1. Mercado

Según(C.H & Maubert, pág. 31), expresa:” *Un mercado es la suma de todos los compradores reales y potenciales de un producto”.*

En el proyecto el mercado son todos los locales comerciales del mercado amazonas de la ciudad de Ibarra donde asisten compradores y vendedores

de ropa para intercambiar sus mercancías, a precios determinados por los mismos.

2.2.2. Mercado meta

Según(HERNÁNDEZ, 2009), dice: *“Mercado meta es la parte del mercado disponible calificado al que la empresa decide servir”*.

El mercado meta del proyecto es el mercado al cual está dirigido que en este caso son todos aquellos locales comerciales del mercado que venden ropa deportiva de acuerdo a las necesidades y preferencias.

2.2.3. Segmento de mercado

Según(LAMB, 2011), define: *“El segmento de mercado es como un subgrupo de personas u organizaciones que comparten una o más características que le hacen tener necesidades de productos similares”*.

El segmento de mercado del proyecto son todas las personas que tienen preferencia por la ropa deportiva, y buscan rendas con modelos diferentes, con una característica principal que es la comodidad.

2.2.4. Oferta

Según (BACA, 2010, pág. 41), expresa: *“La oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado.*

De acuerdo al proyecto la oferta es la cantidad de bienes que los productores de ropa deportiva ofrecen al mercado en un tiempo determinado a un precio establecido”.

2.2.5. Demanda

Según (BACA, 2010, pág. 15), manifiesta: *“La demanda es la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado”*.

La demanda es el número de bienes o servicios que el mercado comprará en un período a un precio establecido que en este caso son aquellas

personas que venden ropa en el mercado Amazonas y locales comerciales de la ciudad de Ibarra.

2.2.6. Comercialización

Según (BACA, 2010, pág. 48), indica: *“comercialización es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar”*.

Es un conjunto de actividades que permite que los productores de ropa deportiva puedan brindar su producto con las condiciones necesarias a los consumidores.

2.2.7. Producto

Según (LAMB, 2011), dice: *“El producto es todo aquello, sea propicio o adverso, que una persona recibe en un intercambio. Puede ser tangible un producto o intangible un servicio”*.

El producto que se menciona en el proyecto es tangible ya que se refiere a la ropa deportiva que será ofrecida en el mercado.

2.2.8. Precio

Según(BACA, 2010, pág. 44), expresa: *“El precio es la cantidad a la cual los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio”*.

Es el valor monetario que cuesta un bien o servicio que en esta ocasión es la ropa deportiva que se encuentra en el mercado para ser vendido a sus consumidores.

2.2.9. Promoción

Según (HERNÁNDEZ, 2009), indica: *“Promoción constituye una actividad o un material que actúan como un estímulo directo que ofrece valor agregado o incentivos del producto a intermediarios, vendedores o consumidores”*.

La promoción es una acción que sirve para informar, persuadir, y recordar al mercado la existencia de un producto y su venta ofreciendo un valor agregado, como incentivo a la compra.

2.3. ESTUDIO TÉCNICO

Según (BACA, 2010, pág. 7), expresa: *“El estudio técnico presenta la determinación del tamaño óptimo de la planta, la determinación de la organización óptima de la planta, la ingeniería del proyecto y el análisis organizativo, administrativo y legal”*.

El estudio técnico permite verificar la posibilidad técnica de fabricación del producto siendo la ropa deportiva, para lograr los objetivos del proyecto. El objetivo principal de este estudio es determinar si es posible lograr producir y vender el producto con la calidad, cantidad y costo requerido.

2.3.1. Localización del proyecto

2.3.2. Macro y micro localización

Según (MEZA, 2010, pág. 25), dice: *“LA macro localización tiene en cuenta aspectos sociales y nacionales, basándose en las condiciones regionales de la oferta y la demanda y en la estructura existente, y debe indicarse con un mapa del país o región, dependiendo del área de influencia del proyecto”*.

Micro localización Abarca la investigación y comparación de los componentes del costo para cada alternativa.

La macro localización es la zona en general donde se instalara la empresa basándose en las condiciones regionales de la oferta y la demanda.

La micro localización es elegir el punto preciso dentro de la zona, en donde se ubica definitivamente la empresa.

2.3.3. Tamaño del proyecto

Según (MEZA, 2010, pág. 25), manifiesta: *“El tamaño del proyecto hace referencia a la capacidad de producción de bienes y servicios del proyecto, y consiste en determinar la dimensión de las instalaciones, así como la capacidad de la maquinaria y equipos requeridos para alcanzar el volumen de producción óptimo”.*

El tamaño del proyecto es la capacidad de en un determinado tiempo tomando en cuenta la mano de obra disponible y su experiencia, maquinaria de confección además se determina la distribución que deben tener las instalaciones de la planta.

2.3.4. Punto de equilibrio

Según (CUEVAS, 2010, pág. 292), indica: *“El punto de equilibrio se conoce como el volumen de ventas para el cual no hay utilidades, pero tampoco se tiene pérdidas. Aunque el análisis de equilibrio es un concepto estático, puede aplicarse a situaciones dinámicas y proporcionarle ayuda a la gerencia en las operaciones de planeación y de control”.*

El punto de equilibrio es una herramienta útil, que se da cuando el volumen de ventas en un determinado período, ayudan a tener un ingreso que sea igual a los costos totales que intervienen en la producción de la ropa deportiva.

2.4. ESTUDIO FINANCIERO

Según (BACA, 2010, pág. 8), expresa: *“El estudio financiero ordena y sistematiza la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores y elaboran los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica”.*

El estudio económico es importante en el estudio del proyecto ya que permite ordenar la información para determinar cuál será la cantidad de recursos económicos necesarios para que el proyecto se realice, es decir, cuánto dinero se necesita para que la planta opere.

2.4.1. Estados financieros

Según (ANZOLA Rojas, 2010, pág. 262), dice: *“Los Estados financieros son ejercicios expresados en forma específica en los cuales se comprueba cada transacción ocurrida durante un período. Muestran (en unidades monetarias) como se encuentra la empresa final de cierto período (quincena, mes, semestre o año)”*.

Los estados financieros son documentos informativos que demuestran las transacciones efectuadas por la empresa en un determinado período, proporcionan información financiera y económica y se los realiza al finalizar el ejercicio contable para medir la proyección futura de la empresa.

2.4.2. Balance General

Según (CHANABA & Joaquin, 2010, pág. 199),manifiesta: *“El balance general es el documento contable que presenta la situación financiera de un negocio en una fecha determinada .el balance general comprende el análisis de las propiedades de una empresa y la proporción en que intervienen los acreedores y los accionistas o dueños de tal propiedad, expresados en términos monetarios”*.

El balance general presenta la situación financiera de la empresa en un determinado período, proporcionando información adecuada para la toma de decisiones.

2.4.3. Estado de Resultados

Según (CHANABA & Joaquin, 2010, pág. 187), indica: *“El estado de resultado o estado de pérdidas y ganancias es un documento contable que muestra detallada y ordenadamente la utilidad o pérdida del ejercicio”*.

El estado de resultados permite conocer si la empresa obtiene pérdida o ganancia en un período determinado, en este caso si el proyecto brindara una utilidad considerable.

2.4.4. Estado de Flujo de Efectivo

Según (CHANABA & Joaquin, 2010, pág. 208), expresa: *“El estado de flujo de efectivo es el estado que suministra información y explica las causas de la variación de los disponibles o activos circulantes del ente durante un ejercicio económico y otro”.*

Es un estado que permite conocer las variaciones de los activos circulantes tomando en consideración los flujos obtenidos en otros períodos en que se realizó la actividad económica de la empresa.

2.4.5. Índices de Evaluación Financiera

2.4.6. Valor Actual Neto

Según (SAPAG, 2011, pág. 300), dice:” *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 período de operación, y le resta la inversión total expresada en el momento 0”.*

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

FC= Flujos de caja proyectados.

I= Tasa de descuento.

n= Tiempo u horizonte de vida útil del proyecto o inversión.

Es el valor monetario que resulta de restar la suma del total del flujo de caja menos la inversión. Este valor permite conocer los beneficios reales que tiene un proyecto frente su inversión.

2.4.7. Tasa Interna de Retorno

Según (MEZA, 2010), manifiesta: *“La tasa interna de retorno es la tasa de interés que hace el VPN=0, o también la tasa de interés que iguala al valor presente de los flujos descontados con la inversión”.*

La tasa interna de retorno (TIR) es la suma de los flujos netos descontados de cada período, desde el origen, considerándose desde el año o período cero (cero o inicial) hasta el año o período n (ultimo), dependiendo de los años presupuestados.

2.4.8. Período de Recuperación

Según (SAPAG, 2011, pág. 307), dice: *“El período de recuperación de la inversión (PRI) 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”.*

El período de recuperación tiene como objetivo determinar el número de años en que se recupera la inversión, mediante la resta sucesiva de los flujos netos anuales descontados del monto de la inversión, hasta el punto en que se iguala o sobrepasa dicha inversión.

2.4.9. Costo Beneficio

Según (SAPAG, 2011, pág. 307), indica: *“Costo beneficio es la relación beneficio- costo compara el valor actual de los beneficios proyectados con el valor actual de los costos, incluida la inversión.”*

Este índice de evaluación financiera sirve para evidenciar como retornan los ingresos en función de los egresos para lo cual se utiliza los ingresos y egresos proyectados en los flujos de caja para su determinación”.

2.5. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

Según (MEZA, 2010, pág. 28), manifiesta: *“Este estudio tiene como propósito definir la forma de organización que requiere la unidad empresarial, con base a sus necesidades funcionales y presupuestales. Comprende el análisis del marco jurídico en el cual va a funcionar la empresa, la determinación de la estructura organizacional más adecuada a las características y necesidades del proyecto, y la descripción de los procedimientos y reglamentos que regularan las actividades durante el período de operación. Mediante este estudio se concretan todos los aspectos concernientes a la nómina de personal y a la remuneración prevista para uno de los cargos”.*

En el estudio organizacional se determina como va a estar organizada la empresa de acuerdo a las características de la misma, además se determina las funciones que se debe realizar en cada nivel administrativo, como también las políticas a las que se rige la empresa.

2.5.1. Administración

Según (DOFT, 2010, pág. 8), define: *“Administración es alcanzar las metas organizacionales de forma eficaz y eficiente a partir de la planeación, organización, dirección y control de los recursos organizacionales”*

La administración es un conjunto de actividades que se realizan para alcanzar las metas u objetivos de la empresa mediante la utilización adecuada de los recursos poniendo en acción los elementos básicos de la administración”.

2.5.2. Elementos básicos de la Administración.

Según (ANZOLA Rojas, 2010, pág. 52), expresa: *“para comprender mejor la administración es necesario comprender los cuatro elementos principales como son:*

Planeación.-Implica establecer los objetivos con orden y sentido común. Se basa primordialmente en un plan o método y no en una corazonada pues debe estructurar hoy lo que se hará mañana.

Organización.-Comprende la coordinación de los recursos materiales y humanos en busca de un objetivo común, lo cual conlleva la asignación de funciones a cada persona y en las relaciones de cada una de ellas.

Dirección.-Describe como el empresario debe orientar a sus empleados e influir sobre ellos, de modo que estos contribuyan al logro de las metas establecidas”.

Control.-Controlar significa supervisar el trabajo de los otros y los resultados obtenidos, para asegurar que se alcancen las metas tal como fueron planeadas.

2.5.3. Niveles básicos Administrativos

Según (GAVILANES, 2012), manifiesta:” Los niveles Básicos de Administración son la dependencia y relación que tienen las personas dentro de la empresa”.

Las funciones principales son; legislar políticas, crear y normas procedimientos que debe seguir la organización. Así como también realizar reglamentos, decretar resoluciones que permitan el mejor desenvolvimiento administrativo y operacional de la empresa. Este organismo constituye el primer Nivel jerárquico de la empresa, formado principalmente por la Junta General de Accionistas.

a) Nivel ejecutivo

Es el segundo al mando de la organización, es el responsable del manejo de la organización, su función consistente en hacer cumplir las políticas, normas, reglamentos, leyes y procedimientos que disponga el nivel directivo. Así como también planificar, dirigir, organizar, orientar y controlar las tareas administrativas de la empresa.

Este nivel, se encarga de manejar planes, programas, métodos y otras técnicas administrativas de alto nivel, en coordinación con el nivel operativo y auxiliares, para su ejecución. Velara el cumplimiento de las leyes y reglamento obligatorios y necesarios para el funcionamiento de la organización.

El nivel ejecutivo o directivo es unipersonal, cuando exista un director o gerente.

b) Nivel asesor

No tiene autoridad de mando únicamente aconseja, informa, prepara proyectos en materia jurídica, económica, financiera, contable, industrial y demás áreas que tenga que ver con la empresa,

c) Nivel auxiliar o de apoyo

Apoya a los otros niveles administrativos, en la prestación de servicios, en forma oportuna y eficiente.

d) Nivel operativo

Constituye el nivel más importante de la empresa y es el responsable directo de la ejecución de las actividades básicas de la empresa, siendo el pilar de la producción y comercialización.

Tiene el segundo grado de autoridad y es responsable del cumplimiento de las actividades encomendadas a la unidad, bajo su mando puede delegar autoridad, más no responsabilidad.

2.6. EMPRESA

2.6.1. Definición.

Según(VON, 2011), manifiesta:” *empresas son las economías que producen bienes por su cuenta y riesgo, pero para satisfacer la necesidad ajena, es decir para la venta*”.

Para mayor precisión la empresa es una entidad que produce bienes o servicios de forma autónoma para satisfacer las necesidades de la sociedad, mediante la utilización de capital de trabajo para tener una buena productividad.

2.6.2. Clasificación

Según (BRAVO Valdivieso, Contabilidad General, 2011, págs. 2-4), manifiesta; “*Existen algunos criterios para clasificar las empresas, para efectos contables se consideraran más útiles las siguientes:*

a) Por su naturaleza

- **Empresas Industriales**

Son aquellas que se dedican a la transformación de materias primas en nuevos productos.

- **Empresas Comerciales**

Son aquellas que se dedican a la compra – venta de productos convirtiéndose en intermediarias entre productores y consumidores.

- **Empresas de Servicios**

Son aquellas que se dedican a la venta de servicios a la colectividad.

b) Por el sector al que pertenecen

- **Pública**

Son aquellas cuyo capital pertenece al sector público (Estado).

- **Privadas**

Son aquellas cuyo capital pertenece al sector privado (personas naturales o jurídicas).

- **Mixtas**

Son aquellas cuyo capital pertenece tanto al sector público como al sector privado (personas jurídicas).

c) Por la integración del capital

- **Unipersonales**

Son aquellas cuyo capital pertenece a una persona natural.

- **Pluripersonales**

Son aquellas cuyo capital pertenece a dos o más personas naturales.

d) Por su constitución legal

Según (Lexus Editores, 2010, pág. 20) por su constitución legal, las empresas pueden ser:

Sociedades de Personas:

- Sociedades Colectivas
- Sociedad en Comandita Simple

Sociedades de Capitales:

- *Sociedad anónima*
- *Sociedad en Comandita por Acciones*

Sociedades de Naturaleza Mixta:

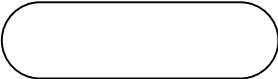


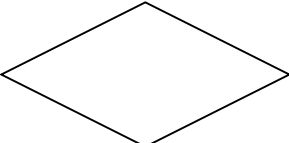
- *Sociedad de responsabilidad Limitada*”.

2.6.3. Flujo gramas

Según(BECERRA, 2009) , manifiesta; “EL Flujograma o Diagrama de Flujo, consiste en representar gráficamente hechos, situaciones, movimientos o relaciones de todo tipo, por medio de símbolos”. (<http://www.monografias.com/trabajos14/flujograma/flujograma.shtml1>.
Introducción)

Es la representación gráfica de los procesos que proveen una descripción detallada de las operaciones, utilizando determinados símbolos o figuras que representan una acción dentro del procedimiento.

2.6.4. Símbolos utilizados para elaborar los esquemas del flujograma

SÍMBOLO	SIGNIFICADO
	Inicio o fin del proceso
	Etapa del proceso (actividad a desarrollar)
	Salida del proceso (evidencia documental)
	Decisión

2.6.5. Organigrama

Según (es.wikipedia.org, 2013), indica: *“Un organigrama es la representación gráfica de la estructura de una empresa o cualquier otra organización. Representan las estructuras departamentales y, en algunos casos, las personas que las dirigen, hacen un esquema sobre las relaciones jerárquicas y competenciales de vigor en la organización”.* (<http://es.wikipedia.org/wiki/Organigrama>).

Es la estructura de la empresa que representa en forma detallada las áreas importantes que forman a la organización incluye además los responsables de cada una de las funciones así como también permite visualizar los niveles jerárquicos institucionales, todo esto constituye la base para lograr los objetivos de la empresa.

2.7. CONTABILIDAD

Según (ANZOLA Rojas, 2010, pág. 258), manifiesta: *“Contabilidad es un proceso que ayuda a tomar decisiones mediante el registro, clasificación, resumen y transformación de las transacciones e interpretación de sus efectos en relación con las operaciones de la empresa”.*

Contabilidad es una técnica que proporciona los instrumentos necesarios para manejar información ordenada con el objetivo de tomar decisiones en un momento determinado tomando en cuenta la situación financiera de la empresa

2.7.1. Transacciones comerciales

Según (BRAVO Valdivieso, Contabilidad General, 2011), manifiesta: *“Las Transacciones comerciales constituyen el intercambio de bienes, valores y servicios entre dos partes, con el objeto de satisfacer las necesidades de la colectividad”.*

Las transacciones comerciales constituyen la actividad de la empresa representada por el intercambio de bienes y servicios de acuerdo a los requerimientos del consumidor.

2.7.2. Ecuación contable

Según (OLANO, 2012, págs. 25-26), define: "La ecuación contable representa la posición financiera de una entidad o negocio y constituye un importante punto de partida para el análisis de la información financiera.

Se trata de una igualdad matemática en la cual se reflejan los recursos que posee una entidad en un momento determinado y a través de quienes se han obtenido, si por parte de los dueños, socios o accionistas y/o los llamados proveedores, entidades financieras, etc.

La ecuación contable es una igualdad en la cual se puede reflejar la situación financiera de la empresa.

La ecuación contable se define así:

$$\text{ACTIVO}=\text{PASIVO}+\text{PATRIMONIO}$$

Técnicamente los elementos de esta ecuación se definen así:

a) **Activo**

Representa los recursos que son propiedad de la empresa o negocio.

b) **Pasivos**

Son las obligaciones que la empresa ha adquirido con terceros las cuales han financiado la adquisición de activos.

c) **Patrimonio**

Está dado por los aportes de capital que realizan en forma directa los dueños, socios o accionistas, así como las utilidades o pérdidas que el negocio genera".

2.8. Normas Internacionales de Información Financiera

Según (NOVELO, 2011), Expresa: " Las NIF (Normas de Información Financiera) comprenden un conjunto de conceptos generales y normas particulares que regulan la elaboración y presentación de la información

contenida en los estados financieros y que son aceptadas de manera generalizada en un lugar y a una fecha determinada”.

Las NIIF son normas internacionales que regulan una buena y apropiada presentación de los estados financieros de una empresa

Según (Plancontable2007.com) *manifiesta las siguientes normas de información financiera:*

NIIF 1.- Adopción por primera vez de las Normas Internacionales de Información Financiera

Objetivo

El objetivo de esta NIIF es asegurar que los primeros estados financieros con arreglo a las NIIF de una entidad, así como sus informes financieros intermedios, relativos a una parte del ejercicio cubierto por tales estados financieros, contienen información de alta calidad que:

- a) Sea transparente para los usuarios y comparable para todos los ejercicios que se presenten;*
- b) suministre un punto de partida adecuado para la contabilización según las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF);*
y
- c) pueda ser obtenida a un coste que no exceda a los beneficios proporcionados a los usuarios.*

NIIF 5.- Activos no corrientes mantenidos para la venta y operaciones interrumpidas

Objetivo

El objetivo de esta NIIF es especificar el tratamiento contable de los activos mantenidos para la venta, así como la presentación e información a revelar sobre las actividades interrumpidas. En concreto, esta NIIF requiere:

- a) los activos que cumplan los requisitos para ser clasificados como mantenidos para la venta, sean valorados al menor valor entre su*

importe en libros y su valor razonable menos los costes de venta, así como que cese la amortización de dichos activos; y

- b) los activos que cumplan los requisitos para ser clasificados como mantenidos para la venta, se presenten de forma separada en el balance, y que los resultados de las actividades interrumpidas se presenten por separado en la cuenta de resultados.*

NIIF 7 .- Instrumentos financieros: información a revelar

Objetivo

El objetivo de esta NIIF es requerir a las entidades que, en sus estados financieros, revelen información que permita a los usuarios evaluar:

- a) la relevancia de los instrumentos financieros en la situación financiera y en el rendimiento de la entidad; y*
- b) la naturaleza y alcance de los riesgos procedentes de los instrumentos financieros a los que la entidad se haya expuesto durante el ejercicio y en la fecha de presentación, así como la forma de gestionar dichos riesgos.*

Los principios de esta NIIF complementan a los de reconocimiento, valoración y presentación de los activos financieros y los pasivos financieros de la NIC 32 Instrumentos financieros: Presentación y de la NIC 39 Instrumentos financieros: Reconocimiento y valoración.

2.9. CONTABILIDAD DE COSTOS

Según(CHANABA & Joaquin, 2010), dice: “La contabilidad de costos es una rama especializada de la contabilidad general, permite el análisis, clasificación, registro, control e interpretación de los costos utilizados en la empresa; por lo tanto, determine el costo de la materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación que intervienen para la elaboración de un producto o la prestación de un servicio”.

La contabilidad de Costos nos ayuda a resumir e interpretar las operaciones relacionadas con los costos que intervienen en la elaboración del producto que en este caso es la ropa deportiva

2.9.1. OBJETIVOS DE LA CONTABILIDAD DE COSTOS

Según (BRAVO Valdivieso, Contabilidad de Costos, 2009, pág. 1) Los objetivos de la contabilidad de costos son:

- a) *Determinar el costo de los productos elaborados en la empresa mediante el control adecuado y oportuno de los diferentes elementos de costos.*
- b) *Controlar y evaluar los inventarios de materia prima, productos en proceso y productos terminados.*
- c) *Generar la información básica para la elaboración de los presupuestos de la empresa, especialmente de ventas y de producción.*
- d) *Proveer a la gerencia los elementos necesarios para el planteamiento y la toma de decisiones estrategias adecuadas, sobre los diferentes costos y volúmenes de producción.*

2.9.2. COSTO

Según (BRAVO Valdivieso, Contabilidad de Costos, 2009), expresa: “Costo constituye una inversión, es recuperable, trae consigo ganancia, es un concepto que tiene vigencia en la empresa industrial”.

El costo es una inversión que se realiza para cumplir con la producción del producto y continuar con la actividad económica de la empresa, se mide en unidades monetarias y es efectuado para cumplir con los requerimientos de la empresa para obtener un producto de calidad.

2.9.3. Elementos del costo

Según (PABON, 2010, pág. 26), manifiesta: “Los elementos fundamentales que conforman el costo son:

a) Materia prima directa

Son aquellas materias primas y demás materiales que intervienen directamente en la fabricación del producto tomando parte integral del mismo.

b) Materia prima indirecta

Son aquellos materiales que intervienen en el proceso de fabricación del producto formando parte íntegra del mismo, pero que no incurre con las características de identificación, uso y valor señalados anteriormente, se consideran como materiales indirectos, y a medida que se causan se van cargando a la cuenta de costos indirectos de fabricación (CIF).

c) Materiales consumibles

Son aquellos materiales que no forman parte del producto terminado, pero son necesarios para que el proceso productivo se lleve a cabo con normalidad. Ejemplos: combustibles, lubricantes, grasas y materiales de limpieza.

d) Mano de obra directa

Del concepto de la mano de obra directa se exceptúa el pago que se haga a los trabajadores directos de producción por el tiempo de actividad no productiva; es decir .tiempo ocioso, tiempo inactivo y diferencia en nómina, así como el recargo de tiempo extra durante el cual se encuentren realizando ya sea una labor productiva o una improductiva, más el correspondiente labor de las prestaciones sociales y los aportes patronales que tales conceptos generen.

e) Mano de obra indirecta

La mano de obra indirecta es el valor del salario básico, prestaciones sociales, aportes patronales de los trabajadores indirectos más la excepción.

f) Gastos generales de fabricación

Son llamados los costos generales de fabricación, gastos generales de producción, carga fabril, sobrecarga, gastos generales de manufactura”.

2.10. GASTOS

Según (ANZOLA Rojas, 2010, pág. 262), indica: *“El gasto es lo que le costó a la organización la producción y venta de un bien o servicio, aun cuando no haya existido una salida de efectivo.*

Los gastos constituyen desembolsos necesarios que se realiza con el objetivo de cumplir la actividad económica de la empresa”.

2.10.1. Clasificación de los gastos

a) Gastos de administración

Conjunto de erogaciones incurridas en la dirección de la administración de una empresa. Las partidas que se agrupan bajo este rubro varían con la naturaleza del negocio, y pueden ser los sueldos y salarios, los materiales y suministros de oficina, Gastos normales de carácter corriente para el funcionamiento de la empresa.

b) Gastos de ventas

Los originarios por las ventas o los que se hacen para el fomento de esta, tales como: comisiones a agentes y sus gastos de viajes, costo de muestrario y exposiciones, gastos de propaganda, servicios de correo, teléfono de área de ventas, etc.

c) Gastos financieros

Gastos incurridos por la empresa en la obtención de recursos financieros y que están representados por los intereses y primas sobre pagarés, bonos, etc.

2.11. IMPACTOS

Según (Bello, 2011), manifiesta: *“El impacto está compuesto por los efectos a mediano y largo plazo que tiene un proyecto o programa para la población objetivo y para el entorno, sean estos efectos o consecuencias deseadas (planificadas) o sean no deseadas”*

Los Impactos son posibles consecuencias que pueden presentarse cuando se implante el proyecto, que pueden afectar al entorno geográfico y social

CAPITULO III

ESTUDIO DE MERCADO.

Para determinar el mercado en donde se va a ubicar el producto se aplicó los instrumentos de investigación (encuestas), a los locales comerciales que venden ropa deportiva en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.

El estudio de mercado tiene como objetivo identificar el mercado al cual se pretende vender la ropa deportiva a través del estudio del comportamiento de los posibles consumidores, estimando el nivel de compra que tendrá el producto, como también la determinación de ciertas características, precios, canales de comercialización y competencia y demás delineamientos que ayuda a un buen posicionamiento del producto en el mercado.

3.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

3.2.1. OBJETIVO GENERAL

Determinar el nivel de aceptación y las preferencias de los consumidores potenciales acerca de la ropa deportiva en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.

3.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar las características que tendrá el producto de la empresa a implantarse.
- Analizar y proyectar la oferta, demanda de ropa deportiva y determinar la demanda por satisfacer.
- Analizar los precios más adecuados para diferentes prendas deportivas
- Analizar el comportamiento de la competencia
- Identificar la preferencia del consumidor.
- Identificar los procesos y canales de comercialización del producto.

3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA.

3.3.1. Población

Para el desarrollo del presente proyecto se tomaron en cuenta los locales comerciales del mercado que comercializan ropa deportiva en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura

3.3.2. Cálculo de muestra

En este caso se va a realizar un censo debido a que la población es de 100 locales comerciales del mercado que comercializan ropa deportiva en la ciudad de Ibarra.

A continuación se presentan los locales comerciales que fueron encuestados.

Cuadro N° 6 Locales encuestados

Mercado Amazonas											
calle Alfredo Pérez Guerrero					8	27	28	29	30	24	
Centro de moda	67	005 A	28	29	30	40	45	48	58	65	
	66	76	77	78	100	101	102	104	105	106	
	120	123	128	138	141	142	160	163	164	167	
	168	180	181	203	206	207	218	251	252	256	
Mercado la Playa											
Av. Fray Vacas					2	6	14	16	32	34	
calle Alfredo Pérez Guerrero					1	10	11	12	16		
					17	20	21	24	31	32	
Gral. Julio Andrade					4	22	28	36	40	47	
Centro comercial la Fortuna								30	34	56	
Pasaje Ibarra						9	10	11	29	33	
Centro comercial la Bahía				1	8	14	16	18	20	22	23
				32	34	80	91	110	111	112	114
Total Locales									93		

Fuente: Investigación directa

Elaborado: La autora

Cuadro N° 7 Almacenes encuestados

Nombre	Dirección
Factory Sport Center	Sánchez y Cifuentes y García Moreno 6-67
Anitex	José de Olmedo y Pedro Moncayo
El Kimono	Cristóbal Colon y Sánchez y Cifuentes 8-7 y 12-08
Centro comercial el Sol	Cristóbal Colon y Sánchez y Cifuentes alado del Kimono
Uniformes Deportivos	Cristóbal Colon y Sánchez y Cifuentes al frente del Kimono
Onda Sport	José de Olmedo y Alfredo Pérez Guerrero
Uniformes deportivos	Sánchez y Cifuentes y Obispo Mosquera
Total Locales	7

Fuente: Investigación directa

Elaborado: La autora

3.4. PROCESAMIENTO DE DATOS Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

3.4.1. Resultados de la encuesta

Los resultados de la encuesta aplicada a los propietarios de los locales comerciales del mercado amazonas que comercializan ropa deportiva se presentan a continuación.

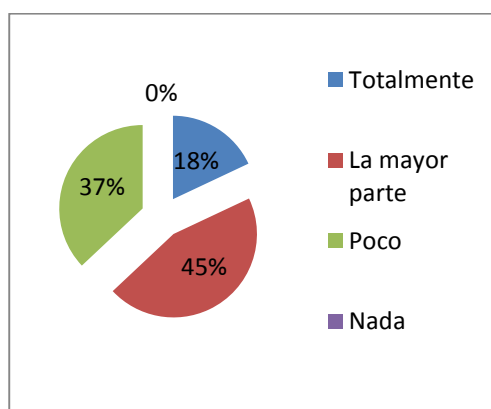
1. ¿Comercializa usted ropa deportiva?

Cuadro Nº 8 Comercialización de deportiva

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente	18	18%
La mayor parte	45	45%
Poco	37	37%
Nada	0	0%
Total	100	100%

Fuente: Locales comerciales del mercado Amazonas
Elaborado: La autora

Gráfico Nº 8 Comercialización de deportiva



De las encuestas realizadas se obtiene los siguientes resultados, de las personas encuestadas la mayor parte comercializan ropa deportiva de todas las prendas que tienen en sus almacenes debido a que existe demanda de este tipo de producto que es de producción nacional e importada.

2. ¿La ropa deportiva que usted vende a quien adquiere?

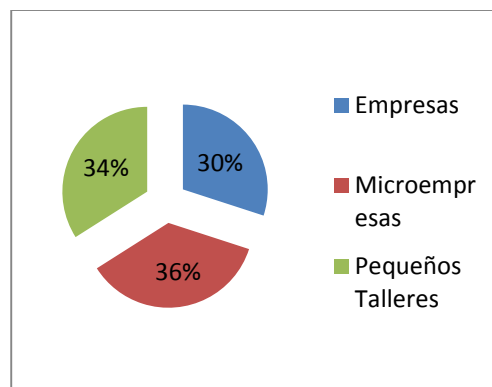
Cuadro Nº 9 Empresas a las que adquieren ropa deportiva

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Microempresas	36	36%
Artesanos	34	34%
Empresas	30	30%
Total	100	100%

Fuente: Locales comerciales del mercado Amazonas

Elaborado: La autora

Gráfico Nº 9 Empresas a las que adquieren ropa deportiva



El mayor porcentaje que se evidencia del cuadro y gráfico manifiesta que las personas encuestadas de los locales del mercado amazonas adquieren la mercadería a microempresas en la ciudad de Quito, ya que ellos les permiten comprar un número menor de diferentes mólolos y colores.

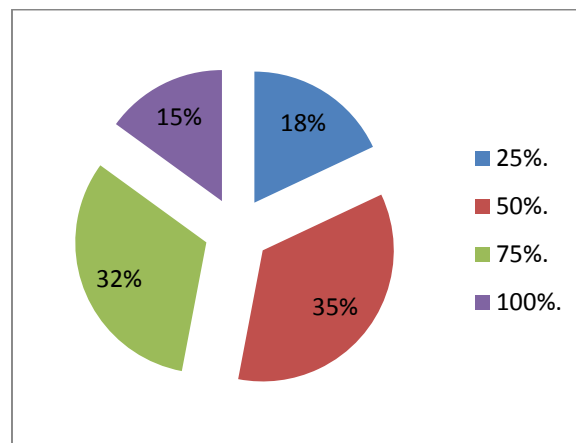
3. ¿La demanda de este producto es satisfecha del mercado en qué porcentaje?

Cuadro N° 10 Satisfacción de la demanda al adquirir la mercadería

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
25%.	18	18%
50%.	35	35%
75%.	32	32%
100%.	15	15%
Total	100	100%

Fuente: Locales comerciales del mercado Amazonas
Elaborado: La autora

Gráfico N° 10 Satisfacción de la demanda



El mayor porcentaje de las personas que son dueñas de locales del mercado, indican que su demanda es satisfecha en un 50% debido a que no encuentran los modelos y colores de prendas que ellos requieren para la venta.

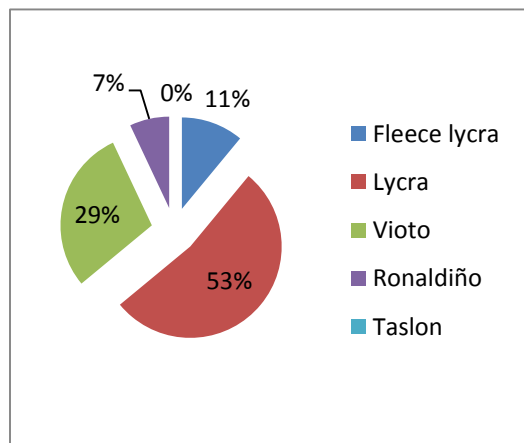
4. ¿En qué tipo de tela se vende más la ropa deportiva?

Cuadro N° 11 Tipo de tela

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Fleece lycra	11	11%
Lycra	53	53%
Vioto	29	29%
Ronaldinho	7	7%
Taslon	0	0%
Total	100	100%

Fuente: Locales comerciales del mercado Amazonas
Elaborado: La autora

Gráfico N° 11 Tipo de tela



Las prendas que más se comercializan están realizadas en telas como lycra algodón que son las que más demanda tienen del mercado en lo que se refiere a prendas femeninas, y en camisetas para hombre.

En un menor porcentaje tiene aceptación la tela taslon, para ternos deportivos de hombre, como también de mujer.

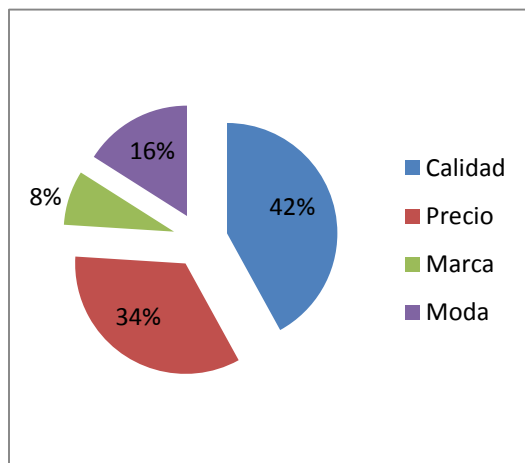
5. ¿Los consumidores al comprar este tipo de prendas en que se basan?

Cuadro Nº 12 Factor que influye en la compra

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Calidad	42	42%
Precio	34	34%
Marca	8	8%
Moda	16	16%
Total	100	100%

Fuente: Locales comerciales del mercado Amazonas
Elaborado: La autora

Gráfico Nº 12 Factor que influye en la compra



Las personas encuestadas han manifestado que el factor que más toman en cuenta los consumidores al comprar una prenda es la calidad, como también el precio debido a siempre requieren prendas con buena calidad a menor precio.

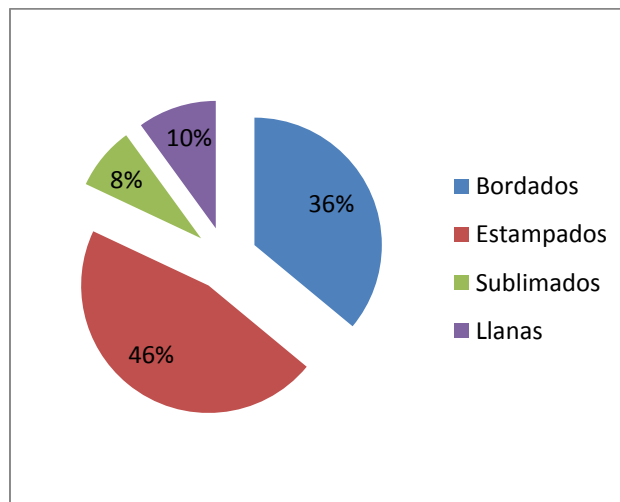
6. ¿Qué acabados tienen las prendas que más se comercializan?

Cuadro N° 13 Tipo de acabado

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Bordados	36	36%
Estampados	46	46%
Sublimados	8	8%
Llanas	10	10%
Total	100	100%

Fuente: Locales comerciales del mercado Amazonas
Elaborado: La autora

Gráfico N° 13 Tipo de acabado



De las encuestas realizadas se obtiene los siguientes resultados, el mayor porcentaje manifiesta que las prendas que más se comercializan son aquellas que tienen estampados y en un porcentaje menor con bordados de diferentes imágenes de acuerdo al tipo de tela.

7. ¿Qué cantidad de ropa deportiva compra mensualmente para la venta?

Cuadro N° 14 Cantidad de compra en docenas

Prendas	Cantidad en docenas			
	1	3	6	9 en adelante
Calentadores	61	6	2	1
Chompas	79	9	4	2
Camisetas hombre	52	22	4	5
Lycras	26	19	29	3
Camisetas mujer	38	4	42	1

Fuente: Locales comerciales del mercado Amazonas

Elaborado: La autora

Cuadro N° 15 Cantidad de compra en unidades

Prendas	Cantidad en docenas				Total mensual	Total anual	% de prendas
	1	3	6	9 en adelante			
Calentadores	732	216	144	108	1.200	14.400	9,71
Chompas	948	324	288	216	1.776	21.312	14,37
Camisetas hombre	624	792	288	540	2.244	26.928	18,16
Licras	312	684	2.088,00	324	3.408	40.896	27,57
Camisetas mujer	456	144	3.024,00	108	3.732	44.784	30,19
Total prendas	3.072,00	2.160,00	5.832,00	1.296,00	12.360	148.320	100,00

Fuente: cuadro N° 14

Elaborado: La autora

Del cuadro se puede observar que la mayoría de las personas encuestadas adquieren chompas, por ser una de las prendas que más se venden, como también camisetas de mujer, indicando que la cantidad que más compran es de una docena de entre todas las tallas cada mes.

8. ¿Qué precios paga usted por los siguientes productos?

Cuadro N° 16 Precios

Hombres			
Prendas talla "s"	Tela	Valor en Dólares	
Calentadores	Vioto	16	\$6,00
		4	\$7,00
		12	\$8,00 o más
Chompas	Vioto	34	\$10,00-\$15,00
		12	\$15,00-\$20,00
		8	\$20,00 o más
Camisetas	Kiana (sublimada)	14	\$3,00-\$4,00
		8	\$4,00-\$5,00
	Lycra algodón	38	6,00-9,00
		20	\$9,00 o más
Mujer			
Prendas talla "s"		Valor en Dólares	
Chompas	Fleece Lycra	24	\$10,00-\$15,00
		16	\$15,00-\$20,00
		4	\$20,00 o más
Camisetas	Lycra	20	\$3,00-\$6,00
		16	\$6,00-\$9,00
		22	\$9,00 o más
Lycras	Lycra algodón	18	3,00-5,00
		8	\$6,00
		12	\$7,00 o más

Fuente: Locales comerciales del mercado Amazonas

Elaborado: La autora

De las encuestas se obtiene los siguientes resultados, los precios que más pagan por las prendas son: en ternos deportivos es de \$15.00-\$18,00 dólares, en calentadores \$6.00, en chompas de \$10,00-\$15,00 en camisetas de lycra algodón de \$9.00 o más y en otras telas de \$3.00 a \$4.00

9. ¿Cree conveniente la creación de una nueva empresa que produzca ropa deportiva en la ciudad de Ibarra?

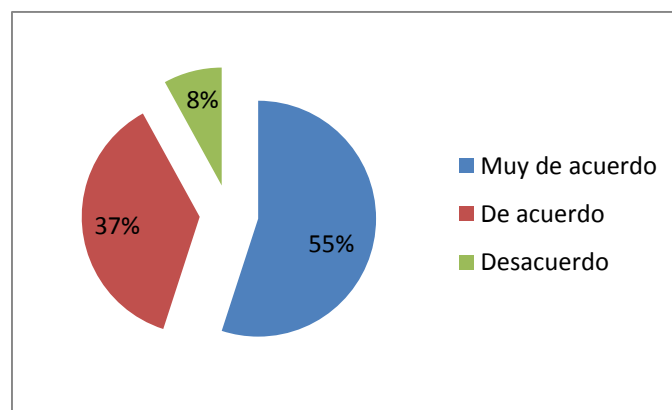
Cuadro N° 17 Aceptación de nueva empresa

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	55	55%
De acuerdo	37	37%
Desacuerdo	8	8%
Total	100	100%

Fuente: Locales comerciales del mercado Amazonas

Elaborado: La autora

Gráfico N° 14 Aceptación de nueva empresa



Según los resultados el mayor porcentaje indica que está muy de acuerdo, en que se cree una empresa de producción y comercialización de ropa deportiva, debido a que para ellos sería una mejor alternativa para adquirir las prendas para la venta, ahorrando el dinero designado para transporte.

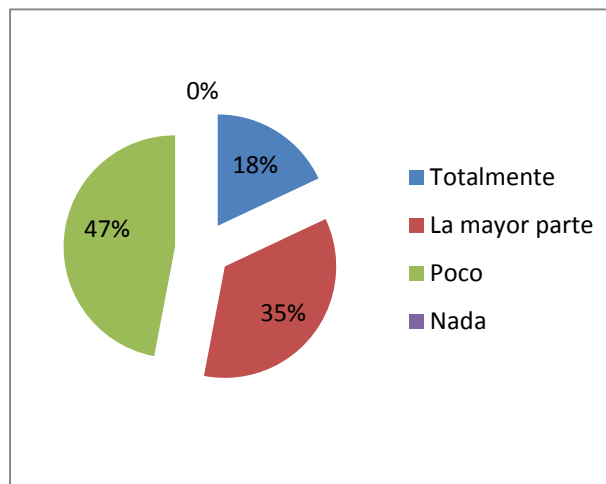
10. ¿Le gustaría comprar la ropa deportiva a esta nueva empresa que satisfaga su demanda?

Cuadro N° 18 Aceptación de la nueva empresa

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente	18	18%
La mayor parte	35	35%
Poco	47	47%
Nada	0	0%
Total	100	100%

Fuente: Locales comerciales del mercado Amazonas
Elaborado: La autora

Gráfico N° 15 Aceptación de la nueva empresa



Las personas encuestadas manifiestan que al inicio solo comprarían un poco de las prendas para vender en sus locales debido a que necesitan conocer el tipo de prenda y la calidad que posee para posteriormente adquirir en mayor cantidad.

11. ¿Qué cantidad de ropa deportiva estaría dispuesto a comprar?

Cuadro Nº 19 Posibles compradores

Prendas	Cantidad en docenas			
	1	2	4	6 en adelante
Calentadores	46	5	1	2
Chompas	71	6	3	2
Camisetas hombre	52	8		2
Licras	56	6	2	2
Camisetas mujer	34	7	1	2

Fuente: Locales comerciales del mercado Amazonas
Elaborado: La autora

CUADRO Nº 17

Cuadro Nº 20 Cantidad de prendas

Prendas	Cantidad en docenas				Total Mensual
	1	2	4	6 en adelante	
Calentadores	552	140	48	144	884
Chompas	852	168	144	144	1308
Camisetas hombre	624	224	0	144	992
Lycras	672	168	96	144	1080
Camisetas mujer	408	196	48	144	796
Total prendas	3108	896	336	720	5060

Fuente: cuadro Nº 19
Elaboración: La autora

Del cuadro se obtiene que el mayor porcentaje de las personas encuestadas compran chompas, por ser una de las prendas que más se venden, y la cantidad que más adquieren es de una docena de entre todas las tallas cada mes.

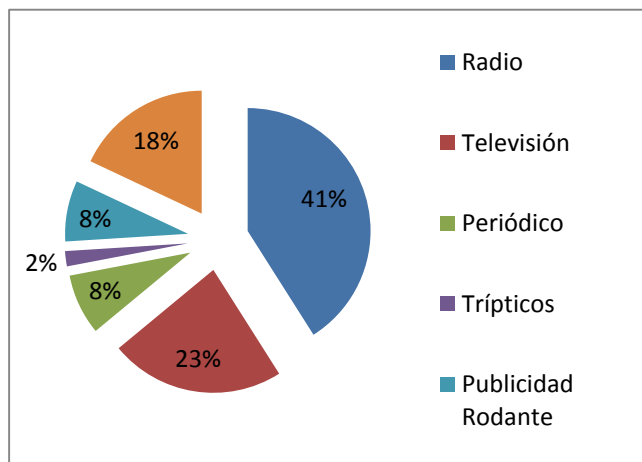
12. ¿Por cuál medio de comunicación le gustaría que se dé a conocer la existencia de una nueva empresa de ropa deportiva?

Cuadro Nº 21 Publicidad

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Radio	41	41%
Televisión	23	23%
Periódico	8	8%
Trípticos	2	2%
Publicidad Rodante	8	8%
Hojas Volantes	18	18%
Total	100	100%

Fuente: Locales comerciales del mercado Amazonas
Elaborado: La autora

Gráfico Nº 16 Publicidad



El mayor porcentaje indica que las personas encuestadas prefieren la radio para dar a conocer la existencia de la nueva empresa, debido a que ellos escuchan más este medio de comunicación en su lugar de trabajo.

3.5. IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO

3.5.1. El producto a ofertar

La ropa deportiva es un producto que permite satisfacer una necesidad muy importante como es la de vestir además brinda comodidad y permite realizar diferentes actividades acoplándose a cada persona.

De los resultados del trabajo de campo realizado, cuyos datos e información se la expuso en páginas anteriores, se desprende varias de las características y condiciones que debe reunir el producto a ofertar a los consumidores; mismas que se resumen en los siguientes aspectos: precio, tipo de tela y calidad, acabados.

3.5.2. Características del producto

Las características de los productos son los siguientes:

Prendas de vestir

Elaborados en tela: lycra algodón, fleece, fleecelycra, vioto, ronaldiño, confeccionadas con máquinas de coser industriales, con acabados como bordados y estampados, con diseño de diferentes figuras. Las principales prendas de vestir son las siguientes:

- a) Camisetas
- b) Ternos deportivos
- c) Calentadores
- d) Bermudas
- e) Pantalinetas
- f) Lycras

Productos sustitutos

La ropa deportiva puede ser sustituida por diferentes prendas que dan un estilo casual como pantalones Jeans entre otros que son elaboradas en diferentes ciudades y provincias del Ecuador, además existen en el

mercado prendas importadas que en ocasiones tienen menor precio y mala calidad

3.6. SEGMENTACIÓN DE MERCADO

El segmento de mercado al cual está dirigido el producto es a hombres y mujeres que les gusta vestir con ropa deportiva debido a que la producción de prendas se las realiza en diferentes tallas para los dos géneros.

3.7. OFERTA

El propósito que persigue el análisis de la oferta es determinar las condiciones en que la competencia pone a disposición del mercado el producto, esto es las cantidades ofertadas, niveles de precios, calidad y demás características que debe tener en cuenta para que los productos estén en capacidad de competir y ser aceptados en el mercado.

Cuadro N° 22 Empresas que producen ropa deportiva en Atuntaqui

Confecciones Maricela	Indatex
Confecciones Ferchis	Zamitex
Confecciones Pana	Villatex
Confecciones Mary	S`Tiago Creaciones
Confecciones Sami	Megans Sport
Confecciones Érica	Ok Sport
Confecciones Katty	Mishell
Confecciones Margoth	Marcotex
Creaciones Tavy	Kike Sport Center
Tejidos y confecciones Maritex	Bonjotex
Karen´s Creaciones	Sport Factory
Confecciones Alejandra	Tejidos y confecciones Maritex
Confecciones Bluly	D´karlo Confecciones

Fuente: cámara de comercio de Atuntaqui

Elaborado: La autora

Las personas encuestas manifestaron que las empresas a las que adquieren las prendas no tienen muchos modelos para escoger, además en ocasiones son más costosos, debido a que el volumen de prendas que ellos adquieren es bajo y no tienen un buen descuento en los precios

Cuadro N° 23 Oferta

Prendas	Cantidad en docenas					
	1	3	6	9 en adelante	Total mensual	Total anual
Calentadores	732	216	144	108	1.200	14.400
Chompas	948	324	288	216	1.776	21.312
Camisetas hombre	624	792	288	540	2.244	26.928
Lycras	312	684	2.088	324	3.408	40.896
Camisetas mujer	456	144	3.024	108	3.732	44.784
Total prendas	3.072	2.160	5.832	1.296	12.360	148.320

Fuente: Cuadro N° 15

Elaborado: La autora

Cada una de personas que compran la ropa deportiva que se encuentran en el cuadro N° 15, se ha multiplicado por el número de docenas indicadas que ellos adquieren de forma mensual.

3.8. PROYECCIÓN DE LA OFERTA

La proyección se realizó de acuerdo a la tasa de crecimiento de la población de la ciudad de Ibarra que es de 1.86%, de acuerdo a los datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Cuadro N° 24 Proyección de la oferta

Años	Oferta proyectada
Año 1	151.079
Año 2	153.889
Año 3	156.751
Año 4	159.667
Año 5	162.637

Fuente: Cuadro N° 23

Elaborado: La autora

3.9. DEMANDA

La demanda es la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para satisfacer una necesidad. Para la determinación se han utilizado los datos obtenidos en las encuestas para conocer la cantidad de prendas que adquieren los almacenes para la venta tomando en consideración las prendas que adquieren a las otras empresas más la cantidad que estarían dispuestos a adquirir a la nueva empresa.

Cuadro N° 25 Demanda

Prendas	Demanda
Calentadores	25.008
Chompas	37.008
Camisetas hombre	38.832
Lycras	53.856
Camisetas mujer	54.336
Total	209.040

Fuente: Cuadro N° 15 y cuadro N° 20
Elaborado: La autora

Los datos que se encuentran en el cuadro N° 14 han sido multiplicados por la cantidad de docenas que los encuestados manifestaron que comprarían, lo cual se encuentra evidenciado en el cuadro N° 15 y sumados con la cantidad de prendas del cuadro N° 20, para obtener la demanda de ropa deportiva.

3.10. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

La proyección se realizó de acuerdo a la tasa de crecimiento de la población de la ciudad de Ibarra que es de 1.86%, de acuerdo a los datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Cuadro N° 26 Proyección de la demanda

Años	Demanda proyectada
Año 1	212.928
Año 2	216.889
Año 3	220.923
Año 4	225.032
Año 5	229.217

Fuente: Cuadro N° 15 y N° 20
Elaboración: La autora

3.11. DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER

Cuadro N° 27 Cuadro oferta - demanda

Año	Oferta	Demanda	Demanda potencial a satisfacer
Año 1	151.079	212.928	-61.849
Año 2	153.889	216.889	-63.000
Año 3	156.751	220.923	-64.172
Año 4	159.667	225.032	-65.365
Año 5	162.637	229.217	-66.581

Fuente: Estudio de mercado
Elaboración: La autora

3.12. OFERTA DEL PROYECTO

El proyecto tiene acogida en un 62 % de la demanda potencial en el primer año, con un crecimiento del 10% hasta tope en un 70% en los siguientes años.

Cuadro N° 28 Oferta del proyecto

AÑO	DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER	Oferta del proyecto 62%
Año 1	61.849	38.347
Año 2	63.000	42.181
Año 3	64.172	46.399
Año 4	65.365	51.039
Año 5	66.581	56.143

Fuente: Estudio de mercado
Elaboración: La autora

3.13. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

La principal competencia que tiene la empresa son todas las fábricas de la ciudad de Atuntaqui que tienen un buen volumen de producción en relación a la producción en la ciudad de Ibarra que prefieren comercializar ropa que

la adquieren en la ciudad de Quito de diferentes empresas o en algunos locales ropa importada.

Generalmente la competencia entre empresas y microempresas del mismo producto se la hace a través de estrategias de comercialización tales como el precio o diferenciación del producto.

3.14. ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN

3.14.1. Estrategias de precio

El precio es un factor importante al momento de vender a los consumidores ya que ellos buscan un precio que sea conveniente para ellos.

- El precio no será mayor que el de la competencia, manteniéndolos competitivos y atractivos a los clientes.
- Los precios serán accesibles a los consumidores
- Se establecerán precios y formas de pago de acuerdo al volumen de ventas.

3.14.2. Estrategia de publicidad

- Campaña publicitaria por medios de comunicación locales.
- Registro de sugerencias de los clientes internos y externos.
- Promoción de ventas orientada al consumidor.
- Mantener un sistema de capacitación sobre atención al cliente.

3.14.3. Conclusión del estudio

Las personas que venden ropa deportiva en los locales comerciales del mercado Amazonas de la ciudad de Ibarra manifestaron que adquieren sus productos para la venta a pequeños talleres que existen en la ciudad de Ibarra y Atuntaqui como también en la ciudad de Quito debido a que ellos les ofrecen a precios menores y pueden coger para la venta pequeñas cantidades de diferentes tallas y colores, lo que no sucede con las

empresas de Atuntaqui que tienen un costo mayor debido a que adquieren pequeñas cantidades.

Además consideran que no existe creatividad en elaboración de las prendas ya que no hay variedad en los modelos y colores que satisfaga la demanda actual, por tal motivo consideran estar de acuerdo en que se cree una empresa de ropa deportiva en la ciudad de Ibarra que brinde prendas de buena calidad y a un precio accesible, que les permita adquirir los productos para la venta.

CAPITULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

En el estudio técnico determinan varios aspectos como son: localización del proyecto, tamaño de la unidad productiva propuesta, aspectos técnicos o de ingeniería y el Presupuesto Técnico: inversiones fijas, variables y diferidas, requeridas para el arranque del Proyecto.

4.1. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

La localización del proyecto consiste en elegir el lugar adecuado para la implementación de la empresa.

4.1.1. Macro localización

La empresa de ropa deportiva se ubicara en la República del Ecuador, provincia de Imbabura, Cantón Ibarra, Parroquia San Francisco, permitiendo conocer los diferentes atractivos turísticos, costumbres y tradiciones de la provincia.

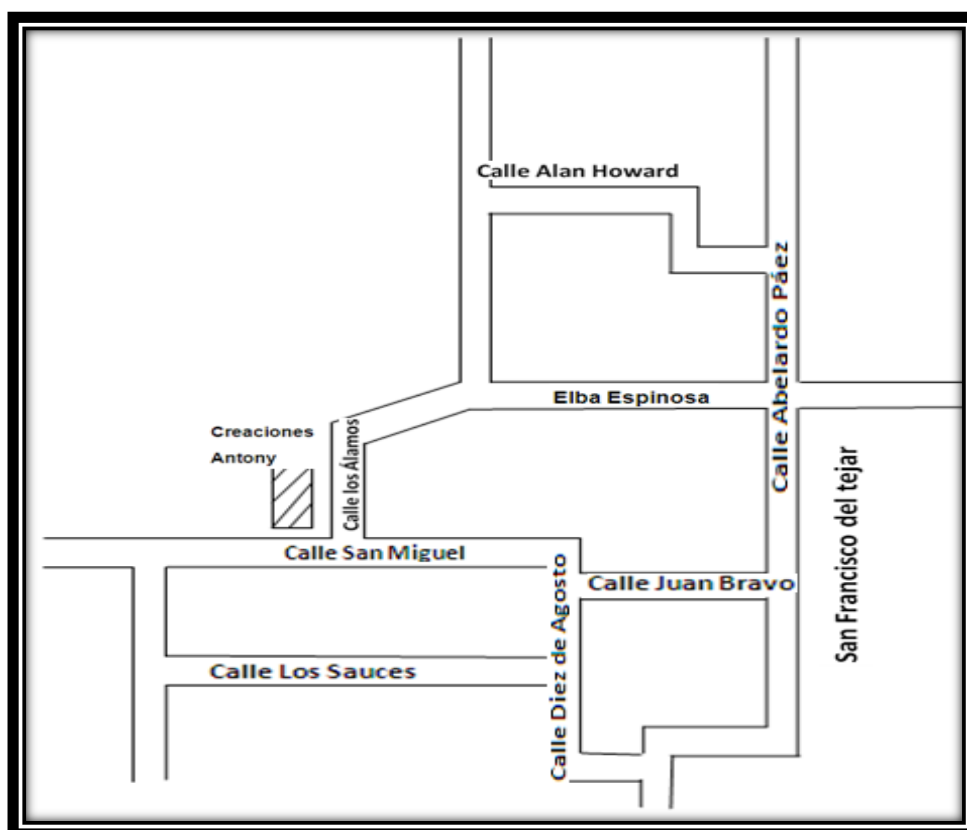
Gráfico N° 17 Macro-localización



4.1.2. Micro localización

La empresa estará ubicada en la ciudad de Ibarra, parroquia san Francisco, barrio Santa Rosa del Tejar calle Los Álamos y San Miguel s/n, a tres cuadras al Oeste de la escuela Abelardo Páez Torres.

Gráfico N° 18 Micro-localización



4.2. TAMAÑO DEL PROYECTO

Para establecer el tamaño del proyecto se toma en cuenta la capacidad de producción, capacidad instalada, ubicación e inversión, de la empresa que alcance a cubrir una parte de la demanda por satisfacer, determinada en el estudio de mercado según el cuadro N° 28.

4.2.1. Factores que afectan el tamaño

El tamaño de proyecto está determinado por factores que permite establecer cuan viable o riesgoso resulta la implementación del proyecto. Para determinar la capacidad del proyecto, se parte del planteamiento de cuatro aspectos:

- Disponibilidad de recursos financieros
- Materias primas e insumos
- La tecnología a utilizar
- La capacidad de la planta

Disponibilidad de recursos financieros

Para la implementación del proyecto los socios realizaran aportes para financiar las inversiones que se requiere para iniciar la actividad productiva de forma normal.

Materias primas e insumos

En lo referente a telas serán adquiridas en la ciudad de Atuntaqui y transportada a la planta para la producción.

Cuadro Nº 29 Proveedores

Proveedor	Producto	Dirección
Indutexma	Telas	Atuntaqui: General Enríquez y Atahualpa
Nortextil		Atuntaqui: Bolívar y Río Amazonas
Pat Primo		Atuntaqui: Bolívar S/N entre Olmedo y Amazonas
Enkador	Hilos	Atuntaqui: Río Amazonas y Espejo
Distribuidor D Maury	Cierres	Atuntaqui: Río Amazonas y Espejo

Fuente: Investigación directa
Elaboración: La autora

La tecnología a utilizar

La tecnología a utilizar para la confección de ropa deportiva será obtenida en forma directa en los almacenes más económicos de la provincia como son MAINCO, los cuales nos brindarán la asesoría para la instalación y funcionamiento.

La capacidad de la planta

La capacidad de la planta está basada en el número de prendas que se puede confeccionar en base al modelo y tipo de prenda tomando en cuenta la maquinaria y personal con que se cuenta para la producción.

4.3. INGENIERÍA DEL PROYECTO

En la Ingeniería del proyecto se tomarán en cuenta los siguientes aspectos:

4.3.1. INFRAESTRUCTURA CIVIL

La distribución física que tendrá la empresa será arrendada a precio de \$350,00 dólares

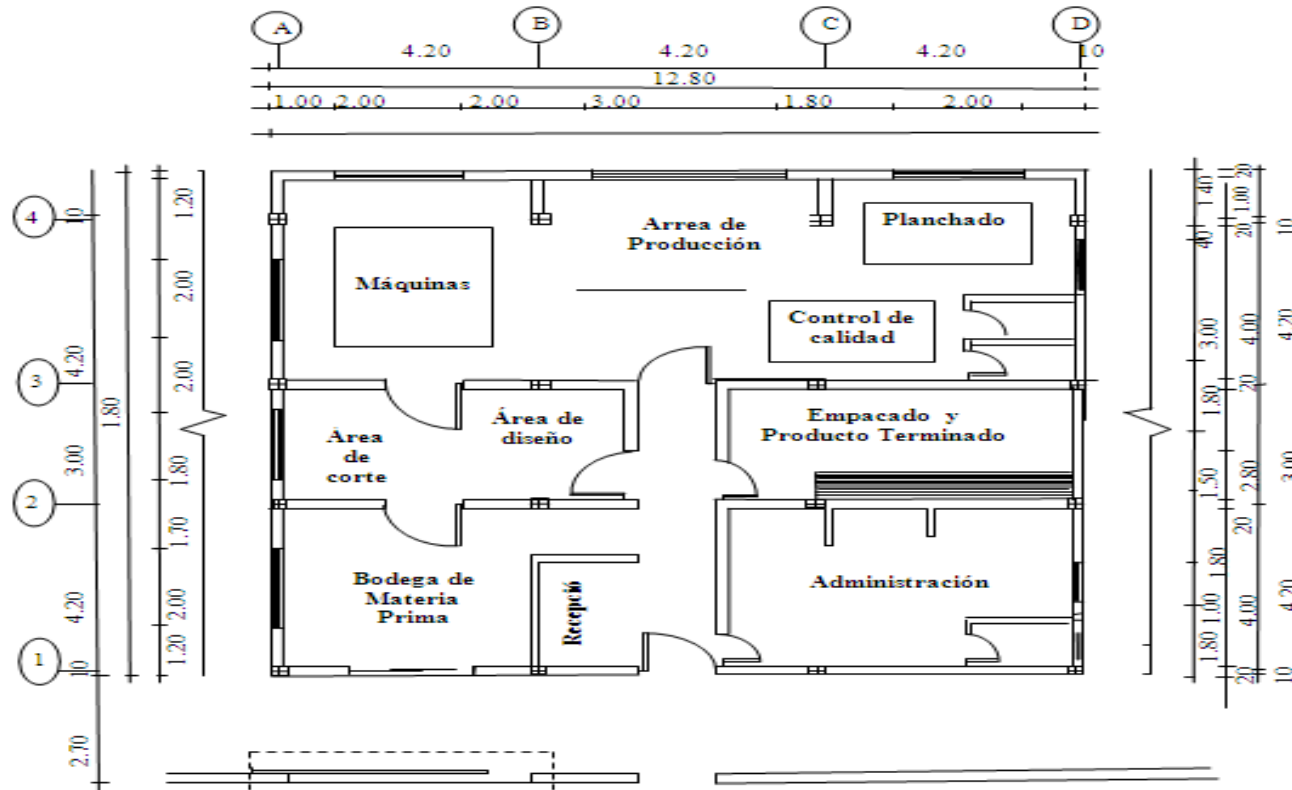
Cuadro Nº 30 Distribución de la planta

Área		Extensión M ²
Operativa		
Bodega		19 m ²
Producción	Diseño	10 m ²
	Corte	16.50 m ²
	Cosido	25 m ²
	Control de calidad	15 m ²
	Planchado	15 m ²
	Empacado y Producto Terminado	16.50 m ²
Administración		
Gerencia		9 m ²
Contabilidad-Secretaria		8 m ²
Comercialización		8 m ²
Total Construcción		142 m²

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autor

Gráfico N° 19 Diseño y distribución de la planta



Elaboración: Los expertos

4.4. PROCESOS OPERATIVOS DEL PROYECTO

4.4.1. Compra de materia prima

En la compra de materia prima e insumos se busca los proveedores que tienen el tipo de tela que se requiere para la producción, y se escoge la mejor oferta de acuerdo a los requerimientos y cumplimiento del proveedor.

Cuadro N° 31 Proceso de compra de materia prima

Compra de materia prima	
Actividad	Tiempo
Solicitud proforma	1 día
Análisis proforma	1 día
Decisión compra	½ día
Control de calidad	½ día
Recepción de factura	1 día
Pago de compra	½ día
Ingreso de Materia prima e insumos	1 ½ día
Total tiempo en minutos	5 ½ días

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

4.4.2. Producción de la ropa deportiva

En este proceso se inicia a partir del diseño que se va a realizar, para elaborar los patrones que se utilizan para cortar la tela, las piezas cortadas que requieren algún estampado o bordado se lo realiza y posteriormente se unen con las máquinas de confección, es necesario realizar un control de calidad para verificar que la prenda este bien realizada para posteriormente ser empacada.

Cuadro N° 32 Proceso producción de la ropa deportiva

Producción de la ropa deportiva	
Actividad	Tiempo
Determinar modelos a confeccionar	1 día
Determinar cantidad de tela a utilizar	1 día
Formular el egreso de materiales de bodega	½ día
Elaborar moldes	1 días
cortar	3 días
bordar o estampar piezas	3 días
confección y armado	4 días
Cortar hilos y acabados	1 día
Planchado	1 día
Empacado	1 día
Ingreso a bodega	1 día
Total tiempo en minutos	14 días

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

4.4.3. Venta de prendas terminadas

Para la comercialización de las prendas terminadas se busca en los locales comerciales del mercado Amazonas las personas que desean comprar los productos que posteriormente serán vendidos por ellos al consumidor final.

Cuadro N° 33 Proceso venta de las prendas terminadas

Venta de las prendas terminadas	
Actividad	Tiempo
Visita a almacenes a ofrecer productos	1 día
Receptar el pedido	1 día
Entregar mercadería	2 día
Elaborar Factura	15 min
cobrar factura	15 min
Entregar recursos en contabilidad	30 min
Total tiempo en minutos	3 Días 1 hora

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

Diagrama de Proceso de compra de materia prima

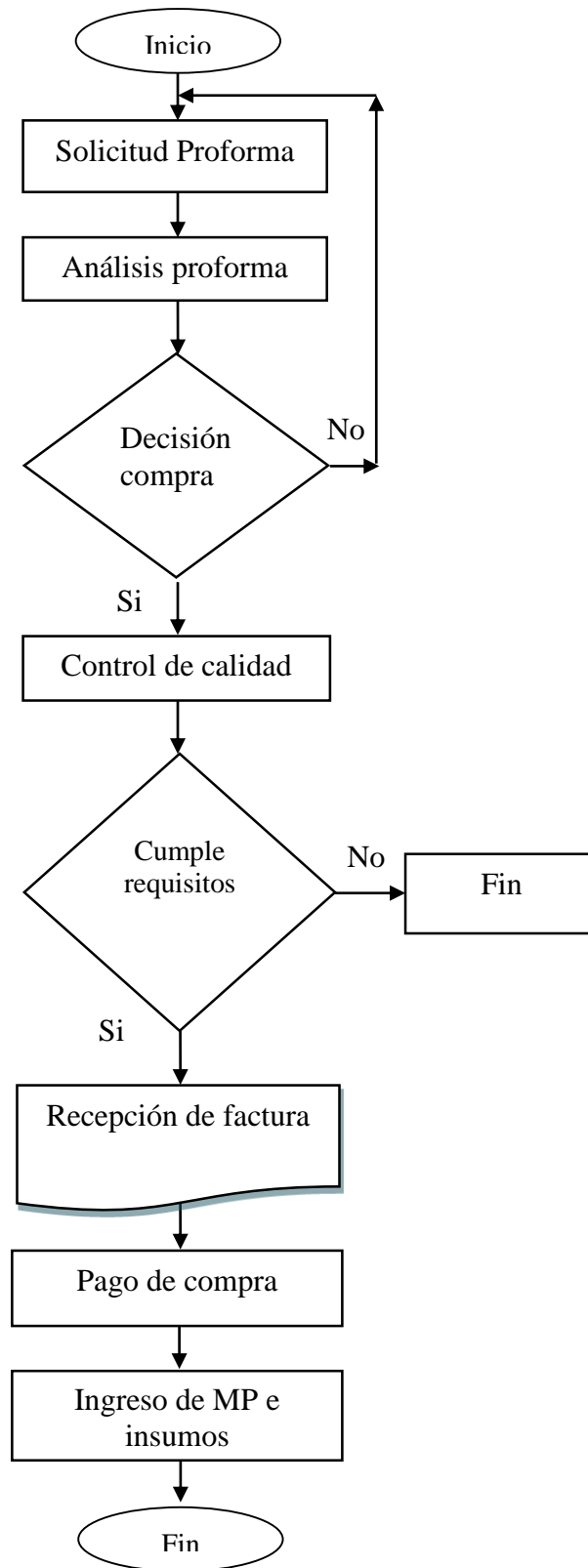


Diagrama de proceso producción de la ropa deportiva

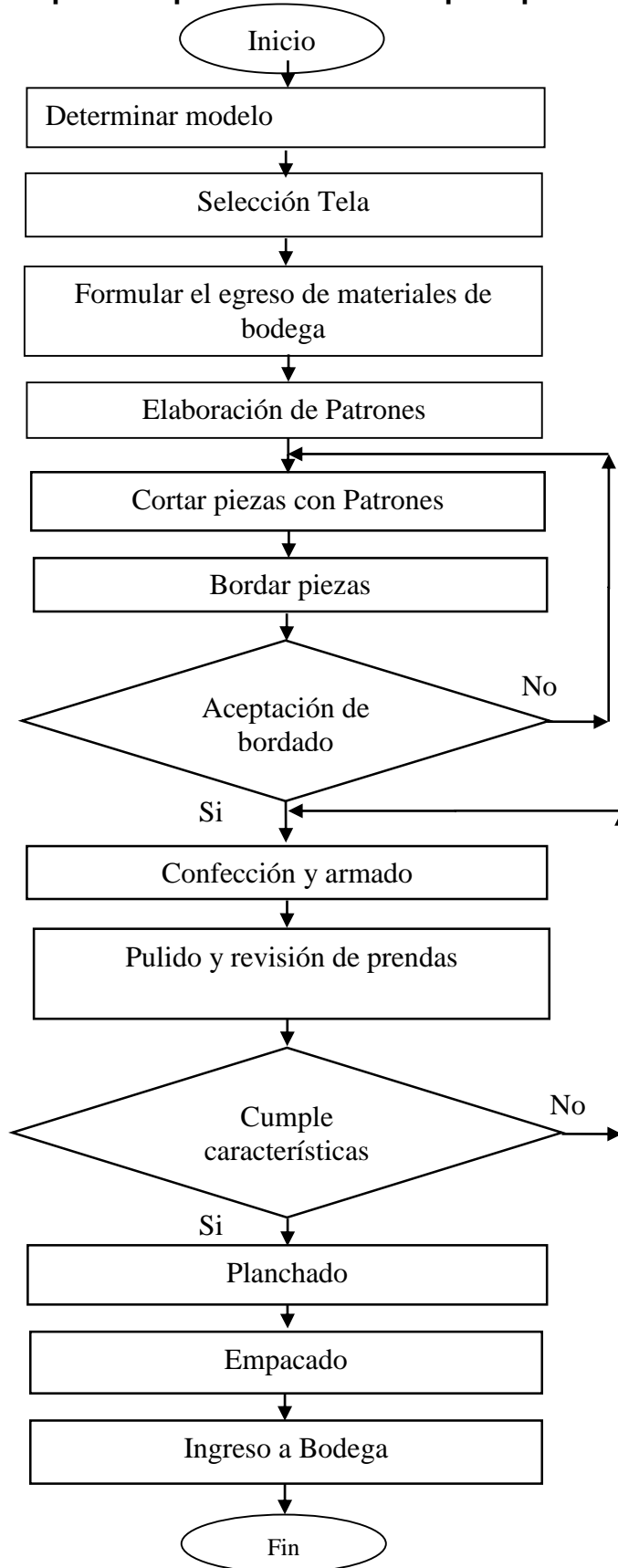
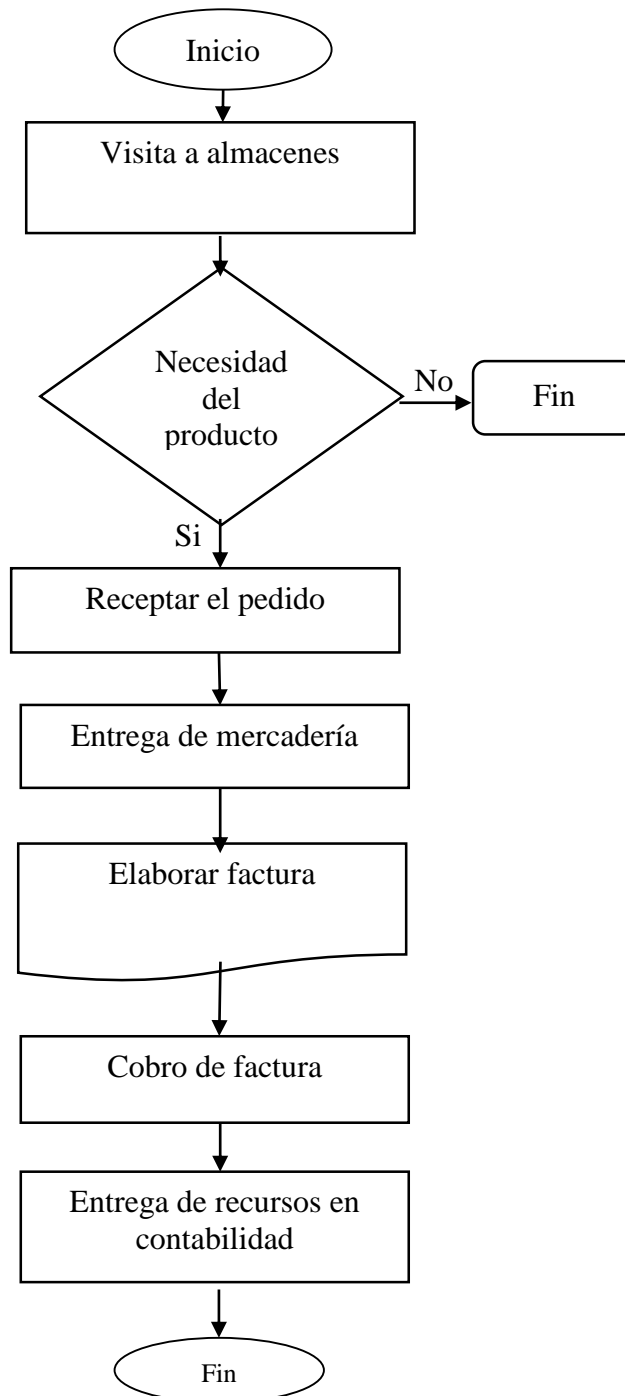


Diagrama de proceso de venta de las prendas terminadas



4.5. PRESUPUESTO TÉCNICO

En esta parte del proyecto se abordan aspectos propios de la ingeniería o requerimientos, tales como: infraestructura civil, terrenos, edificios, procesos de producción, equipo y maquinaria, tecnología, recursos humanos, entre otros.

4.5.1. Inversiones fijas

Para iniciar el proyecto es preciso realizar la inversión en equipo, maquinaria, muebles y enseres necesarios para la confección de ropa deportiva por este motivo, se consideró que las inversiones totales se las realizará en el período pre-operativo y operativo del proyecto.

a) Maquinaria y equipos

Con el fin de determinar el valor a invertir en maquinaria y equipos destinados a la producción, se recabo información en MAINCO donde se pudo encontrar las máquinas necesarias para la confección. A continuación se presentan los detalles y valor de la maquinaria y equipo a utilizar.

Cuadro N° 34 Maquinaria y Equipos

Requerimientos de Equipos de producción			
Concepto	Cantidad	P. Unitario	P. Total
Maquina Recta Industrial	2	590,00	1180,00
Maquina Overlok Industrial	4	1490,00	5960,00
Recubridora	2	1290,00	2580,00
Tirilladora	1	990,00	990,00
Elasticadora	1	1690,00	1690,00
Cortadora Industrial	1	420,00	420,00
Plancha a Vapor	1	115,00	115,00
Total			12.935,00

Fuente: Investigación directa MAINCO

Elaboración: La autora

b) Requerimiento de muebles y enseres

Cuadro N° 35 Requerimiento de muebles y enseres

Concepto	Cantidad	P.Unitario	P. Total
Sillas	13	15,00	195,00
Escritorio	2	80,00	160,00
Archivador	1	80,00	80,00
Mesa de corte	1	80,00	80,00
Mesa de diseño	1	50,00	50,00
Herramientas		200,00	200,00
Total			765,00

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

c) Equipo de computación

Cuadro N° 36 Equipo de computación

Concepto	Cantidad	P. Unitario	P. Total
Equipo de computación	4	650,00	2.600,00
Total			2.600,00

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

d) Equipo de oficina

Cuadro N° 37 Equipo de oficina

Concepto	Cantidad	P.Unitario	P. Total
Teléfono	3	15,00	145,00
Calculadora	1	25,00	25,00
Total			170,00

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

A continuación se presenta un resumen de todos los recursos que requiere la empresa a instalarse en cuanto tiene que ver con inversiones fijas o permanentes, entre estos se contempla: maquinaria, equipos, muebles y enseres, que representan la base fija del proyecto.

e) Resumen inversiones fijas

Cuadro N° 38 Resumen inversiones fijas

CONCEPTO	VALOR
Muebles y Enseres	765,00
Equipo de Computación	2.600,00
Equipo de Oficina	170,00
Maquinaria	12.935,00
Vehículo	6.000,00
TOTAL:	22.470,00

Fuente: Investigación directa
Elaboración: La autora

4.5.2. Inversión variable

Consisten todos los recursos que la nueva empresa o proyecto destinará para la contratación de mano de obra directa, mano de obra indirecta, materiales accesorios e insumos necesarios para iniciar con el proceso de producción que se plantea ejecutar.

Para que la empresa pueda operar en forma apropiada es necesario contar con lo siguiente:

Cuadro N° 39 Materia prima directa
USD Dólares

Tela	Detalle	Tela	Año 1		
			producción	precio	costo
Vioto	Calentadores	1,20	3.723	2,6	11.615,68
	Chompas	1,30	5.510	2,6	18.623,80
Lycra	Camisetas hombre	0,30	6.962	14,50	30.284,52
	Lycras	0,23	10.573	14,50	35.261,77
	Camisetas mujer	0,21	11.578	14,50	35.256,37
Total			38.347		131.042,14

Fuente: Investigación directa
Elaboración: La autora

Cuadro N° 40 Mano de obra directa 1 año
USD Dólares

Función	personas	Sueldo mensual	Aporte Patronal IESS	Décimo Tercero	Décimo cuarto	Total mensual	Costo Total Anual
cortador	1	340,00	41,31	28,33	28,33	437,98	5.255,72
Operarias	5	1.700,00	206,55	141,67	141,67	2.189,88	26.278,60
Revisado y empaque	1	340,00	41,31	28,33	28,33	437,98	5.255,72
Total sueldos Producción						3.065,84	36.790,04

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

4.5.3. Costos indirectos de fabricación

Cuadro N° 41 Descripción de Materia prima indirecta

Descripción	Unidad de medida
Cordón	1,20 mtrs por calentador
Elástico 36 metros c/r	55 ctms por calentador
	57ctms por lycra
Hilo	150 rollos para 4000 prendas
Etiquetas	1 c/u
Fundas	1 c/u
Cierres	1 cada chompa

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

Cuadro N° 42 Materia prima indirecta año 1
USD Dólares

	Año 1		
Producción Calentadores	Calentadores		3.723
	Cantidad	Precio	Costo
Cordón	44,68	2,50	111,69
Elástico	56,88	3,70	210,45
Hilo	130,30	2,30	299,70
Etiquetas	3.723	0,02	74,46
Fundas	3.723	0,02	74,46
Total MPI Calentadores			770,76
Producción Chompas	Chompas		5.510
	Cantidad	Precio	Costo
Cierres	5.510	0,40	2.204,00
Hilo	193	2,30	443,56
Etiquetas	5.510	0,02	110,20
Fundas	5.510	0,02	110,20
Total MPI Chompas			2.867,96
	Año 1		
Producción Camisetas hombre	Camisetas hombre		6.962
	Cantidad	Precio	Costo
Hilo	244	2,30	560,44
Etiquetas	6.962	0,02	139,24
Fundas	6.962	0,02	139,24
Total MPI Camisetas hombre			838,92
Producción Licras	Lycras		10.573
	Cantidad	Precio	Costo
Elástico	17,73	3,70	65,59
Hilo	370	2,30	851,15
Etiquetas	10.573	0,02	211,46
Fundas	10.573	0,02	211,46
Total MPI Licras			1.339,66
Producción Camisetas mujer	Camisetas mujer		11.578
	Cantidad	Precio	Costo
Hilo	405	2,30	932,06
Etiquetas	11.578	0,02	231,57
Fundas	11.578	0,02	231,57
Total MPI Camisetas mujer			1.395,20
Total General			7.212,49

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

Cuadro N° 43 Mano de obra indirecta

USD Dólares

Función	personas	Sueldo mensual	Aporte Patronal IESS	Décimo Tercero	Décimo cuarto	Total mensual	Costo Total Anual
Diseñador	1	350,00	42,53	29,17	28,33	450,03	5.400,30
Total						450,03	5.400,30

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

Cuadro N° 44 Gasto mantenimiento

USD Dólares

Concepto	Pago mensual	Pago Anual
Mantenimiento Maquinaria	120,00	1.440,00
Total	120,00	1.440,00

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

Cuadro N° 45 Gasto Arriendo

USD Dólares

Concepto	Pago Mensual	Pago Anual
Arriendo	350,00	4.200,00
Total	350,00	4.200,00

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

GASTOS ADMINISTRATIVOS

Cuadro N° 46 Personal administrativo proyectado 1 año

USD Dólares

Función	Personas	Sueldo mensual	Aporte Patronal IESS	Décimo Tercero	Décimo cuarto	Total mensual	Costo Total Anual
Gerente	1	500,00	60,75	41,67	28,33	630,75	7.569,00
Contador	1	425,00	51,64	35,42	28,33	540,39	6.484,65
Secretaria	1	360,00	43,74	30,00	28,33	462,07	5.544,88
Total sueldos Administrativos						1.633,21	19.598,53

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

Cuadro N° 47 Gasto suministros de oficina

USD Dólares

Concepto	Cantidad	P. Unitario	P. Total mensual	Total Anual
Papel bond	1 Resma	3,75	3,75	45,00
Esteros	Caja	3,50	3,50	42,00
Tinta	2 Cartuchos	10,50	21,00	252,00
Grapadora	1	4,50	4,50	54,00
Perforadora	1	3,00	3,00	36,00
Total			35,75	429,00

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

Cuadro N° 48 Servicios básicos

USD Dólares

Concepto	Pago Mensual	Pago Anual
Energía Eléctrica	37,00	444,00
Agua Potable	10,00	120,00
Servicio Telefónico	26,00	312,00
Total	73,00	876,00

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

Cuadro N° 49 Gastos de constitución

USD Dólares

Descripción	Total
Gastos de constitución	1200,00
Total	1200,00

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

GASTOS DE VENTAS

Cuadro N° 50 Sueldo personal de ventas

USD Dólares

Personal de ventas 1 año

Función	personas	Sueldo mensual	Aporte Patronal IESS	Décimo Tercero	Décimo cuarto	Total mensual	Costo Total Anual
Vendedor	1	350,00	42,53	29,17	28,33	450,03	5.400,30
Total sueldos ventas						450,03	5.400,30

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

Cuadro N° 51 Gasto publicidad

USD Dólares

Concepto	Pago Mensual	Pago Anual
Gasto Publicidad	30,00	360,00
Total	30,00	360,00

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

Cuadro N° 52 Gasto combustible

USD Dólares

Concepto	Pago Mensual	Pago Anual
Gasto Combustible	25,00	300,00
Total	25,00	300,00

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

Cuadro Nº 53 Capital de trabajo

USD Dólares

Descripción	Valor Mensual	Valor anual
Materia Prima directa	10.920,18	131.042,14
Mano de obra Directa	3.065,84	36.790,04
Costos Indirectos de Fabricación	1.780,09	21.361,09
Materia Prima Indirecta	601,04	7.212,49
Mano de obra Indirecta	450,03	5.400,30
Mantenimiento	120,00	1.440,00
Arriendo	350,00	4.200,00
Depreciación	259,03	3.108,30
Gastos Administrativos	1.761,96	21.143,53
Gastos Sueldos	1.633,21	19.598,53
Gastos Suministros de oficina	35,75	429,00
Servicios Básicos	73,00	876,00
Gasto de constitución	20,00	240
Gastos de Ventas	505,03	6.060,30
Sueldo Vendedores	450,03	5.400,30
Publicidad	30,00	360,00
Combustible	25,00	300,00
Subtotal	14.967,26	216.397,10
Imprevistos 5 %	748,36	10.819,86
Total	15.715,62	227.216,96

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

CAPITULO V

ESTUDIO ECONÓMICO

En el estudio económico se realiza un análisis de las inversiones requeridas, la proyección de volúmenes de producción, proyección de precios, proyección de ingresos por ventas; determinar los gastos o egresos; presentar los estados financieros proforma del proyecto y efectuar la evaluación financiera con el fin de orientar la gestión contable financiera y, finalmente, se procederá al cálculo de los evaluadores financieros del proyecto, con la finalidad de determinar su factibilidad.

5.1. OBJETIVO

Evaluar la factibilidad del proyecto tomando en consideración aspectos como la inversión, Ingresos, costos, gastos y Estados proforma, que sirve como base para realizar la respectiva valoración.

5.2. INVERSIONES DEL PROYECTO

El proyecto contará con una inversión de \$39.746,56 dólares detallada a continuación.

Cuadro N° 54 Resumen de inversiones del proyecto

USD Dólares

Descripción	Total
Capital de trabajo	15.715,62
Fija	22.470,00
Total	38.185,62

Fuente: Cuadro N° 39 y 53
Elaboración: La autora

De la información detallada en el cuadro N° 38 en el cual se indica la inversión fija que requiere el proyecto se determina el resumen de inversión

del mismo, así como también se detalla en el cuadro 52 el capital de trabajo que se requiere para la producción del primer mes.

5.3. INGRESOS POR VENTAS

5.3.1. Volumen de ventas (en unidades)

El presupuesto de ingresos, nos permitirá cuantificar la cantidad de ingresos que vamos obtener en los años de vida útil del proyecto, el mismo se basa en la demanda por satisfacer y en los objetivos de crecimiento los cuales se los detalló en el capítulo de estudio de mercado.

Cuadro Nº 55 Volumen de ventas en unidades

Prendas	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Calentadores	3.723	4.095	4.505	4.955	5.451
Chompas	5.510	6.061	6.667	7.334	8.067
Camisetas hombre	6.962	7.658	8.424	9.266	10.193
Licras	10.573	11.631	12.794	14.073	15.480
Camisetas mujer	11.578	12.736	14.010	15.411	16.952
Volumen de producción	38.347	42.181	46.399	51.039	56.143

Fuente: Investigación directa
Elaboración: La autora

5.3.2. Precio de venta unitario

El precio que se determina para el producto, está determinado por el estudio de campo realizado, además para los siguientes años se estima un incremento del 2,70% anual, tomando como referencia la inflación acumulada a diciembre 2013 según el Banco Central del Ecuador

Cuadro N° 56 Precio de venta
USD Dólares

Precios					
Talla "S"	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Calentadores	6,00	6,16	6,33	6,50	6,67
Chompas	10,50	10,78	11,07	11,37	11,68
Camisetas Hombres	6,25	6,42	6,59	6,77	6,95
Licras	4,65	4,78	4,90	5,04	5,17
Camisetas Mujer	4,70	4,83	4,96	5,09	5,23

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

5.3.3. Ventas netas

Las ventas netas están determinadas por el volumen de ventas estimado anteriormente, y el precio.

Cuadro N° 57 Ventas netas
USD Dólares

Prendas	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Calentadores	22.337,84	25.235,06	28.508,04	32.205,54	36.382,59
Chompas	57.855,00	65.358,80	73.835,83	83.412,34	94.230,92
Camisetas hombre	43.512,25	49.155,79	55.531,29	62.733,70	70.870,26
Licras	49.165,58	55.542,36	62.746,20	70.884,39	80.078,09
Camisetas mujer	54.418,70	61.476,80	69.450,34	78.458,05	88.634,06
Total	227.289,37	256.768,80	290.071,71	327.694,02	370.195,93

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

5.4. COSTOS DE PRODUCCIÓN

Los costos de producción son los que generan en el proceso de transformar las materias primas en productos terminados. A continuación se detallara los costos de producción el cual está integrado por Materia Prima directa, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación.

5.4.1. Materia prima directa

Los rubros de Materia Prima Directa determinados en el presente estudio tenemos:

Cuadro N° 58 Materia prima directa
USD Dólares

Prendas	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Calentadores	3.723	4.095	4.505	4.955	5.451
Tela vioto en metros	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20
Precio	2,60	2,67	2,74	2,82	2,89
Costo	11.615,68	13.122,23	14.824,18	16.746,88	18.918,95
Chompas	5.510	6.061	6.667	7.334	8.067
Tela vioto en metros	1,30	1,30	1,30	1,30	1,30
Precio	2,60	2,67	2,74	2,82	2,89
Costo	18.623,80	21.039,31	23.768,11	26.850,83	30.333,38
Camisetas hombre	6.962	7.658	8.424	9.266	10.193
Tela Lycra Algodón en kg	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30
Precio	14,50	14,89	15,29	15,71	16,13
Costo	30.284,52	34.212,43	38.649,78	43.662,66	49.325,70
Lycras	10.573	11.631	12.794	14.073	15.480
Tela Lycra Algodón en kg	0,23	0,23	0,23	0,23	0,23
Precio	14,50	14,89	15,29	15,71	16,13
Costo	35.261,77	39.835,22	45.001,85	50.838,59	57.432,35
Camisetas mujer	11.578	12.736	14.010	15.411	16.952
Tela Lycra Algodón en kg	0,21	0,21	0,21	0,21	0,21
Precio	14,50	14,89	15,29	15,71	16,13
Costo	35.256,37	39.829,12	44.994,96	50.830,80	57.423,56
Total	131.042,14	148.038,3	167.238,9	188.929,8	213.433,9

Fuente: Investigación directa
Elaboración: La autora

5.4.2. Mano de obra directa

En el siguiente cuadro se especifica los sueldos básicos proyectados para cinco años tomando en cuenta los beneficios de ley, determinando la necesidad de contratar seis operadores.

Anualmente habrá un incremento del 9,11%, que es un promedio del incremento salarial de los últimos 4 años.

Cuadro Nº 59 Promedio de incremento salarial

Año	Salario	Variación anual
2010	240	
2011	264	10,00 %
2012	292	10,61 %
2013	318	8,90 %
2014	340	6,92 %
Total		36,43%
Promedio		9,11%

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales

Elaboración: La autora

Cuadro Nº 60 Mano de obra directa

USD Dólares

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldo Unificado	15.420,00	16.824,76	18.357,50	20.029,87	21.854,59
Aporte Patronal	1.873,53	2.044,21	2.230,44	2.433,63	2.655,33
Fondo de Reserva		1.112,92	1.214,31	1.324,93	1.445,63
Décimo Tercero	1.285,00	1.402,06	1.529,79	1.669,16	1.821,22
Décimo cuarto	1.020,00	1.112,92	1.214,31	1.324,93	1.445,63
Vacaciones		701,03	764,90	834,58	910,61
Total	19.598,53	23.197,91	25.311,24	27.617,09	30.133,01

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

5.4.3. Costos indirectos de fabricación

Integrados por: envases con etiquetas, para los tres productos sueldo más remuneraciones del jefe de producción quien se encargará de supervisión de los procesos; depreciación maquinaria y equipo, además servicios básicos referente al área de producción.

Cuadro N° 61 Mano de obra indirecta

USD Dólares

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldo Unificado	4.200,00	4.582,62	5.000,10	5.455,61	5.952,61
Aporte Patronal	510,30	556,79	607,51	662,86	723,24
Fondo de Reserva		370,97	404,77	441,64	481,88
Décimo Tercero	350,00	381,89	416,67	454,63	496,05
Décimo cuarto	340,00	370,97	404,77	441,64	481,88
Vacaciones		190,94	208,34	227,32	248,03
Total	5.400,30	6.454,18	7.042,16	7.683,70	8.383,69

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

Cuadro Nº 62 Materia prima indirecta
USD Dólares

	Año 1			Año 2			Año 3			Año 4			Año 5		
	Calentadores			Calentadores			Calentadores			Calentadores			Calentadores		
Producción Calentadores	Cantidad	Precio	Costo	Cantidad	Precio	Costo	Cantidad	Precio	Costo	Cantidad	Precio	Costo	Cantidad	Precio	Costo
	3.723			4.095			4.505			4.955			5.451		
Cordón	44,68	2,50	111,69	49,14	2,57	126,18	54,06	2,64	142,54	59,46	2,71	161,03	65,41	2,78	181,91
Elástico	56,88	3,70	210,45	62,57	3,80	237,75	68,82	3,90	268,58	75,71	4,01	303,42	83,28	4,12	342,77
Hilo	130,30	2,30	299,70	143,33	2,36	338,57	157,67	2,43	382,48	173,43	2,49	432,09	190,78	2,56	488,13
Etiquetas	3.723	0,02	74,46	4.095	0,021	84,12	4.505	0,0211	95,03	4.955	0,022	107,35	5.451	0,022	121,28
Fundas	3.723	0,02	74,46	4.095	0,021	84,12	4.505	0,0211	95,03	4.955	0,022	107,35	5.451	0,022	121,28
Total MPI Calentadores	770,76			870,73			983,66			1.111,24			1.255,37		
Producción Chompas	Chompas			Chompas			Chompas			Chompas			Chompas		
	5.510			6.061			6.667			7.334			8.067		
Cierres	5.510	0,40	2.204,00	6.061	0,41	2.489,86	6.667	0,42	2.812,79	7.334	0,43	3.177,61	8.067	0,44	3.589,75
Hilo	193	2,30	443,56	212	2,36	501,08	233	2,43	566,07	257	2,49	639,49	282	2,56	722,44
Etiquetas	5.510	0,02	110,20	6.061	0,02	124,49	6.667	0,02	140,64	7.334	0,02	158,88	8.067	0,02	179,49
Fundas	5.510	0,02	110,20	6.061	0,02	124,49	6.667	0,02	140,64	7.334	0,02	158,88	8.067	0,02	179,49
Total MPI Chompas	2.867,96			3.239,93			3.660,15			4.134,87			4.671,16		

Producción	Año 1			Año 2			Año 3			Año 4			Año 5		
	Camisetas hombre		6.962	Camisetas hombre		7.658	Camisetas hombre		8.424	Camisetas hombre		9.266	Camisetas hombre		10.193
Camisetas hombre	Cantidad	Precio	Costo	Cantidad	Precio	Costo	Cantidad	Precio	Costo	Cantidad	Precio	Costo	Cantidad	Precio	Costo
Hilo	244	2,30	560,44	268	2,36	633,13	295	2,43	715,24	324	2,49	808,01	357	2,56	912,81
Etiquetas	6.962	0,02	139,24	7.658	0,02	157,30	8.424	0,02	177,70	9.266	0,02	200,75	10.193	0,02	226,78
Fundas	6.962	0,02	139,24	7.658	0,02	157,30	8.424	0,02	177,70	9.266	0,02	200,75	10.193	0,02	226,78
Total MPI Camisetas hombre			838,92			947,72			1.070,64			1.209,51			1.366,38
Producción Licras	Lycras			Lycras			Lycras			Lycras			Lycras		
	Cantidad	Precio	Costo	Cantidad	Precio	Costo	Cantidad	Precio	Costo	Cantidad	Precio	Costo	Cantidad	Precio	Costo
Elástico	17,73	3,70	65,59	184,15	3,80	699,75	202,57	3,90	790,51	222,82	4,01	893,04	245	4,12	1.008,87
Hilo	370	2,30	851,15	407	2,36	961,54	448	2,43	1.086,25	493	2,49	1.227,14	542	2,56	1.386,30
Etiquetas	10.573	0,02	211,46	11.631	0,02	238,89	12.794	0,02	269,88	14.073	0,02	304,88	15.480	0,02	344,42
Fundas	10.573	0,02	211,46	11.631	0,02	238,89	12.794	0,02	269,88	14.073	0,02	304,88	15.480	0,02	344,42
Total MPI Licras			1.339,66			2.139,08			2.416,52			2.729,94			3.084,01
Producción Camisetas mujer	Camisetas mujer			Camisetas mujer			Camisetas mujer			Camisetas mujer			Camisetas mujer		
	Cantidad	Precio	Costo	Cantidad	Precio	Costo	Cantidad	Precio	Costo	Cantidad	Precio	Costo	Cantidad	Precio	Costo
Hilo	405	2,30	932,06	446	2,36	1.052,95	490	2,43	1.189,52	539	2,49	1.343,80	593	2,56	1.518,09
Etiquetas	11.578	0,02	231,57	12.736	0,02	261,60	14.010	0,02	295,53	15.411	0,02	333,86	16.952	0,02	377,17
Fundas	11.578	0,02	231,57	12.736	0,02	261,60	14.010	0,02	295,53	15.411	0,02	333,86	16.952	0,02	377,17
Total MPI Camisetas mujer			1.395,20			1.576,16			1.780,59			2.011,53			2.272,43
Total General			7.212,49			8.773,62			9.911,56			11.197,08			12.649,35

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

Cuadro N° 63 Mantenimiento

USD Dólares

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mantenimiento	1.440,00	1.478,88	1.518,81	1.559,82	1.601,93
Total	1.440,00	1.478,88	1.518,81	1.559,82	1.601,93

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

Cuadro N° 64 Arriendo

USD Dólares

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Arriendo	4.200,00	4.313,40	4.429,86	4.549,47	4.672,30
TOTAL	4.200,00	4.313,40	4.429,86	4.549,47	4.672,30

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

5.4.4. Depreciación

La depreciación que a continuación se detalla, está determinada de acuerdo al Servicio de Rentas Internas.

Cuadro N° 65 Gasto depreciación

USD Dólares

Activo	Valor	Vida útil	Valor Residual	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	AÑO 5
Muebles y Enseres	765,00	10	76,5	68,85	68,85	68,85	68,85	68,85
Equipo de Oficina	170,00	10	17	15,30	15,30	15,30	15,30	15,30
Equipo de Computación	2.600,00	3	260	780,00	780,00	780,00		
Renovación equipo de computación	2.600,00	3	260				780,00	780,00
Vehículo	6.000,00	5	600	1.080,00	1.080,00	1.080,00	1.080,00	1.080,00
Maquinaria	12.935,00	10	1293,5	1.164,15	1.164,15	1.164,15	1.164,15	1.164,15
Total	25.070,00		2.507,00	3.108,30	3.108,30	3.108,30	3.108,30	3.108,30

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

Cuadro N° 66 Total costos indirectos de fabricación

USD Dólares

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
MPI	7.212,49	8.773,62	9.911,56	11.197,08	12.649,35
MOI	5.400,30	6.454,18	7.042,16	7.683,70	8.383,69
Mantenimiento	1.440,00	1.478,88	1.518,81	1.559,82	1.601,93
Arriendo	4.200,00	4.313,40	4.429,86	4.549,47	4.672,30
Depreciación	3.108,30	3.108,30	3.108,30	3.108,30	3.108,30
Total	21.361,09	24.128,38	26.010,69	28.098,37	30.415,57

Fuente: Estudio Técnico

Elaboración: La autora

Cuadro N° 67 Total Costos de producción

USD Dólares

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia Prima Directa	131.042,14	148.038,30	167.238,87	188.929,75	213.433,94
Mano de Obra Directa	36.790,04	44.036,84	48.048,60	52.425,82	57.201,82
Costos Indirectos de Fabricación	21.361,09	24.128,38	26.010,69	28.098,37	30.415,57
Total	189.193,27	216.203,52	241.298,15	269.453,95	301.051,33

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

5.5. GASTOS OPERACIONALES

5.5.1. Gastos administrativos

Los gastos administrativos son los que se originan por el control de las operaciones administrativas. Para la proyección de los cinco años, se basará en el 2,70%, de inflación acumulada hasta el mes de diciembre 2013 según el Banco Central del Ecuador.

En el área administrativa se requiere de los servicios de un administrador quien guie la microempresa, por tanto se genera un gasto de sueldo de gerente.

Para el funcionamiento adecuado del área administrativa, se deberá contratar los servicios de una persona que realice las funciones de contador y una secretaría general. A continuación los rubros a devengar.

Unificando los gastos de personal administrativo tenemos:

Cuadro N° 68 Gasto sueldos administrativos

USD Dólares

Anualmente habrá un incremento del 9,11%, que es un promedio del incremento salarial de los últimos 4 años.

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldo Unificado	15.420,00	16.824,76	18.357,50	20.029,87	21.854,59
Aporte Patronal	1.873,53	2.044,21	2.230,44	2.433,63	2.655,33
Fondo de Reserva		1.112,92	1.214,31	1.324,93	1.445,63
Décimo Tercero	1.285,00	1.402,06	1.529,79	1.669,16	1.821,22
Décimo cuarto	1.020,00	1.112,92	1.214,31	1.324,93	1.445,63
Vacaciones		701,03	764,90	834,58	910,61
Total	19.598,53	23.197,91	25.311,24	27.617,09	30.133,01

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

5.5.2. Suministros de oficina y servicios básicos

Estos gastos los realiza principalmente el área administrativa y ventas mismos que se detallan a continuación, con un crecimiento del 2,70%, correspondiente a la inflación acumulada a diciembre del 2013 según el Banco Central del Ecuador.

Cuadro N° 69 Suministros de oficina y servicios básicos

USD Dólares

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Suministros de Oficina	429,00	440,58	452,48	464,70	477,24
Servicios Básicos	876,00	899,65	923,94	948,89	974,51
Total	1.305,00	1.340,24	1.376,42	1.413,58	1.451,75

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

5.6. AMORTIZACIÓN GASTOS DE CONSTITUCIÓN

La amortización de los gastos pre - operacionales, de organización y constitución, de los costos y gastos acumulados en la investigación, experimentación y desarrollo de nuevos productos; en la instalación y puesta en marcha de plantas industriales o sus ampliaciones. Estas amortizaciones se efectuarán en un período no menor de 5 años en porcentajes anuales iguales, a partir del primer año en que el contribuyente genere ingresos operacionales.

Cuadro N° 67 Amortización gasto de constitución

USD Dólares

Descripción	Valor inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de Constitución	1.200,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00
Total		1.200,00	240,00	240,00	240,00	240,00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La autora

Los gastos administrativos compuestos por: sueldos del gerente, contador y secretaria general de la empresa con los beneficios que establece la ley; suministros de oficina, servicios básicos administrativos.

Cuadro N° 70 Total gastos administrativos.

USD Dólares

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gasto sueldos y salarios administrativos	19.598,53	23.197,91	25.311,24	27.617,09	30.133,01
Suministro de oficina	429,00	440,58	452,48	464,70	477,24
Servicios Básicos	876,00	899,65	923,94	948,89	974,51
Gasto de constitución	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00
TOTAL	20.903,53	24.538,14	26.687,66	29.030,68	31.584,76

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

5.6.1. Gastos de ventas

Los gastos de ventas constituyen el sueldo del encargado de ventas y el gasto de publicidad, se detallan proyectados a cinco años, de acuerdo a la inflación acumulada

Cuadro Nº 71 Gastos sueldos de ventas
USD Dólares

Anualmente habrá un incremento del 9,11%, que es un promedio del incremento salarial de los últimos 4 años.

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldo Unificado	4.200,00	4.582,62	5.000,10	5.455,61	5.952,61
Aporte Patronal	510,30	556,79	607,51	662,86	723,24
Fondo de Reserva		370,97	404,77	441,64	481,88
Décimo Tercero	350,00	381,89	416,67	454,63	496,05
Décimo cuarto	340,00	370,97	404,77	441,64	481,88
Vacaciones		190,94	208,34	227,32	248,03
Total	5.400,30	6.454,18	7.042,16	7.683,70	8.383,69

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

La publicidad es de gran importancia, por medio de esta se dará a conocer el nuevo producto, y socializar la creación de la nueva unidad productiva.

Cuadro Nº 72 Gasto publicidad
USD Dólares

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Publicidad	360,00	369,72	379,70	389,95	400,48
Total	360,00	369,72	379,70	389,95	400,48

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

Cuadro N° 73 Gasto combustible

USD Dólares

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gasto Combustible	300,00	308,10	316,42	324,96	333,74
Total	300,00	308,10	316,42	324,96	333,74

Fuente: Investigación directa
Elaboración: La autora

Cuadro N° 74 Total gastos de ventas

USD Dólares

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gasto Sueldo	5.400,30	6.454,18	7.042,16	7.683,70	8.383,69
Publicidad	360,00	369,72	379,70	389,95	400,48
Gasto Combustible	300,00	308,10	316,42	324,96	333,74
Total	6.060,30	7.132,00	7.738,28	8.398,62	9.117,91

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La autora

5.6. ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS

Los estados Financieros proyectados nos ayudarán a evaluar las consecuencias de las futuras decisiones

5.6.2. Estado de Resultado Proforma

Es el instrumento que utiliza la administración de la empresa para reportar las operaciones efectuadas durante el período contable. De esta manera la utilidad (pérdida) se obtiene restando los gastos y/o pérdidas a los ingresos y/o ganancias.

Cuadro Nº 75 Estado de resultado
USD Dólares



Descripción cuentas	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas Netas	227.289,37	256.768,80	290.071,71	327.694,02	370.195,93
(-) Costos de Producción	189.193,27	216.203,52	241.298,15	269.453,95	301.051,33
Utilidad Bruta en Ventas	38.096,10	40.565,28	48.773,56	58.240,07	69.144,60
(-) Gastos Administrativos	20.903,53	24.538,14	26.687,66	29.030,68	31.584,76
(-) Gastos de Ventas	6.060,30	7.132,00	7.738,28	8.398,62	9.117,91
Utilidad antes de obligaciones	11.132,27	8.895,13	14.347,62	20.810,77	28.441,94
(-) 15 % Part Trabajadores	1.669,84	1.334,27	2.152,14	3.121,62	4.266,29
Utilidad antes de Impuestos	9.462,43	7.560,86	12.195,48	17.689,16	24.175,65
(-) 22% Impuesto a la Renta	2.081,73	1.663,39	2.683,00	3.891,61	5.318,64
Utilidad Neta	7.380,69	5.897,47	9.512,47	13.797,54	18.857,00

Elaborado por: La autora

5.6.3. Estado de situación financiera

El balance general es el estado financiero de una empresa en un momento determinado. Para poder reflejar dicho estado, el balance muestra contablemente los activos, los pasivos y la diferencia entre estos el patrimonio neto.

Cuadro Nº 76 Estado de Situación

USD Dólares

Creaciones "Antony"cia. Ltd.

Estado de Situación Financiera

Al 31 de del 20XX



<u>Activos</u>			<u>Pasivos</u>	0
Activos corrientes				
Caja Bancos	15.715,62		Total pasivos	0,00
Total Activos Corrientes	15.715,62			
Activos fijos			Patrimonio	
Muebles y Enseres	765,00		Aporte socios	
Equipo de Oficina	170,00			
Equipo de Computación	2.600,00		Capital propio	38.185,62
Vehículo	6.000,00			
Maquinaria	12.935,00			
Total Activos fijos	22.470,00			
Total	38.185,62		TOTAL	38.185,62

Elaborado por: La autora

5.6.4. Flujo de Caja

El flujo de caja es la acumulación neta de activos líquidos en un período determinado y, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa.

Cuadro Nº 77 Flujo de caja proyectado
USD Dólares

Descripción cuentas	0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Capital Propio	-38.185,62					
Ingresos						
Utilidad Neta		7.380,69	5.897,47	9.512,47	13.797,54	18.857,00
Depreciación de Activos Fijos		3.108,30	3.108,30	3.108,30	3.108,30	3.108,30
Capital de rescate						9.528,50
Total ingresos		10.488,99	9.005,77	12.620,77	16.905,84	31.493,80
Egresos						
Reinversión (Activos Fijos)					2.600,00	
Total egresos		0,00	0,00	0,00	2.600,00	0,00
Flujo neto de caja	-38.185,62	10.488,99	9.005,77	12.620,77	14.305,84	31.493,80

Elaborado por: La autora

5.7. Evaluación financiera

La evaluación de proyectos es una herramienta de gran utilidad para la toma de decisiones, ya que un análisis que se anticipe al futuro puede evitar posibles desviaciones y problemas en el largo plazo. Las técnicas de evaluación económica son herramientas de uso general y se detallan a continuación las más importantes:

5.7.1. Valor Actual Neto (Van)

Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. Consiste en descontar al momento actual todos los flujos de caja futuros del proyecto. A este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto. Utilizando la tasa de descuento que es de 11,09% mediante la presente fórmula:

TASA DE REDESCUENTO O RENDIMIENTO MEDIO (TRM)

$$TRM = (1+CK)(1+INF)-1 = ((1+0,0817)*(1+0,0270))-1 = 11,09\%$$

Concepto	Costo de oportunidad	% Campos	Tasa ponderada	Valor Ponderado
Inversión Propia	38.756,20	100	8,17	8,17
	38756,1975	100	8,17	8,17

VAN = Σ Flujos Netos Actualizados – Inversión

$$VAN = \frac{Flujo\ Año\ 1}{(1+i)^1} + \frac{Flujo\ Año\ 2}{(1+i)^2} + \frac{Flujo\ Año\ 3}{(1+i)^3} + \frac{Flujo\ Año\ 4}{(1+i)^4} + \frac{Flujo\ Año\ 5}{(1+i)^5} - Inversión$$

Cuadro N° 78 Determinación de Flujos de Efectivo Actualizados.

USD Dólares

Años	Inversión Inicial	Flujos netos	Flujos netos actualizados
0	- 38.185,62		-38.185,62
1		10.488,99	9311,96
2		9.005,77	7097,99
3		12.620,77	8830,96
4		14.305,84	8886,75
5		31.493,80	17368,48
VAN			13.310,53

Fuente: Flujo de Efectivo

Elaborado por: La autora

El resultado obtenido, nos indica por ser un valor positivo que la creación de la empresa de ropa deportiva.

5.7.2. Tasa Interna de Retorno (TIR)

La tasa interna de retorno es un indicador de la rentabilidad del proyecto, por eso su importancia, a mayor TIR, mayor rentabilidad. Se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión y la ejecución del proyecto.

El TIR deberá ser mayor que la tasa de redescuento para que la inversión sea aceptada, para calcular el TIR se utiliza una tasa de redescuento arbitraria para obtener un VAN positivo y un VAN negativo.

Para el cálculo del TIR, se aplicó el método de interpolación, estableciendo para ello la aplicación de dos tasas arbitrarias, siendo

Tasa superior 20.5%

Tasa Inferior 15%

Las tasas anteriores permiten obtener dos VAN, uno positivo y otro negativo, siendo:

Cuadro N° 79 Tasa interna de retorno

USD Dólares

Años	Inversión Inicial	Flujos netos	Factor 15%	Flujos netos actualizados	Factor 20.5%	Flujos netos actualizados
0	-38.185,62			-38.185,62		-38.185,62
1		10.488,99	1,18	8881,07	1,048	8.475,71
2		9.005,77	1,39	6456,31	1,098	5.880,39
3		12.620,77	1,65	7660,92	1,150	6.659,07
4		14.305,84	1,95	7352,59	1,205	6.099,35
5		31.493,80	2,30	13705,15	1,263	10.850,20
VAN				5.870,42		-220,90

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

Procedimiento:

$$TIR = 0,15 + (0,205 - 0,15) \left(\frac{5.870,42}{5.870,42 - (-)220,90} \right)$$

$$TIR = 0,15 + (0,055) \left(\frac{5.870,42}{6.091,32} \right)$$

$$TIR = 0,15 + (0,055)(0,96)$$

$$TIR = 0,15 + 0,05$$

$$TIR = 0,20$$

La tasa interna de retorno resulto con un valor de 20% el cual supera a la tasa de descuento que es de 11.09%, lo cual indica que hay rentabilidad y el proyecto es aceptable.

5.7.3. Periodo de recuperación

Este instrumento de evaluación financiera mide el riesgo relativo del proyecto pues permite anticipar los eventos en el corto plazo.

Cuadro N° 80 Tiempo de recuperación de la inversión.**USD Dólares**

Años	Capital	Flujo Neto Deflactado	Recup. Capital	Tiempo de recuperación	
1	- 38.185,62	9.311,96	9.311,96	1	año
2		7.097,99	7.097,99	2	años
3		8.830,96	8.830,96	3	años
4		8.886,75	8.886,75	4	años
5		17.368,48	4.057,95	3	meses

Elaborado por: La autora

La inversión se recuperará a los 4 años 3 meses.

5.7.4. Beneficio / costo

El Beneficio / Costo se sustenta en el principio de obtener y alcanzar niveles considerables de producción con la mínima utilización de recursos, la fórmula para determinar es:

$$\text{BENEFICIO} - \text{COSTO} = \frac{\text{Flujos Netos Actualizados}}{\text{Inversión}}$$

$$\text{BENEFICIO} - \text{COSTO} = \frac{51.496,15}{38.185,62} = 1.34$$

Este resultado obtenido de 1,34 determina que la inversión es viable, ya que por cada dólar invertido, se genera \$0.34 centavos de utilidad.

CAPÍTULO VI

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

6.1. DENOMINACIÓN DE LA EMPRESA

6.1.1. Nombre de la empresa y logotipo.

La empresa que se va a constituir se denominará “*Creaciones Antony*”.

Gráfico N° 20 Logotipo de la empresa



6.1.2. Tipo de empresa

La Ley de Compañías en su Art. 2.-manifiesta: “Hay cinco especies de compañías que constituyen personas jurídicas”.

Del análisis realizado a los diferentes tipos de compañías, se determina que, la que más se ajusta a los requerimientos y finalidades de la empresa que se formará es la Compañía de Responsabilidad Limitada.

Así pues, la mejor alternativa que permita la creación de una empresa de responsabilidad limitada, en Santa Rosa del Tejar, parroquia San Francisco provincia de Imbabura.

6.2. ELEMENTOS ESTRATÉGICOS

6.2.1. Misión

“Elaborar prendas deportivas de buena calidad a precios cómodos, que garanticen la excelencia y competitividad, satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes, con una gran variedad en diseños exclusivos.”

6.2.2. Visión

“Constituirse en una empresa líder en la zona norte del país y proveer ropa deportiva de calidad, manteniendo un crecimiento continuo, con lo cual, se constituirá en una entidad que contribuya al progreso de la economía Ibarreña.”

6.2.3. Objetivos

Objetivo general

- Llegar a ser una empresa líder en el mercado nacional en la producción y comercialización de ropa deportiva.

Objetivos específicos

- Producir prendas deportivas de calidad satisfaciendo las tendencias de moda y necesidad del cliente.
- Capacitar a los empleados para optimizar al máximo sus conocimientos a favor de la empresa.
- Generar y mantener estrategias innovadoras que permitan alcanzar las metas y objetivos propuestos.
- Cumplir con todo lo establecido en la ley para las empresas de este tipo para ofrecer seguridad a los trabajadores, clientes, proveedores y acreedores
- Contribuir con el desarrollo de la ciudad generando fuentes de trabajo.

Valores

- Ética
- Relaciones humanas
- Compromiso
- Puntualidad
- Responsabilidad
- Honradez

6.3. POLÍTICAS DE LA EMPRESA

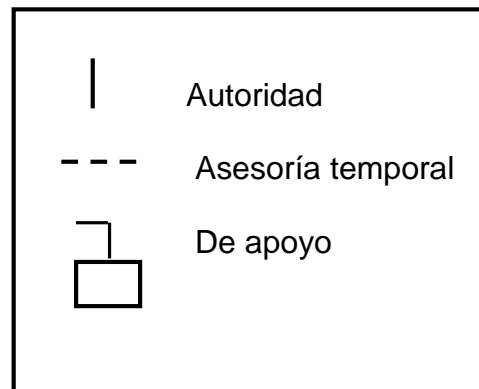
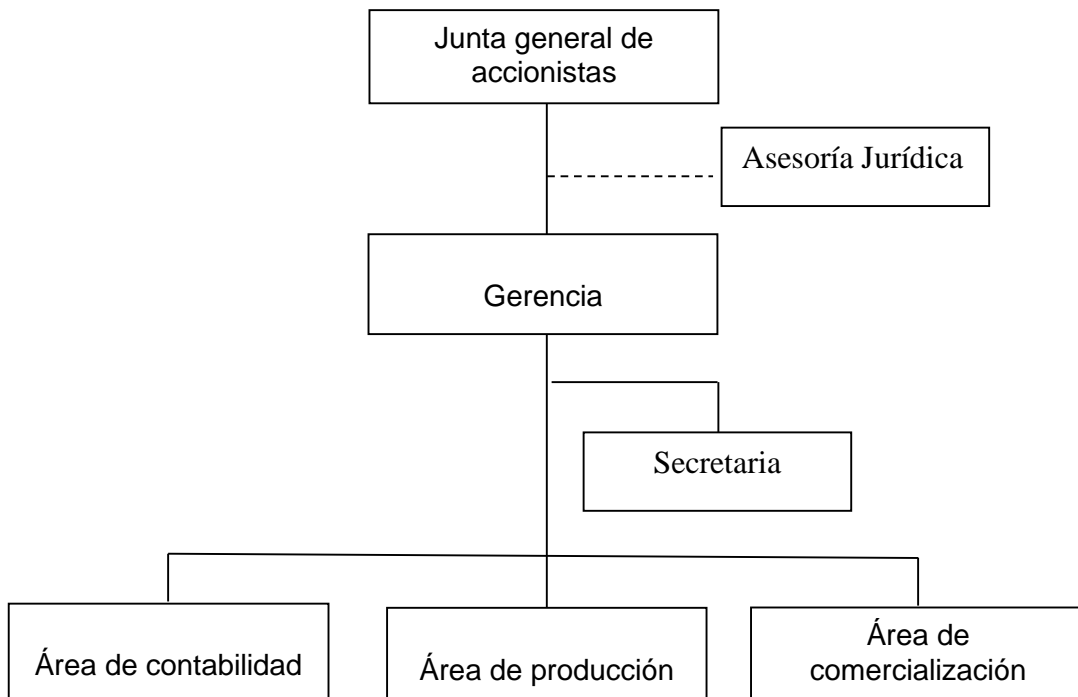
La empresa operará enmarcada en las siguientes políticas:

- Mantenimiento de un programa de capacitación trimestral para el talento humano.
- Mantener un programa permanente de auto evaluación institucional.
- Producir con eficiencia y eficacia y evaluar mediante indicadores.
- Establecer horarios de trabajo y sanciones por incumplirlos.
- Ejecución de un programa de incentivos para el talento humano.
- Tomar decisiones democráticamente.
- Delegar responsables para cada actividad.
- Organizar el trabajo, mediante la realización de un cronograma detallado.

6.4. ESTRUCTURA ORGÁNICA

La estructura orgánica de la empresa, es vertical que evidencia la lógica de la línea de mando, y los medios de control y dirección. Conforme crezca la empresa se deberá ampliar la estructura organizativa, acorde a las necesidades de la compañía.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



6.5. ESTRUCTURA FUNCIONAL

6.5.1. NIVELES ESTRUCTURALES

La estructura orgánico-funcional de la Empresa “Antony” Cía. Ltda. Estará formada de la siguiente manera.

- Nivel Directivo.
- Nivel Ejecutivo.
- Nivel Auxiliar.
- Nivel Operativo.

6.5.2. NIVEL DIRECTIVO.

El nivel Directivo está compuesto por los socios de la compañía que conforman la Junta General de Socios y son responsables de la planificación, normativa y toma de decisiones.

6.5.3. NIVEL EJECUTIVO.

Este nivel Ejecutivo está integrado por el Gerente de la compañía, quien es responsable de dirigir, orientar, conducir y supervisar la ejecución de las políticas, y las actividades de la empresa.

6.5.4. NIVEL AUXILIAR.

El nivel auxiliar está integrado por la unidad de contabilidad y secretaria, que realizará las funciones de apoyo necesarias para el cumplimiento de las actividades de la compañía.

6.5.5. NIVEL OPERATIVO.

Nivel operativo que lo integran las unidades de producción venta, diagnóstico, serán los responsables de ejecutar los planes para cumplir con los objetivos y metas que se ha trazado la compañía.

6.6. MANUAL DE FUNCIONES

Cuadro N° 81 Nivel directivo

CREACIONES “ ANTONY”	
I IDENTIFICACIÓN DEL CARGO: Administrativo	
ÁREA: Directorio CARGO: Directorio REPORTA A: Junta general de accionistas SUPERVISA: Gerente	
OBJETIVO DEL CARGO: Hacer cumplir resoluciones establecidas en las reuniones, ordinarias y extraordinarias, controlar y dirigir los destinos de la empresa	
II FUNCIONES <ol style="list-style-type: none"> 1. Asistir a reuniones convocadas por la administración. 2. Se dan posibles soluciones a problemas suscitados, 3. Las decisiones son sometidos a votación entre los asistentes. 4. Emite y verificara que las resoluciones sean cumplidas por la administración 5. Designar y remover al gerente y fijar su remuneración; 6. Resolver la forma de reparto de utilidades 7. Aprobar los planes, programas, presupuestos anuales y sus reformas y responsabilizar al gerente por su ejecución; 8. Aprobar las políticas, reglamentos internos, manuales, instructivos, procedimientos, etc. 	
III PERFIL PROFESIONALES	COMPETENCIAS
FORMACIÓN: Bachilleres, primer nivel, segundo nivel, tercer nivel ESPECIALIDAD: Diferentes áreas EXPERIENCIA: experiencia de dirección en otros centros de trabajo antes de ocupar la plaza actual CAPACITACIÓN: Conocimientos técnicos específicos, niveles de dirección, estrategias, dirección entre otros PERSONALES <ul style="list-style-type: none"> ➤ Organizar, planificar, ejecutar y controlar las actividades financieras de la empresa. ➤ Asesora ➤ Toma de decisiones ➤ Establece y hace cumplir políticas reglamentos 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Capacidad de análisis de las decisiones a tomar los accionistas ➤ Compromiso con la empresa en sus obligaciones ➤ Ser un buen líder para llevar a la organización al éxito ➤ Comprensión al personal administrativo como accionistas.

Cuadro N° 82 Nivel ejecutivo Gerente

CREACIONES “ ANTONY”	
I IDENTIFICACIÓN DEL CARGO: Gerente	
ÁREA: Administrativa CARGO: Gerente REPORTA A: Junta general de socios SUPERVISA A: Jefes departamentales	
OBJETIVO DEL CARGO: Planificación, dirección, organización y control de las actividades que se realizan en la empresa para cumplir con los objetivos y metas que se esperan alcanzar.	
II FUNCIONES <ol style="list-style-type: none"> 1. Representación legal para asuntos sociales y legales. 2. Administra la gestión económica financiera de la Compañía. 3. Controla el cumplimiento de políticas, normas y reglamentos internos 4. Cumple actividades de planeación, organización, evaluación 5. Realiza inversiones 6. Controla el manejo adecuado y la custodia de los recursos económicos 7. Autoriza gastos 8. Controla procesos administrativos de cada unidad. 9. Mantiene reuniones permanentes con directivos 10. Analiza la situación económica para la toma de decisiones. 11. Cumple y hace cumplir resoluciones de Junta General de Accionistas y Directorio, 12. Presenta informes cuando sean requeridos. 13. Autoriza la adquisición de bienes o servicios 	
III PERFIL PROFESIONALES	COMPETENCIAS
FORMACIÓN: Titulo de tercer nivel ESPECIALIDAD: Administración de Empresas o carreras afines EXPERIENCIA: experiencia de dirección en otros centros de trabajo antes de ocupar la plaza actual CAPACITACIÓN: Conocimientos técnicos específicos, niveles de dirección, estrategias, dirección entre otros PERSONALES <ul style="list-style-type: none"> ➤ Organizar, planificar, ejecutar y controlar las actividades financieras de la empresa, Asesora ➤ Toma de decisiones ➤ Diseña sistemas administrativos ➤ Establece y hace cumplir políticas reglamentos 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ser un líder para poder sacar adelante a la empresa ➤ Pensamiento crítico para toma de decisiones ➤ Saber escuchar para la toma de decisiones ➤ Trabajo en equipo

Cuadro N° 83 Nivel auxiliar Contador

CREACIONES “ ANTONY”	
I IDENTIFICACIÓN DEL CARGO: Contador	
ÁREA: Contabilidad CARGO: Contador REPORTA A: Gerente	
OBJETIVO DEL CARGO: Analiza y registrar todos los movimientos económicos acatando reglas, políticas y leyes establecidas.	
II FUNCIONES <ol style="list-style-type: none"> 1. Registra la información contable en base a normas 2. Elabora el presupuesto de la empresa 3. Elabora en forma mensual roles de pago 4. Elabora planillas de aportes al IESS 5. Realiza estados financieros de cada ejercicio económico 6. Registra cuentas de ingreso y gasto, analiza variaciones 7. Recibe estados de cuenta mensuales 8. Presenta informes financieros para decisión gerencial 9. Informar quincenalmente los saldos de las principales cuentas. 	
III PERFIL	COMPETENCIAS
<u>PROFESIONALES</u> FORMACIÓN: Título de tercer nivel ESPECIALIDAD: Contabilidad o carreras afines habilitado como CPA EXPERIENCIA: Experiencia mínima de dos años en el área contable. CAPACITACIÓN: Tributación, impuestos, presupuestos, NIIF, finanzas.	<ul style="list-style-type: none"> • Tener capacidad de comunicación con el gerente • Debe tener amplitud de criterio para tomar decisiones • Toma de riesgos • Dominio técnico • Debe saber realizar análisis numéricos • Sacrificio personal en la realización de sus funciones.
<u>PERSONALES</u> <ul style="list-style-type: none"> • Facilitar la interpretación de datos, estados financieros • Seguridad en sí mismo • Seleccionar, diseñar y utilizar las técnicas y procedimientos adecuados para solucionar los problemas específicos financieros 	

Cuadro Nº 84 Nivel auxiliar Secretaria

Creaciones “ Antony”	
I IDENTIFICACIÓN DEL CARGO: Secretaria	
<p>ÁREA: Administrativa CARGO: Secretaria REPORTA A: Gerente OBJETIVO DEL CARGO: Brindar una buena atención al público en general, elaboración de documentación administrativa interna y externa.</p>	
II FUNCIONES	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Recpta documentación legal como facturas, oficios 2. Remite la documentación a quien corresponda 3. Lleva un cronograma de las actividades a realizarse 4. Lleva actualizada la agenda de la gerencia 5. Asiste a las reuniones y toma nota 6. Elabora actas de las reuniones del directorio y junta general de accionistas 7. Ayuda a archivar documentación 8. Redacta comunicaciones para las áreas de la empresa 9. Maneja los valores de Caja Chica, realiza adquisiciones menores emergentes 	
III PERFIL PROFESIONALES	COMPETENCIAS
<p>FORMACIÓN: Título de tercer nivel ESPECIALIDAD: Secretariado EXPERIENCIA: Mínima 2 años</p> <p><u>PERSONALES</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Expresión verbal • Persona de buen trato • Buena presencia • Buena relación interpersonal • Ética Profesional 	<ul style="list-style-type: none"> • Procesar y transmitir comunicación a todo el personal administrativo de la empresa • Apoyo incondicional a los subordinados de la empresa • Debe mostrar confiabilidad con sus compañeros de trabajo • Debe trabajar en equipo con los compañeros de trabajo

Cuadro N° 85 Nivel operativo Diseñadora

CREACIONES “ ANTONY”	
I IDENTIFICACIÓN DEL CARGO: Diseñadora	
<p>ÁREA: Producción CARGO: Diseñadora REPORTA A: Gerente OBJETIVO DEL CARGO: Diseñar prendas deportivas de acuerdo a las necesidades del mercado en diferentes modelos y colores.</p>	
II FUNCIONES	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Creación y diseño de ropa deportiva 2. Creación y diseño de colecciones nuevas 3. Supervisión de la muestra hasta la terminación de la prenda 4. Aprobación por parte de la gerencia en caso de productos nuevos 5. Separación de colores para mejor combinación en las prendas 	
III PERFIL PROFESIONALES	COMPETENCIAS
<p>FORMACIÓN: Título de tercer nivel ESPECIALIDAD: Tecnología en diseño de moda EXPERIENCIA: Mínima 2 años</p> <p>PERSONALES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Expresión verbal - Responsabilidad - Persona de buen trato - Buena presencia - Buena relación interpersonal 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Amplios conocimientos en confección de ropa deportiva ➤ Conocimiento de tendencia de moda actual ➤ Experiencia en programas de diseño de moda

Cuadro N° 86 Nivel operativo Cortador

CREACIONES “ ANTONY”	
I IDENTIFICACIÓN DEL CARGO: Cortadora	
<p>ÁREA: Producción CARGO: Cortadora DEPENDE DE: Diseñadora REPORTA A: Diseñadora OBJETIVO DEL CARGO: Realizar un corte de las prendas de acuerdo a los requerimientos establecidos por el diseño en la orden de producción.</p>	
II FUNCIONES	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Recibir la muestra 2. Recibir la orden de producción 3. Elaborar moldes partiendo de la base 4. Recibe la tela 5. Implanta moldes 6. Corta 7. Entrega a las operarias 8. Clasificación del material residual. 	
III PERFIL PROFESIONALES	COMPETENCIAS
<p>FORMACIÓN: Segundo nivel ESPECIALIDAD: Bachiller en corte y Confección EXPERIENCIA: Mínima 2 años en trazado y corte de prendas de vestir PERSONALES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Expresión verbal - Persona de buen trato - Buena presencia - Buena relación interpersonal 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Amplios conocimientos en corte y confección en ropa deportiva ➤ Experiencia en programas de diseño de trazos

Cuadro Nº 87 Nivel operativo Operarias

CREACIONES “ ANTONY”	
I IDENTIFICACIÓN DEL CARGO: Operaria	
ÁREA: Producción CARGO: Operaria DEPENDE DE: Diseñadora REPORTA A: Diseñadora OBJETIVO DEL CARGO: Elaborar prendas de acuerdo a la orden de producción.	
II FUNCIONES <ol style="list-style-type: none"> 1. Recibir la muestra 2. Recibir la orden de producción 3. Recibe la materia prima o demás materiales para la confección 4. Confeccionar la prenda. 5. Realizar un adecuado cuidado de las máquinas utilizadas para la confección 6. Informar el estado de la materia prima para futuras adquisiciones 7. Manejar la materia prima con total cuidado 8. Coordinar la provisión oportuna de materia prima 	
III PERFIL PROFESIONALES	COMPETENCIAS
FORMACIÓN: Segundo nivel ESPECIALIDAD: Título en maestra en corte y confección EXPERIENCIA: Mínima 2 años <u>PERSONALES</u> <ul style="list-style-type: none"> • Expresión verbal • Persona de buen trato • Buena presencia • Buena relación interpersonal • Responsabilidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Amplios conocimientos en confección de ropa deportiva • Experiencia en manejo de las máquinas de corte y confección.

Cuadro Nº 88 Nivel operativo Vendedor

Creaciones “ Antony”	
I IDENTIFICACIÓN DEL CARGO: Vendedor	
<p>ÁREA: Ventas CARGO: Vendedor DEPENDE DE: Gerente REPORTA A: Gerente OBJETIVO DEL CARGO: Realizar ventas de la ropa deportiva a los diferentes locales comerciales del mercado amazonas.</p>	
<p>II FUNCIONES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Planifica la distribución en orden de prioridad, tomando en cuenta los pedidos de los clientes; • Verificación de cantidad y estado del producto; • Entrega del producto; • Elabora y entrega las facturas; • Cobra el dinero y/o cheques; • Entrega de las copias de facturas y entrega en facturas; • Realizar el mantenimiento necesario al vehículo. 	
III PERFIL PROFESIONALES	COMPETENCIAS
<p>FORMACIÓN: Segundo nivel ESPECIALIDAD: Poseer título en de técnico en marketing y ventas o carreras afines EXPERIENCIA: Mínima 1 año en ventas PERSONALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Expresión verbal • Persona de buen trato • Buena presencia • Buena relación interpersonal • Puntualidad • Responsabilidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Ser responsable con las funciones encomendadas • Honradez • Cordialidad con el público • Ética moral • Puntualidad <p>Ser creativo en el trabajo</p>

6.7. ASPECTO LEGAL PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA

6.7.1. Aspecto legal

Para intervenir en la constitución de una compañía de responsabilidad limitada, se requiere de capacidad civil para contratar; lo que garantiza la creación de un ente jurídico y aspecto del cual gozan todos los socios interesados en crear la compañía;

La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitidas por la ley; la que garantizará la creación de la empresa de ropa deportiva

El capital de la compañía estará formado por las aportaciones de los socios y no será inferior al monto fijado por la Superintendencia de Compañías; está dentro de las expectativas del capital que desean aportar los socios; el monto determinado por la Superintendencia de Compañías, según la resolución N.º 99.1.1.1.3008 de fecha 7 de septiembre de 1999, publicado en el Registró Oficial N° 278 del jueves 16 del mismo mes y año, que manifiesta que es 400 dólares como mínimo.

Al constituirse la compañía, el capital estará íntegramente suscrito, y pagado por lo menos en el cincuenta por ciento de cada participación. Las aportaciones pueden ser en numerario o en especie y, en este último caso, consistir en bienes muebles o inmuebles que correspondan a la actividad de la compañía. El saldo del capital deberá integrarse en un plazo no mayor de doce meses, a contarse desde la fecha de constitución de la compañía; lo que anima a los futuros socios para conformar el capital con dinero en efectivo y ciertos bienes que ellos dispongan y que son útiles para el funcionamiento de la compañía.

La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres o más personas y no debe pasar de 15, lo que se ajusta a los requerimientos de los futuros socios que son nueve;

Que los socios, solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social, aspecto que no involucra al patrimonio privado de cada socio ya que se pone en riesgo el patrimonio aportado;

La compañía entregará a cada socio un certificado de aportación en el que constará, necesariamente, su carácter de no negociable y el número de las participaciones que por su aporte le correspondan, lo que manifiestan los futuros socios que les da la seguridad de su capital y mantener el grupo de socios.

La participación que tiene el socio en la compañía de responsabilidad limitada es transferible por acto entre vivos, en beneficio de otro u otros socios de la compañía o de terceros, si se obtuviere el consentimiento unánime del capital social, aspecto importante que garantiza la sociedad y entra dentro de las expectativas que tienen.

La creación de la compañía se hará por escritura pública, acogiendo todos los aspectos legales que exige la Superintendencia de Compañías y las formalidades legales del Notario, y se inscribirá en el Registro Mercantil; lo que se formalizará la creación de un nuevo ente jurídico que garantice llevar adelante las actividades para la cual se crea la misma y además garantice los intereses y aspiraciones de los socios. El notario incorporará al protocolo o insertará en la escritura, el certificado del representante de la sociedad que acredite el cumplimiento del requisito referido en el inciso anterior. En el libro respectivo de la compañía se inscribirá la cesión y, practicada ésta, se anulará el certificado de aportación correspondiente, extendiéndose uno nuevo a favor del cesionario.

6.8. Permisos de funcionamiento

Para el funcionamiento de la empresa es necesario contar con los siguientes requisitos:

- Registro único de contribuyente (RUC)
- Patente Municipal.
- Permiso de funcionamiento.
- Registro Sanitario.

Requisitos para obtener el registro único de contribuyentes.

- Cédula del representante legal.
- Copia del certificado de votación.
- Factura del pago de un servicio básico.

Requisitos para obtener la patente municipal por primera vez.

- Copia de la cédula y certificado de votación del representante legal.
- Informe sobre la dirección de la empresa
- Copia del RUC
- Declaración juramentada del inicio de la actividad económica empresarial.
- Solicitud (formulario)

Requisitos para obtener el permiso de funcionamiento y el registro sanitario en el ministerio de salud pública

- Formulario de solicitud (sin costo) llenado y suscrito por el propietario.
- Copia del registro único de contribuyentes (RUC).
- Copia de la cedula de ciudadanía o de identidad del propietario o del representante legal del establecimiento.
- Documentos que acrediten la personería Jurídica cuando corresponda.

- Plano del establecimiento a escala 1:50.
- Croquis de ubicación del establecimiento.
- Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos.

6.9. FORMACIÓN DE LA EMPRESA

Para la formación de la compañía se desarrollará aspectos fundamentales para la formación de la entidad legal y la celebración de la escritura de constitución.

- **Entidad legal.-** Se constituirá como compañía de responsabilidad limitada;
- **Socios.-** La compañía se conformará con nueve socias y socios en donde constaran los nombres y apellidos, estado civil, nacionalidad.

Cuadro Nº 89 Nómina de socios

NOMBRES	APELLIDOS	ESTADO CIVIL	NACIONALIDAD	DIRECCIÓN
Carmen Amelia	Ipiales Carlosama	Casada	Ecuatoriana	Santa Rosa el Tejar
Lucia del Carmen	Ichau Ipiales	Soltera	Ecuatoriana	Santa Rosa el Tejar
Celson Rolando	Molina Charfuelan	Soltero	Ecuatoriana	San Francisco
Nancy Guadalupe	Ichau Ipiales	Soltera	Ecuatoriana	Santa Rosa el Tejar
Servio Mauricio	Matango Matango	Soltero	Ecuatoriana	Santa Rosa el Tejar
Gladis Emperatriz	Ichau Ipiales	Soltera	Ecuatoriana	Santa Rosa el Tejar
Geovanna Lizeth	Díaz Játiva	Soltera	Ecuatoriana	Santa Rosa el Tejar
Carla Soledad	Carvajal Rivera	Soltera	Ecuatoriana	Pimampiro
Diana Patricia	Burgos Bedoya	Casada	Ecuatoriana	San Eduardo

Obligaciones Sociales.- Los socios responderán individualmente hasta por el monto de sus aportaciones; en este caso es de \$4.416,28 dólares cada socio.

Desarrollo de las Actividades.- Las actividades de producción y comercialización del producto de la compañía se desarrollaran con el nombre de “Antony”

Objetivo social.- Producir y comercializar ropa deportiva

Capital.- Las aportaciones de cada uno de los socios serán de \$4.416,28 dando un total de capital social de \$39.746,56 los mismos que serán divididos en aportaciones de USD \$736,05 dólares cada una, por lo tanto el capital social se conformará de 54 participaciones.

Suscripción y pago de las aportaciones.- Los socios suscribirán 6 participaciones cada uno y el pago se realizará en efectivo, en el momento de la conformación de la compañía.

Tiempo para la que se constituye.- La compañía tendrá una duración de 50 años.

Domicilio.- EL domicilio será la República del Ecuador, Provincia de Imbabura, Cantón Ibarra, Parroquia San Francisco, barrio Santa Rosa del Tejar.

Cuenta Bancaria.- Se abrirá una cuenta bancaria en el Banco del Pichincha a nombre de la compañía en formación;

Fondo de reserva.- Se creará un fondo de reserva de acuerdo a la ley ya las resoluciones que tomen los socios.

Participación de los socios.- Es transferible por acto entre vivos, en beneficio de otro u otros socios de la compañía o de terceros, si se obtuviere el consentimiento unánime del capital social;

Las deliberaciones se realizarán democráticamente, dando oportunidad de expresarse a todos los accionistas y las decisiones se tomarán por mayoría, las convocatorias a Junta General de Accionistas se realizará por escrito por parte del gerente con 4 días de anticipación, pudiendo ser convocatorias ordinarias o extraordinarias.

La creación de la compañía se realizará por medio de una escritura pública, en la cual se establecerá todo lo expuesto en los puntos anteriores y todo lo que obligue la ley de Compañías para este tipo de empresa;

Esta escritura será aprobada por el Superintendente de Compañías y se publicará el extracto de la escritura en un periódico de la ciudad de Ibarra;

Inscripción en el Registro Mercantil.- Con la autorización del Superintendente se procederá a inscribir legalmente la compañía;

Estatutos.- Con la aprobación y la inscripción de la escritura se procederá a elaborar los estatutos de la compañía para la aprobación respectiva de la Superintendencia de Compañías; y,

Los demás pactos lícitos y condiciones especiales que los socios juzguen conveniente establecer, siempre que no se opongan a lo dispuesto en esta Ley.

CAPÍTULO VII

ANÁLISIS DE IMPACTOS

En este capítulo se detallan las posibles consecuencias que pueden presentarse cuando se implante el proyecto, por lo tanto es importante analizar su efecto cualificando y cuantificando, ya que nos permite establecer las posibles bondades o defectos que tiene el proyecto, y se realiza mediante el empleo de la matriz de impactos, la misma que funciona con la asignación de una calificación a los componentes del entorno sean estos directos o indirectos que afecten o no en el entorno en el que se instale el proyecto.

Cuadro Nº 90 Escala de medición de impactos

IMPACTO	Negativo				Positivo		
Calificación	-3	-2	-1	0	1	2	3
Niveles	Alto	Medio	Bajo	No presenta impacto	Bajo	Medio	Alto

Fuente: Investigación directa
Elaboración: La autora

A continuación se realiza el análisis de cada uno de los impactos de acuerdo a la tabla anterior, asignando a cada uno de ellos la calificación correspondiente.

- Señalar el impacto a evaluarse
- Estructurar una base de indicadores, los que se calificaran de acuerdo a la escala de medición de impactos.
- Analizar la matriz aplicando la siguiente fórmula:

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\sum \text{de impactos}}{\text{Número de impactos}}$$

7.1. IMPACTO SOCIO ECONÓMICO

Cuadro Nº 91 Matriz de impacto socio económico

Nivel de Impacto Indicadores	Negativo				Positivo			+	-	Σ
	-3	-2	-1	0	1	2	3			
Generación de empleos						x		1		2
Nivel de ingresos						x		1		2
Mejoramiento de la calidad de vida							x	1		3
Desarrollo del sector							x	1		2
Impactos Positivos						2	2	4		
Impactos Negativos									0	
Sumatoria de Impactos						4	6			10

Fuente: Investigación directa
Elaboración: La autora

$$\text{Nivel de Impacto (Económico)} = \frac{10}{4}$$

$$\text{Nivel de Impacto (Económico)} = 2,50 \approx 3 \longrightarrow \text{Impacto Alto Positivo}$$

El puntaje de la matriz de impacto económico se encuentra en el nivel alto positivo con 3, lo cual significa, que la creación de la empresa propuesta en el presente proyecto, es de favorable.

- **Generación de empleos**

Al establecer la empresa se requiere de mano de obra para elaborar las prendas como también para la venta, para lo cual se utilizará la que existe dentro del barrio Santa Rosa del Tejar logrando así ampliar las plazas de trabajo.

- **Nivel de ingresos**

Las personas que trabajen en la empresa podrán mejorar su nivel de ingresos así cumplir con sus necesidades con un trabajo digno que permita tener estabilidad laboral y beneficios establecidos por la ley.

- **Mejoramiento de la calidad de vida**

A través de un mejor nivel de ingresos las personas pueden mejorar sus condiciones de vida ya que tendrán recursos para solventar cualquier necesidad dentro del hogar.

- **Desarrollo del sector**

El barrio Santa Rosa del Tejar se beneficiara debido a que se implementara una empresa con una actividad productiva que permitirá emplear mano de obra en diferentes áreas.

7.2. IMPACTO EMPRESARIAL

Cuadro N° 92 Matriz de impacto empresarial

Nivel de Impacto Indicadores	Negativo				Positivo			+	-	Σ
	-3	-2	-1	0	1	2	3			
Cumplimiento de leyes							x	1		3
Posicionamiento en el mercado						x		1		2
Satisfacción de necesidades						x		1		2
Atención Personalizada							x	1		3
Impactos Positivos						2	2	4		
Impactos Negativos										
Sumatoria de Impactos						4	6			10

Fuente: Investigación directa -Evaluación de Impactos
Elaboración: La autora

$$\text{Nivel de Impacto (Empresarial)} = \frac{10}{4}$$

$$\text{Nivel de Impacto (Empresarial)} = 2,5 \approx 3 \longrightarrow \text{Impacto Alto Positivo}$$

El puntaje de la matriz de impacto empresarial se encuentra en el nivel alto positivo con 3, lo que determina que es un nivel aceptable.

- **Cumplimiento de leyes**

Ésta empresa va a estar fundamentada en el marco legal establecido cumpliendo las leyes vigentes: ley de compañías, código de comercio, ley de régimen tributario interno.

- **Posicionamiento en el mercado**

Mediante la experiencia en la fabricación de este tipo de prendas la empresa de ropa deportiva empleará todos los mecanismos para lograr un reconocimiento dentro del mercado, brindando prendas de calidad en diferentes modelos para lograr el posicionamiento en el mercado.

- **Satisfacción de necesidades**

A través de la producción y comercialización de prendas deportivas permite a los consumidores a tener más opciones en cuanto a variedad y calidad de prendas para cumplir una necesidad básica como es la de vestir.

- **Atención Personalizada**

Para un buen nivel de ventas se pretende brindar atención personalizada para mostrar cada uno de los modelos que puede adquirir, teniendo en consideración las estrategias de venta más convenientes.

7.3. IMPACTO AMBIENTAL

Cuadro N° 93 Matriz de impacto ecológico

Indicadores \ Nivel de Impacto	Negativo				Positivo				+	-	Σ
	-3	-2	-1	0	1	2	3				
Contaminación de ruido			x							1	-1
Contaminación pelusa			x							1	-1
Manejo de desechos			x							1	-1
Impactos Positivos											
Impactos Negativos			-3							-3	-3
Sumatoria de Impactos			-3								-3

Fuente: Investigación directa -Evaluación de Impactos
Elaborado por: La autora

$$\frac{Nivel\ de\ Im\ pacto\ (Ecológico)}{Nivel\ de\ Im\ pacto\ (Ecológico)} = \frac{-13}{3} \longrightarrow \text{Impacto Bajo Negativo}$$

La matriz muestra una incidencia de bajo negativo pues se relaciona estrictamente con el manejo de los desechos que genera las actividades diarias en el departamento de producción como en la oficina de la empresa.

- **Contaminación de ruido**

En el área de producción se produce ruido debido al funcionamiento de las máquinas de coser por tal motivo se implementará maquinaria que por naturaleza produzcan menos ruido y resguarden la salud de los trabajadores,

- **Contaminación pelusa**

Existen algunos materiales de la materia prima como la tela que tienen pelusa que al momento de la confección tienden a salir, por tal motivo se proveerá implementos de protección como mascarillas.

- **Manejo de desechos**

Se pretende cumplir ciertas medidas de, reciclaje de materiales, además se mitigará creando planes de seguridad e higiene capacitando a los mismos trabajadores para un mejor manejo de los desechos que se producen dentro de la empresa.

7.4. MATRIZ GENERAL

Cuadro N° 94 Resumen general de impactos

Indicadores	Negativo				Positivo			+	-	Σ
	-3	-2	-1	0	1	2	3			
Socio Económico							x	1		3
Empresarial							x	1		3
Ambiental			x						-1	-1
Impactos Positivos							2	4		
Impactos Negativos			-1							
Sumatoria de Impactos			-1				6			5

Fuente: Investigación directa -Evaluación de Impactos

Elaborado por: La autora

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{5}{3}$$

$$\text{Nivel de Impacto} = 1.66 \approx 2 \longrightarrow \text{Impacto Medio Positivo}$$

Se puede apreciar en la matriz general de impactos, los indicadores que influyen en el proyecto de confección de ropa deportiva y el resultado

correspondiente que es de 1.66 es un nivel medio positivo, lo que significa que con la ejecución del proyecto se no afecta en ninguno de los impactos, esto indica que el proyecto es factible para el desarrollo del barrio Santa Rosa del Tejar misma que beneficiará directamente a la sociedad productora y consumidora.

CONCLUSIONES

- El diagnóstico situacional elaborado en el barrio Santa Rosa del Tejar entregó importante información la cual permitió identificar condiciones óptimas para la implementación de la empresa de producción de ropa deportiva.
- El desarrollo del estudio de mercado nos proporcionó valiosa información relacionada a la demanda y oferta del producto en la ciudad de Ibarra y permitió hacer un análisis preliminar de la demanda potencial insatisfecha, que puede ser captada por la nueva empresa a constituirse.
- Del estudio técnico realizado se estableció que existen las condiciones físicas, recursos económicos, recursos tecnológicos y talento humano como para lograr una eficiente actividad de producción.
- En el estudio financiero y económico se pudo establecer que el proyecto es factible. La inversión inicial se recuperará en cuatro años tres meses; dentro de los cinco años. Un valor actual neto positivo de \$13.310,53 costo beneficio se ubica en 1,34, de lo que garantiza la ejecución del proyecto para la creación de la empresa.
- En lo referente a la estructura orgánica y funcional, ésta ha sido diseñada de tal manera que facilitará el desempeño y normal desenvolvimiento de las actividades administrativas de la empresa según los fines y objetivos de la empresa a instalarse, se desprenden todos los aspectos administrativos estratégicos, para conseguir el éxito organizacional y funcional de la nueva organización productiva.
- El nivel de los impactos analizados es medio positivo, lo que determina que el proyecto a ejecutarse es totalmente viable, un impacto positivo importante es la generación de nuevas fuentes de empleo y de ingresos para los involucrados en el proyecto.

RECOMENDACIONES

- El lugar donde se pretende crear la empresa posee mano de obra, que deberían ser aprovechadas Implementando una empresa de confección, comercialización de ropa deportiva con altos estándares de calidad.
- Aprovechar la demanda por satisfacer, empleando canales de distribución y publicidad adecuados, de manera que se logre el posicionamiento del producto en el mercado.
- Implementar controles y evaluaciones económicas y financieras periódicas que permitan conocer el rendimiento organizacional y tomar decisiones oportunas, a fin de cumplir con los indicadores programados.
- Mejorar las condiciones físicas, recursos económicos, recursos tecnológicos y capacitar al talento humano para lograr una eficiente actividad de producción.
- Dar a conocer a los empleados y trabajadores la organización y funcionamiento de la empresa, la designación de funciones, los procesos productivos, estatutos, las responsabilidades de cada empleado, para evitar conflictos laborales.
- Se deberá mantener los niveles positivos de impactos; y, en caso de que en la ejecución del proyecto existieran variaciones, tratar de emendar errores y solucionar los inconvenientes, en caso de que se presentaran.

BIBLIOGRAFÍA

- ANZOLA Rojas, S; Administracion de Pequeñas Empresas, Mc Graw Hill, Mexico 2010.
- BACA, G; Evaluacion de Proyectos, Mc Graw Hill, Mexico 2010.
- BRAVO Valdivieso, M ; Contabilidad de Costos, Escobar, 2009.
- BRAVO Valdivieso, M; Contabilidad General, Editoria Escobar, 2011.
- CHANABA, & Joaquin; Contabilidad General, Quito- Ecuador, 2010.
- CUEVAS, C ; Enfoque Gerencial y de Gestion, Pearson Educación, Colombia, 2010.
- DOFT, R.; Introduccion a la Administración, Cengage Learning, México 2010.
- ESTUPIÑAN, R ; Estado de flujos de efectivo y de otros flujos de fondos, 2009.
- HELLRIEGEL, J., & JACKSON, S; Admiinistracion un enfoque basado en competencias, Cengage Learnin, 2009.
- HERNÁNDEZ, G; Fundamentos de Marketing, Pearson Educación, Mexico 2009.
- LAMB, C. (2011); Marketing, Cengage Learning, México.
- Lexus Editores; Manual de Contabilida de Costos, España Lexus Editores, 2010.
- MEZA, J; Evaluación Financiera de Proyectos, Ecoe Ediciones, Colombia. 2010.
- OLANO, F; Contabilidad General, Ediciones de la U, Bogota- Colombia, 2012.
- PABON, H; Fundamnetos de costos, Alfaomega, 2010.
- SAPAG, N; Proyectos de Inversión. Formulación y Evaluación, Pearson, Educación, Chile , 2011.
- VON, K; Economia Política, Gustavo Gili Editor, Alemania 2011.

LINCOGRAFÍA

- http://www.liderazgoymercadeo.com/mercadeo_tema.asp?id=48
- <http://www.monografias.com/trabajos81/cuatro-p-marketing/cuatro-p-marketing2.shtml>
- <http://nivelesdelaempresa.blogspot.com/>
- <http://www.monografias.com/trabajos14/flujograma/flujograma.shtml>
l1.Introducción
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Organigrama>).
- <http://www.robnovelo.com/que-son-las-nifs-normas-de-informacion-financiera-nif/>
- (<http://plancontable2007.com/niif-nic/niif-normas-internacionales-de-informacion-financiera/niif-04.html>
- (www.eclac.cl/ilpes/noticias/paginas/9/.../IMPACTO_RBBCPROY.pdf)

Anexos

ANEXO A ENCUESTA

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS LOCALES COMERCIALES DEL MERCADO AMAZONAS DE LA CIUDAD DE IBARRA

Objetivo: Determinar si es factible la creación de una empresa de producción y comercialización de ropa deportiva confeccionada por madres de familia de Santa Rosa del tejtar, parroquia San Francisco, cantón Ibarra.

Instrucciones:

Lea detenidamente cada pregunta antes de contestarla Marque con una "X" la respuesta que usted considera conveniente en cada enunciado.

1. ¿Comercializa usted ropa deportiva?

- Totalmente
- La mayor parte
- Poco
- Nada

2. ¿La ropa deportiva que usted vende a quien adquiere?

- Microempresas
- Artesanos
- Empresas

3. ¿La demanda de este producto es satisfecha del mercado en qué porcentaje?

- 25%.
- 50%.
- 75%.
- 100%.

4. ¿En qué tipo de tela se vende más la ropa deportiva?

- Fleecelycra
- Lycra
- Vioto
- Ronaldiño
- Taslon

5. ¿Los consumidores al comprar este tipo de prendas en que se basan?

- Calidad
- Precio
- Marca
- Moda

6. ¿Qué acabados tienen las prendas que más se comercializan?

- Bordados
- Estampados
- Sublimados
- Llanas

7. 8. ¿Qué cantidad de ropa deportiva compra mensualmente para la venta?

Prendas	Cantidad en docenas			
	1	3	6	9 en adelante
Calentadores				
Chompas				
Camisetas hombre				
Lycras				
Camisetas mujer				

8. ¿Qué precios paga usted por los siguientes productos?

Hombres			Mujer		
Prendas talla "s"	Tela	Valor en Dólares	Prendas talla "s"		Valor en Dólares
Calentadores	Vioto	\$6,00	Chompas	Fleece Lycra	\$10,00-\$15,00
		\$7,00			\$15,00-\$20,00
		\$8,00 o más			\$20,00 o más
Chompas	Vioto	\$10,00-\$15,00	Camisetas	Lycra	\$3,00-\$6,00
		\$15,00-\$20,00			\$6,00-\$9,00
		\$20,00 o más			\$9,00 o más
Camisetas	Kiana (sublimada)	\$3,00-\$4,00	Lycras	Lycra algodón	3,00-5,00
		\$4,00-\$5,00			\$6,00
	Lycra algodón	6,00-9,00			\$7,00 o más
		\$9,00 o más			

9. ¿Cree conveniente la creación de una nueva empresa que produzca ropa deportiva en la ciudad de Ibarra?

- Muy de acuerdo
- De acuerdo
- Desacuerdo

10. ¿Le gustaría comprar la ropa deportiva a esta nueva empresa que satisfaga su demanda?

- Totalmente
- La mayor parte
- Poco
- Nada

11. ¿Qué cantidad de ropa deportiva estaría dispuesto a comprar?

Prendas	Cantidad en docenas			
	1	2	4	6 en adelante
Calentadores				
Chompas				
Camisetas hombre				
Lycras				
Camisetas mujer				

12. ¿Por cuál medio de comunicación le gustaría que se dé a conocer la existencia de una nueva empresa de ropa deportiva?

- Radio
- Televisión
- Periódico
- Trípticos
- Publicidad Rodante
- Hojas Volantes

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo B Tabla de inflación acumulada de la página del Banco Central del Ecuador

FECHA	VALOR
Diciembre-31-2013	2.70 %
Noviembre-30-2013	2.49 %
Octubre-31-2013	2.09 %
Septiembre-30-2013	1.67 %
Agosto-31-2013	1.10 %
Julio-31-2013	0.92 %
Junio-30-2013	0.94 %
Mayo-31-2013	1.09 %
Abril-30-2013	1.31 %
Marzo-31-2013	1.13 %
Febrero-28-2013	0.69 %
Enero-31-2013	0.50 %

Anexo C Tabla tasa activa de la página del Banco Central del Ecuador

FECHA	VALOR
Diciembre-31-2013	8.17 %
Noviembre-30-2013	8.17 %
Octubre-31-2013	8.17 %
Septiembre-30-2013	8.17 %
Agosto-30-2013	8.17 %
Julio-31-2013	8.17 %
Junio-30-2013	8.17 %
Mayo-31-2013	8.17 %
Abril-30-2013	8.17 %
Marzo-31-2013	8.17 %
Febrero-28-2013	8.17 %
Enero-31-2013	8.17 %