

**Universidad Técnica de Babahoyo**  
**Facultad de Administración, Finanzas e**  
**Informática**  
**(F.A.F.I)**  
**ESCUELA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS Y**  
**GESTION EMPRESARIAL**



**TESIS DE GRADO**  
**PREVIO A LA OBTENCION DEL TITULO DE INGENIERA**  
**COMERCIAL**

**TEMA:**  
**PROYECTO DE INVERSION DE UNA EMPRESA DE ROPA**  
**DEPORTIVA PARA SATISFACER LAS EXIGENCIAS DE LOS**  
**CONSUMIDORES DE LA CIUDAD DE BABAHOYO**  
**PROVINCIA DE LOS RIOS**

**EGRESADAS**  
**ESTHER ELIZABETH LEON RODRIGUEZ**  
**ELSY LISSETH YEPEZ AVATA**

**AÑO: 2012**

## **AUTORIA**

La responsabilidad por las investigaciones, resultados y conclusiones presentadas en esta Tesis, pertenecen exclusivamente a las autoras.

**ESTHER E. LEON RODRIGUEZ**

**ELSY L. YEPEZ AVATA**

## **DEDICATORIA**

Alcanzar un ideal, forjando día a día, un camino que nos lleve hacia la meta que anhelamos, venciendo escollos y mirando hacia la cumbre, por aquellos seres que amamos, quienes siempre están a nuestro lado, como son mi familia y de manera muy especial mis padres.

**ELSY LISSETH YEPEZ AVATA**

## **DEDICATORIA**

Este esfuerzo lo dedico a mi esposo e hijo, pero de manera muy especial a mis Padres, ya que con su apoyo y su comprensión han logrado mi superación.

**ESTHER ELIZABETH LEON RODRIGUEZ**

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradecemos a Dios nuestro creador, a nuestros maestros; que día a día se esforzaron para enseñarnos más, a nuestro Director de Tesis y a nuestro Lector que han tenido paciencia para poder culminar esta obra.

**ELSY LISSETH YEPEZ AVATA**

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradecemos a Dios nuestro creador, a nuestros maestros; que día a día se esforzaron para enseñarnos más, a nuestro Director de Tesis y a nuestro Lector que han tenido paciencia para poder culminar esta obra.

**ESTHER ELIZABETH LEON RODRIGUEZ**

# ÍNDICE GENERAL

	Pág. #
CARATULA	I
INFORME DE CONCLUSIÓN DE TESIS	II
CERTIFICACIÓN DE TUTORÍA	III
DEDICATORIA	IV
AGRADECIMIENTO	V
ÍNDICE	VI
RESUMEN EJECUTIVO	1
INTRODUCCIÓN	2
CAPITULO I	
1. EL PROBLEMA .....	3
1.1. Planteamiento del problema .....	3
1.1.1. Formulación del problema .....	5
1.1.2. Delimitación .....	5
1.2. Objetivos .....	5
1.2.1. Objetivo General .....	5
1.2.2. Objetivos Específicos .....	5
1.2.3. Justificación .....	6
CAPITULO II	
2. MARCO TEÓRICO .....	8
2.1. Antecedente de la investigación .....	8
2.2. Fundamentación Científica .....	9
2.2.1. Administración .....	9
2.2.1.1. Naturaleza y Origen de la Administración .....	9
2.2.1.1.1. Etimología .....	9
2.2.1.1.2. Conceptual .....	9
2.2.1.2. Elemento de la Administración .....	10
2.2.1.3. Rol de la Administración .....	10
2.2.1.4. Proceso Administrativo o funciones de la Administración .....	11
2.2.2. Administración de Proyectos .....	12
2.2.2.1. Definición .....	12
2.2.2.2. Importancia de la administración de proyecto .....	12
2.2.2.3. Funciones de la administración .....	13
2.2.2.4. Que es el administrador de proyectos .....	14
2.2.3. Administración de la Producción .....	15
2.2.3.1. Introducción .....	15
2.2.3.2. Sistema de producción .....	16
2.2.3.4. Función Productiva .....	17
2.2.3.4.1. El qué producir .....	17
2.2.3.4.2. El cómo producir .....	18
2.2.3.4.3. Para quien producir .....	19
2.2.3.5. Planeación de la producción .....	20

2.2.3.5.1. Definición .....	20
2.2.3.6. Control de la producción .....	21
2.2.4. Calidad .....	22
2.2.4.1. Introducción .....	22
2.2.4.2. Definición de calidad .....	24
2.2.4.2.1. Autores de la gestión de calidad .....	24
2.2.4.3. Que es la calidad total .....	25
2.2.4.4. Pasos para mejorar la calidad .....	26
2.2.5. Proyecto de Inversión .....	29
2.2.5.1. Contenido del proyecto .....	29
2.2.5.1.1. Identificación de la idea .....	30
2.2.5.1.2. Fuente de obtención de información en los proyectos .....	30
2.2.5.1.3. Para qué sirve un proyecto .....	31
2.2.5.1.4. Etapas en el estudio de un proyecto de inversión .....	33
2.2.5.1.5. El ciclo de vida de los proyectos .....	35
2.3. Idea a defender .....	38
CAPITULO III	
3. MARCO METODOLÓGICO .....	39
3.1. Modalidad .....	39
3.2. Tipo de Estudio .....	39
3.3. Métodos y técnicas .....	40
3.3.1. Método .....	40
3.3.2. Técnica .....	40
3.3.3. Instrumento de la investigación .....	40
3.4. Población y muestra .....	41
3.5. Procesamiento de datos.....	42
3.5.1. Encuestas dirigidas a la población económicamente activa de la ciudad de Babahoyo y sus alrededores para establecer sus gustos y preferencias .....	42
CAPITULO IV	
4. MARCO PROPOSITIVO .....	49
4.1. Introducción .....	49
4.1.1. Análisis situacional .....	49
4.1.2. Idea de negocio .....	49
4.1.3. Objetivos .....	50
4.1.3.1. Objetivo General .....	50
4.1.3.2. Objetivo Especifico .....	50
4.1.4. Beneficiarios .....	50
4.2. Estudio de mercado .....	51
4.2.1. Zona de Influencia del proyecto .....	51
4.2.2. Objetivo de Mercado .....	51
4.2.3. Producto y precio .....	52
4.2.4. Sub-mercado consumidor .....	55
4.2.5. Sub-mercado competidor .....	55

4.2.6. Sub-mercado proveedor .....	56
4.2.7. Estudio de Demanda .....	57
4.2.8. Proyección de los diversos productos ofrecidos con sus precios...	61
4.3. Estudio Técnico .....	65
4.3.1. Proceso productivo .....	65
4.3.1.1. Maquinaria y Equipo .....	67
4.3.1.2. Cuadro de gastos iniciales .....	68
4.3.2. Tamaño .....	68
4.3.2.1. Distribución de planta .....	69
4.3.3. Localización .....	70
4.3.4. Cuadros que justifican los costos de producción .....	71
4.3.5. Cuadro de porcentaje en el que los costos de producción consumen de los ingresos .....	78
4.4. Estudio Organizacional y Legal .....	79
4.4.1. Estructura Organizacional .....	79
4.4.2. Descripción de los puestos .....	80
4.4.3. Cuadros de sueldos y gastos .....	82
4.4.4. Estudio Legal .....	84
4.5. Estudio Financiero .....	86
4.5.1. Balance (situación financiera, resultados, flujo de caja y valor de desecho) .....	86
4.5.1.1. Inversión inicial .....	86
4.5.1.2. Estado de resultado o pérdidas y ganancias .....	87
4.5.1.3. Índice financiero .....	88
4.5.1.4. Análisis de punto de Equilibrio .....	89
4.5.1.5. Presupuesto de tesorería flujo de caja .....	91
4.5.1.6. Análisis del valor actual neto .....	92
4.5.1.7. Análisis de la tasa interna de retorno .....	93
4.5.1.8. Relación beneficio costo .....	93
4.5.1.9. Periodo de recuperación de la inversión .....	93
4.6. Conclusiones y Recomendaciones .....	94
4.6.1. Conclusiones .....	94
4.6.2. Recomendaciones .....	95
4.7. Bibliografía .....	96

## ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO # 1	
• Cuadro de Resumen de datos .....	112
• Saldo Inicial .....	113
ANEXOS # 2	
• Instrumento de Encuesta .....	114
ANEXO # 4	
• Perfil del proyecto.....	115

## **RESUMEN EJECUTIVO**

Esta tesis, pretende ser una guía para todos los emprendedores, planteándose una serie de fundamentaciones científicas que incentiven a que cada vez que se inicia un negocio éste sea lo más productivo posible, tratando de aprovechar la tecnología, los recursos humanos y todo aquello que tenga que ver con el movimiento mismo del negocio que se quiere emprender.

Luego se pretende ofrecer todos los procesos metodológicos, técnicos que logren garantizar el éxito del proyecto, utilizando todas las herramientas necesarias que evalúen a los clientes, la competencia, los proveedores, la tecnología adecuada, los aspectos administrativos y parte económica financiera, que permita tener resultados adecuados, fidedignos para la mejor toma de decisión en el emprendimiento del negocio.

Este trabajo puede servir como guía para realizar otros trabajos de la misma índole en los que se tomen en cuenta todos los aspectos aquí tratados de tal manera de se deje de realizar emprendimientos empíricos que en poco tiempo lleven al fracaso y ocasionen grandes pérdidas a los inversionistas.

## INTRODUCCIÓN

Los negocios en el Ecuador surgen de la necesidad que tienen los individuos en buscar el sustento diario, hoy en día en medio de una crisis económica mundial en donde el empleo ha pasado a hacer preocupación de primer orden para todos los gobiernos del mundo incluido nuestro país en donde la tasa de desempleo es de aproximadamente 6.1% según el INEC. Es necesario buscar fuente de trabajo que ayude a bajar dicha tasa, es por esa situación que el emprendimiento pasa hacer una de las alternativas más requeridas para lograr ese fin.

En esta tesis se trata de entregar herramientas precisas que ayuden a tomar la decisiones acertadas a los emprendedores.

En el primer capítulo se analiza el problema en cuestión, los objetivos y la justificación para realizar este trabajo. En el segundo capítulo se realiza la sustentación teórica de los temas relacionados con la investigación. En el tercer capítulo se hace referencia a la modalidad, al tipo de investigación a realizar, así como a las técnicas empleadas y además se calcula la muestra con que se trabaja en la investigación.

En el cuarto capítulo se desarrolla la propuesta en donde se da todos los pasos concernientes a llevar a cabo el proyecto que permita dar solución al problema planteado en el primer capítulo.

# **CAPITULO I**

## **EL PROBLEMA**

### **1.1.PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

En el Ecuador a partir de la dolarización la industria textil se ha visto afectada como la mayoría de las empresas, sus niveles de ventas han bajado ya que la ropa confeccionada ha ido ganando espacio en el mercado., la facilidad de importación de todo tipo ropa confeccionada de los países asiáticos, así como también de Perú y Panamá han invadido nuestro mercado. Esto ha permitido que los compradores prefieran este tipo de ropa que llega a nuestro país a precios verdaderamente cómodos.

El género de ropa deportiva no podría quedarse atrás, al contrario es la ropa que con mayor impacto puede entrar al mercado ya que es la utilizada al diario y por ende la más consumida por la población.

Con la tendencia a la conservación de una buena figura y de una buena salud las personas adultas se han vuelto grandes consumidores de la ropa deportiva, con el fin de utilizarlas para actividades de gimnasia e inclusive para lucir más jóvenes.

En la provincia de los Ríos este aspecto no podría quedar aislado, la gente madura de 35 a 60 años está consumiendo un gran porcentaje de la producción de ropa deportiva. Con el incremento de los sitios especializados para la estética, los ejercicios que conserven una mejor silueta y mejore la salud, también ha hecho aumentar la utilización de ropa deportiva; pero no son solo ellos los consumidores, la gente más joven también la consume. Sienten la necesidad de la conservación de la figura en un mundo que hoy hace prevalecer lo Light.

A pesar de todo esto, el consumidor aun no se satisface ya que el gran problema de conseguir esta ropa sigue latente, porque no existe una empresa que ofrezca estos productos a precios cómodos y con modelos y tallas requeridas por el cliente, pero que al mismo tiempo cumpla con la exigencia de calidad y de tiempo de entrega.

En la ciudad de Babahoyo la demanda de ropa deportiva se ha acrecentado debido a que los colegios y universidades de la localidad han incrementado en su pensum las actividades deportivas lo que hace que para ciertas fechas se requiera de una oferta mayor de la ropa apropiada para dichas actividades y sobre todo de una atención al cliente eficiente de manera oportuna y de excelente calidad que cubra la expectativa del consumidor.

### **1.1.1. Formulación del Problema**

¿Cómo determinar la viabilidad de un proyecto de inversión de una empresa de ropa deportiva para satisfacer las exigencias de los consumidores de la ciudad de Babahoyo Provincia de los Ríos?

### **1.1.2. Delimitación**

El objeto de estudio son los procesos administrativos y el campo de acción es el diseño de proyectos, que permita la confección de ropa deportiva para satisfacer las exigencias de los consumidores en la ciudad de Babahoyo en el año 2012

## **1.2.OBJETIVOS**

### **1.2.1. Objetivo General**

Elaborar un proyecto de inversión que permita la confección de ropa deportiva para satisfacer las exigencias de los consumidores de la ciudad de Babahoyo.

### **1.2.2. Objetivos Específicos**

- Fundamentar científicamente los procesos administrativos y el diseño de proyectos.

- Realizar el Estudio de mercado, estudio técnico, organizacional y financiero del proyecto de inversión que permita la confección de ropa deportiva para satisfacer las exigencias de los consumidores de la ciudad de Babahoyo.

### **1.2.3. Justificación**

La necesidad creciente de una ciudad que requiere mejorar y tecnificar sus micro empresas lleva a la investigación de los procesos productivos actuales y a su urgente modernización con el fin de mejorar la calidad y el servicio.

En el área de la confección de ropa deportiva hay muchas microempresas en Babahoyo que se dedican a este ámbito, pero lamentablemente ninguna ofrece a la ciudad un verdadero servicio de calidad, en donde los consumidores sean verdaderamente satisfechos en todas las exigencias que imponen.

Es por eso que es eminentemente importante este estudio y análisis, que permita dar criterios firmes de lo que está pasando con la producción de ropa deportiva en la ciudad de Babahoyo.

No puede ser posible que los babahoyenses tengan que viajar a la ciudad de Guayaquil, para satisfacer sus requerimientos, o lo que es peor aun deban conformarse con una ropa deportiva cara y de mala calidad porque es lo que el medio les ofrece y no hay más.

En pleno siglo XXI no podemos darnos el lujo de no crecer como ciudad y que nuestras empresas o negocios por muy pequeños que estos sean sigan funcionando de manera empírica, y sin exagerar en ocasiones al azar sin tener en cuenta los principios fundamentales de la administración, que nos permita ser competitivos y eficientes a la hora de producir con calidad.

Esto debe de cambiar en la creación de proyectos por profesionales que apliquen los conocimientos administrativos adquiridos, y ser verdaderos emprendedores, que hagan surgir la productividad de la ciudad y porqué no, de la Patria entera.

## **CAPITULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. ANTECEDENTE DE LA INVESTIGACIÓN.**

Trabajos de esta índole se han realizado a manera de proyecto en clase de pregrado pero no en la profundidad de análisis necesario ni con el nivel de concientización de ser verdaderamente promotores en el cambio de la cultura organizacional para mejoramiento de la productividad.

Otros trabajos carecen de estudios y técnicas de evaluación que permitan determinar la necesidad de su implementación con la propuesta planteada en todo su contexto.

Son pequeños trabajo que no dejan un aporte critico de aprendizaje de los errores que se comete en la producción de las pequeñas empresas actuales y que peor aun no plantean soluciones clara; pero que si han servido de punto de partida para realizar este estudio y para que el mismo sea totalmente diferente a los anteriores.

## **2.2. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA**

### **2.2.1. ADMINISTRACIÓN**

#### **2.2.1.1. Naturaleza y Origen de la Administración**

Para comenzar a estudiar la administración es necesario, primero que nada, establecer una definición de esta; para esto existen dos tipos de definiciones:

##### *2.2.1.1.1. Etimológica*

Podemos etimológicamente definir a la administración como: Aquel o aquellos que realizan un trabajo bajo la dirección (o subordinación) de otros. En este concepto encontramos que siempre habrá alguien marcando el camino a seguir, y otro que la seguirá u obedecerá.

##### *2.2.1.1.2. Conceptual*

"La administración es el proceso de llevar a cabo actividades eficientemente con personas y por medio de ellas". Según Stephen Robbins.

La administración la entenderemos como un proceso, ya que en ella se realizan funciones en cierto orden y secuencia, por lo tanto la administración no es estática, debido a esto se hace necesario que constantemente se esté replanteando. Este proceso será de carácter permanente, interrumpido y sistemático, el cual tiende al logro de un

objetivo por parte de personas que aportan su esfuerzo y conocimiento de acuerdo a acciones interrelacionadas y coordinadas, es decir acciones planificadas organizadas, dirigidas y controladas.

### **2.2.1.2. Elementos de la Administración**

En cualquier organización que se aplique administración, siempre estarán presentes los siguientes elementos:

- Personas o recursos humanos
- Actividades
- Objetivos
- Recursos financieros, equipos, maquinarias, etc.
- Métodos (conocimientos, aplicaciones tecnológicas y operativas)

Todos estos elementos nos van a ayudar en forma coordinada a cumplir con nuestros objetivos.

### **2.2.1.3. Rol de la Administración**

La administración tiene como finalidad interpretar los objetivos propuestos por cualquier organización y transformarlos en una acción organizada, entonces el rol del administrador es poder interpretar los objetivos propuestos por una organización para finalmente cumplirlos.

Lo que va desde la organización al objetivo es la administración, por lo tanto la administración es lograr objetivos en todos los niveles, pero estos mismos objetivos se deben alcanzar de manera eficiente.

Dentro de la anterior definición encontramos a la vez otros conceptos que es necesario definir: Proceso y Eficiencia.

Un **proceso** se compone de distintos pasos que debemos seguir. La administración es un proceso que se compone de cuatro etapas fundamentales, que son: La Planeación, organización, dirección y el control; donde cada una de estas actividades implica el desarrollo de subprocesos.

Ahora debemos establecer la diferencia entre dos términos que a menudo son utilizados indistintamente: Eficacia y Eficiencia. **Eficacia** es simplemente el hecho de lograr un objetivo previsto, mientras que la **Eficiencia** se trata de alcanzar el objetivo con el menor costo, rápido, bien hecho y el menor esfuerzo posible. Para ser productivo se necesita ser eficiente.

#### **2.2.1.4. Proceso Administrativo o Funciones de la Administración**

La administración es el proceso de planear (planificar), organizar, liderar y controlar los esfuerzos de todos los miembros de la organización y el empleo de todos los recursos organizacionales establecidos, por lo tanto la administración no es estático y debido a lo cambiante del entorno, lo cual modifica a nuestra propia organización, se hace necesario que la administración constantemente se esté replanteando.

La administración cuenta de etapas, las cuales se constituirán en un lenguaje técnico en las llamadas etapas del proceso administrativo, las cuales se fundan en etapas previas, de carácter lógico.

## **2.2.2. ADMINISTRACIÓN DE PROYECTOS**

### **2.2.2.1. Definición**

Es la planeación, organización, dirección y control de los recursos para lograr un objetivo a corto plazo.

También se dice que la administración de proyectos ocurre cuando se da un énfasis y una atención especial para conducir actividades no repetitivas con el propósito de lograr un conjunto de metas.

Esta actividad es llevada a cabo por un conjunto de administradores que actúan como agentes unificadores para proyectos particulares, tomando en cuenta los recursos existentes, tales como el tiempo, materiales, capital, recursos humanos y tecnología.

### **2.2.2.2. Importancia de la administración de proyectos**

La administración de proyectos implica una gran importancia, por lo que es usada en una gran diversidad de campos; desde proyectos espaciales, en bancos, en desarrollo de sistemas en computadora, en procesamiento

de hidrocarburo, en la industria petroquímica, en telecomunicaciones, en defensa nacional, etc.

Los cambios tecnológicos, la necesidad de introducir nuevos productos al mercado, las cambiantes exigencias de los consumidores de productos, entre otras cosas, incrementan el fluido de operaciones en una organización, provocando que los métodos de administrativos convencionales sean inadecuados. Por esta razón la administración de proyectos es importante, ya que ofrece nuevas alternativas de organización.

#### **2.2.2.3. Funciones de la administración**

La administración procura siempre el máximo aprovechamiento de los recursos, mediante su utilización eficiente. Las principales funciones de la administración se engloban en planeación, organización, dirección y control.

Durante la planeación se decide anticipadamente qué, quién, cómo, cuándo y por qué se hará el proyecto. Las tareas más importantes de la planeación son determinar el status actual de la organización, pronosticar a futuro, determinar los recursos que se necesitarán, revisar y ajustar el plan de acuerdo con los resultados de control y coordinar durante todo el proceso de planeación.

La organización realiza actividades en grupo, de asignación y asesoramiento, y proporciona la autoridad necesaria para llevar a cabo las actividades.

Dentro de esta etapa se identifica, define y divide el trabajo a realizar, se agrupan y definen los puestos, se proporcionan los recursos necesarios y se asignan los grados de autoridad.

El siguiente paso es la dirección, la cual sirve para conducir el comportamiento humano hacia las metas establecidas.

Aquí se comunican y explican los objetivos a los subordinados, se asignan estándares, se entrena y guía a los subordinados para llegar a los estándares requeridos, se recompensa el rendimiento y se mantiene un ambiente motivacional.

Por último se encuentra el control, que se encarga de medir el rendimiento obtenido en relación a las metas fijadas. En caso de haber desviaciones, se determinan las causas y se corrige lo que sea necesario.

#### **2.2.2.4. Qué es el administrador de proyectos**

El administrador de proyectos puede ser definido como el individuo que cumple con la tarea de integrar los esfuerzos dirigidos hacia la ejecución exitosa de un proyecto específico. Esta persona enfrenta un conjunto de circunstancias único en cada proyecto.

El administrador de proyectos es una extensión del administrador general de una organización.

### **2.2.3. ADMINISTRACIÓN DE LA PRODUCCIÓN**

#### **2.2.3.1. Introducción**

El desarrollo cultural del hombre, unido a la vocación que le permita situarse en determinado ambiente, va dificultando enormemente el cambio que se realiza, en el sentido de que cada vez es más difícil la correspondencia entre los gustos e inclinaciones y es muy fortuito que coincidan dos sujetos en los cuales se den las circunstancias de que, lo que ofrece uno le apetezca al otro, y éste, a su vez, cumpla con los requerimientos que solicita el primero.

El ritmo de vida actual, es otro de los aspectos que ha hecho que los ofertantes se vean en la necesidad de innovar constantemente los sistemas productivos, con el fin de satisfacer las exigencias de los demandantes.

Es necesario que desde las microempresas hasta las empresas grandes piensen constantemente en la continua modernización de los sistemas de producción. Ya que esta es la parte medular para el desarrollo empresarial.

### 2.2.3.3. Sistema de producción.

Para dar un criterio claro sobre los sistemas de producción se darán varios conceptos de sistemas de producción de distintos autores y luego los criterios propios en base a estos conceptos.

a) *Definición de sistema.* Según el Diccionario de Encarta 2007 define a los sistemas como: “Conjunto de reglas o principios sobre una materia racionalmente enlazados entre sí”. Allí mismo a continuación podemos encontrar otra definición que podría ser muy útil que dice: “Conjunto de cosas que relacionadas entre sí ordenadamente contribuyen a determinado objeto”.

Según G. Velázquez Mastretta<sup>1</sup>, en forma muy general se puede decir que un sistema es alguna cosa o ente que recibe algo, lo procesa y produce algo”.

El mismo autor dice: “Un sistema es un conjunto de objetos y/o seres vivientes relacionados de antemano, para procesar algo que denominamos insumo, y convertirlo en producto definido por el objetivo del sistema y que puede o no tener un dispositivo de control que permita mantener su funcionamiento”.

---

<sup>1</sup>. G. Velázquez Mastretta, Administración de los sistemas de producción. Quinta Edición . Pág. 19

#### **2.2.3.4. Función Productiva.**

La función productiva está, pues, enmarcada en una filosofía que acepta la premisa de que el único modo de estudiar la organización es estudiarla como sistema y el análisis del sistema trata de la organización como sistemas de variable, mutuamente dependientes. Las dediciones directivas de quien coordina los sistemas de producción, deben apoyarse en el enfoque de sistemas y en condiciones razonables derivadas de ellos.

Las preguntas típicas para esas decisiones son: ¿Qué producir?, ¿cómo producir?, ¿Para quién producir?

*2.2.3.4.1. El qué producir.* En cierto sentido estas palabras son demasiado amplias para traducirlas en un resultado específico. Establecen la interrogante que no solo abarca la fabricación de vestidos. La elaboración de un libro, la fabricación de autos, la producción de gasolina, la manufactura de hule sintético, etc., todo construyen ejemplo de ¿qué producir?

Mucho de los objetos que nos rodean y que forman parte de la vida cotidiana no existían hace treinta años. Algunos de ellos son enteramente nuevos y satisfacen las necesidades que nos han aportado el progreso, tales como el flash Drive, los CD, los celulares, los MP3, la Internet... etc.

2.2.3.4.2. *El Cómo producir.* Encierra una diversificación enorme de tecnologías integradas para desarrollar un sistema de producción y, a la vez, una planeación a veces complejas y al mismo tiempo concreta, de los programas de producción.

¿Cómo producir? No comprende sólo los factores tecnológicos de la gama del conocimiento analítico y abstracto, sino también los lineamientos económicos y administrativos.

El objetivo de ¿cómo producir? Exige el equipo requerido, material, recursos humanos, mano de obra, tiempos de producción, ingeniería de métodos y sistemas, determinación de los costos correspondientes y establecer al mismo tiempo las normas adecuadas de control.

Esta pregunta nos lanza un reto en el plan competitivo, reto que, como administradores de empresa, debemos aceptar.

El progreso administrativo consiste en hacer de la producción una actividad sistemática, apoyada en datos sujetos, en posibilidades reales, en estudios técnicos, para que éstos sirvan de fundamento sólido a las políticas y programas, y sean a su vez instrumentos eficientes y de verdadera utilidad.

Pero todo lo expresado debe complementarse con una tercera pregunta que hoy en día toma una real importancia.

2.2.3.4.3. *Para quién producir.* Esta pregunta es la base para la investigación y reconocimiento de las ideas convenientes para las posibilidades de la empresa y para las necesidades de mercado.

La pregunta ¿Para quién producir? Considera a la planeación de ventas como básica ya que de ella dependen todos los demás programas que pueden elaborarse. Es de suma para cualquier empresa pública o privada conocer detalladamente a los clientes, dónde localizarlos, cuáles son sus necesidades y deseos, dónde y cómo compran, en cantidad, y cuánto pagan.

El ¿Para quién producir? Implica discriminar con el máximo de precisión, quiénes van a ser los consumidores del producto a fabricarse, es decir, las categorías sobre las cuales deberá concentrarse el esfuerzo, y en función de las cuales habrá de estar especialmente concebido el producto.

El contestar esta pregunta dentro de la empresa no solamente lanza un reto competitivo que se debe aceptar, exige también superar los factores adversos al subdesarrollo elaborando productos que compitan en calidad y en precio con los artículos de importación.

En conclusión el ¿qué, cómo y para quien producir? Demanda una integración administrativa.

El sustento de todo lo escrito sobre la administración de la producción en este trabajo de investigación debe ser complementado con otro aspecto que debe ser tomado muy en cuenta. (Velázquez Mastretta G.: Administración de los sistemas de Producción, Quinta Edición)

### **2.2.3.5. Planeación de la producción**

2.2.3.5.1. *Definición.*- la planeación de producción en una empresa puede compararse con la planeación familiar, la cuál ha sido enfatizada con el fin de evitar un crecimiento demográfico tal, que conduzca al país a una catástrofe.

Según Robert H Bock y William K. Holstein, en su libro de Planeación y control de la producción dicen “La planeación de producción es el conjunto de planes sistemáticos y acciones encaminados a dirigir la producción, considerando los factores cuánto, cuándo, dónde y a qué costo.

¿Cuánto? Qué cantidad de cada artículo es necesario producir.

¿Cuándo? En qué fecha se iniciará y terminará el trabajo de cada una de las fases.

¿Dónde? Qué máquina, grupo de máquinas y operarios se encargaran de realizar el trabajo.

¿A qué costos? Estimar cuánto costará a la empresa producir el artículo o lote deseado del mismo.

---

<sup>3</sup>. G. Velázquez Mastretta, Administración de los sistemas de producción. Quinta Edición  
Pág. 155.

Dicho de otra manera, la planeación de la producción es la labor que establece límites o niveles para las operaciones de fabricación en el futuro.

Quien planea la producción necesita tener una idea de la cantidad de artículos que deben ser producidos para hacer frente a las demandas de los clientes, presentes y futuras. Debe poder hacer predicciones y o previsiones sobre requisitos de salidas. No se dispone de métodos que proporcionen predicciones completamente exactas; existen varios enfoques que ayudan al planeador a hacer predicciones razonablemente exactas.

#### **2.2.3.6. Control de la Producción**

“En términos generales se puede decir que la administración de materiales y el control de la producción son un solo tema; ya que cualquier análisis de los problemas de producción que los considere en forma aislada, probablemente conduzca a una solución subóptima y no muy adecuada a las necesidades de una empresa”<sup>4</sup>

En otras palabras se puede definir el control de producción como la toma de decisiones y acciones que son necesarias para corregir el desarrollo de un proceso de modo que se apegue al plan trazado.

Otra definición es la que da el diccionario de términos para el Control de la Producción y el Inventario: La función de dirigir o regular el movimiento metódico de los materiales por todo el ciclo de fabricación, desde la requisición de materias primas, hasta la entrega del producto terminado, mediante la transmisión sistemática de órdenes a los subordinados, según un plan de rutina que utiliza las instalaciones de la fábrica de modo más económico.

Richard J. Hopeman indica. “Una vez emitidas las órdenes, principia la producción, y se presenta la necesidad del control de la misma. Las actividades de control se conocen como *continuidad* en la jerga de planeación y control de la producción. La continuidad implica comprobaciones para cerciorarse de que se esté ejecutando el trabajo de acuerdo con los planes originales. Si se presentan desviaciones de éstos, debe presentarse una acción correctiva.

## **2.2.4. CALIDAD**

### **2.2.4.1. Introducción**

La Calidad Total es el estadio más evolucionado dentro de las sucesivas transformaciones que ha sufrido el término Calidad a lo largo del tiempo. En un primer momento se habla de Control de Calidad, primera etapa en la gestión de la Calidad que se basa en técnicas de inspección aplicadas a Producción. Posteriormente nace el Aseguramiento de la Calidad, fase que persigue

garantizar un nivel continuo de la calidad del producto o servicio proporcionado. Finalmente se llega a lo que hoy en día se conoce como Calidad Total, un sistema de gestión empresarial íntimamente relacionado con el concepto de Mejora Continua y que incluye las dos fases anteriores. Los principios fundamentales de este sistema de gestión son los siguientes:

- Consecución de la plena satisfacción de las necesidades y expectativas del cliente (interno y externo).
- Desarrollo de un proceso de mejora continua en todas las actividades y procesos llevados a cabo en la empresa (implantar la mejora continua tiene un principio pero no un fin).
- Total compromiso de la Dirección y un liderazgo activo de todo el equipo directivo.
- Participación de todos los miembros de la organización y fomento del trabajo en equipo hacia una Gestión de Calidad Total.
- Involucración del proveedor en el sistema de Calidad Total de la empresa, dado el fundamental papel de éste en la consecución de la Calidad en la empresa.
- Identificación y Gestión de los Procesos Clave de la organización, superando las barreras departamentales y estructurales que esconden dichos procesos.
- Toma de decisiones de gestión basada en datos y hechos objetivos sobre gestión basada en la intuición. Dominio del manejo de la información.

La filosofía de la Calidad Total proporciona una concepción global que fomenta la Mejora Continua en la organización y la involucración de todos

sus miembros, centrándose en la satisfacción tanto del cliente interno como del externo.

#### **2.2.4.2. Definición de Calidad**

Según el diccionario de Microsoft Encarta 2007 define a la calidad como: “Propiedad o conjunto de propiedades inherentes a algo, que permiten juzgar su valor respecto a otra de su misma especie”.

Según la tercera edición del diccionario didáctico español (1994), a más de la primera definición da otra que dice: “Superioridad, excelencia o conjunto de buenas cualidades”.

En definitiva la calidad se la podría definir como una serie de parámetros que debe cumplir un artículo o un servicio con el fin de satisfacer cabalmente las exigencias del consumidor.

##### *2.2.4.2.1. Autores de la gestión de calidad*

Cada disciplina de gestión tiene sus autores, en lo que se refiere a la gestión de la calidad se tratara brevemente algunos personajes conocidos como influyentes profesionales de la calidad.

a) *Juran*. La definición de Juran es adecuada para el uso. Lo utiliza en el contexto de que la opinión del usuario es la que dice que la calidad está en el uso real del producto o servicio. Juran aplicó a la calidad dos

significados diferentes: características y ausencia de defectos. Manejar con eficacia estos significados requiere utilizar lo que ahora parece un concepto muy antiguo de la trilogía de la calidad e indica la conexión entre planificación, control y mejora de la calidad.

En base a esta definición, solo el cliente puede determinar la calidad del producto o servicio. Muchos fabricantes no les gustan utilizarla, y prefieren una situación más controlada con las especificaciones.

#### **2.2.4.3. Qué es la Calidad Total**

Feigenbaum es un ingeniero, conocido por su trabajo en control de la calidad y definió a la calidad total como “un eficaz sistema de integrar el desarrollo de la calidad, su mantenimiento y los esfuerzos de los diferentes grupos en una organización para mejorarla, y así permitir que la producción y los servicios se realicen en los niveles económicos que permitan la satisfacción de un cliente”.

Por lo tanto la calidad se define como total por suponer la plena implicación de todos los miembros de la empresa y de todos los aspectos relacionados con la organización de ésta. Esto incluye la implicación de todos los miembros de la empresa en mejorar la calidad continuamente, por lo que la calidad se intenta obtener en todo lo relacionado a la organización, no exclusivamente en el producto o servicio.

A lo que mercadotecnia se refiere, la calidad está directamente relacionada con la satisfacción del cliente, así es que se dice que a mayor satisfacción del cliente, el producto o servicio prestado adquiere mayor grado de calidad.

En resumen Conjunto de esfuerzos, métodos y tecnologías que una compañía o institución aplica en todas sus áreas para que sus productos o servicios (o ambos) satisfagan plenamente las necesidades del cliente, incluyendo costo y precio.

#### **2.2.4.4. Pasos para mejorar la calidad**

Todos los empresarios sin importar el giro o actividad de sus empresas, se preocupan de manera general acerca de la calidad en cuanto a sus servicios, productos y personal. Las preguntas que se plantean varían desde principios básicos como ¿estaremos dando un buen servicio?, ¿por qué nos regresan los productos si son de calidad excelente? o en mayor grado nos podemos preguntar, ¿qué pasa con nuestros estándares de calidad los cuales no nos permiten ser certificados con ISO 9000?

Cada empresario o director de área estará preocupando por su situación personal en casos particulares y buscará de manera simple o compleja resolver los problemas relacionados con la misma. Pero para todos aquellos que desean mejorar sin complicaciones la calidad en sus productos y/o servicios, se ha publicado un libro titulado 'calidad sin lagrimas' por Phillip B. Crosby, el cuál sin grandes complicaciones sugiere algunos pasos para

enfrentar cambios básicos para ser mejores en calidad y los cuales serán comentados y resumidos brevemente a continuación:

**Paso Uno.- Compromiso de la dirección.-** Aquellos que dirigen las empresas y manifiestan el rumbo de las organizaciones, deben crear un compromiso en cuanto a productos y servicios de calidad donde no deben ignorar políticas y restricciones para transformar según las necesidades de la organización el área de calidad.

**Paso dos.- Equipo para el mejoramiento de la calidad.-** Se debe reunir a gente comprometida y sobre todo capacitada para lograr llegar a aquellos estándares que la empresa ha fijado y sobre todo es importante seguir capacitando al personal por medio de gente 'experta' y conocedora de la misma.

***Paso tres.- Medición.-*** Es necesario recalcar que las mediciones deben ser claras para lograr una comunicación bien definida ya que se han establecido lenguajes unificados dentro de la calidad y sobre todo para poder comparar los avances que se han logrado a través de cierto tiempo con las nuevas normas.

***Paso cuatro.- El costo de la calidad.-*** La mayoría de los empresarios o aquellos ejecutivos que toman la decisión de implantar nuevos sistemas para el mejoramiento de la calidad, se rehúsan a invertir grandes montos en dicha actividad, pero es necesario crear un comité o un grupo de personas que

desarrolle un programa de calidad que se ajuste a las reglas contables de la compañía para lograr fijar un presupuesto de manera objetiva y real.

*Paso cinco.- Crear conciencia sobre la Calidad.-* Hay que comunicar a todos los niveles sin importar el puesto o la actividad a realizar, los conceptos unificados de la calidad y recalcarla con cierta frecuencia para no perder el objetivo primordial de mejorarla en la actividad cotidiana.

*Paso seis.- Acción correctiva.-* Actuar en conjunto para provocar que desde todas las áreas de la organización se logre alto grado de calidad y la suma de todas ellas resulte en un producto o servicio final con la calidad determinada previamente.

*Paso siete.- Planear el día de cero defectos.-* Debe ser planeado de manera realista y tratar de llegar a producir un producto o servicio con los mínimos errores hasta llegar a cero defectos.

*Paso ocho.- Educación al personal.-* Enseñar y especificar a todo el personal ¿qué es lo que se busca? y como se va a llegar a ello.

*Paso nueve.- Fijar metas.-* se deben fijar objetivos a corto, mediano y largo plazo en una serie de metas cortas que permitan llegar poco a poco a cada una de ellas hasta lograr “cero defectos”.

*Paso diez.- Repetir todo el proceso.-* una vez encontrado el camino correcto para lograr una calidad excelente, se debe repetir el proceso para lograr no perder la perfección ya alcanzada y seguir con la meta y el camino previamente establecido para alcanzar un camino de excelencia.

## **2.2.5. PROYECTO DE INVERSIÓN**

### **2.2.5.1. Contenido del Proyecto**

Es importante conocer conceptos básicos que se debe conocer en la elaboración de un proyecto de inversión, tales como la identificación de la idea objeto del proyecto; el tipo de información con la que se va a encontrar en el momento de estudiar la idea.

Igualmente, investiga las razones por la que es importante realizar el estudio, mostrar que se hace más fácil de esta manera la venta de la idea de negocio a posibles inversionistas, que en un momento dado, pueden estar interesados en financiarlos total o parcialmente; o al sistema financiero, para que sirva como elemento facilitador en la consecución de los recursos monetarios complementarios que permitan llevar a la práctica dicho proyecto.

En la elaboración de un proyecto de inversión se propone unos pasos a seguir, tanto en su realización como en el proceso de inversión del mismo.

Aquí se hace énfasis en que un proyecto de inversión, como cualquier actividad social, tiene un ciclo de vida.

Una vez terminada la formulación del plan de negocio se propone analizar las viabilidades financieras, técnicas y sociales que persigue el proyecto de negocio.

#### 2.2.5.1.1. *Identificación de la idea*

En la identificación de la idea, el emprendedor deberá tener claro si tiene una idea de negocio atractiva y que es lo que se va a vender.

Dicho proceso de selección de una buena idea de negocio se inicia observando el entorno que rodea a un ente empresarial, analizando las necesidades de los consumidores, sus aficiones, también estableciendo contacto con personas creativas; o bien, buscando formación de a través de medios de comunicación, asociaciones empresariales, organismos de promoción empresarial, etc.

#### 2.2.5.1.2. *Fuente de obtención de información en los proyectos.*

En la búsqueda de información en los proyectos, existen dos posibles fuentes de información:

a.) *Información Primaria.*

Es aquella información que es indispensable obtener para la realización del estudio de factibilidad del proyecto. Se caracteriza en la obtención de esta información su costo puede ser significativo. Ejemplo: la necesidad de contratar una investigación de mercados, un estudio específico de suelos, etc.

b.) *Información Secundaria*

“En la etapa de pre factibilidad de un proyecto de inversión, se maneja información de tipo secundaria, que es aquella que permite sustentar parte del proceso de investigación que en ese momento se le está aplicando a la idea. Se caracteriza porque su obtención no es muy costosa. Por ejemplo: la búsqueda de estadísticas, de estudios específicos sobre el tema que afecta el proyecto de inversión, la identificación de posibles fuentes de financiamiento, etc

2.2.5.1.3. *Para qué sirve un proyecto*

- Con la elaboración de un proyecto de inversión el emprendedor va ordenando sus ideas para convertirla luego en algo real. En lugar de tener todo en la mente, los detalles, las ideas y los números, empiezan a tomar forma en un documento escrito.

- En el proyecto se puede hacer supuestos, simulaciones, etc. Que en la realidad sería bastante costoso de comprobar. Es más económico equivocarse en el proyecto que equivocarse en la realidad.
- Cuando empieza la ejecución del plan de negocio, comienzan a aparecer situaciones que no se habían previsto, se descubre cosas que hasta el momento no se conocían
- Los empresarios para poner de común acuerdo a posibles inversionistas interesados en la idea de negocio, deben saber redactar el documento que contenga el proyecto de inversión a realizar.
- Es una herramienta de marketing. A veces, el empresario no dispone de los recursos necesarios para empezar el plan de negocio, por tanto, debe buscar financiación externa y ayudas públicas o privadas.

La elaboración y evaluación de un proyecto de inversión es un instrumento de decisión que determina si es rentable, se podrá implementar, y si no, deberá abandonarse. Sin embargo, debe tenerse presente que una propuesta técnicamente realizada, habrá de servir como una herramienta que oriente la toma de una decisión y no como una opción definitiva de «si es rentable se implementa y si no se descarta», dado que existen casos en que por estrategia de mercado es indispensable llevar a la ejecución un proyecto de inversión que en su estudio no es rentable pero que es indispensable mantenerlo presente en

el mercado como una estrategia de comercialización de otros posibles productos.

#### 2.2.5.1.4. *Etapas en el estudio de un proyecto de inversión.*

En cada uno de los pasos a seguir en la elaboración del proyecto de inversión, se estudia su viabilidad técnica, económica, financiera, institucional y ambiental.

##### a) *Investigación preliminar.*

- *Título:* corresponde al objetivo fundamental propuesto en la investigación realizada.
- *Planteamiento del problema:* Plantear un problema es exponer o proponer temas, preguntas, dificultades o aspectos que pueden ayudar a la solución del mismo, que generalmente responde a la identificación de una necesidad.
- *Formulación del problema:* enunciar en forma precisa y concreta los elementos o contenidos del problema.
- *Objetivos:* constituyen los propósitos trazados para la consecución de un resultado final en la realización del plan de negocio. Se clasifican

según su alcance en específicos o genéricos, según la temporalidad en mediatos e inmediatos (a corto y largo plazo) y según el enfoque en teóricos y prácticos. Un objetivo bien formulado es aquél que logra transmitir lo que realmente intenta realizar o alcanzar el proyecto.

b) *Estudio de Prefactibilidad*

En esta etapa se perfeccionan los aspectos de mercado, técnicos, financieros, institucionales, administrativos y los ambientales, elaborados en la fase anterior y si es preciso, se acude a información primaria para algunas variables consideradas como relevantes, con el fin de contrastar las hipótesis inicialmente planteadas. (Sosa Clifor: Como Elaborar un Proyecto de Inversión Turístico).

Los estudios de prefactibilidad se utilizan como instrumento de negociación con instituciones financieras o con inversionistas potenciales. Es importante adelantar en esta etapa el análisis de sensibilidad que permita observar el comportamiento del proyecto de inversión ante situaciones de orden económico y social que puedan afectar su buen curso. Igualmente se deben considerar varias alternativas de inversión en el proyecto, para que una vez analizadas, permita la escogencia de la más viable.

Al terminar el estudio de prefactibilidad se debe definir la alternativa más viable y continuar con el siguiente paso en la etapa de elaboración y

evaluación del proyecto de inversión, como es el estudio de factibilidad o proceder al diseño definitivo para iniciar el cronograma de ejecución, o abandonar el proyecto de manera temporal o definitiva, si este no colma las expectativas del emprendedor, al no presentar ventajas comparativas que ameriten su ejecución.

c) *Estudio de Factibilidad*

Cuando aún persisten dudas en torno a la viabilidad del proyecto en algunos de sus aspectos fundamentales, se procede a depurar la información que permita otorgar mejores y más confiables soportes a los indicadores de evaluación. La decisión de pasar de la etapa anterior al estudio de factibilidad debe ser tomada por los interesados en los proyectos, pues su elaboración, implica altos gastos financieros y consumo de tiempo.

El estudio de factibilidad debe conducir a la identificación precisa del proyecto de inversión a través del estudio del mercado, tamaño, localización, ingeniería del proyecto, diseño del modelo administrativo adecuado para cada etapa del proyecto, estimación del nivel de las inversiones necesarias y su cronología, lo mismo que los costos de operación y el cálculo de los ingresos, identificación plena de fuentes de financiación y la regulación de compromisos de participación en el proyecto, aplicación de criterios de evaluación financieros, económico,

social y ambiental, que permita obtener argumentos para la decisión de realización del proyecto.

En el estudio de factibilidad se puede abandonar el proyecto de inversión por no ser viable o conveniente, o por el contrario, mejorarlo, elaborando un diseño definitivo, teniendo en cuenta las sugerencias y modificaciones que propongan las posibles fuentes de financiación del proyecto.

d) *Diseño definitivo.*

El diseño definitivo tiene como finalidad primordial identificar y definir el ente administrativo y gerencial responsable por la dirección del proyecto de inversión.

La gerencia de proyectos es el proceso de combinar técnicas y personas para completar un proyecto de inversión dentro de las metas establecidas de tiempo, presupuesto y calidad. Incluye procesos aplicables al mejoramiento del desempeño y la eficiencia en las organizaciones actuales.

e) *Cronograma de ejecución.*

Una vez definido en su totalidad el proyecto de inversión, se hace necesario elaborar el cronograma de ejecución de todas las actividades que son necesarias para la realización del proyecto. Estas actividades

hacen referencia a la puesta en marcha del proyecto y a la forma como se van a realizar las inversiones para que, con base en este cronograma y una vez obtenida la financiación que demande el proyecto, recibir los créditos a que haya lugar.

Dependiendo de la complejidad de las actividades a realizar y al desembolso de los créditos aprobados, se podrá utilizar herramientas de planeamiento y control gerencial como Barras de Gantt o el diagrama PERT - CPM.

f) *Puesta en Marcha.*

Esta es la última etapa con la que culmina el proceso de elaboración y evaluación de un proyecto de inversión, es cuando todo lo que se ha planeado se busca hacer realidad. Es importante tener presente, que el diseño definitivo del estudio de factibilidad no es una camisa de fuerza que impida realizar los ajustes que sean necesarios en esta parte del proyecto de inversión, lo cual no significa que hacer el estudio, es mandarlo a empastar con letras doradas y que guarde polvo en un anaquel, sino por el contrario este debe servir de horizonte, de guía en la puesta en marcha del proyecto.

### **2.3. Idea a defender**

Con la implementación de un proyecto de inversión para la confección de ropa deportiva, se contribuirá a satisfacer las exigencias de los consumidores de la ciudad de Babahoyo.

## **CAPITULO III**

### **MARCO METODOLÓGICO**

#### **3.1. MODALIDAD**

La modalidad de la investigación es cuali-cuantitativa, ya que esta fusión valora el aporte social de este trabajo, pero al mismo tiempo cuantifica los elementos relevantes que verifican la viabilidad del mismo.

#### **3.2. TIPO DE DE ESTUDIO**

La presente investigación se desarrolló en un marco bibliográfico en el que se fundamenta científicamente las herramientas utilizadas. También es de carácter descriptiva ya que fomenta la aplicación de parámetros de medición que garanticen propuestas factibles para la solución del problema.

Es de campo ya que se requirió de una serie de encuestas para sustentar la propuesta.

### 3.3. MÉTODOS Y TÉCNICAS

#### 3.3.1 Métodos

Los métodos que se aplicaron fueron:

El método inductivo, deductivo ayuda a analizar el problema y en función de aquello plantear soluciones prácticas.

**Inductivo**, porque analizamos otros factores como por ejemplo considerar el estudio o la aplicación de Proyectos de Inversión

**Deductivo**, porque detallamos toda la estructura de un proyecto de inversión para su futura aplicación.

**Analítico-sintético**, porque este método hizo posible la comprensión de todo hecho, fenómeno, idea, que se fundamentaron en este trabajo.

#### 3.3.2 Técnicas

**Encuestas.-** Se las realizó a los clientes internos y externos para conocer cuáles son las expectativas en el trabajo y su nivel de aceptación en el mismo.

**3.3.3. Instrumentos de la investigación.-** Los instrumentos que se utilizaron para ésta investigación fueron los cuestionarios.

### 3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

La población será la población económicamente activa de la ciudad de Babahoyo, competidores y proveedores.

$N = 47330$  personas

$E = 0.05$

$$n = \frac{N}{(E)^2(N-1)+1} = \frac{47330}{(0.05)^2(47330-1)+1} = 375$$

Debido a que la población es muy grande el tamaño de la muestra adecuado será de 375 habitantes.

El estrato que se seleccionará será el siguiente:

COMPOSICIÓN	POBLACIÓN
Población económicamente Activa (PEA)	375

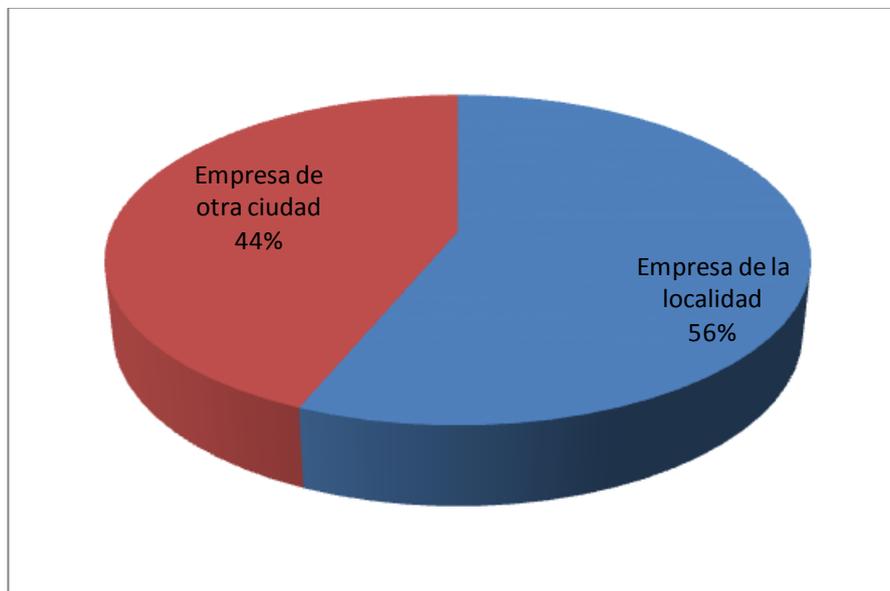
### 3.5. PROCESAMIENTO DE DATOS

#### 3.5.1. Encuesta dirigida a la población económicamente activa de la ciudad de Babahoyo y sus alrededores para establecer sus gustos y preferencias.

**CUADRO # 1**

La ropa deportiva que adquiere es de:		
a)	Empresas de la localidad	211
b)	Empresas de otra ciudad	164
Total		375

**GRAFICA # 1**



#### **ANÁLISIS DE DATOS**

De los 375 encuestados el 44% de los mismos indicaron que adquirirían ropa deportiva normalmente en empresas de otra ciudad, mientras que el 56% indicó que prefería adquirir la ropa deportiva en empresas de la localidad.

**CUADRO # 2**

¿Qué opinión le merece la ropa deportiva que actualmente se ofrece en los diferentes puntos de venta de la ciudad?		
1	De excelente calidad	0
2	De Buena Calidad	295
3	De mala calidad	80
	<b>TOTAL</b>	<b>375</b>

**GRAFICA # 2**



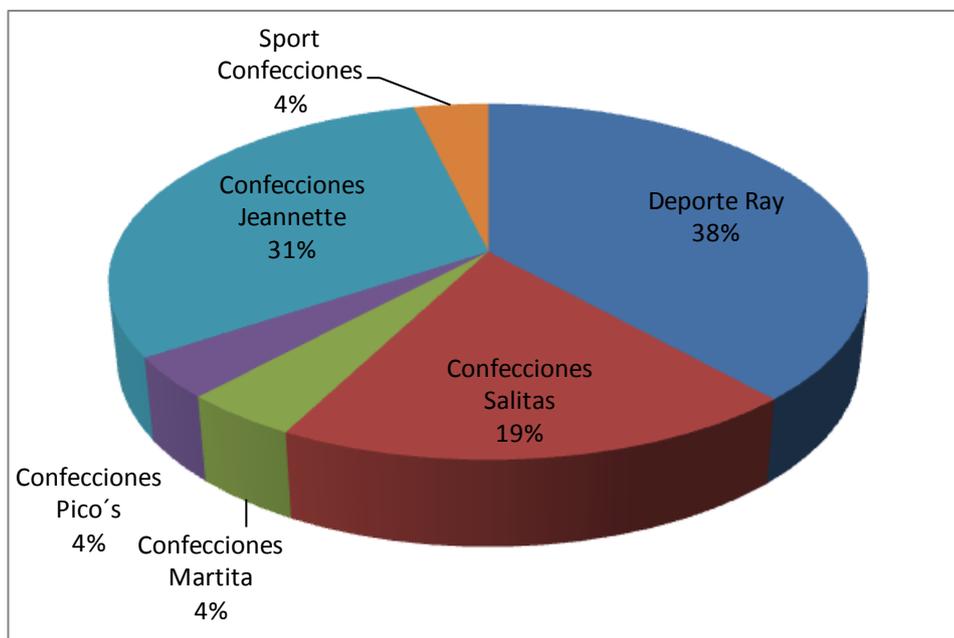
### **ANÁLISIS DE DATOS**

De los 375 encuestados el 21% de los mismos indicaron que la ropa de las empresas locales es de mala calidad, mientras que el 79% indicó que la ropa en la empresas locales es de buena calidad, ninguno de los encuestados se pronuncio en el sentido de que la ropa deportiva de las empresas locales sea de excelente calidad.

**CUADRO # 3**

¿Cuáles de las empresas de ropa deportiva que existen en Babahoyo conoce?		
1	Deportes Ray	144
2	Confecciones Salitas	72
3	Confecciones Martita	16
4	Confecciones Pico's	14
5	Confecciones Jeannette	115
6	Sport Confecciones	14
TOTAL		375

**GRAFICO # 3**



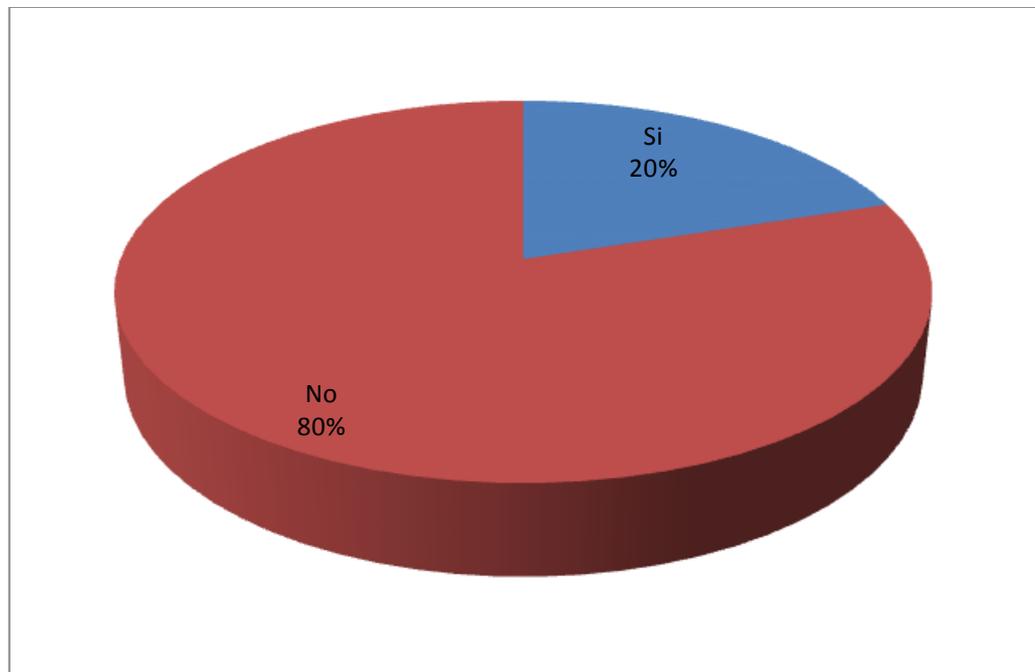
**ANÁLISIS DE DATOS**

El 38% de los encuestados indicaron que conocen Deportes Ray, el 19% dicen conocer confecciones Salitas, el 4% conocen confecciones Martita, el 4% conoce confecciones Pico's, el 31% dice conocer confecciones Jeannette y el 4% de los encuestados dice conocer Sport Confecciones.

**CUADRO # 4**

¿Le satisface el servicio de atención al cliente que brindan las empresas de confección de ropa deportiva locales?		
1	Si	75
2	No	300
	TOTAL	375

**GRAFICO # 4**



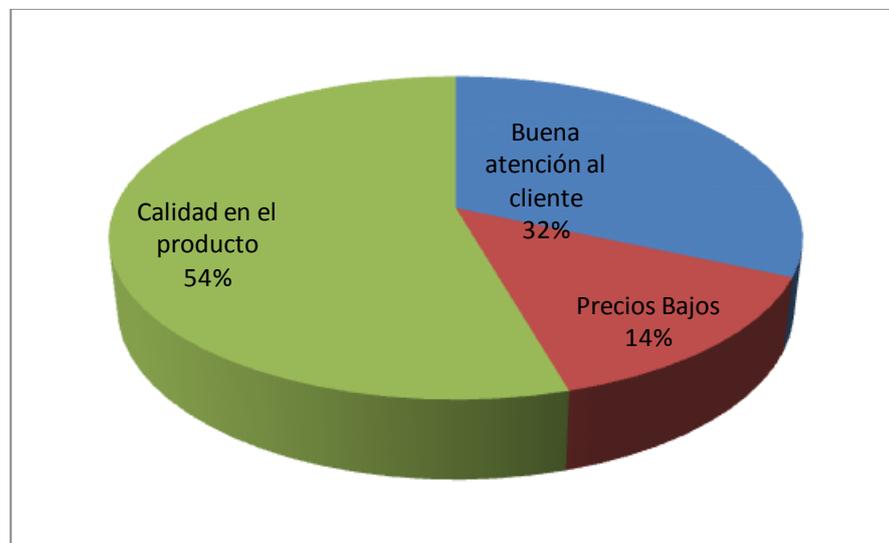
**ANÁLISIS DE DATOS**

El 20% de los encuestados dicen sentirse satisfechos por la atención que brindan las empresas que confeccionan ropa deportiva en la ciudad, mientras que el 80% sostienen que no les satisface la atención al cliente que estas empresas mantienen

**CUADRO # 5**

¿Le gustaría que la ciudad cuente con una empresa de confección de ropa deportiva que brinde:		
1	Buena Atención al cliente	119
2	Precios Bajos	52
3	Calidad en el producto	204
TOTAL		375

**GRAFICA # 5**



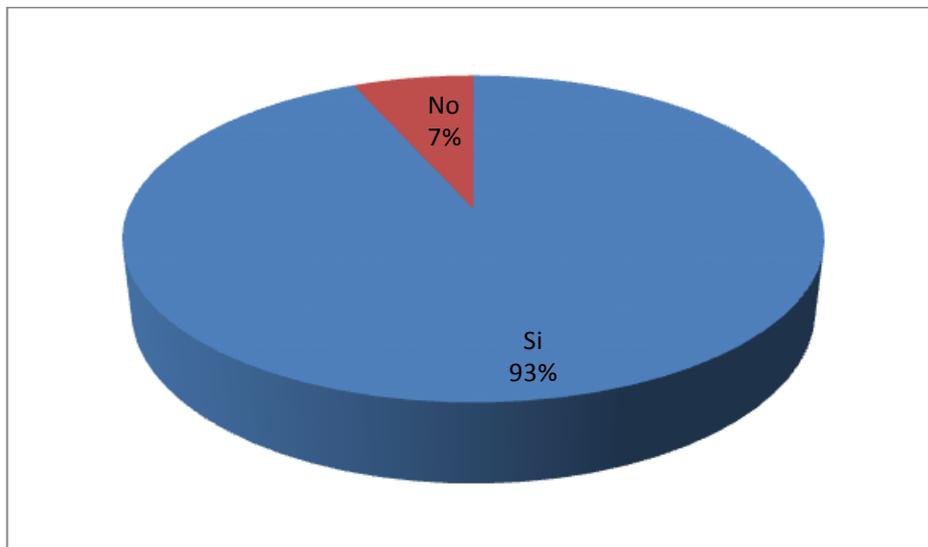
### **ANÁLISIS DE DATOS**

De los 375 encuestados según el cálculo de la muestra el 32% de los mismos indicaron que les gustaría que existiera por lo menos una empresa que les brinde buena atención al cliente. El 14% de los encuestados prefieren que los precios que ofrezcan estas empresas sean bajos, y el 54% indicaron que preferían que la empresa le brinde una muy buena calidad en el producto.

**CUADRO # 6**

¿Cree Usted que debería existir una empresa de confección de ropa deportiva en la ciudad que garantice exclusividad en el diseño de uniforme deportivos?		
1	Si	350
2	No	25
TOTAL		375

**GRAFICA # 6**



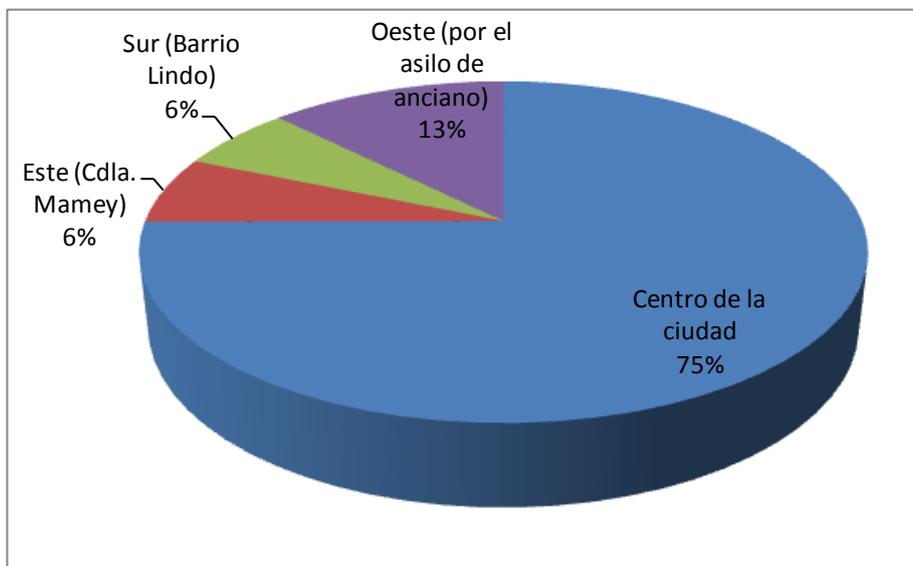
**ANÁLISIS DE DATOS**

El 93% de las personas encuestadas piensan que si debería haber una empresa de confección de ropa deportiva que garantice exclusividad en el diseño de uniformes deportivos. Mientras que el 7% opinaron que no es necesaria una empresa que garantice la exclusividad en la confección de uniformes deportivos.

**CUADRO # 7**

¿En dónde cree Usted sería la mejor ubicación de la empresa?		
1	Centro de la ciudad	281
2	Este (Cdla. El Mamey)	24
3	Sur (Barrio Lindo)	23
4	Oeste (por el asilo de anciano)	47
	<b>TOTAL</b>	<b>375</b>

**GRAFICA # 7**



**ANÁLISIS DE DATOS**

Sobre la opinión de la ubicación de la empresa los encuestados contestaron lo siguiente: El 75% dijeron que preferían que la empresa este ubicada en el centro, el 6% de los encuestados indicaron que la empresa debería estar ubicada en el Este (Cdla. El Mamey), el otro 6% indicaron que debería estar en el sur (Barrio Lindo), mientras que el 13% restante dijo que prefería que la empresa este ubicada en el oeste (por el asilo de anciano).

## **CAPITULO IV**

### **MARCO PROPOSITIVO**

#### **4.1. INTRODUCCIÓN**

##### **4.1.1. Análisis situacional.**

Una serie de negocios han surgido en el transcurso del tiempo, y tratan de satisfacer de mejor manera a sus clientes. En lo que se refiere a las confecciones desde un principio de la historia del hombre este ha visto en la vestimenta una de sus necesidades prioritarias junto con la necesidad de alimentarse, ha poseído las mejores pieles como sinónimo de estatus, luego con el pasar de los tiempos fue mejorando su vestimenta y a consecuencia de esto ha ido tecnificando la manera de producirla de tal manera que surge la moda o lo que podríamos decir, surge la necesidad del buen vestir.

##### **4.1.2. Idea de negocio**

Implementación de un proyecto de inversión, que permita la confección de ropa deportiva para satisfacer las exigencias de los consumidores de la ciudad de Babahoyo.

### **4.1.3. Objetivos**

#### **4.1.3.1. Objetivo General**

Diseñar un proyecto de inversión que permita la confección de ropa deportiva para satisfacer las exigencias de los consumidores de la ciudad de Babahoyo.

#### **4.1.3.2. Objetivos Específicos**

- Realizar un estudio de mercado que permita determinar la demanda insatisfecha
- Efectuar el análisis técnico que determine los parámetros para la puesta en marcha del proyecto.
- Construir la estructura organizacional, de recurso humano y legal, que logre una adecuada administración de la microempresa.
- Determinar la factibilidad financiera para la implementación del proyecto.

#### **4.1.4. Beneficiarios**

Los principales beneficiarios de este proyecto será la población económicamente activa del Cantón Babahoyo, Provincia de Los Ríos, los proveedores, empleados que serán parte del negocio y los inversionistas quienes aportaran con un determinado porcentaje de capital para el establecimiento del negocio, estos son:

## **4.2. ESTUDIO DE MERCADO**

### **4.2.1. Zona de Influencia del proyecto**

Este proyecto servirá principalmente para satisfacer a instituciones públicas y privadas, a escuelas, colegios, universidades que deseen confeccionar sus uniformes, equipos y que en los actuales momentos no cuentan con un lugar que les cubra las expectativas.

Dará cabida a artesanos de la confección que puedan ayudar con sus productos para el acabado de los equipos y uniformes.

Estará destinado para toda la zona de Babahoyo y sus sectores aledaños o parroquias rurales en donde haya instituciones a en el año realicen actividades deportivas o de otra índole como desfiles comparsas y que requieran de vestimentas especiales e inclusive a nivel de ministerio de educación para los uniformes de los niños, niñas y jóvenes de escuelas y colegios rurales que se entregan al principio del año, y en general para la ciudadanía de Babahoyo que requiera de los servicios.

### **4.2.2. Objetivo de mercado**

Mediante este estudio comprobaremos la demanda insatisfecha del mercado de las confecciones de uniformes deportivos tratando de determinar el porqué muchas instituciones de Babahoyo prefieren confeccionar sus uniformes de

Educación Física o ropa deportiva en empresas de otra zona como Guayaquil y no en las casas deportivas que hay dentro de la ciudad.

Otro objetivo es captar la mayor cantidad de esos clientes mediante una campaña agresiva de difusión y concientización de la calidad y eficiencia productiva de esta nueva casa de confección de ropa deportiva.

#### **4.2.3. Producto y precio**

Los productos que se ofrecerán, tendrán la calidad y acabado pertinente que logren la confiabilidad en la gente de la zona para que sean reconocidos.

Se elaboraran: Camisetas, pantalonetas, calentadores, chompas, camisas, pantalones, licras, mayas, uniformes de escuela y colegios, etc.

Estos productos se elaboraran en las características que los clientes requieran usando las telas establecidas por el cliente o la que el asesor del diseño sugiera, ya que en la época de desfiles, presentaciones son los clientes o aquellas personas que ensayan al grupo participante de estudiantes quienes imponen sus criterios del diseño de la vestimenta con que sus dirigidos (as) van a participar.

A continuación se muestran algunos productos que se podrían presentar al cliente.



Los precios de los productos variaran por su calidad, diseño, bordado, etc.

A continuación mostramos un cuadro de precios mínimos de varis productos ofrecidos al mercado.

PRODUCTO	TALLA	PRECIO DE VENTA Por unidad
<u>Pantalóneta niño</u> (elaborada en Nylon suplex) vivos decorados, elástico en cintura para mejor ajuste.	8 – 10 – 12 14	\$ 11
<u>Camisetas Jr. Masculinas</u> (elaboradas en 100% algodón) combinación de telas, bordado decorativo.	8 – 10 – 12 14	\$ 13.50
<u>Conjunto deportivo</u> (elaborado en Lycra algodón) incluye chaqueta y pantalón.	S - M - L	\$ 39.50
<u>Blusas nivel infantil</u> (elaborado en licra de algodón) silueta ajustada, en colores pasteles	6 – 8 – 10 12	\$ 5.50
<u>Equipos deportivos</u> (elaborado en algodón o nylon) incluye: camiseta, pantaloneta, polines	32 – 34 – 36 38 – 40	\$ 10
<u>Calentador</u> (elaborado en algodón)	32 – 34 – 36 38 – 40	\$ 8
<u>Chompa</u> (elaborada en algodón)	32 – 34 – 36 38 – 40	\$ 6

Dependiendo el volumen de venta los precios disminuirán desde un 5% hasta 10% de descuento.

La forma de pago se la concertará normalmente 50% al inicio del contrato y 50% al entregar el producto. Otra manera de pago será con tarjetas de crédito dando facilidad al cliente que pueda usar las tarjetas de crédito más usadas en el medio (Visa, Mastercard, Disney club, etc.).

#### **4.2.4. Sub-mercado consumidor**

La información que entrega el mercado consumidor es la más importante para el proyecto. La decisión del consumidor para adoptar una tecnología, comprar un producto o demandar un servicio, tiene componentes tanto racionales como emocionales, por lo que la predicción del comportamiento del uso o compra del servicio o producto que ofrece el proyecto se hace más complejo de lo esperado. La forma en que se ve, se usa o se valora algo varía, no solo entre una sociedad y otra sino también entre persona.

Para determinar los gustos, preferencias, necesidades, requerimientos, etc. del consumidor y conocer sus cambios frente a un mercado variable, hemos realizado encuestas a la ciudadanía de Babahoyo.

#### **4.2.5. Sub-mercado competidor**

Las empresas que actualmente se manejan en la actividad de la confección de las ropas deportivas en la ciudad de Babahoyo son:

Deporte Ray.- Que es una empresa que se dedica a la confección exclusivamente de equipos de fútbol o básquet, también confeccionan cintas

para reinas y madrinas. Ellos hacen replicas de los uniformes de los equipos de futbol de cualquier parte del mundo, pero no de la misma calidad y muchas veces los colores no son exactos a los uniformes originales y cuando la demanda es alta ellos no se alcanzan a entregar de acuerdo a la exigencia del cliente.

Las otras empresas de confecciones como: Confecciones Salitas, Confecciones Martita, Confecciones Pico's, Confecciones Jeannette y Sport Confecciones hacen equipos deportivos pero a más de ello también confeccionan uniformes de educación física, uniformes para el diario de escuelas y colegios, pero como todas las otras empresas pequeñas que no se mencionan no ofrecen una buena atención ni una buena calidad de producto.

A estas empresas se les realizó una encuesta para determinar el comportamiento del mercado

#### **4.2.6. Sub-mercado proveedor**

La materia prima (tela) para la confección de la ropa deportiva por lo general es nacional y se la adquiere por lo general en almacenes de la localidad, o en ocasiones en que los pedidos son muy grande se contacta con la fabrica de la tela ya sea en Guayaquil como Ilantex, Ecuacoto en Quito, Textiles Tornasol, Texpac (Textiles del Pacifico) o en Ambato Textiles Buenaño (policron) y se compra directamente las piezas necesarias de telas.

Estas piezas suelen venir en roysos de 50 o 100 metro o en roysos pesados en Kilogramos. Si son telas importadas ésta vienen en piezas medidas en yardas y no hay medidas estándar. Las telas que se importan por lo general son licras de naylon y algodón. Estas sirven para los trajes de baño en temporadas de playa ya que son preferidas por los clientes por su buena calidad y lindos estampados.

Las textileras nacionales también fabrican licras pero no de igual calidad que las traídas de panamá.

Los equipos deportivos son confeccionados con telas nacionales salvo aquellos equipos originales ofrecidos en grandes almacenes como Maratton en donde la tela debe ser la misma utilizada por el equipo de futbol o básquet de esa parte del mundo. Si se quiere por ejemplo un equipo parecido al equipo que usa el Barcelona de España se puede conseguir en tela nacional algo muy parecido que prácticamente si no se toca la tela pasa como original; pero si se desea el original hay que importar esa calidad de tela y en sus mismos colores.

#### **4.2.7. Estudio de la demanda**

La demanda anual se muestra en la siguiente tabla en función de las encuestas realizada a los diferentes sectores del mercado meta.

Según datos del INEC en el cantón Babahoyo existen 34.320 estudiantes de primaria y secundaria de los cuales 58% pertenecen a la zona urbana esto significa que 19906 son los niños y jóvenes de edad escolar en la ciudad de Babahoyo de esta cantidad aquellos que estudian son el 85% lo que da la cantidad de 16920, los cuales son el mercado que demanda los uniformes de educación física (camisetas y pantalonetas) en la ciudad.

Para los demás productos en vista que no existían datos estadísticos y de una manera verbal los dueños y encargados de las diferentes casas deportivas nos proporcionaron los datos de la demanda y oferta existente en la ciudad de Babahoyo en base a su experiencia en el mercado.

Estos datos se muestran en las siguientes tablas.

Producto	Demanda anual
Camisetas	16920
Camisetas Piquet Tornasol	13330
Pantalonetas	16920
Calentadores	650
Chompas	504
Buzos	480
Ropa de gimnasia 1	3400
Ropa de gimnasia 2	4820

Según las encuestas realizadas del 100% de las personas que demandan los productos que corresponden a los tipos de ropas deportivas en la ciudad de Babahoyo el 56% compran en la ciudad el restante de la población busca otras ciudades ya que no son satisfechas sus necesidades por las empresas locales.

A continuación mostramos tabla de oferta.

Producto	Oferta anual
Camisetas	9122
Camisetas Piquet Tornasol	5224
Pantalonetas	9122
Calentadores	364
Chompas	282
Buzos	269
Ropa de gimnasia 1	1094
Ropa de gimnasia 2	2700

En función de los cuadros de demanda y oferta se puede determinar la demanda insatisfecha del mercado para el 2012.

Demanda insatisfecha = Demanda – Oferta

Productos	Demanda anual	Oferta anual	Demanda insatisfecha
Camisetas	16920	9122	7798
Camisetas Piquet Tornasol	13330	5224	8106
Pantalinetas	16920	9122	7782
Calentadores	650	364	286
Chompas	504	282	222
Buzos	480	269	211
Ropa de gimnasia 1	3400	1094	2306
Ropa de gimnasia 2	4820	2700	2120

Esta demanda insatisfecha demuestra que hay un mercado a la espera de ser atendido y que en las actuales condiciones no ha sido satisfecho correctamente por lo que se demuestra la factibilidad de este proyecto en función del mercado.

Se ha estimado cubrir de la demanda insatisfecha en un rango del 30% al 95% dependiendo del producto, acorde a la capacidad pensada del proyecto y a la experiencia manifestada por la competencia. En el futuro se tratará de aumentar el mercado.

#### 4.2.8. Proyección de los diversos productos ofrecidos con sus precios

Cuadros de proyección de ventas

Producto # 1:

Camisetas

Años	Cantidad proyectada en unidades	Precio de venta	Ingresos anuales
1	5000	9	45000
2	5184	9	46656
3	5375	9	48375
4	5375	9	48375
5	5184	9	46656

Producto # 2: Camisetas Piquet

Tornasol

Años	Cantidad proyectada en unidades	Precio de venta	Ingresos anuales
1	5000	10	50000
2	5184	10	51840
3	5375	10	53750
4	5375	10	53750
5	5184	10	51840

Producto # 3:

Pantalinetas

Años	Cantidad proyectada en unidades	Precio de venta	Ingresos anuales
1	7380	5	36900
2	7652	5	38260
3	7933	5	39665
4	7933	5	39665
5	7652	5	38260

Producto # 4: Calentadores

Años	Cantidad proyectada en unidades	Precio de venta	Ingresos anuales
1	90	15	1350
2	93	15	1395
3	97	15	1455
4	97	15	1455
5	93	15	1395

Producto # 5:  
Chompas

Años	Cantidad proyectada en unidades	Precio de venta	Ingresos anuales
1	70	15	1050
2	73	15	1095
3	75	15	1125
4	75	15	1125
5	73	15	1095

Producto # 6: Buzos

Años	Cantidad proyectada en unidades	Precio de venta	Ingresos anuales
1	198	14	2772
2	205	14	2870
3	213	14	2982
4	213	14	2982
5	205	14	2870

Producto # 7: Gimnasia 1

Años	Cantidad proyectada en unidades	Precio de venta	Ingresos anuales
1	600	20	12000
2	622	20	12440
3	645	20	12900
4	645	20	12900
5	622	20	12440

Producto # 8:  
Gimnasia 2

Años	Cantidad proyectada en unidades	Precio de venta	Ingresos anuales
1	750	15	11250
2	778	15	11670
3	806	15	12090
4	806	15	12090
5	778	15	11670

Se debe resaltar que las proyecciones se realizaron en función de la tasa de crecimiento poblacional de la ciudad de Babahoyo de los tres años siguientes, dato extraído del INEC. (Tasa de crecimiento poblacional de la ciudad de Babahoyo = 3.68%).

Manteniendo los precios durante los cinco años ya que el proyecto estima un valor del dinero presente.

A continuación se muestra un cuadro de resumen global de los ingresos de todos los productos durante los cinco años en que está estipulado el proyecto.

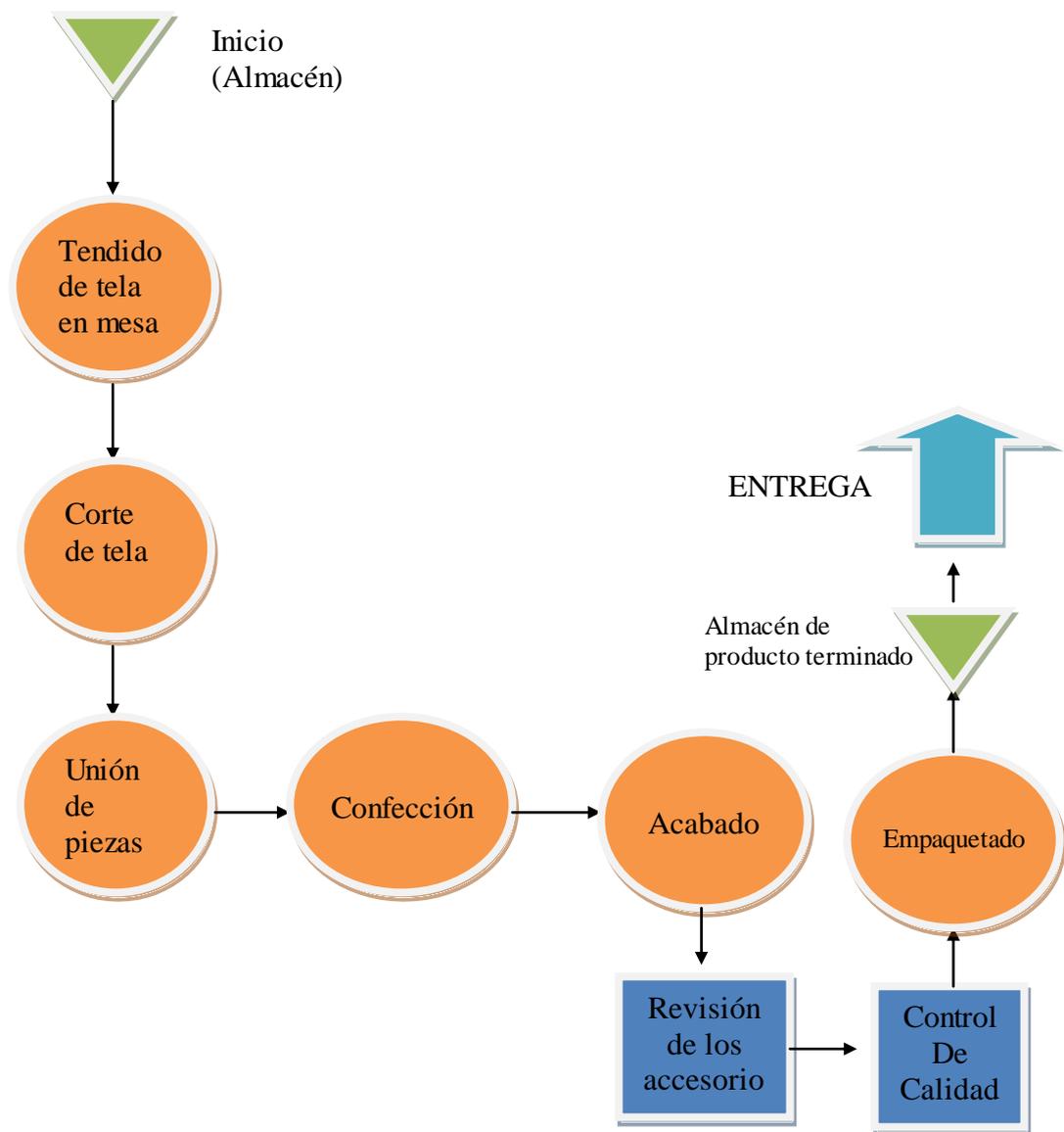
INGRESOS TOTALES  
AL AÑO

<b>Productos\Años</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Camisetas	45000	46656	48375	48375	46656
Camisetas Piquet Tornasol	50000	51840	53750	53750	51840
Pantalinetas	36900	38260	39665	39665	38260
Calentadores	1350	1395	1455	1455	1395
Chompas	1050	1095	1125	1125	1095
Buzos	2772	2870	2982	2982	2870
Gimnasia # 1	12000	12440	12900	12900	12440
Gimnasia # 2	11250	11670	12090	12090	11670
<b>Total</b>	<b>160322</b>	<b>166226</b>	<b>172342</b>	<b>172342</b>	<b>166226</b>

### 4.3. ESTUDIO TÉCNICO

#### 4.3.1. Proceso productivo

Se presenta el flujo del proceso de producción a nivel general estándar para la confección de ropa deportiva o de alguna pieza de la misma, sin embargo éste puede ser similar para otros productos, si el proceso productivo es homogéneo, o para variante del mismo.



**a. Almacén de materias primas**

Tiene la función de recepción, es la encargada del control de inventarios, es el almacén quien controla la entrada y salida de material.

**b. Corte**

Una vez colocados los trazos se cortan las piezas con la ayuda de una maquina de acuerdo al uso y modelos que se van hacer.

**c. Confección**

En esta se unen los cortes y se cosen por medio de maquinas "OVER" donde se cosen orillas para que no se deshilen.

**d. Acabado**

Se termina el producto final en forma manual se cortan hilos y colas resultantes de la unión de piezas.

**e. Control de calidad**

Se revisa de acuerdo a las normas establecidas por la empresa de acuerdo a manuales donde se especifican las calidades del producto y actualmente se está incorporando el sistema de calidad ISO que les permitirá reducir costos y mejorar la calidad del producto.

**f. Empaquetado**

Las camisas son empacadas y etiquetadas en bolsas de polietileno de acuerdo a modelos y tallas.

**g. Almacén**

Los productos finales son almacenados en lugares frescos y secos.

#### 4.3.1.1. Maquinaria y equipos

##### ACTIVO FIJO

<i>Maquinaria y Equipos, Muebles enseres y equipos de oficina y computación</i>	<b>cantidad</b>	<b>Especificaciones técnicas</b>	<b>Precio Mercado</b>
Maquinas Overlock	6	Brother	\$ 7.200
Maquinas recubridoras	4	Singer	\$ 2.400
Máquina de coser bordadora computarizada	1	Jenome 200 E	10900
Cortadoras de telas (industriales)	3	Singer	540
Tijeras de diferente tamaños	20	Singer	250
Mesas para cortar	3		450
Planchas	3	Oster	120
Sillas	15	Teca	450
Acondicionador de aire	2	Panasonic	1200
Extractor de polvo	3	Electro lux	300
Mascarillas	6	3M	60
Vitrina	1		140
Equipo de Computación	1	Pentium	1200
Teléfono	1	Panasonic	20
Fax	1	Panasonic	355
Escritorio	1		120
Calculadoras	2	Casio	40
Silla para escritorio	1		50
Equipo de sonido	1	Sony	200

\$ 25.995

#### 4.3.1.2. Cuadro de Gastos Iniciales

Gastos de investigación	500
Gastos de elaboración de proyecto	1000
Gasto de constitución	500
Arriendo prepagado	5040
Publicidad prepagada	1050

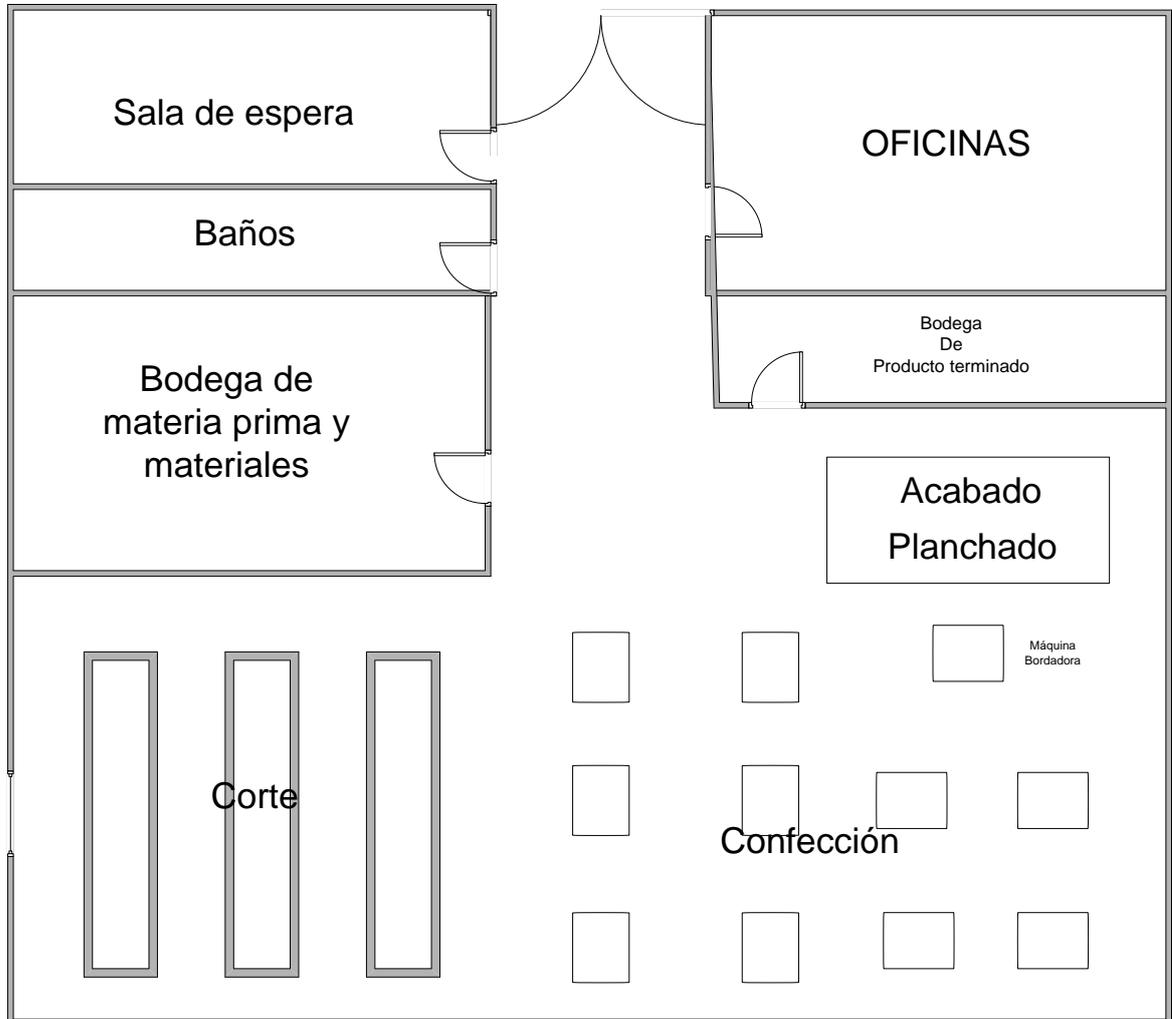
<b>Capital de trabajo</b>		
Materia prima (1 mes)		3809,668888
Materiales indirecto		4,8
Mano de obra directa		4110,025
Gastos Administrativo		2083,76875
Gastos de ventas		87,5
	<b>Total</b>	<b>10095,763</b>

En estos cuadros se reflejan los gastos en que se deben incurrir para comprar todo lo necesario para la puesta en marcha del proyecto.

#### 4.3.2. Tamaño

Al inicio se trabajará para una producción de 19088 piezas anuales comprendidas entre los productos que se ofertaran (camisetas, camisetas piquet tornasol, pantalonetas, calentadores, chompas, buzos, ropa de gimnasia 1 y 2) para lo cual se requerirá de 3 mesas de corte, tres cortadoras de tela, 6 máquinas overlock, 4 maquinas recubridoras, 1 maquinas bordadoras.

### 4.3.2.1. Distribución de planta



### 4.3.3. Localización

Estará guiada en función de lo sugerido en las encuestas y en base al estudio realizado según el resumen de la siguiente tabla.

<b>FACTORES DE LOCALIZACIÓN</b>	<b>Puntaje</b>	<b>Centro de la ciudad</b>	<b>Este (Cdla. El Mamey)</b>	<b>Sur (barrio Lindo)</b>	<b>Oeste (por el asilo de anciano)</b>
Abastecimiento de agua	100	80	80	70	70
Servicio de energía	80	75	60	50	70
Servicio telefónico e internet	60	60	50	50	50
Transporte	80	80	70	60	70
Disponibilidad de mano de obra	50	50	30	40	40
Clima social	40	40	30	30	30
Seguridad vial	40	35	30	25	30
<b>TOTAL</b>	<b>450</b>	<b>420</b>	<b>350</b>	<b>325</b>	<b>360</b>

De acuerdo con el porcentaje obtenido se puede concluir que el sector del centro de la ciudad ubicado en la calle Diez de agosto o en la cinco de junio es la zona más indicado para instalar el proyecto.

#### 4.3.4. Cuadros que Justifican los costos de producción

A continuación se presentan todos los cuadros que sustentan los costos de producción.

Cuadro de materia prima para la confección de Camiseta									
Talla	Tipo de Tela	Cantidad en metro	Rendimiento Camisetas por metros	Valor de Tela	costo Adicional e hilo	Total	Costo unitario	Demanda anual	Costo Total anual
30	Selección	1	2,5	3,5	0,7	4,2	1,84	830	1527,2
32	Selección	1	2	3,5	0,7	4,2	2,3	830	1909
34	Selección	1	1,5	3,5	0,7	4,2	3,07	830	2548,1
36	Selección	1	1,5	3,5	0,7	4,2	3,27	830	2714,1
38	Selección	1	1	3,5	0,8	4,3	5	850	4250
40	Selección	1	1	3,5	0,8	4,3	5	830	4150
Total								5000	17098,4
Costo unitario promedio								3,41968	

Cuadro de materia prima para la confección de Camiseta Piquet tornasol									
Talla	Tipo de Tela	Cantidad en metro	Rendimiento Camisetas por metros	Valor de Tela	costo Adicional (cuello, puño e hilo)	Total	Costo unitario	Demanda anual	Costo Total anual
30	Selección	1	4	2,95	1,3	4,25	1,2	800	960
32	Selección	1	3,5	2,95	1,3	4,25	1,36	800	1088
34	Selección	1	3	2,95	1,3	4,25	1,62	800	1296
36	Selección	1	2	2,95	1,3	4,25	2,43	800	1944
38	Selección	1,25	2	3,6875	1,3	4,9875	2,8	900	2520
40	Selección	1,5	1,5	4,425	1,3	5,725	4,22	900	3798
Total								5000	11606
Costo unitario promedio								2,3212	

Cuadro de materia prima para la confección de pantalonetas									
Talla	Tipo de Tela	Cantidad en metro	Rendimiento Pantalóneta por metros	Valor de Tela	costo Adicional (hilo cintas)	Total	Costo unitario	Demanda anual	Costo Total anual
30	Renteria	1	4	2,15	0,3	2,45	0,69	1230	848,7
32	Renteria	1	3	2,15	0,3	2,45	0,92	1230	1131,6
34	Renteria	1	3	2,15	0,3	2,45	0,92	1230	1131,6
36	Renteria	1	2,5	2,15	0,3	2,45	1,1	1230	1353
38	Renteria	1	2	2,15	0,5	2,65	1,38	1230	1697,4
40	Renteria	1	2	2,15	0,5	2,65	1,38	1230	1697,4
Total								7380	7859,7
Costo unitario promedio								1,065	

Cuadro de materia prima para la confección de Calentadores									
Talla	Tipo de Tela	Cantidad en metro	Rendimiento Calentadores por metros	Valor de Tela	costo Adicional (hilo cintas)	Total	Costo unitario	Demanda anual	Costo Total anual
30	policron	1	1,5	5,5	0,6	6,1	4,33	18	78,00
32	policron	1,5	3	8,25	0,6	8,85	3,08	18	55,44
34	policron	1,25	1	6,88	0,6	7,475	7,475	18	134,55
36	policron	1,25	1	6,88	0,7	7,575	7,575	18	136,35
38	policron	1,25	1	6,88	0,7	7,575	7,575	18	136,35
Total								90	540,69
Costo unitario promedio								6,01	

Cuadro de materia prima para la confección de Chompas									
Talla	Tipo de Tela	Cantidad en metro	Rendimiento Chompas por metro	Valor de Tela	costo Adicional (hilo cintas)	Total	Costo unitario	Demanda anual	Costo Total anual
30	policron	1	1,5	5,5	0,6	6,1	4,33	14	60,67
32	policron	1	1	5,5	0,6	6,1	6,1	14	85,40
34	policron	1	1	5,5	0,6	6,1	6,1	14	85,40
36	policron	1,5	1	8,25	0,7	8,95	8,95	14	125,30
38	policron	1,5	1	8,25	0,7	8,95	8,95	14	125,30
Total								70	482,07
Costo unitario promedio								6,89	

Cuadro de materia prima para la confección de buzos									
Talla	Tipo de Tela	Cantidad en metro	Rendimiento busos por metro	Valor de Tela	costo Adicional (hilo cintas)	Total	Costo unitario	Demanda anual	Costo Total anual
30	Algodón	1	1,25	5,6	0,7	6,3	5,44	33	179,52
32	Algodón	1	1	5,6	0,7	6,3	6,8	33	224,4
34	Algodón	1,25	1	7	0,8	7,8	8,3	33	273,9
36	Algodón	1,5	1	8,4	0,8	9,2	9,8	33	323,4
38	Algodón	1,5	1	8,4	0,8	9,2	9,8	33	323,4
40	Algodón	1,75	1	9,8	0,85	10,65	11,35	33	374,55
Total								198	1699,17
Costo unitario promedio								8,58166667	

Cuadro de mareria prima para ropa de gimnacia									
Talla	Tipo de Tela	Cantidad en metro	Rendimiento ropa de gimnacia (blusa y Short)	Valor de Tela	costo Adicional (hilo cintas)	Total	Costo unitario	Demanda anual	Costo Total anual
36	licra algodón	1,25	1	4	0,8	5,8	5,8	200	1160
38	licra algodón	1,5	1	4	0,8	6,8	6,8	200	1360
40	licra algodón	1,75	1	4	0,8	7,8	7,8	200	1560
Total								600	4080
Costo unitario promedio								6,8	

Talla	Tipo de Tela	Cantidad en metro	Rendimiento ropa de gimnacia (blusa y Short)	Valor de Tela	costo Adicional (hilo cintas)	Total	Costo unitario	Demanda anual	Costo Total anual
36	licra algodón	0,5	1	4	0,8	2,8	2,8	250	700
38	licra algodón	0,5	1	4	0,8	2,8	2,8	250	700
40	licra algodón	0,75	1	4	0,8	3,8	3,8	250	950
Total								750	2350
Costo unitario promedio								3,13333333	
G. Total								45716,03	
Total en unidades								19088	

En base a los cuadros presentados se ha calculado el costo de hacer cada uno de los productos en función de la talla de cada unidad ofrecida al mercado, cabe resaltar que no está tomada en cuenta los costos de mano de

obra, embalaje, mano de obra indirecta. Estos costos se tomaran en cuenta en los siguientes cuadros.

Para determinar los costos de producción unitario determinamos el costo de materia prima, luego mostramos los cuadros donde se calcula los costos de embalaje, Otros materiales, Energía eléctrica, agua, Mantenimiento, Mano de obra directa.

#### Costo de embalajes

	Costo unitario por paquete 30 unidades	Cantidad	costo en \$ anuales
Fundas Medianas 40 x 30 cm.	3	100	300
Fundas Grandes 58 x 71 cm.	4	100	400
Cinta de Embalaje	1	5	5
		Total	705
	costo unitario		0,0369342

#### Otroa Materiales

Concepto	Cantidad	unidad	Costo Unitario	Costo anual
Escobas	10		3	30
Bactericida (cloro)	144	unidades	0,15	21,6
Crudo	6	unidades	1	6
			Costo total	57,6
		Costo Unitario		0,0030176

#### Consumo de agua

	Cantidad en m <sup>3</sup> diaria	Consumo anual	Costo unitario	Costo Anual
Agua	0,75	216	0,33	71,28
		costo unitario		0,00373428

Consumo de Energía eléctrica

	Consumo mensual en \$	Consumo anual
energía eléctrica	100	1200
Costo unitario		0,06286672

Mantenimiento

	Cantidad en \$ cada 3 meses	Costo anual
Mantenimiento y reparación	100	400
Costo unitario		0,02095557

Costo de Mano de Obra Directa					
	Cantidad	Sueldo mensual	Horas Suplementarias	Horas Extraordinarias	Sueldo anual
Operarios	10	300	0	0	36000
Prestaciones Sociales		370,71	0	0	4448,5
Bodeguero - Limpieza	1	250	0	0	3000
Prestaciones Sociales		64,08	0	0	769
Bordador y diseñador de logo - supervisor	1	350	0	0	4200
Prestaciones Sociales		75,23	0	0	902,8
				<b>Total</b>	<b>49320,3</b>
			Costo unitario		2,58383801

Estos cuadros permiten el cálculo del costo de producción

Costo de producción unitario Camisetas

Conceptos	Valor unitario
Materia prima	3,41968
Embalaje	0,037
Otros materiales	0,003
Energía eléctrica	0,063
Agua	0,0037
Mantenimiento	0,021
Mano de obra directa	2,58
Imprevistos 5%	0,25531802
<b>Total</b>	<b>6,38269802</b>

Costo de producción Unitario Camiseta Piquet Tornasol

Concepto	Valor Unitario
Materia prima	2,32
Embalaje	0,037
Otros materiales	0,003
Energía eléctrica	0,063
Agua	0,0037
Mantenimiento	0,021
Mano de obra directa	2,58
Imprevistos 5%	0,25531802
<b>Total</b>	<b>5,28301802</b>

Costo de producción unitario  
pantalóneta

Conceptos	Valor unitario
Materia prima	1,065
Embalaje	0,037
Otros materiales	0,003
Energía eléctrica	0,063
Agua	0,0037
Mantenimiento	0,021
Mano de obra directa	2,58
Imprevistos 5%	0,25531802
<b>Total</b>	<b>4,02801802</b>

Costo de producción unitario Calentadores

Conceptos	Valor unitario
Materia prima	6,01
Embalaje	0,037
Otros materiales	0,003
Energía eléctrica	0,063
Agua	0,0037
Mantenimiento	0,021
Mano de obra directa	2,58
Imprevistos 5%	0,25531802
<b>Total</b>	<b>8,97068468</b>

Costo de producción unitario Chompas

Conceptos	Valor unitario
Materia prima	6,89
Embalaje	0,037
Otros materiales	0,003
Energía eléctrica	0,063
Agua	0,0037
Mantenimiento	0,021
Mano de obra directa	2,58
Imprevistos 5%	0,25531802
<b>Total</b>	<b>9,84968462</b>

Costo de producción unitario Buzos

Conceptos	Valor unitario
Materia prima	8,58166667
Embalaje	0,037
Otros materiales	0,003
Energía eléctrica	0,063
Agua	0,0037
Mantenimiento	0,021
Mano de obra directa	2,58
Imprevistos 5%	0,25531802
<b>Total</b>	<b>11,5446847</b>

Costo de producción unitario ropa gimnasia 1

Conceptos	Valor unitario
Materia prima	6,8
Embalaje	0,037
Otros materiales	0,003
Energía eléctrica	0,063
Agua	0,0037
Mantenimiento	0,021
Mano de obra directa	2,58
Imprevistos 5%	0,25531802
<b>Total</b>	<b>9,76301802</b>

Costo de producción unitario ropa gimnasia 2

Conceptos	Valor unitario
Materia prima	3,13333333
Embalaje	0,037
Otros materiales	0,003
Energía eléctrica	0,063
Agua	0,0037
Mantenimiento	0,021
Mano de obra directa	2,58
Imprevistos 5%	0,25531802
<b>Total</b>	<b>6,09635135</b>

En el total de cada cuadro se muestra el costo de producción de cada unidad por producto considerando todo los parámetros que intervienen en la elaboración del producto.

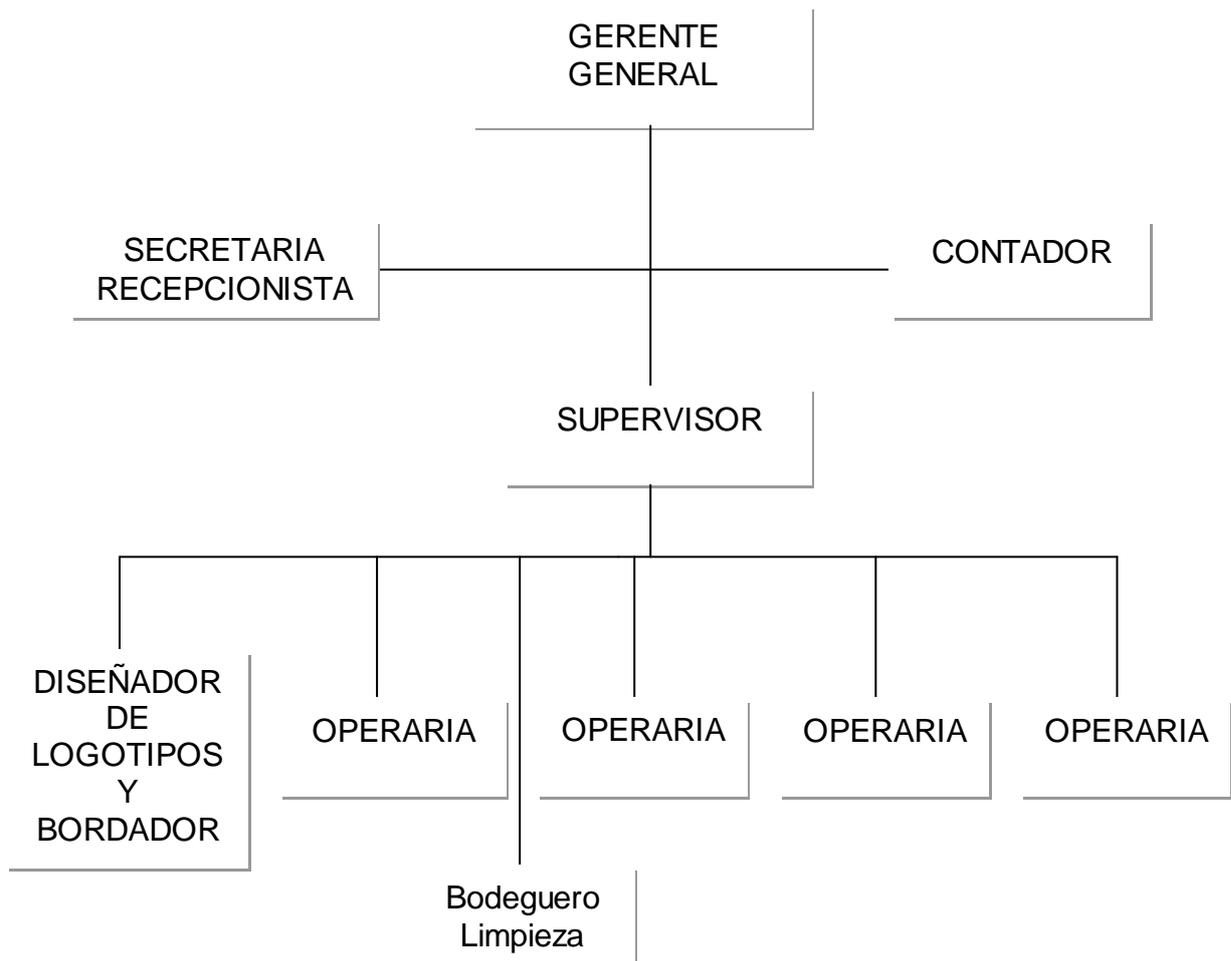
**4.3.5. Cuadro de porcentaje en que los costos de producción consumen de los ingresos**

Productos	Precio de Venta unitario	Costo de producción unitario	Porcentaje
Camiseta	9	6,38	70,89
Camiseta Piquet Tornasol	10	5,28	52,80
Pantaloneta	5	4,03	80,60
Calentadores	15	8,97	59,80
Chompas	15	9,85	65,67
Buzos	14	11,54	82,43
Ropa de Gimnasia # 1	20	9,76	48,80
Ropa de Gimnasia # 2	15	6,10	40,67

#### 4.4. ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL

##### 4.4.1. Estructura organizacional

#### ORGANIGRAMA DE LA MICROEMPRESA



#### 4.4.2. Descripción de los puestos

**Gerente General.-** Representar legal, judicial y extrajudicialmente a la empresa.

- ✓ Controlar y comunicar aspectos financieros contables con el contador, así como lo referente a informes financieros en utilidades, perdidas y estado de la empresa
- ✓ Reclutar y seleccionar personal adecuado
- ✓ Administrar eficientemente la empresa en busca de mayor rentabilidad
- ✓ Elaborar planes y programas de trabajo, la planificación estratégica y los presupuestos.
- ✓ Organizar la empresa de acuerdo con la propuesta del proyecto para encontrar eficiencia y eficacia.
- ✓ Aplicar dirección con liderazgo con la cual lograra participación democrática con sus funcionarios.
- ✓ Controlar las actividades de la empresa.
- ✓ Evaluar que las actividades se cumplan de acuerdo a lo planeado y adecuar los correctivos necesarios si se requieren.

**Secretaria Recepcionista.-** Llevar un adecuado archivo de documentos.

- ✓ Administrar los documentos de manera eficiente.
- ✓ Llevar la correspondencia.
- ✓ Atender llamadas telefónicas.
- ✓ Atender a los clientes en asuntos relacionados a su cargo.

Otras actividades por pedido de sus superiores.

**Contador.-** Llevar la contabilidad de la empresa.

- ✓ Realizar los registros contables en los libros respectivos.
- ✓ Emitir informes financieros e informar de los mismos a la gerencia.
- ✓ Revisara los estados de cuenta mes a mes.
- ✓ Estará pendiente de la declaración de impuestos con las instituciones del estado como el SRI.
- ✓ Se encargara de hacer un presupuesto general para el pago a proveedores, gastos fijos y operativos.

Establecer comunicación con la gerencia para sugerir porcentajes destinados a la reinversión, pagos administrativos y presupuestos.

**Supervisor.-** Se encargará de:

- ✓ Coordinar las actividades diarias de producción
- ✓ Controlar el cumplimiento de cada una de las actividades tendiente a la producción.
- ✓ Evitará el desperdicio de material y materia prima.
- ✓ Controlar que las actividades se cumplan en los tiempos previstos.

**Diseñador de Logos y Bordador.-** Se encargará de:

- ✓ Diseñar los diferentes logotipos de la ropa deportiva
- ✓ Manejar de manera eficiente la máquina bordadora que permita realizar estos logotipos.
- ✓ Buscar diseños en internet para que sean imitados.

**Operarias.-** Se encargaran de:

- ✓ Cortar conforme a los moldes y tallas
- ✓ Pegar las piezas respectivas
- ✓ Darle el acabado con la maquina overlock
- ✓ Planchar la ropa si lo requiere para enviar a la bodega de producto terminado.

**Bodeguero – conserje.-** Cumplirá con las siguientes actividades:

- ✓ Llevará la requisición de materiales, materia prima y producto terminado
- ✓ Controlará la entrada y salida de las bodegas.
- ✓ Cuidará que la empresa no se quede sin materia prima ni materiales para no parar la producción.
- ✓ Cuidara de que la materia prima, materiales y producto terminado no se deterioren ni sufran ningún percance en bodega.
- ✓ Deberá registrar todas las entradas y salidas de los mismos.
- ✓ Realizará la limpieza de las instalaciones al final de cada jornada.

#### 4.4.3. Cuadros de Sueldos y Gastos

Tabla de prestaciones para el 1º año										
Nomina	Número	Sueldo mensual	Horas Suplementarias y extaras	Sueldo anual	13º sueldo	14º sueldo	Fondo de reserva	Vacaciones	Aporte al IESS (patronal)	TOTAL DE PRESTACIONES PARA EL 1º AÑO
Gerente	1	500	0	6000	216,5	218	0	0	669	1103,5
Contadora Secretaria y recepcionista	1	350	0	4200	216,5	218	0	0	468,3	902,8
Bordador y diseñador de logo - Supervisor	1	350	0	4200	216,5	218	0	0	468,3	902,8
Bodeguero y limpieza	1	250	0	3000	216,5	218	0	0	334,5	769
Operarios	10	3000	0	36000	216,5	218	0	0	4014	4448,5
<b>TOTAL</b>	<b>14</b>	<b>4450</b>	<b>0</b>	<b>53400</b>	<b>1082,5</b>	<b>1090</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>5954,1</b>	<b>8126,6</b>

**Gastos de administración**

Concepto	Valor Anual	Prestaciones sociales	Sueldo + prestaciones
Gerente	6000	1103,5	7103,5
Secretaria Recepcionista	0	0	0
Contador	4200	902,8	5102,8
		<b>Total</b>	<b>12206,3</b>

**Gastos de oficina**

Concepto	Cantidad diaria	unidad	Costo unitario	Costo Total diario	Costo anual
Facturas	8	unidades	0,05	0,4	115,2
CD	12	unidades	0,25	0,25	3
Papelería	2	Paquetes	4	-	8
Teléfonos	-	-	-	-	384
Bolígrafos	-	-	-	-	10
				<b>Total</b>	<b>520,2</b>

**Total de Gastos de administración**

Conceptos	Costos
Sueldo de Personal	12206,30
Gasto de oficina	520,20
Arriendo del local	5040,00
Comida de empleados	6048,00
Imprevistos 5%	1190,73
<b>Total</b>	<b>25005,23</b>

**Total de Gastos de venta**

Concepto	Costo
Publicidad	1000
Imprevistos 5%	50
<b>Total</b>	<b>1050</b>

### Gastos Generales

Concepto	Valor mensual	Costo Anual
Agua	7	84
Luz	15	180
Teléfono	30	360
<b>Total</b>		<b>624</b>

Todos estos cuadros sustentan los gastos que se deben incurrir en el proyecto y que estará reflejado en los balances, estados de pérdida y ganancia y en el flujo de caja para el estudio financiero económico.

#### 4.4.4. Estudio Legal

ENTIDAD	REQUISITOS
Municipio	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Copia de la cedula de identidad.</li><li>✓ Copia del certificado de votación.</li><li>✓ Copia del RUC.</li><li>✓ Copia del impuesto predial o de agua (negocio).</li><li>✓ Copia del permiso del cuerpo de bomberos.</li><li>✓ Copia de los estados financieros.</li><li>✓ Especie valorada (\$ 0.50), no ser deudor.</li></ul>
Cuerpo de Bomberos	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Ficha de Inspección.</li><li>✓ Copia de la cedula de identidad.</li><li>✓ Copia del certificado de votación.</li><li>✓ Copia del RUC.</li><li>✓ Copia de la factura de compra de un extintor de incendios.</li></ul>

<p>Servicio de Rentas Internas</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Original y copia legible de la cedula vigente (extranjeros pasaporte o visa).</li> <li>✓ Certificado de votación solo original.</li> <li>✓ Uno de los siguientes documentos, que acrediten la dirección de la matriz y de cada establecimiento (s) donde desarrolla su actividad económica, el cual debe constar: <ul style="list-style-type: none"> <li>A nombre del propio contribuyente.</li> <li>1. Planilla: luz, agua, teléfono, televisión por cable, estados de cuenta de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de trámite.</li> <li>2. Predios urbanos del año anterior en curso o año anterior.</li> </ul> <p>Nota: Si la planilla no consta a nombre del contribuyente y no esta alquilando, se deberá presentar carta de cesión firmada por el dueño de la planilla mas la copia de la cedula. La carta no aplica para el caso de padres, cónyuges, hijos y hermanos siempre que se demuestre.</p> <li>3. Contrato de arrendamiento legalizado-juez (vigente).</li> </li></ul> <li>✓ Formulario 106, pago de \$ 0.50 de multa código 8075, si la inscripción o actualización es tardía (más de 30 días desde la fecha de ocurrencia del hecho)</li>
------------------------------------	--

## 4.5. ESTUDIO FINANCIERO

### 4.5.1. Balance (Situación financiera, balance de resultados, flujo de caja).

#### 4.5.1.1. Inversión Inicial

BALANCE DE SITUACION						
Ropa Deportiva						
ACTIVO	INICIAL	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Equipos de oficinas	615	615	615	615	615	615
Muebles y enseres	1210	1210	1210	1210	1210	1210
Equipo de Computación	1200	1200	1200	1200	2400	2400
Máquinaria y Equipo	22970	22970	22970	22970	22970	22970
Gasto de Investigación	500	500	500	500	500	500
Gastos de elab. proyectos	1000	1000	1000	1000	1000	1000
Gastos de Constitución	500	500	500	500	500	500
Arriendo prepagado	5040	5040	5040	5040	5040	5040
Publicidad prepagada	1050	1050	1050	1050	1050	1050
Valor de desecho						-12397,5
Amortización acumulada		-9369,46	-12648,92	-15928,5	-19607,92	-23287,34
Existencias de Camiseta		3190,05	3307,44384	3429,30375	3429,30375	3307,44384
Existencias de Camiseta piquet Tomasol		2640	2737,152	2838	2838	2737,152
Existencias de Pantalinetas		2974,14	3083,756	3196,999	3196,999	3083,756
Existencias de Calentador		73,3909091	75,8372727	79,0990909	79,0990909	75,8372727
Existencias de Chompas		62,685	65,3715	67,1625	67,1625	65,3715
Existencias de Buzos		228,49596	236,5741	245,80626	245,80626	236,5741
Existencias de Ropa de Gimnasia 1		488	505,893333	524,6	524,6	505,893333
Existencias de Ropa de Gimnasia 2		415,943182	431,471727	447,000273	447,000273	431,471727
Clientes		6588,57534	6831,20548	7082,54795	7082,54795	6831,20548
Otros Deudores						
Disponible	10096	20574,2931	36906,1299	55806,256	74303,3929	105672,348
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>44181</b>	<b>61951,1135</b>	<b>75616,9152</b>	<b>91873,2748</b>	<b>107890,992</b>	<b>122546,713</b>
<b>PASIVO</b>						
Capital	24181	24181	24181	24181	24181	24181
Reservas			12537,6936	30691,5103	50625,9755	70675,2927
Resultados		12537,6936	18153,8166	19934,4652	20049,3172	19008,0921
Prestamos a Largo plazo	20000	16000	12000	8000	4000	0
Prestamos a C.P.						
Proveedores		9232,41983	8744,4049	9066,29932	9034,69895	8682,32826
Otros Acreedores						
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>44181</b>	<b>61951,1135</b>	<b>75616,9152</b>	<b>91873,2748</b>	<b>107890,992</b>	<b>122546,713</b>

Este balance indica que se requiere \$48181 para poner en marcha el negocio lo cual estará plenamente financiado como lo indica el pasivo del balance de situación.

#### 4.5.1.2. Estado de Resultado o de Pérdidas y Ganancias

CTA. RESULTADOS

Ropa Deportiva

<b>RESULTADOS</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Ventas	160322	166226	172342	172342	166226
Coste de Ventas	102255,07	106019,465	109922,171	109922,171	106019,465
<b>UTILIDAD B R U T A</b>	<b>58066,9304</b>	<b>60206,5351</b>	<b>62419,8294</b>	<b>62419,8294</b>	<b>60206,5351</b>
Gastos					
Sueldo de personal	12206,3	12206,3	12206,3	12206,3	12206,3
Gastos de oficina	520,2	520,2	520,2	520,2	520,2
Arriendo de Local	5040	5040	5040	5040	5040
Comida de empleados	6048	6048	6048	6048	6048
Gastos generales	624	624	624	624	624
Gasto de venta	1050	1050	1050	1050	1050
Imprevistos	1222	1222	1222	1222	1222
Amortización	9369,46	3279,46	3279,58	3679,42	3679,42
Gastos Financieros	2320	1740	1160	580	
total de gastos	38399,96	31729,96	31150,08	30969,92	30389,92
utilidad antes de participaciones	19666,9704	28476,5751	31269,7494	31449,9094	29816,6151
15% utilidad a empleados	2950,04556	4271,48627	4690,46241	4717,48641	4472,49227
utilidad antes de impuesto	16716,9248	24205,0888	26579,287	26732,423	25344,1228
25% impuesto a la renta	4179,23121	6051,27221	6644,82175	6683,10575	6336,03071
utilidad antes de reserva	12537,6936	18153,8166	19934,4652	20049,3172	19008,0921
5% de reserva legal	626,884682	907,690831	996,723262	1002,46586	950,404606
utilidad neta para socios	11910,8089	17246,1258	18937,742	19046,8514	18057,6875

### 4.5.1.3. Índices Financieros

BATERIA DE RATIOS					
Ropa Deportiva					
RENTABILIDAD	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Rentabilidad	51,8493595	49,4402574	36,328692	26,8014007	20,0388309
Rendimiento	35,4908397	39,9600738	35,2983492	29,687288	24,3308158
Efecto Fiscal	63,75	63,75	63,75	63,75	63,75
LIQUIDEZ					
Liquidez	4,03313261	6,19605745	8,13085607	10,2066391	14,1606087
Fondo maniobra	28003,1536	45436,4303	64650,4755	83179,2127	114264,725
Fondo maniobra / Deudas a C.P.	3,03313261	5,19605745	7,13085607	9,20663911	13,1606087
Tesorería	2,94211798	5,00175093	6,93654618	9,00815193	12,9577632
Disponibilidad	2,22848326	4,2205422	6,15535116	8,22422454	12,170969
ENDEUDAMIENTO					
Endeudamiento	0,40729566	0,27433551	0,18575913	0,1208136	0,07084913
Autonomía	0,9583306	1,77005288	3,21525535	5,73906431	10,9252138
Garantía	1,35084151	1,64309365	1,99721096	2,70700537	2,63604408
Calidad de la deuda	0,36589514	0,42153077	0,53123991	0,69312678	1
Capacidad devolución de préstamos	0,86821453	1,03320759	1,36022724	1,82042848	2,61306777
Gastos financieros sobre ventas	0,01447088	0,01046768	0,0067308	0,0033654	0
Apalancamiento Financiero	2,29164284	1,94077081	1,61441497	1,41614191	1,2919197
Coste de la deuda	0,0919452	0,08387804	0,06797021	0,04449662	0
Coste medio del pasivo	0,03744888	0,02301072	0,01262609	0,0053758	0
Cobertura de gastos financieros	9,47714241	17,3658478	27,9566805	55,2239817	0
ROTACIÓN DE ACTIVOS					
Rotación del activo fijo	6,48668813	7,75449616	9,49202765	10,9932462	-415,21207
Rotación del activo circulante	4,30561383	3,06798519	2,33789392	1,86893709	1,35201289
Rotación de Stocks	10,151699	10,151718	10,1516869	10,1516869	10,151718
Rotación de Clientes	24,3333333	24,3333333	24,3333333	24,3333333	24,3333333
GESTIÓN DE COBROS Y PAGO					
Plazo de Cobro	15	15	15	15	15
Plazo de pago	30	30	30	30	30
AUTOFINANCIACION					
Política Autofinanciación	0	0	0	0	0
Cash Flow s/ Ventas	0,13664471	0,12894058	0,13469755	0,13768401	0,13648594
Cash Flow s/ Activo	0,35362001	0,28344553	0,25267462	0,21993252	0,18513358
Cash Flow	21907,1536	21433,2766	23214,0452	23728,7372	22687,5121
Umbral de rentabilidad	80152,8124	78549,8245	76950,8281	75349,4403	73745,8072

#### 4.5.1.4. Análisis de Punto de Equilibrio

Primero se calculará el punto de equilibrio global

$$PEg = \frac{CFT}{1 - \frac{CVT}{VT}}$$

De donde:

PEg = Punto de Equilibrio Global

CFT = Costo Fijo Total

CVT = Costo Variable Total

VT = Ventas totales

En los cuadros siguientes se obtendrán los datos para estos cálculos.

##### Ingresos 1º año

Concepto	Precio de costo por unidad	Cantidad anual	Precio unitario promedios	Ingreso anual
Camisetas	6,38	5000	9	45000
Camisetas piquet tornasol	5,28	5000	10	50000
Pantalinetas	4,03	7380	5	36900
Calentadores	8,97	90	15	1350
Chompas	9,85	70	15	1050
Buzos	11,54	198	14	2772
Ropa de gimnasia 1	9,76	600	20	12000
ropa de gimnasia 2	6,10	750	15	11250
Total			<b>Total</b>	<b>160322</b>

**Costo variables por producto**

<b>Concepto</b>	<b>M.P</b>	<b>Otros gastos</b>	<b>CV</b>
Camisetas	17098,4	1200,54879	18298,9488
Camisetas piquet tornasol	11606	1200,54879	12806,5488
Pantalinetas	7859,7	1200,54879	9060,24879
Calentadores	540,69	1200,54879	1741,23879
Chompas	482,07	1200,54879	1682,61545
Buzos	1699,17	1200,54879	2899,71879
Ropa de gimnasia 1	4080	1200,54879	5280,54879
Ropa de gimnasia 2	2350	1200,54879	3550,54879

**Clasificación de costos**

<b>Concepto</b>	<b>Costo en dólares</b>
Ingresos	160322
costos Totales	131902,442
Costos variables	55320,41699
costos fijos	76582,025

$$PEg = \frac{76582.025}{1 - \frac{55320.42}{160322}} = 116929,51$$

#### 4.5.1.5. Presupuesto de Tesorería o Flujo de Caja

PRESUPUESTO DE TESORERIA						
Ropa Deportiva						
TESORERIA	INICIAL	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cobros por Ventas		153733,425	165983,37	172090,658	172342	166477,342
Ventas de Valor de desecho						12397,5
Préstamos	20000					
Ampliaciones de Capital						
Otros Deudores						
<b>TOTAL COBROS</b>		<b>153733,425</b>	<b>165983,37</b>	<b>172090,658</b>	<b>172342</b>	<b>178874,842</b>
Compras de Equipos de oficinas						
Compras de Muebles y enseres						
Compras de Equipo de Computación					1200	
Compras de Máquinaria y Equipo						
Compras de Gasto de Investigación						
Compras de Gastos de elab. proyectos						
Compras de Gastos de Constitución						
Compras de Arriendo prepagado						
Compras de Publicidad prepagada						
Compras de Valor de desecho						
Devolución de Préstamos		4000	4000	4000	4000	4000
Sueldo de personal		12206,3	12206,3	12206,3	12206,3	12206,3
Gastos de oficina		520,2	520,2	520,2	520,2	520,2
Arriendo de Local		5040	5040	5040	5040	5040
Comida de empleados		6048	6048	6048	6048	6048
Gastos generales		624	624	624	624	624
Gasto de venta		1050	1050	1050	1050	1050
Imprevistos		1222	1222	1222	1222	1222
Gastos Financieros		2320	1740	1160	580	
Pagos por Compras		103094,285	106878,81	109984,577	109953,6	105987,9
Dividendos						
Impuesto Sociedades		7129,27677	10322,7585	11335,2842	11400,5922	10808,523
Inversión Inicial	-44181					
<b>TOTAL PAGOS</b>		<b>143254,062</b>	<b>149652,068</b>	<b>153190,361</b>	<b>153844,693</b>	<b>147506,923</b>
<b>FLUJO</b>	<b>-24181</b>	<b>10479,363</b>	<b>16331,302</b>	<b>18900,297</b>	<b>18497,307</b>	<b>31367,92</b>
<b>SALDO FINAL</b>		<b>20575,3627</b>	<b>36906,3017</b>	<b>55806,2967</b>	<b>74303,3075</b>	<b>105670,92</b>

En el flujo en el año cero aparece el valor de flujo negativo que corresponde de la resta de:

Menos Inversión Inicial (Activo fijo + activo intangible + capital de trabajo) más el préstamo

Flujo año cero = - 44181 + 20000 = - 24181

#### 4.5.1.6. Análisis del Valor Actual Neto

Con el presupuesto de tesorería se obtiene el flujo que nos permite determinar el valor actual neto y la tasa interna de retorno.

El valor actual neto se calculó a una tasa de descuento del 13.75% que es la tasa oficial estatal y se obtiene con la siguiente expresión.

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

Esto se calculo en Excel en función al flujo de caja.

Van = \$ 38014,61

Esto quiere decir, que el proyecto luego de descontar sus flujos a la tasa de oportunidad 13.75% generará estas ganancias.

#### 4.5.1.7. Análisis de la tasa interna de retorno (TIR)

$$TIR = 58\%$$

La Tasa interna de retorno es superior a la tasa de costo de oportunidad esto permite garantizar la viabilidad y estabilidad del proyecto.

#### 4.5.1.8. Relación Beneficio Costo

$$\text{Relación Beneficio/costo} = \frac{VAN}{INVERSIÓN}$$

$$B/C = \frac{38014,61}{24181} = 1,5721$$

Como se puede ver la relación costo beneficio presenta un valor mayor a la unidad lo que está corroborando que el proyecto es rentable.

#### 4.5.1.9. Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)

PRI = Periodo de Recuperación de la Inversión

Numero de periodos al año	Valor de flujo de caja	$(1+i)^{-n}$	valor de flujo de caja * $(1+i)^{-n}$	Saldo del PRI
0	-24181	1	0	24181
1	10479,3627	0,87912088	9212,62652	14968,3735
2	16331,3017	0,77285352	12621,704	2346,66944
3	18900,2967	0,67943167	12841,4601	-
4	18497,3075	0,59730256	11048,4892	-
5	31367,9199	0,52510115	16471,331	-

La inversión es recuperada a los tres años tres meses de iniciado el negocio.

## 4.6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 4.6.1. Conclusiones

- Analizando el estudio de mercado, el estudio técnico, el estudio organizacional y estudio financiero se demuestra que el proyecto de inversión de confección de ropa deportiva es viable.
- En el proyecto se ha realizado un análisis objetivo de todos los parámetros que conllevan su puesta en marcha de tal manera que a pesar de aquello demuestre ser viable.
- Estos parámetros indicados en el ítem anterior no son considerados por la mayoría de los negocios de la misma especialidad (la competencia) que la de este proyecto.
- En el estudio de mercado se analizan dos situaciones:
  1. Se ve claramente la inconformidad de los clientes frente a los confeccionistas actuales de ropa deportiva, ya que no ofrecen producto de excelente calidad.
  2. Un alto porcentaje de esos clientes no están conforme con la atención al público que brindan las empresas actuales.
- En el estudio financiero se puede notar claramente que el valor actual neto, la tasa interna de retorno el costo beneficio aplicado al análisis demuestran que el proyecto es rentable.
- La implementación de este proyecto requiere de que el emprendedor se empape eficientemente de los pasos que hay que seguir para la confección de la ropa deportiva.

#### 4.6.2 Recomendaciones.

Para todos aquellos que les apasione el mundo de la elaboración de proyecto se les recomienda:

- Para realizar un proyecto de inversión se requiere de una gran cantidad de información que luego será procesada en las diferentes etapas del proyecto. Hay que concentrarse en primer lugar en conseguir toda esa información necesaria que ayude a sustentar cada parte de proyecto.
- La búsqueda de información podría llegar a ser muy frustrante ya que ni en la Cámara de Comercio ni el INEC cuentan con estadísticas actualizadas que permitan realizar el estudio.
- Al hacer las entrevistas a los que confeccionan ropa deportiva, los encuestadores manifestaron el ocultamiento de datos por parte de los que venden ropa deportiva. Es por eso que se recomienda preparar muy bien las preguntas o las entrevistas de tal manera que se pueda obtener la información pertinente.
- Para facilitar el análisis financiero otra de las recomendaciones prácticas es que se utilice un software apropiado que ayude al proyectista a clasificar correctamente las cuentas y facilite el cálculo de los ratios y estados financieros que prueban la viabilidad del proyecto.

## 4.7. BIBLIOGRAFÍA

1. JANY Castro José Nicolás, (2005), Investigación Integral de Mercado, Decisiones sin incertidumbres. MC. Graw Hill, Tercera edición.
2. TUTIVEN Rodríguez Edgar Colon; ORDOÑEZ Castillo Luis Enrique, (2006), Proyecto de Inversión para la producción de aceites corporales con aloe vera para niños ICHE Facultad Escuela superior Politécnica del Litoral.
3. CHAMOUM Nicolas Juan Yamal, (2005), Administración Profesional de Proyecto la guía, MC Graw Hill, primera edición.
4. BAKER Sunny y Kim, (1999) Serie Fácil, Administre sus proyectos, Prentice Hall, segunda edición.
5. VELASQUEZ Mastreta Gustavo, (1986), administración de los Sistemas de Producción, Editorial Limusa Quinta Edición.
6. HOPEMAN Richard (1980), Administración de Producción y Operación, compañía editorial Continental, segunda Edición.
7. MOSKOWITZ Herbert; P. WRIGHT Gordon, (1988) Investigación de Operaciones, Prentice Hall Inc. Primera edición.
8. INFANTE Villarreal Arturo, (1999), Evaluación Financiera de Proyectos de Inversión. Grupo Editorial Norma, tercera edición.
9. SANDHUSEN Richard L. (2002), Mercadotecnia, Compañía Editorial Continental, Primera Edición.
10. KRAJEWSKI Lee J.; RITZMAN Larry P., (2004), Administración de Operaciones. Prentice Hall. Quinta Edición.
11. SOSA de la Cruz Clifor Daniel, (2002), Como Elaborar un Proyecto de Inversión Turístico. Editorial san Marcos, Segunda Edición.

12. VARELA U. Rodrigo, (1993) Evaluación Económica de Inversión, Editorial Norma, Segunda Edición.
13. CUEVAS Carlos Fernando, (2001), Contabilidad de Costo, enfoque general y de gestión, Prentice Hill, Segunda Edición.
14. VÁSCONEZ Arroyo José Vicente, (2002), Contabilidad General para el siglo XXI, Cámara Ecuatoriana de libros, Segunda Edición.
15. GOXEN a / m.a. (2001), Enciclopedia Práctica de la Contabilidad. Oceano Centrum Tercera Edición.
16. LEÓN García Oscar (2003), Proyección de estados Financieros, Prentice Hill, Segunda Edición.
17. SAPAG Chain Nassir, y SAPAG Chain Reinaldo, (2004), Preparación y Evaluación de Proyectos, Mc, Graw Hill, Cuarta Edición.
18. BACA Urbina Gabriel, (2006), Evaluación de Proyectos, Mc Graw Hill, Quinta Edición.
19. FLOREZ Uribe Juan Antonio, (2007), Proyecto de Inversión para las Pyme, creación de empresas, Editorial Kimpres Ltda. Primera Edición.
20. FLOR Garcia Gary, (2006), Guía para Elaborar Planes de Negocio, Gráficas Paola, Primera Edición.
21. KOTLER Philip Armstrong Gary, (2001), Marketing, Prentice May México, Octava Edición.
22. MACHORTA Narres K, (1997), Investigación de Mercado un Enfoque Práctico, Perarson Educación, Segunda Edición.
23. BREALEY Richard A, y MYER Steward C, (1988), Principios de Finanzas Corporativas, Mac Graw Hill, Quinta Edición.

24. DE LAS HERAS Fernández Juan Antonio y RODRÍGUEZ ALONZO Manuel,  
(1994) Diccionario Didáctico de Español Intermedio, Cisma S.A, Tercera Edición.
25. SAPAG Chaín Nassir, (2007), Proyectos de inversión formulación y Evaluación.  
Pearson Educación de México, Primera Edición.

# Anexos

## ANEXO # 1

### Cuadro de Resumen de datos

DATOS VARIABLES					
Ropa Deportiva					
INVERSIONES	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Equipos de oficinas					
Tasa Amortización Equipos de oficinas	10	10	10	10	10
Muebles y enseres					
Tasa Amortización Muebles y enseres	10	10	10	10	10
Equipo de Computación				1200	
Tasa Amortización Equipo de Computación	33,33	33,33	33,34	33,33	33,33
Máquinaria y Equipo					
Tasa Amortización Máquinaria y Equipo	10	10	10	10	10
Gasto de Investigación					
Tasa Amortización Gasto de Investigación	20	20	20	20	20
Gastos de elab. proyectos					
Tasa Amortización Gastos de elab. proyectos	20	20	20	20	20
Gastos de Constitución					
Tasa Amortización Gastos de Constitución	20	20	20	20	20
Arriendo prepagado					
Tasa Amortización Arriendo prepagado	100				
Publicidad prepagada					
Tasa Amortización Publicidad prepagada	100				
Valor de desecho					-12397,5
Tasa Amortización Valor de desecho					
Otros Deudores					
FINANCIACION					
Prestamos a Largo plazo	-4000	-4000	-4000	-4000	-4000
Coste Financiero Prestamos a Largo plazo	14,5	14,5	14,5	14,5	14,5
Prestamos a C.P.					
Coste Financiero Prestamos a C.P.					
Coste Financiero 0					
Capital					
Dividendos					
Otros acreedores					
EXPLOTACION					
Camiseta	45000	46656	48375	48375	46656
Coste de Camiseta	70,89	70,89	70,89	70,89	70,89
Camiseta piquet Tornasol	50000	51840	53750	53750	51840
Coste de Camiseta piquet Tornasol	52,8	52,8	52,8	52,8	52,8
Pantalinetas	36900	38260	39665	39665	38260
Coste de Pantalinetas	80,6	80,6	80,6	80,6	80,6
Calentador	1350	1395	1455	1455	1395
Coste de Calentador	59,8	59,8	59,8	59,8	59,8
Chompas	1050	1095	1125	1125	1095
Coste de Chompas	65,67	65,67	65,67	65,67	65,67
Buzos	2772	2870	2982	2982	2870
Coste de Buzos	82,43	82,43	82,43	82,43	82,43
Ropa de Gimnasia 1	12000	12440	12900	12900	12440
Coste de Ropa de Gimnasia 1	48,8	48,8	48,8	48,8	48,8
Ropa de Gimnasia 2	11250	11670	12090	12090	11670
Coste de Ropa de Gimnasia 2	40,67	40,67	40,67	40,67	40,67
Sueldo de personal	12206,3	12206,3	12206,3	12206,3	12206,3
Gastos de oficina	520,2	520,2	520,2	520,2	520,2
Arriendo de Local	5040	5040	5040	5040	5040
Comida de empleados	6048	6048	6048	6048	6048
Gastos generales	624	624	624	624	624
Gasto de venta	1050	1050	1050	1050	1050
Imprevistos	1222	1222	1222	1222	1222
Impuesto sobre sociedades	36,25	36,25	36,25	36,25	36,25
CIRCULANTE					
Rotación de Stocks de Camiseta	10	10	10	10	10
Plazo de Cobro de Camiseta	15	15	15	15	15
Plazo de Pago de Camiseta	30	30	30	30	30
Rotación de Stocks de Camiseta piquet Tornasol	10	10	10	10	10
Plazo de Cobro de Camiseta piquet Tornasol	15	15	15	15	15
Plazo de Pago de Camiseta piquet Tornasol	30	30	30	30	30
Rotación de Stocks de Pantalinetas	10	10	10	10	10
Plazo de Cobro de Pantalinetas	15	15	15	15	15
Plazo de Pago de Pantalinetas	30	30	30	30	30
Rotación de Stocks de Calentador	11	11	11	11	11
Plazo de Cobro de Calentador	15	15	15	15	15
Plazo de Pago de Calentador	30	30	30	30	30
Rotación de Stocks de Chompas	11	11	11	11	11
Plazo de Cobro de Chompas	15	15	15	15	15
Plazo de Pago de Chompas	30	30	30	30	30
Rotación de Stocks de Buzos	10	10	10	10	10
Plazo de Cobro de Buzos	15	15	15	15	15
Plazo de Pago de Buzos	30	30	30	30	30
Rotación de Stocks de Ropa de Gimnasia 1	12	12	12	12	12
Plazo de Cobro de Ropa de Gimnasia 1	15	15	15	15	15
Plazo de Pago de Ropa de Gimnasia 1	30	30	30	30	30
Rotación de Stocks de Ropa de Gimnasia 2	11	11	11	11	11
Plazo de Cobro de Ropa de Gimnasia 2	15	15	15	15	15
Plazo de Pago de Ropa de Gimnasia 2	30	30	30	30	30



EDICIONES  
GESTIÓN  
2000 S.A.



Anoa  
Interactiva  
S.C.C.L.

## Saldos Iniciales

ACTIVO		PASIVO	
Elemento	Valor	Elemento	Valor
▶ proyectos	1000,00	▶ Capital	24181,00
Equipos de oficinas	615,00	Reservas	0,00
Muebles y enseres	1210,00	Resultados	0,00
Equipo de Computación	1200,00	0	0,00
Gasto de Investigación	500,00	Prestamos a Largo	20000,00
Valor de desecho	0,00	Prestamos a C.P.	0,00
Gastos de Constitución	500,00	Proveedores	0,00
Arriendo prepagado	5040,00	Otros acreedores	0,00
Publicidad prepagada	1050,00		
Máquinaria y Equipo	22970,00		
Amortización	0,00		
Camiseta piquet	0,00		
Pantalinetas	0,00		
Calentador	0,00		
Chompas	0,00		
Buzos	0,00		
Ropa de Gimnasia 1	0,00		
Ropa de Gimnasia 2	0,00		
Camiseta	0,00		
Cientes	0,00		
Disponible	10096,00		
Otros Deudores	0,00		

Total Activo ... 44181

Total Pasivo ... 44181

SALIR

## ENCUESTA DIRIGIDA A POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA DE LA CIUDAD DE BABAHOYO Y SUS ALREDEDORES.

Muy Buenos días (Tarde). Soy un egresado de la escuela de ingeniería comercial de la Universidad técnica de Babahoyo y estoy realizando un trabajo de campo (encuestas) para la elaboración de un proyecto de inversión que mejore el proceso productivo y calidad en la confección de ropa deportiva. Quisiera que por favor me ayudara contestando algunas preguntas. Sus respuestas son de gran importancia. ¡Gracias!

### INSTRUCCIONES:

- Marque con una x en la opción que usted estime conveniente.

Nº	PREGUNTAS	EVALUACIÓN	ESCALA
1	La ropa deportiva que adquiere es de:	Empresas de la localidad. Empresas de otra ciudad.	( ) ( )
2	¿Qué opinión le merece la ropa deportiva que actualmente se ofrece en los diferentes puntos de venta de la ciudad?	De excelente calidad Buena calidad Mala calidad	( ) ( ) ( )
3	¿Cuáles de las empresas de ropa deportiva que existe en Babahoyo conoce?	Deporte Ray Confecciones Salitas Confecciones Martita Confecciones Pico's Confecciones Jeannette Sport confección	( ) ( ) ( ) ( ) ( ) ( )
4	¿Le satisface el servicio de atención al cliente que brindan las empresas de confección de ropa deportiva locales?	Si No	( ) ( )
5	¿Le satisface la calidad de la ropa deportiva que las empresas de confección de la localidad ofrecen?	Si No	( ) ( )
6	¿Le gustaría que la ciudad cuente con una empresa de confección de ropa deportiva que brinde:	Buena atención al cliente Precios Bajos Calidad en el producto	( ) ( ) ( )
7	¿Cree Usted que debería existir una empresa de confección de ropa deportiva en la ciudad que garantice exclusividad en el diseño de uniformes deportivos?	Si No	( ) ( )
8	¿En dónde cree Usted sería la mejor ubicación de la empresa?	Centro de la ciudad. Este (Cdla. Mamey). Sur (Barrio Lindo) Oeste (por el asilo de anciano)	( ) ( ) ( ) ( )