



INSTITUTO TECNOLÓGICO
"CORDILLERA"

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

APOYAR AL SECTOR TEXTIL MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA DEPORTIVA, UBICADA EN LA PARROQUIA COMITÉ DEL PUEBLO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2015

Proyecto de factibilidad previo a la obtención del título de Tecnóloga en
Administración Bancaria y Financiera.

Autora: María Elena Hernández Benavides

Tutor: Ing. Franklin Cevallos

Abril 2015

Quito – Ecuador

CESIÓN DE DERECHOS

Comparecen a la celebración del presente contrato de cesión y transferencia de derechos de propiedad intelectual, por una parte, la estudiante **Hernández Benavides María Elena**, con cédula de identidad 172110467-5, por sus propios y personales derechos, a quien en lo posterior se le denominará el “CEDENTE”; y, por otra parte, el INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO CORDILLERA, representado por su Rector el Ingeniero Ernesto Flores Córdova, a quien en lo posterior se lo denominará el “CESIONARIO”. Los comparecientes son mayores de edad, domiciliados en esta ciudad de Quito Distrito Metropolitano, hábiles y capaces para contraer derechos y obligaciones, quienes acuerdan al tenor de las siguientes cláusulas:

PRIMERA: ANTECEDENTE.- a) El Cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de Administración Bancaria y Financiera que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnólogo en Administración Bancaria y Financiera, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA DEPORTIVA, UBICADA EN LA PARROQUIA DEL COMITÉ DEL PUEBLO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO”. **b)** Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Superior Tecnológico Cordillera se hará cargo, motivo por el cual se regula de forma clara la cesión de los derechos de autor que genera la obra literaria y que es producto del proyecto de grado, el mismo que culminado es de plena aplicación técnica, administrativa y de reproducción.

SEGUNDA: CESIÓN Y TRANSFERENCIA.- Con el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita todos los derechos patrimoniales del proyecto descrito en la cláusula anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para sí ningún privilegio especial (código fuente, código objeto, diagramas de flujo, planos, manuales de uso, etc.). El Cesionario usará el proyecto por cualquier medio o procedimiento tal cual lo establece el Artículo 20 de la

Ley de Propiedad Intelectual, esto es, realizar, autorizar o prohibir, entre otros: a) La reproducción del proyecto por cualquier forma o procedimiento; b) La comunicación pública del libro; c) La distribución pública de ejemplares o copias, la comercialización, arrendamiento o alquiler del libro; d) Cualquier transformación o modificación del libro; e) La protección y registro en el IEPI del libro a nombre del Cesionario; f) Ejercer la protección jurídica del libro; g) Los demás derechos establecidos en la Ley de Propiedad Intelectual y otros cuerpos legales que normen sobre la cesión de derechos de autor y derechos patrimoniales.

TERCERA: OBLIGACIÓN DEL CEDENTE.- El cedente no podrá transferir a ningún tercero los derechos que conforman la estructura, secuencia y organización del programa del que es objeto del presente contrato, como tampoco emplearlo o utilizarlo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad del libro a favor del Cesionario.

CUARTA: CUANTIA.- La cesión objeto del presente contrato, se realiza a título gratuito y por ende el Cesionario ni sus administradores deben cancelar valor alguno o regalías por este contrato y por los derechos que se derivan del mismo.

QUINTA: PLAZO.- La vigencia del presente contrato es indefinida.

SEXTA: DOMICILIO, JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.- Las partes fijan como su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia derivada de éste, será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se solicitará la asistencia de un Mediador del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito. En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento, en el plazo de diez días calendario desde su inicio, pudiendo prorrogarse por mutuo acuerdo este plazo, las partes someterán sus controversias a la resolución de un árbitro, que se sujetará a lo dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación, al Reglamento del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de comercio de Quito, y a las siguientes normas: a) El árbitro será seleccionado conforme a lo establecido en la Ley de Arbitraje y Mediación; b) Las partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, se

obligan a acatar el laudo arbitral y se comprometen a no interponer ningún tipo de recurso en contra del laudo arbitral; c) Para la ejecución de medidas cautelares, el árbitro está facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos, sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno; d) El procedimiento será confidencial y en derecho; e) El lugar de arbitraje serán las instalaciones del centro de arbitraje y mediación de la Cámara de Comercio de Quito; f) El idioma del arbitraje será el español; y, g) La reconvencción, caso de haberla, seguirá los mismos procedimientos antes indicados para el juicio principal.

SÉPTIMA: ACEPTACIÓN.- Las partes contratantes aceptan el contenido del presente contrato, por ser hecho en seguridad de sus respectivos intereses.

En aceptación firman a los 12 días del mes de Marzo dos mil quince.

Sra. María Elena Hernández
CEDENTE

Instituto Superior Tecnológico Cordillera
CESIONARIO

DECLARATORIA

Declaro que la investigación e información obtenida en este proyecto es totalmente real ya que se obtuvo por medio de la realización de encuestas, las cuales ayudaron a la obtención de la información para que este proyecto se puede llevar a cabo y demostrar la factibilidad de su ejecución en el mercado.

María Elena Hernández Benavides

C.I. 172110467-5

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por haberme dado la vida, salud y paciencia para lograr este paso, también agradezco a mi esposo quien ha sido la persona que me ha apoyado en todo momento dándome fuerza y ánimo sin envidia alguna, a mi familia en general que de una u otra forma también me han brindado su apoyo moral.

Gracias Dios por darme la oportunidad de compartir este logro con mis seres queridos.

El agradecimiento también a todos los docentes quienes han sido parte importante dentro de mi vida académica, quienes han sabido transmitir sus conocimientos y demostrando su lado ético, humanístico y profesional.

DEDICATORIA

Dedico a mi esposo Ricardo e hijos Stalin y Josue quienes han sido mi inspiración y el motor para poder llegar a este logro tan importante de mi vida, ya que con ello quiero brindarles un futuro mejor y recompensar tal vez un poco de todo el tiempo que lo han sabido sacrificar para que su esposa y madre llegue a cumplir uno de los sueños de su vida.

“No hay nada imposible, porque los sueños de ayer son las esperanzas de hoy y pueden convertirse en realidad mañana”

INDICE GENERAL

Contenido

INDICE GENERAL.....	8
INDICE DE GRAFICOS	11
INDICE DE TABLAS	12
INDICE ILUSTRACIONES.....	14
RESUMEN EJECUTIVO	15
ABSTRACT	16
CAPITULO I.....	17
1 Introducción.....	17
1.1 Justificación	18
1.2 Antecedentes.....	19
CAPITULO II	21
2. Análisis Situacional.....	21
2.1 Ambiente Externo.....	21
2.2 Entorno local.....	35
2.3 Análisis Interno.....	39
CAPITULO III.....	51
3. Estudio de Mercado.....	51
3.1 Determinación de la población y muestra.....	51
3.2 Análisis del consumidor.....	53
3.2 Oferta	72
3.4 Demanda	74
3.5 Balance Oferta-Demanda.....	77
CAPITULO IV	79
4.1 Tamaño del proyecto	79
4.1.1 Capacidad Instalada	79
4.1.2 Capacidad Óptima.....	80
4.2 Localización	81

4.2.1.Macro	81
4.2.2 Micro-localización	83
4.2.3 Localización óptima.....	84
4.3. Ingeniería del Producto.....	84
4.3.1. Definición del Bien o Servicio.....	85
4.3.3. Proceso Productivo	90
4.3.4. Maquinaria	95
4.3.5 Equipos	96
CAPITULO V	97
5.1 Ingresos Operacionales y No operacionales.....	97
5.1.1 Costos.....	98
5.2 Inversiones.....	103
5.2.1 Inversión Fija	103
5.2.2 Capital de Trabajo.....	104
5.2.3 Fuentes de Financiamiento y uso de Fondos	105
5.2.4 Amortización de Financiamiento.....	105
5.2.5 Depreciaciones.....	107
5.2.6 Estado de Situación Inicial	108
5.2.7 Estados de resultados proyectados.....	109
5.2.8 Flujo de caja.....	109
5.3. Evaluación	110
5.3.1 Tasa de descuento (TMAR).....	110
5.3.2 VAN (Valor Actual Neto).....	111
5.3.3 TIR (Tasa Interna de Retorno).....	111
5.3.4 PRI (Periodo de Recuperación de la Inversión).....	112
5.3.5 RCB (Relación Costo Beneficio).....	113
5.3.6 Punto de Equilibrio	114
5.3.7 Análisis de Índices Financieros	115
CAPITULO VI.....	118
6. Análisis de Impactos.....	118

6.1 Impactos Ambientales.....	118
6.2 Impactos Económicos.....	122
6.3 Impactos Productivos.....	122
6.4 Impactos Sociales	124
CAPITULO VII	125
7. Conclusiones y Recomendaciones	125
7.1 Conclusiones.....	125
7.2 Recomendaciones	126
Bibliografía	127

INDICE DE GRAFICOS

Gráfico 1 Producto Interno Bruto	22
Gráfico 2 Inflación Anual	23
Gráfico 3 Estadística de Pobreza.....	25
Gráfico 4 Población Económicamente Activa Nacional.....	26
Gráfico 5 Población Económicamente Activa Urbana-Rural	26
Gráfico 6 Población Económicamente Activa Provincia de Pichincha	27
Gráfico 7 Crecimiento Económico.....	30
Gráfico 8 Género.....	60
Gráfico 9 Edad	61
Gráfico 10 Promedio de Ingresos.....	62
Gráfico 11 Utilización de Ropa Deportiva.....	63
Gráfico 12 Actividades Deportivas.....	64
Gráfico 13 Frecuencia de Compra	65
Gráfico 14 Gasto Anual en Ropa Deportiva	66
Gráfico 15 Sector Donde Realizan las Compras.....	67
Gráfico 16 Marcas de Preferencia.....	68
Gráfico 17 Medios de Información.....	69
Gráfico 18 Porcentaje de la Competencia.....	70
Gráfico 19 Porcentaje del Posible Mercado.....	71
Gráfico 20 Oferta Histórica.....	72
Gráfico 21 Oferta Proyectada.....	73
Gráfico 22 Demanda Histórica.....	75
Gráfico 23 Demanda Proyectada	76
Gráfico 24 Balance Oferta- Demanda.....	77
Gráfico 25 Planos de la Microempresa	87
Gráfico 26 Matriz S.L.P.	89
Gráfico 27 Proceso Productivo	90
Gráfico 28 Punto de Equilibrio	114

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Porcentajes de Desempleo Quito	28
Tabla 2 Porcentaje de Desempleo Nacional.....	28
Tabla 3 Proveedores.....	36
Tabla 4 Amenazas	38
Tabla 5 Oportunidades	38
Tabla 6 Perfiles y Funciones de Cargo	45
Tabla 7 Población.....	51
Tabla 8 Consumo Total de Población	70
Tabla 9 Porcentajes de la Competencia	70
Tabla 10 Posible Mercado.....	71
Tabla 11 Porcentaje del Posible Mercado.....	71
Tabla 12 Oferta Histórica.....	72
Tabla 13 Oferta Actual.....	73
Tabla 14 Oferta Proyectada.....	73
Tabla 15 Demanda Histórica.....	74
Tabla 16 Demanda Actual.....	75
Tabla 17 Demanda Proyectada.....	76
Tabla 18 Balance Oferta-Demanda.....	77
Tabla 19 Balance Actual	78
Tabla 20 Balance Proyectado.....	78
Tabla 21 Capacidad Instalada	80
Tabla 22 Capacidad Óptima.....	81
Tabla 23 Ubicación del Proyecto	82
Tabla 24 Matriz de Factores Relevantes	84
Tabla 25 Áreas de la Planta.....	87
Tabla 26 Códigos de Cercanía	88
Tabla 27 Factores Relevantes.....	88
Tabla 28 Maquinaria	95
Tabla 29 Equipos del Proyecto	96
Tabla 30 Tabla de Referencia de Costos.....	97
Tabla 31 Tabla de Referencia de Precio Unitario	97
Tabla 32 Tabla de Ingresos Proyectados.....	98
Tabla 33 Tabla de Referencia de Materia Prima Camisetas	99
Tabla 34 Tabla de Referencia de Materia Prima Pantalón.....	99
Tabla 35 Tabla de Referencia de Costo de Mano de Obra Directa.....	99
Tabla 36 Tabla de Costos Indirectos de Fabricación	100
Tabla 37 Tabla de Gastos Administrativos	100
Tabla 38 Tabla de Gastos de Ventas	101

Tabla 39 Tabla de Gastos Financieros	101
Tabla 40 Tabla de Costos Fijos y Variables.....	102
Tabla 41 Tabla de Activos Fijos	103
Tabla 42 Tabla de Activos Nominales	104
Tabla 43 Tabla de Capital de Trabajo	104
Tabla 44 Tabla de Fuentes de Financiamiento y Uso de Fondos.....	105
Tabla 45 Tabla de Amortización Préstamo	106
Tabla 46 Tabla de Depreciación de los Activos Fijos.....	107
Tabla 47 Estado de Situación Inicial.....	108
Tabla 48 Estado de Resultados Proyectados	109
Tabla 49 Flujo de Caja	109
Tabla 50 Tabla de la TMAR	110
Tabla 51 Tabla del VAN	111
Tabla 52 Tabla del TIR	112
Tabla 53 Tabla del Periodo de Recuperación de la Inversión.....	112
Tabla 54 Tabla de la Relación Costo /Beneficio.....	113
Tabla 55 Tabla de Datos Punto de Equilibrio	114
Tabla 56 Tabla Punto de Equilibrio	115

INDICE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Tasa de Interés Comercial.....	24
Ilustración 2 Dolarización.....	31
Ilustración 4 Idiosincrasia.....	32
Ilustración 3 Idiosincrasia.....	32
Ilustración 6 Máquina de Coser Overlock.....	34
Ilustración 5 Maquinaria Industrial.....	34
Ilustración 7 Organigrama.....	46
Ilustración 8 Gestión Operativa.....	48
Ilustración 9 Logotipo.....	49
Ilustración 10 60 y Piquito.....	54
Ilustración 11 Bailo Terapia.....	54
Ilustración 12 Carreras 15K.....	55
Ilustración 13 Fútbol Barrial.....	55
Ilustración 14 Ciudadanía Practicando Deporte.....	56
Ilustración 15 Mapa Parroquia Comité del Pueblo.....	82
Ilustración 16 Mapa de la Localización Exacta del Proyecto.....	83
Ilustración 17 Camiseta.....	86
Ilustración 18 Calentador.....	86
Ilustración 19 Lycras.....	86
Ilustración 20 Materia Prima.....	91
Ilustración 21 Corte de Tela.....	92
Ilustración 22 Confección y Control de Calidad.....	92
Ilustración 23 Empaque.....	93
Ilustración 24 Almacenamiento.....	93
Ilustración 25 Exhibición.....	94

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto de confección y comercialización de ropa deportiva, de acuerdo a la realización del estudio de mercado en donde se muestra que existe una demanda insatisfecha, donde **"Confecciones JSMR"** quiere cubrir un pequeño porcentaje ofreciendo a ese mercado prendas de vestir con innovación en sus diseños y colores, ya son los que exigen los consumidores al momento de una compra. Como también se ha realizado el respectivo estudio financiero en donde el proyecto presenta ser factible dentro del mercado de la ropa deportiva y por ello es una de las recomendaciones la ejecución del presente proyecto, ya que representa una oportunidad con el cambio de la Matriz Productiva que se está dando dentro del país. Acotando que se quiere ser parte importante de este desarrollo que es de vital importancia para valorar la producción nacional, como también se espera llegar a ser parte importante dentro de la industria textil.

Palabras claves: confección, comercialización, Matriz productiva, producción, textil

ABSTRACT

This draft manufacture and marketing of sports apparel, according to the study of market where it is shown that there is unmet demand, where "**Confecciones JSMR**" want to cover a small percentage offering this dress clothing market innovation their designs and colors, and are demanded by consumers when a purchase. As has also performed the respective financial study where the project is feasible within the sportswear market and it is one of the recommendations the implementation of this project as an opportunity to change that Matrix Production is occurring within the country. Constraining you want to be an important part of this development is vital to assess domestic production, as also expected to become important part of the textile industry.

Keywords: manufacturing, marketing, matrix production, production, textile

CAPITULO I

1 Introducción

El proyecto de confección y comercialización de ropa deportiva dentro de la parroquia Comité del Pueblo del Distrito Metropolitano de Quito, busca aprovechar la oportunidad que se está dando dentro del sector textil como es la elaboración de prendas de vestir deportivas, ya que ha esto ha tenido mucha influencia lo que es el practicar diferentes deportes para sentirse saludable y mantener una vida larga, en esta parte se han involucrado tanto el Ministerio de Deportes como también el Municipio de Quito con el programa 60 y Piquito, en donde como deportistas buscan prendas acordes para realizar sus actividades deportivas buscando comodidad y ligereza en sus prendas de vestir, por ello **"Confecciones JSMR"** busca ser parte de este sector que con los diferentes cambios que se están dando dentro del Ecuador como es la aplicación del Objetivo 10 que se trata de *"Impulsar la transformación de la matriz productiva"* que consta en los lineamientos del Plan Nacional del Buen Vivir.

Por lo cual es importante aprovechar este cambio ya que da pautas para el crecimiento de la industria textil dentro de la nación, tomando en cuenta los diferentes programas que se han venido aplicando como son "Primero lo Nuestro", es mejor si está "Hecho en Ecuador", para que los consumidores también aprecien la producción nacional y poder apoyar al crecimiento de la misma, es lo que ahora se trata de ser no solo un exportador de materia prima si no también un exportador de productos con un valor agregado pero utilizando mano de obra y materia prima netamente ecuatoriana, y así dar a conocer la capacidad y calidad que se tiene dentro del sector textil del Ecuador.

1.1 Justificación

En la República del Ecuador existe un crecimiento en la comercialización de vestuario debido al incremento de la manufactura en un 0.12% del 0.5% del crecimiento del PIB la cual genera un alto nivel de plazas en este sector, la economía en el país es sustentable ya que existen mercados potenciales, que ven la oportunidad de poder introducir para aportar al crecimiento del sector artesanal y, por ende, su economía gracias al desarrollo comercial.

Con el crecimiento de la manufactura que el país ha tenido en estos últimos años y el aporte en el PIB, da a entender la importancia que tiene este sector dentro de la población, al querer satisfacer sus diferentes gustos en vestuario de acuerdo a su entorno y temporada. El país cuenta con gran variedad de insumos que existe para la confección de ropa, la elaboración de un producto que permita la utilización de materia prima como es tela, hilos, elástico entre otros, es un paso importante para el desarrollo textil y económico.

El proyecto está alineado al cumplimiento del Plan Nacional del Buen Vivir en el Objetivo 10 *"Impulsar la transformación de la matriz productiva"* el cual trata de cumplir con lo establecido en la Constitución que es la creación de una economía justa, equitativa y solidaria y por ende transformar e incentivar a la producción nacional, para que el mercado nacional tenga la oportunidad de poder competir con manufactura internacional logrando ser exportadores, no mas solo importadores para poder ayudar al equilibrio de la Balanza Comercial. Al dejar de ser importadores se tendrá la oportunidad de tener un mayor crecimiento de la industria textilera y la manufactura nacional.

La responsabilidad social que busca el proyecto es poder contribuir al bienestar de la colectividad creando nuevas plazas de trabajo, sean para amas de casa, artesanos entre otros, tendrían la capacidad de aportar para el crecimiento del mismo. En el tratamiento de los diferentes desechos que se crean en este sector, se buscara la manera que estos sean reutilizados en otro bien, que sea de utilidad para la ciudadanía como por ejemplo se podría dar la elaboración de guaipe.

1.2 Antecedentes

“El inicio del sector textil en el país se desarrolla en la época de la colonia, desde entonces ha estado muy arraigado en la economía ecuatoriana, sin embargo, su influencia en la misma ha ido perdiendo peso en las últimas dos décadas principalmente por el estancamiento, a la hora de introducir nuevas tecnologías que reduzcan los costos del producto, como por la introducción de los nuevos operadores en el mercado mundial del textil, principalmente los países asiáticos.

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

En la actualidad el sector textil ecuatoriano está viviendo un proceso de transformación hacia una mayor industrialización y una reducción de los costos que permita a las empresas del país poder competir con sus socios más cercanos, Perú y Colombia, y en menor medida con Brasil.

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

El sector textil genera varias plazas de empleo directo en el país, llegando a ser el segundo sector manufacturero que más mano de obra emplea, después del sector de alimentos, bebidas y tabacos. Según estimaciones hechas por la Asociación de

Industriales Textiles del Ecuador – AITE, alrededor de 50.000 personas laboran directamente en empresas textiles, y más de 200.000 lo hacen indirectamente.”

(Ecuador, 2014)

La importancia que se le está dando al sector textil es gracias a este nuevo programa que es la transformación de la matriz productiva con la cual se busca impulsar la producción nacional.

Con la campaña “Consúmanos Primero lo Nuestro” o “Es Mejor si es Hecho en Ecuador” el gobierno busca incrementar la producción nacional para esto también se ha realizado restricciones a diferentes importaciones las cuales perjudican o amenazan a la industria nacional, pero para esto también debe existir un sentimiento nacionalista que incentive el consumo de producción nacional.

El Distrito Metropolitano de Quito tiene una representativa cantidad de personas artesanas que se dedican a confeccionar ropa empíricamente, pero no han establecido una microempresa sea por la falta de financiamiento o porque no tienen un conocimiento claro sobre a qué mercado deben dirigirse. Como también hay microempresas constituidas y abarcan gran mercado con empresas reconocidas o que suelen trabajar con el Estado.

La confección de ropa es un sector muy amplio pues no solo se habla de prendas de vestir sino que puede ampliarse a toda la indumentaria que necesita un hogar como por ejemplo cobijas, sabanas, manteles, entre otros, este campo es muy cuantioso y se presta a tener un gran crecimiento si se lo maneja adecuadamente atendiendo al mercado propuesto de una manera entregada y profesional.

CAPITULO II

2. Análisis Situacional

2.1 Ambiente Externo

2.1.1 Factor Económico

2.1.1.1 Producto Interno Bruto (PIB)

Definición: Esta variable da el producto interno bruto (PIB) o el valor de todos los bienes y servicios finales producidos dentro de una nación en un año determinado. El PIB al tipo de cambio de paridad del poder adquisitivo (PPA) de una nación es la suma de valor de todos los bienes y servicios producidos en el país valuados a los precios que prevalecen en los Estados Unidos. (Mundi, 2012)

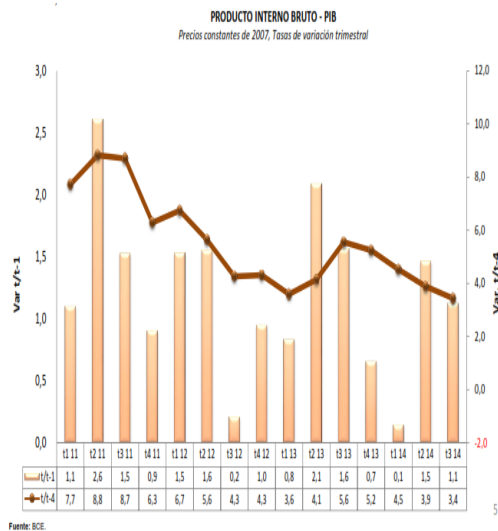


Gráfico 1 Producto Interno Bruto

Fuente: Banco Central del Ecuador

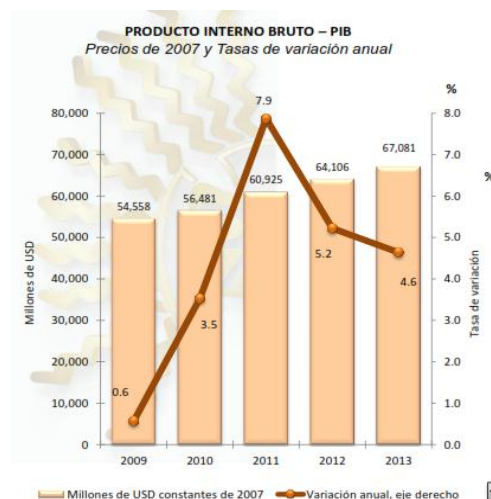
Elaborado por: Banco Central del Ecuador

Análisis

El crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) en el año 2013, fue de 4.6% y de 3.4% en año 2014 lo cual se puede dar una referencia de un decrecimiento del 1,6% , se tomará como una amenaza para el proyecto ya que no se puede predecir la producción de bienes y servicios, dando así a la apertura de la duda en que la población siga consumiendo los productos que se les oferten.

2.1.1.2 Inflación

La inflación es medida estadísticamente a través del Índice de Precios al Consumidor del Área Urbana (IPCU), a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de hogares. (Ecuador B. c., 2014)



Banco Central
del Ecuador

INFLACIÓN ANUAL A DICIEMBRE DE CADA AÑO (Porcentajes, 2006-2014)

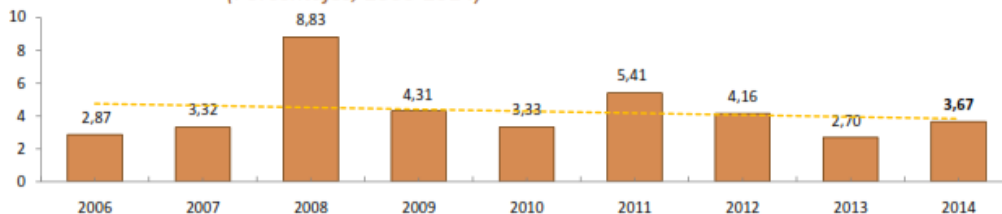


Gráfico 2 Inflación Anual

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: B.C.E.

Análisis

La inflación está en 3,67% ha subido en un porcentaje moderado con referencia al año del 2013 que estuvo en 2,70% , que permite tener la oportunidad de mantener un rango de consumo, el cual permite seguir ofertando los diferentes bienes y servicios a la población para que satisfagan sus necesidades.

2.1.1.3 Tasa de interés

Es un porcentaje que se traduce en un monto de dinero, mediante el cual se paga por el uso del dinero. Es un monto de dinero que normalmente corresponde a un porcentaje de la operación de dinero que se esté realizando. (Chile, 2014)

Grafico N° 3 Tasa de interés comercial

COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO
"PABLO MUÑOZ VEGA"
Cooperativa controlada por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria

¡ INVIESTE EN TU FUTURO !

PIZARRA DE INFORMACIÓN		
TASA ACTIVA REFERENCIAL		8,17%
TASA LEGAL (NOVIEMBRE de 2014)		8,17%
TIPO CRÉDITO	TASA de INTERÉS	
	Nominal	Efectiva
Vivienda	9,40%	11,30%
Consumo	14,40%	15,38%
Microcrédito	20,50%	22,54%
TASA EN MORA		1,1 veces
SEGURO DE DESGRAVAMEN	Tasa Prima Seguro	0,45 por mil
GASTOS DE COBRANZA	1era. Notificación	USD 0
	2da. Notificación	USD 0
	3era. Notificación	USD 0
	En crédito vencido Notificación Prejudicial	USD 15
COSTOS	AVALÚOS	QUITOLAGO AG. USD 60,00
		IBARRA USD 50,00
		MATRIZ y AGENCIAS USD 30,00
APERTURA CTA. AHORROS MONTO MÍNIMO		USD 55
RETIROS CAJEROS AUTOI	Cupo máximo	USD 300
	Misma entidad	USD 300

Ilustración 1 Tasa de Interés Comercial

Fuente: Cooperativa de Ahorro y Crédito "Pablo Muñoz Vega"

Elaborado por: Cooperativa de Ahorro y Crédito "Pablo Muñoz Vega"

Análisis

Las tasas de interés para los microempresarios es del 20,50%, la tasa nominal es del 22,54%, y la tasa efectiva de acuerdo a la Cooperativa de Ahorro y Crédito "Pablo Muñoz Vega", las cuales son altas teniendo en cuenta que al inicio de cualquier negocio no se obtendrá una ganancia hasta a ver recuperado lo invertido por lo cual se ve una amenaza al momento de adquirir créditos para la implementación de un negocio.

2.1.1.4 Pobreza

La pobreza suele definirse como la "carencia de los bienes y servicios necesarios para satisfacer las necesidades básicas". (Empresas, 2013)

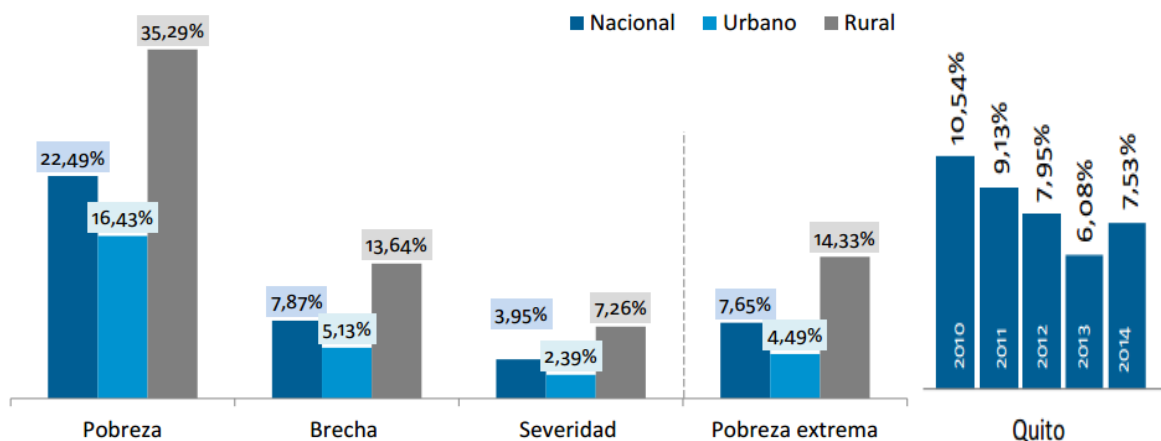


Gráfico 3 Estadística de Pobreza

Fuente: INEC

Elaborado por: INEC

Análisis

La pobreza en el país tiene un porcentaje del 22,49% a nivel nacional con referencia al año 2013 de 25,55%, ha tenido un decrecimiento moderado el cual a su vez se puede indicar que el 16,43% pertenece a la pobreza que existe a nivel urbano, esta nos indica que se puede trabajar ya que no existe mucha pobreza dentro de la zona urbana y puede ir disminuyendo, siendo favorable para la implementación de algún negocio y permita el consumo de bienes y servicios adicionales.

2.1.1.5 Población económicamente activa (PEA)

La PEA está conformada por las personas de 10 años de edad y en adelante que trabajaron al menos 1 hora en la semana de referencia, o que no laboraron, pero tuvieron

empleo (ocupados), o bien, aquellas personas que no tenían empleo, pero estaban disponibles para trabajar y buscaban empleo (desocupados). (INEC, 2014)

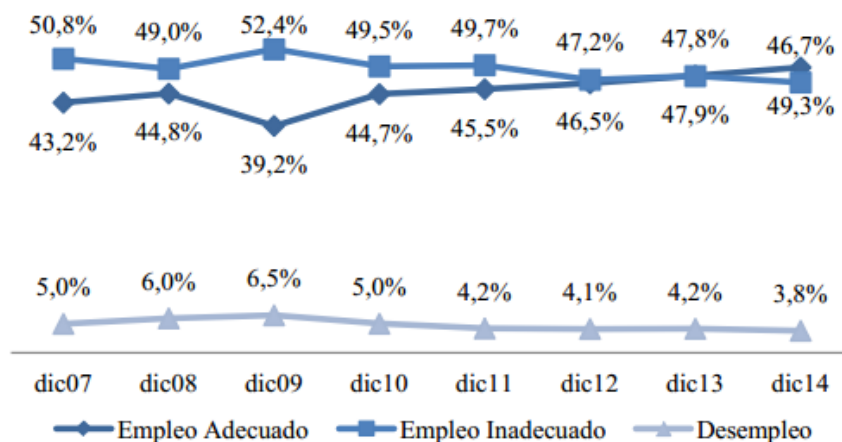


Gráfico 4 Población Económicamente Activa Nacional

Fuente: INEC

Elaborado por: INEC

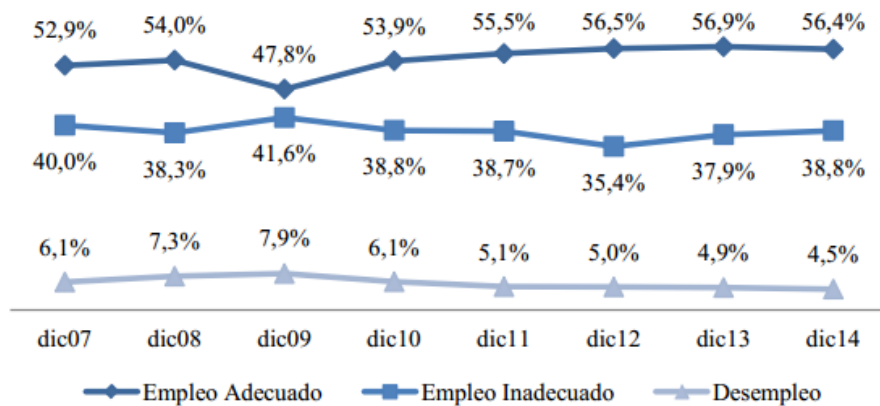


Gráfico 5 Población Económicamente Activa Urbana-Rural

Fuente: INEC

Elaborado por: INEC

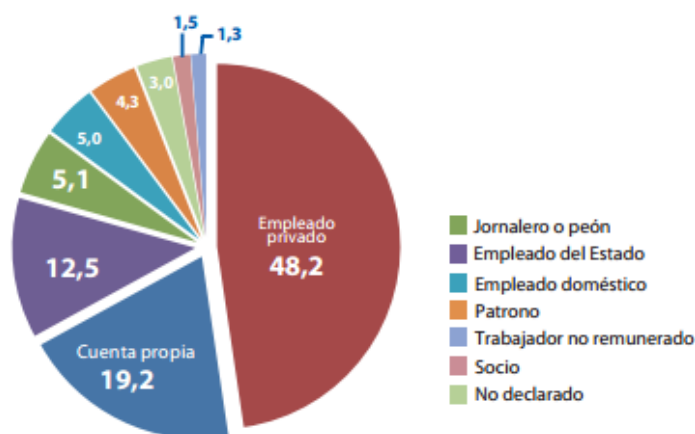


Gráfico 6 Población Económicamente Activa Provincia de Pichincha

Fuente: INEC

Elaborado por: INEC

Análisis

La población del Ecuador es de 15'737.878 habitantes de este total el 46,7% pertenecen al PEA (Población Económicamente Activa), este indica que las personas tienen un trabajo estable del cual dependen y tienen una seguridad en su economía. En la Provincia de Pichincha tenemos un total de 2'835.373 habitantes, en donde el 48,2% indica que tenemos un porcentaje adecuado para que sean los consumidores de algún bien o servicio ofertado.

2.1.1.6 Tasa de desempleo

Expresa el nivel de desocupación entre la población económicamente activa. (celade, 2000)

FECHA	VALOR
Diciembre-31-2014	3.22 %
Septiembre-30-2014	4.90 %
Junio-30-2014	4.16 %
Marzo-31-2014	4.30 %
Diciembre-31-2013	4.04 %
Septiembre-30-2013	4.66 %

Tabla 1 Porcentajes de Desempleo Quito

Fuente: Banco central del Ecuador

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

FECHA	VALOR
Diciembre-31-2014	4.54 %
Septiembre-30-2014	4.65 %
Junio-30-2014	5.71 %
Marzo-31-2014	5.60 %
Diciembre-31-2013	4.86 %
Septiembre-30-2013	4.55 %
Junio-30-2013	4.89 %

Tabla 2 Porcentaje de Desempleo Nacional

Fuente: Banco central del Ecuador

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

Análisis

El desempleo a nivel nacional en el año 2014 fue de 4,54% siendo más bajo en referencia al año 2013 de 4,86% , esto representa un porcentaje bajo a relación con el PEA, por tanto este proyecto ayudaría a reducir este porcentaje ya que se crearían mayor fuentes de trabajo y se aportara a la reducción de la tasa de desempleo.

2.1.1.7 Crecimiento Económico

El crecimiento económico es el ritmo al que se incrementa la producción de bienes y servicios de una economía, y por tanto su renta, durante un período determinado. Este período puede ser muy corto (un trimestre o un año); pero la teoría del crecimiento económico se ocupa principalmente de analizar los factores que influyen en el ritmo al que crece una economía por término medio durante períodos más largos. De esta forma, el énfasis se pone más en la expansión de la capacidad productiva de un país que en sus fluctuaciones a corto plazo, de las que se ocupa la teoría del ciclo económico. (Uxó González, 2014)

CICLO DEL ÍNDICE DE CONFIANZA EMPRESARIAL Y TASA DE CRECIMIENTO ANUAL DEL PIB (2007-2014)

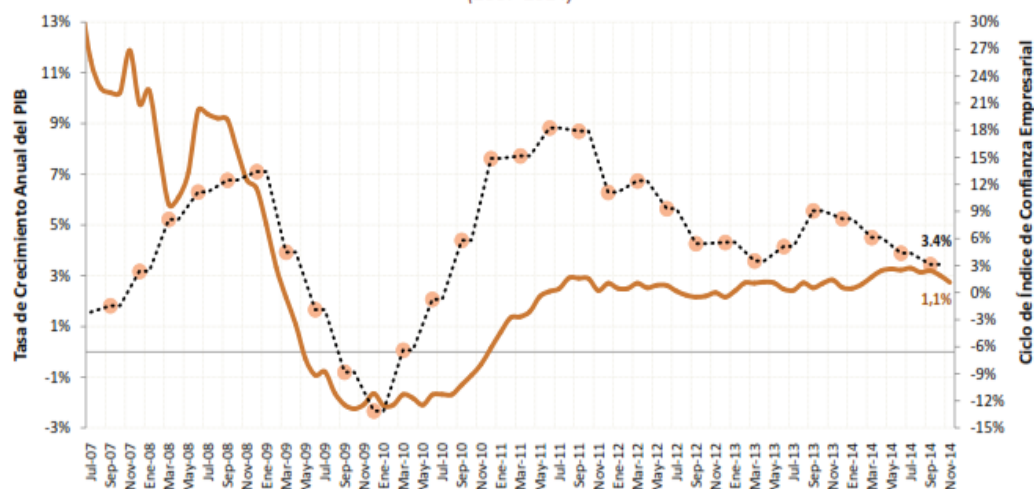


Gráfico 7 Crecimiento Económico

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

Análisis

El crecimiento del país según el Banco Central del Ecuador espera que el crecimiento económico sea del 3,5% y por parte del FMI del 4% , esto se da por las diferentes áreas que han aportado a su movimiento económico dando así un resultado positivo y una oportunidad para las diferentes microempresas o emprendedores que quieran implementar dentro de cualquier ciudad algún tipo de negocio acorde a lo más importante, o a la necesidad inmediata que tengan las personas.

2.1.1.8 Dolarización

Un concepto amplio de dolarización es el que se refiere a cualquier proceso donde el dinero extranjero reemplaza al dinero doméstico en cualquiera de sus tres funciones.

En efecto, la dolarización de una economía es un caso particular de sustitución de la moneda local por el dólar estadounidense como reserva de valor, unidad de cuenta y como medio de pago y de cambio.

Análisis

La dolarización brinda una estabilidad económica, por tener una moneda que no se devalúa en el mercado internacional y da la oportunidad de poder introducir productos a países vecinos en donde el cambio de moneda es factible ya que es más barato al momento de realizar el cambio de dólares a otra moneda diferente.



Ilustración 2 Dolarización

2.1.2 Factor social

2.1.2.1 Idiosincrasia

La idiosincrasia es una característica de comportamiento, manera característica de pensar, sentir, actuar, rasgos y carácter propios o culturales, distintivos y peculiares de un individuo o un grupo. (Significados, 2013)



Ilustración 4 Idiosincrasia

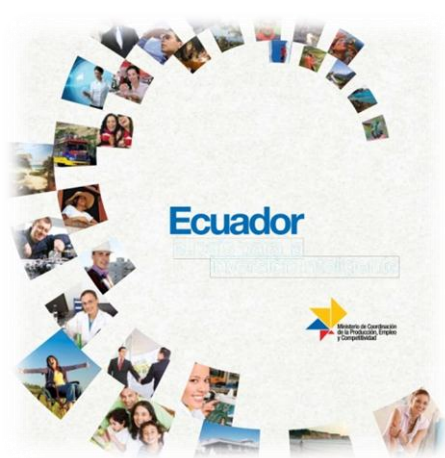


Ilustración 3 Idiosincrasia

Análisis

En este aspecto se debe tener el mayor cuidado posible ya que se refiere a las tendencias de consumo que tienen las personas, siendo ellas mismo las que pueden aceptar o rechazar algún producto por su modo de preferencia o mentalidad.

2.1.3 Factor Legal

Este es el aspecto importante dentro de la implementación de un proyecto cualquiera que fuera este, ya que para poder entrar en funcionamiento se debe cumplir con todos los requisitos solicitados por las autoridades.

A continuación los requisitos que se necesitan para la implementación de una microempresa como Persona Natural en la República del Ecuador:

- 1- Obtener el Registro Único de Contribuyentes que es emitido por el Servicio de Rentas Internas (SRI) en este punto debemos especificar el lugar donde funcionará el negocio, como también indicar su actividad comercial.
- 2- Solicitar la Patente al Municipio de Quito.
- 3- Solicitar LUAE

Análisis

El tiempo que se requiere para obtener los siguientes documentos para el funcionamiento no son tardíos ya que se necesitan al menos cinco días como máximo para poder obtenerlos. En este aspecto se brinda la oportunidad a las personas que deseen establecer una microempresa ya que no se necesitan tantos documentos que sean una traba para poder emprender un negocio y así poder ser parte del desarrollo en la industria textil.

2.1.4 Factor Tecnológico

La tecnología es un factor importante en el ámbito textil ya que permite realizar nuevos diseños, bordados, combinación de colores e incluso la maquinaria permite mejorar la presentación y calidad en las prendas de vestir con maquinaria de punta que se encuentra en el país y es de fácil acceso para adquirirla.

La diferentes máquinas de coser industriales que se utilizarán en este proyecto en su mayoría son de procedencia Japonesa y China, ofertando máquinas de buena calidad como las marcas Jack, Siruba, Singer, Juki donde son las más conocidas dentro del área de confección de ropa.

Análisis

La tecnología es una oportunidad que se debe acogerla siendo esta la que facilita el trabajo o permite dar un valor agregado al producto, como puede ser en optimizar tiempo, recursos y trabajo como en la elaboración de diseños, bordados, cortes entre otros son los beneficios que en este tiempo brinda la tecnología.



Ilustración 6 Maquinaria Industrial



Ilustración 5 Máquina de Coser Overlock

2.2 Entorno local

2.2.1 Clientes

El proyecto contara con los siguientes clientes que pueden ser;

- Ligas barriales: los cuales realizan los campeonatos anuales y adquieren uniformes deportivos.
- Unidades educativas: utilizan calentadores para las actividades de educación física y también realizan campeonatos deportivos internos.
- Empresas: realizan campeonatos internos dentro de sus organizaciones.
- Comerciantes del sector: pueden adquirir al por mayor para vender al público en general.
- Deportistas
- Público en general: este no necesariamente debe ser deportista para poder utilizar ropa deportiva, ya que ellos también realizan actividades como; ejercicios, ciclismo, atletismo o la utilizan por simple comodidad.

Análisis

Con el incentivo por parte del Ministerio del Deporte a que la ciudadanía practique varios deportes o realicen ejercicios, se ha incrementado el consumo de ropa deportiva, lo cual se constituye en una oportunidad para poder cubrir un mercado y con este proyecto brindar un producto de calidad.

2.2.2 Proveedores

Se debe realizar una base de datos de las empresas de producción o comercialización de las diferentes materias primas, accesorios que se necesiten para la confección de la ropa.

Nuestros posibles proveedores dentro del Distrito Metropolitano de Quito serían los siguientes:

Proveedor	Dirección	Teléfonos
Almacén CITY	Av. 6 de Diciembre 6004	2431171
Bolmar	Guayaquil 653 entre Sucre y Bolívar	294 2407
Casa Espinel	Av. La Prensa 4347 y Cristóbal Vaca de Castro	259 1128
Comercial Vallejo Hmns.	Juan Montalvo 1065	237 0063
Distritex	Panamericana Norte Km 6 ½ Parkenor bodegas 1.2.3	248 3374

Tabla 3 Proveedores

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: María Elena Hernández

Análisis

Los proveedores son una amenaza ya que de ellos dependerá obtener la materia prima necesaria e innovadora para la elaboración de ropa.

2.2.3 Competidores

La competencia dentro de esta área tiene una gran trayectoria en el mercado en esta tenemos las siguientes microempresas ya instaladas en los alrededores como son:

- Uniformes Javier
- Tejidos Tatiana
- Confecciones Textil
- Varias microempresas

Análisis

Los competidores serán una oportunidad para el proyecto ya que podemos mejorar los productos poniendo un valor agregado para hacerle al producto más competitivo. Para ello tampoco debemos dar poca importancia, ya que ellos también pueden hacer lo mismo, los competidores tiene una ventaja sobre el proyecto ya que ellos ya están en el mercado mayor tiempo y su producto ya es conocido, por eso debemos tener una buena estrategia para poder introducir el producto al mercado competitivo.

2.2.4 Análisis FODA

AMENAZAS			
	Alto	Medio alto	Bajo
PIB		X	
Tasa de interés		X	
Idiosincrasia	X		
Clientes		X	
Proveedores		X	
Balanza Comercial	X		

Tabla 4 Amenazas

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: María Elena Hernández

OPORTUNIDADES			
Impacto			
Variable	Alto	Medio	Bajo
Inflación		X	
Tecnología	X		
Pobreza		X	
Tasa de desempleo	X		
PEA	X		
Dolarización	X		
Crecimiento económico	X		
Competidores		X	
Factor legal	X		

Tabla 5 Oportunidades

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: María Elena Hernández

2.3 Análisis Interno

2.3.1 Misión

La Misión define el negocio al que se dedica la organización, las necesidades que cubren con sus productos y servicios, el mercado en el cual se desarrolla la empresa y la imagen pública de la empresa u organización.

La misión de la empresa es la respuesta a la pregunta : ¿Para que existe la organización?. En el caso de un individuo la Misión sería lo que la persona quiere hacer que lo hace feliz. (Palermo, 2014)

Misión del proyecto “Confecciones JSMR”

Confeccionar ropa deportiva para los distintos estratos de la ciudadanía del sector norte de Quito.

2.3.2 Visión

Es una imagen a futuro sobre como deseamos que sea la empresa o como queremos ser el futuro como individuos.

El propósito de la Visión es guiar, controlar y alentar a la organización o al individuo para alcanzar el estado deseable.

La Visión de la empresa es la respuesta a la pregunta, ¿Qué queremos que sea la organización o quienes queremos ser en los próximos años? (Palermo, 2014)

Visión del proyecto “Confecciones JSMR”

Ser una microempresa líder en el mercado del norte de Quito en la confección de ropa deportiva, brindando calidad e innovación en las prendas de vestir con la atención y servicio de excelencia.

2.3.3 Objetivos

Es un logro que nos proponemos en un plazo determinado.

El objetivo es (a diferencia de la Visión y Misión) cuantificable, necesita ser medido. Tiene que ser enunciado específicamente y de forma positiva. Además tiene un plazo de tiempo para su concreción.

El Objetivo tiene que estar alineado en el tiempo con la Visión y en el marco con la Misión. (Palermo, 2014)

2.3.3.1 Objetivo General

Fomentar la cultura del deporte confeccionando ropa deportiva de calidad para la sociedad en general.

2.3.3.2 Objetivos Específicos

- Realizar un estudio de mercado para conocer la aceptación de los consumidores, gustos y tendencias de ropa deportiva en la Parroquia Comité del Pueblo.
- Realizar un estudio financiero para determinar el valor total de la inversión.

- Realizar una evaluación financiera para determinar la rentabilidad sostenible del proyecto.
- Proponer la implementación de una industria dedicada a la confección de ropa deportiva en el sector del Comité del Pueblo.

2.3.4 Principios y/o valores

Los valores son el reflejo del comportamiento humano basado en los principios. Los principios, son normas o ideas fundamentales que rigen el pensamiento o la conducta de los integrantes de un grupo humano., y en suma se busca que todos los miembros de la organización internalicen y vivan en armonía. (Santander, 2013)

Responsabilidad.- cumplir con todos los pedidos que hayan sido solicitados o encargados.

Puntualidad.- realizar las entregas de los diferentes pedidos en su tiempo establecido con el cliente.

Creatividad.- elaborar las diferentes prendas de vestir utilizando la creatividad de las personas para innovar los modelos.

Comodidad.- realizar una distribución adecuada para que los clientes tengan la facilidad de poder adquirir lo deseado.

Calidad.- reflejar en las prendas de vestir la calidad de materias primas.

2.3.5 Políticas

- Cumplir con las normas de seguridad industrial que se hayan establecido en la empresa.
- Utilizar y cuidar los implementos de seguridad para evitar posibles malestares en el área de trabajo.
- Reportar cualquier problema que causare inseguridad y evitar posibles accidentes laborales.
- Proteger el medio ambiente y no contaminar la atmósfera respirable de su lugar de trabajo.
- Cuidar las instalaciones para que perduren en el tiempo y así disfrutarlas adecuadamente.

2.3.5 Gestión Administrativa

Es el conjunto de actividades orientadas a coordinar los recursos disponibles para conseguir los objetivos preestablecidos por la empresa. (Caribe, 2014)

La microempresa “**Confecciones JSMR**” se establecerá como persona natural ya que se trata de un solo socio, la cual ofrecerá ropa deportiva como;

- Calentadores
- Licras
- Camisetas
- Vividis entre otros.

En la industria se espera iniciar con siete personas que aportarán con su trabajo para cumplir con el proceso de confección dentro de la planta.

En este aspecto se determinará la planificación, organización, dirección y control del proyecto.

Planificación

La planificación supone trabajar en una misma línea desde el comienzo de un proyecto, ya que se requieren múltiples acciones cuando se organiza cada uno de los proyectos. Su primer paso, dicen los expertos, es trazar el plan que luego será concretado. (Definiciones.de, 2008)

Las actividades planificadas para realizar el proyecto serán las siguientes.

- Registrar y cumplir con todos los documentos para que la industria legalmente pueda entrar en funcionamiento
- Adquirir un crédito micro empresarial
- Realizar proformas y compra de las diferentes máquinas que se utilizarán como son; máquinas overlock de tres, cuatro y cinco hilos, máquinas de coser recta, trilladora, cortadora, bordadora y analizar cuál será la cotización más óptima sin descartar calidad.
- Adecuar las instalaciones que se utilizarán como planta de producción.
- Realizar análisis de los posibles proveedores y contactarse para el abastecimiento de la materia prima, tomando en cuenta el precio y calidad de la misma.
- Distribuir las áreas de confección para tener un proceso ordenado y eficiente.

- Selección y contratación de personal
- Analizar los canales de distribución del producto.
- Mantener constantes capacitaciones
- Motivar al personal y hacerles sentir parte de la empresa con integraciones laborales.

De acuerdo a esta planificación se determinará el buen funcionamiento de la empresa para llegar a cumplir al objetivo general.

Organización

Consiste en definir la tarea que se va a desarrollar, dividir y distribuir el trabajo entre las personas que lo van a realizar, determinar las relaciones que deben existir entre ellas y fijar sus responsabilidades con la intención de obtener los objetivos previstos de la forma más eficaz. (Monografías, 1998)

En este aspecto se trabajará en la distribución del trabajo para alcanzar los diferentes objetivos y a su vez cumplir con la misión establecida.

Para esto se debe realizar una distribución de cargos para manejar un trabajo en equipo, ejemplo; se tendrá o se manejará en primera instancia por jerarquización que quiere decir por grado de importancia, en segunda instancia por departamentalización queriendo decir que se agrupan las actividades o funciones en unidades específicas de trabajo.

A continuación se describirá los diferentes cargos que tendrá la microempresa

Gerente General.- Es el propietario quien llevará a cabo esta función ya que se trata de una persona natural.

Perfil y funciones de los cargos

Cargo	Perfil del cargo	Funciones
Gerente General	*Profesional en Administración de Empresas *Experiencia en manejo de empresas similares.	*Conducir a la industria a un amplio mercado. *Obtener una producción eficiente y obtener una rentabilidad.
Asesor Contable	*Profesional en contabilidad y auditoría. *Bachiller CBA con experiencia *Estudiante en carreras afines.	*Asesorar en el ámbito del manejo de compra a los proveedores. *Realizar las declaraciones mensuales. *Coordinar los pedidos y entregas. *Realizar pagos y cobros de facturas.
Obreras (os)	*Ser artesanos con título. *Tener experiencia mínima de 2 años en el cargo	*Realizar los trazos, cortes y costura de las prendas.
Vendedor (a)	*Tener experiencia en ventas por lo mínimo 1 año	*Realizar atención al público.

Tabla 6 Perfiles y Funciones de Cargo

Organigrama estructural

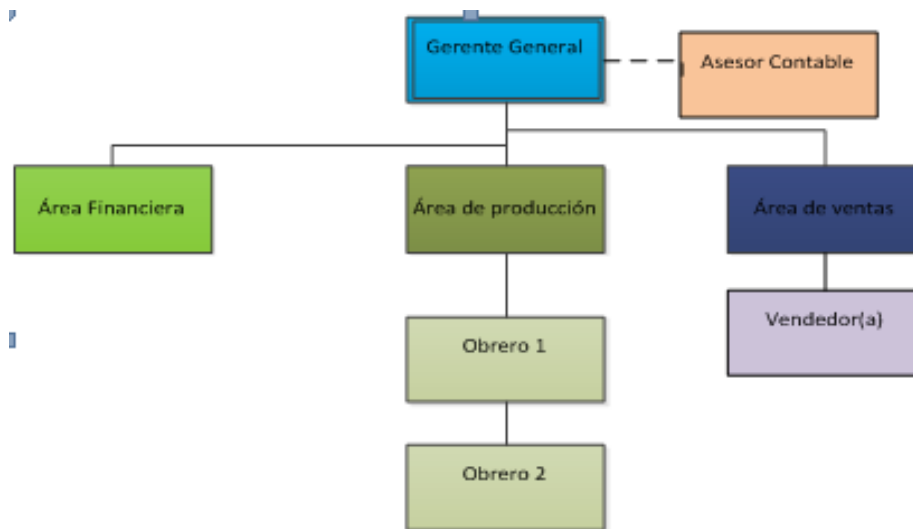


Ilustración 7 Organigrama

Dirección

Implica conducir, guiar y supervisar los esfuerzos de los subordinados para ejecutar planes y lograr objetivos de un organismo social. (Vaca, 2012)

En esta parte se tomará en cuenta como se dirigirá al grupo de trabajo con el cual se contará, otros aspectos como la toma de decisiones en donde tendrán que descubrir o arreglar algún problema que haya surgido y sea perjudicial para el trabajo o proceso que se lleve a cabo, la motivación del personal que permite a las personas ser parte importante de la empresa para lo cual se necesita hacerles sentir parte de la empresa, la comunicación que es de vital importancia dentro de un negocio ya que de ello depende la dirección que se tome dentro de la empresa, como también la supervisión al proceso

que se lleve para poder ayudar o guiar al personal y así tomar las mejores decisiones a tiempo.

Control

El control puede definirse como "el proceso de regular actividades que aseguren que se están cumpliendo como fueron planificadas y corrigiendo cualquier desviación significativa" (Robbins, 1996)

El control dentro de un proceso es de vital importancia ya que se verificará el trabajo realizado en secuencia.

Supervisión.- Supervisar que los procesos se cumplan en secuencias o verificar si se necesitara aumento de algún otro proceso o lo contrario disminuir para optimizar tiempo en la producción.

Estándar de Calidad.- Realizar un proceso de verificación de la calidad de producto terminado. Como también de las materias primas que se utilizarán en la producción queriendo decir el control de calidad de las materias primas ya que esto será nuestra imagen en el mercado.

Retroalimentación.- En esta fase se encargará el jefe de producción realizar un análisis de los procesos realizados para ver sus fortalezas y debilidades en los mismos y así tomar las mejores decisiones que mejore el trabajo.

2.3.6 Gestión Operativa

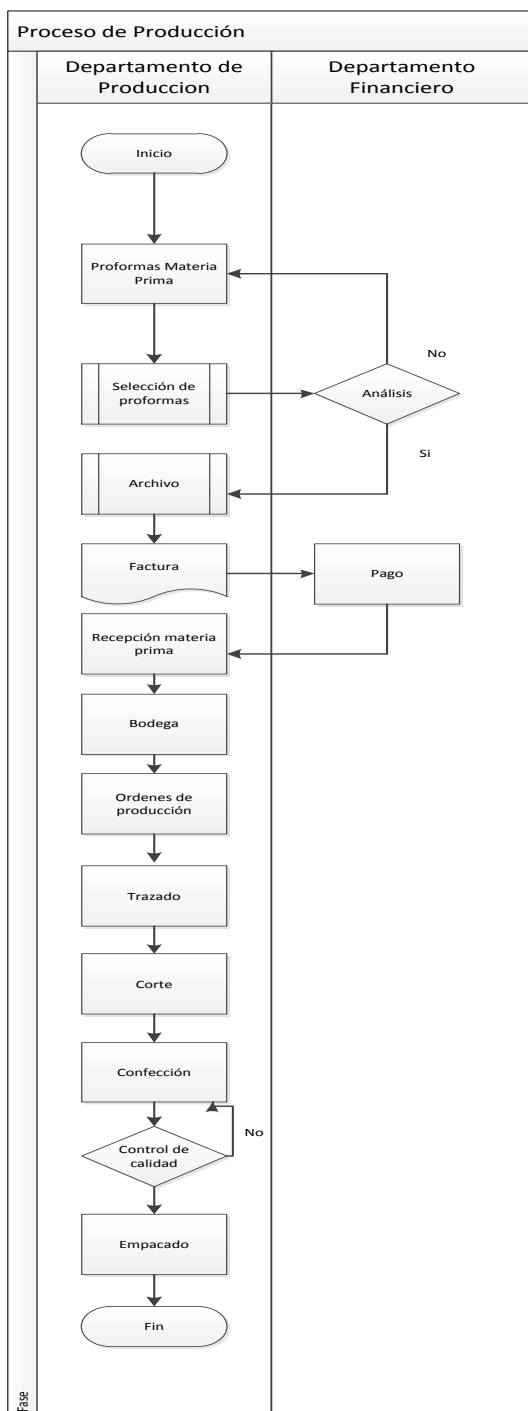


Ilustración 8 Gestión Operativa

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: María Elena Hernández

2.3.7 Gestión Comercial.

Logotipo



Ilustración 9 Logotipo

Colores del logotipo.

ROJO: El color rojo da poder y hace llamar la atención, y no pasar desapercibida(o)

VERDE: Los tonos verdes se asocian a la naturaleza, son relajantes y tranquilos, el verde oscuro aporta seriedad y seguridad.

NEGRO: El color negro transmite, seriedad, poder, autoridad y responsabilidad, el color negro es el color más usado en diferentes eventos, además es elegante y adelgaza.

AZUL: Denota tranquilidad, autoridad, confianza y lealtad. El azul es el principal color transmisor de poder.

LAVANDA O MORADO: El color morado, violeta y sus tonalidades, se asocia al lujo y sofisticación, también a la intuición y espiritualidad (INNOVATI, 2013)

Slogan

“El placer de sentirte cómodo”

Publicidad

El producto será ofertado a través de varias herramientas como son:

Página web.- En donde constará de toda la información de la empresa como también de toda la ropa deportiva que se oferta al mercado, constará de modelos de ropa, precios de las diferentes prendas y todos los aspectos que el cliente requiera para informarse del producto y lo pueda adquirir en línea.

Catálogos.- Se ofertará las prendas de vestir por este medio ya que las personas les gusta ver la variedad de modelos que se mantengan en stock.

Dípticos.- Se promocionara la ropa con algunos modelos que llame la atención del cliente siendo lo básico que se oferte.

Trípticos.- En este se promocionará lo exclusivo que tenga la empresa en ropa deportiva

Tarjetas de presentación.- Ofreciendo la confección de ropa deportiva.

Calendarios.- En donde se promocióne el producto con logotipo y slogan de la empresa.

CAPITULO III

3. Estudio de Mercado

3.1 Determinación de la población y muestra

3.1.1 Población

Población es el número de habitantes que integran un estado ya sea el mundo en su totalidad, o cada uno de los continentes, países, provincias o municipios que lo conforman; y puede referirse también a aquel acto poblacional que significa dotar de personas a un lugar. (Conceptos.com, 2015)

La población del proyecto se determinó de la siguiente manera:

Lugar	Habitantes
Distrito Metropolitano de Quito	2'239191 habitantes
Parroquia Comité del Pueblo	47.421 habitantes

Tabla 7 Población

3.1.2 Muestra

Una muestra es una pequeña porción de algo, representativa de un todo, que es usada para llevarla a conocimiento público o para analizarla. (Conceptos.com, 2015)

Método de muestreo

$$n = \frac{Z^2 P \cdot Q \cdot N}{N \cdot e^2 + Z^2 \cdot P \cdot Q}$$

N= Población

Z²=Nivel de confianza (95%)

P= Probabilidad de ocurrencia

Q= Probabilidad de no ocurrencia

e²= Error de muestra (5%)

Calculo:

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,50)(0,50)(47421)}{(47421)(0,50)^2 + (1,96)^2 (0,50)(0,50)}$$

$$n = 385$$

Con la aplicación de la anterior fórmula da como resultado la aplicación de 385 encuestas las cuales harán referencias del total de la población de la Parroquia mencionada.

3.2 Análisis del consumidor

Lo que se acostumbra a denominar como consumidor, dentro de las disciplinas económicas, se trata de una persona (aunque también podría ser una organización), la cual demanda servicios o bienes, que pueden ser proporcionados por un proveedor, y que a la vez implican a un productor de los mismos.

En este sentido, un consumidor es esa persona que compra productos o contrata servicios para su consumo. Por esto, se dice que el consumidor tiene ciertas necesidades, las cuales intenta satisfacer a partir de la adquisición de productos o de servicios que son proporcionados por el mercado. (Definición, 2013)

Este proyecto busca satisfacer las necesidades del público en general como es brindar de la comodidad en su modo de vestir ofertan un producto de calidad, y diseño. Con el incentivo por parte del Ministerio de Deporte y Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, con los diferentes programas a la práctica diaria de diferentes deportes o ejercicios para mantener una buena salud y por ende a la utilización de ropa adecuada al deporte que se practique como son;

-60 y Piquito



Ilustración 10 60 y Piquito

-Bailo terapia



Ilustración 11 Bailo Terapia

-Carreras como Última Noticias y 15k



Ilustración 12 Carreras 15K

-Futbol barrial



Ilustración 13 Futbol Barrial

-Ciudadanía en general



Ilustración 14 Ciudadanía Practicando Deporte

Todos estos han sido impulsados de alguna manera por las diferentes autoridades sin restricción de edad y para lo cual se necesita ofertar ropa adecuada para las prácticas de las diferentes actividades.

Los consumidores de este proyecto no tienen límite de edad por lo cual es una oportunidad de ofertar el producto.

3.1.2 Técnicas de obtención de información

En este proyecto las técnicas que se utilizaron para obtener la información necesaria fueron, en primera instancia la observación en donde se pudo percibir de la utilización de ropa deportiva, y para confirmar la observación realizada se tomó en cuenta el método de la aplicación de encuestas las cuales ayudarán a obtener información exacta de la necesidad y poder saber de la oferta y demanda del producto, con estos datos se podrá elaborar la información requerida para este proyecto.

Modelo de la encuesta

INSTITUTO TECNOLÓGICO

SUPERIOR CORDILLERA

Objetivo: la presente encuesta tiene como finalidad de obtener información para la implementación de una microempresa dedicada a la confección y comercialización de ropa deportiva.

Instructivo: marque o señale un aspecto según su criterio o selección.

1- Género

Femenino

☐

Masculino

☐

2- Edad

1 a 15 años

☐

16 a 30 años

☐

31 a 45 años

☐

46 años en adelante

☐

3- Promedio de ingresos

\$340 - \$500

☐

\$501 - \$800

☐

\$801 en adelante ☐

4- ¿Utiliza usted ropa deportiva?

Sí ☐ No ☐

5- Actividades deportivas que realiza habitualmente?

Fútbol ☐

Atletismo ☐

Basquet ☐

Gimnasia ☐

Todos ☐

Ninguno ☐

6- ¿Cuál es su frecuencia de compra de ropa deportiva?

1 a 3 veces al año ☐

4 a 6 veces al año ☐

7 o más veces al año ☐

7- Aproximadamente, ¿Cuánto gasta anualmente en comprar ropa deportiva?

\$10 a \$100 al año ☐

\$101 a \$200 al año ☐

\$201 o más al año ☐

8- Generalmente sus compras de ropa deportiva las realiza en el sector :

Norte ☐

Centro ☐

Sur ☐

9- Seleccione de las siguientes marcas cual es de su preferencia

Adidas ☐

Umbro ☐

Reebok ☐

Otras ☐

10- ¿Qué medios utiliza para informarse sobre ropa deportiva?

Página Web ☐

Catálogos ☐

Materiales POP ☐

3.1.3 Análisis de la información

1- Género

	Genero	Porcentajes
Femenino	189	49,00%
Masculino	196	51,00%
Total	385	100%

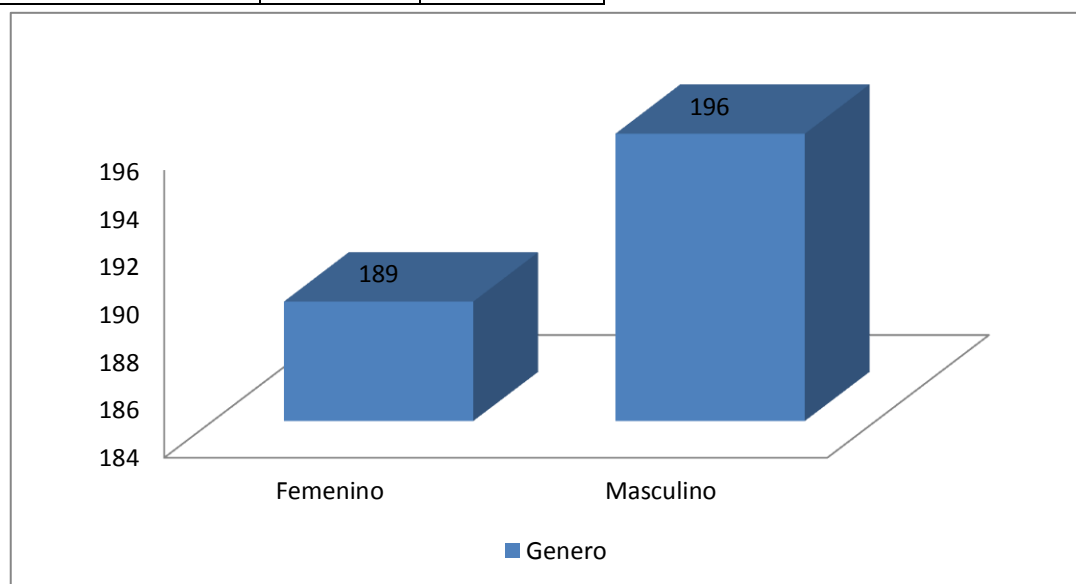


Gráfico 8 Género

Fuente: Estudio de Mercado (Encuestas)

Elaborado por: María Elena Hernández

Análisis

Del total de las personas encuestadas se puede deducir que un 51% fueron de género masculino y un 49% de género femenino, siendo mínima la diferencia en las cuales se puede decir que los dos géneros ocupan ropa deportiva.

2- Edad

	Edad	Porcentajes
1 a 15 años	0	0,00%
16 a 30 años	173	45,00%
31 a 45 años	143	37,00%
46 años en adelante	69	18,00%
Total	385	100%

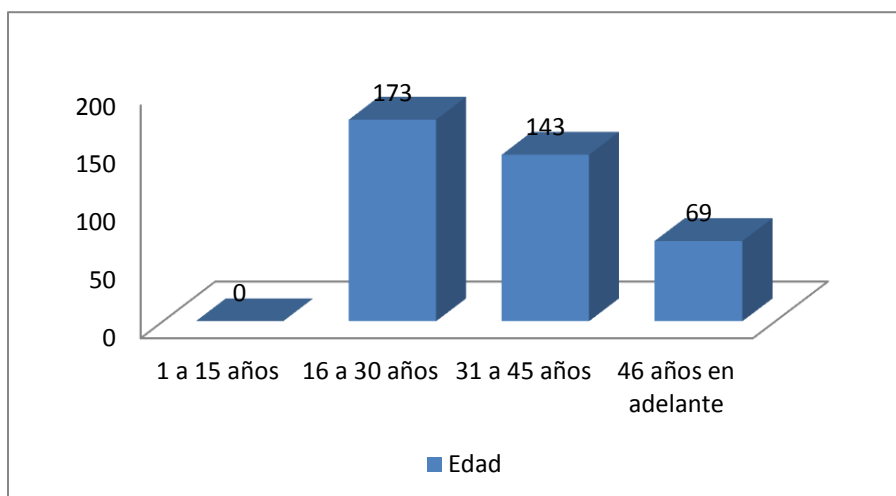


Gráfico 9 Edad

Fuente: Estudio de Mercado (Encuestas)

Elaborado por: María Elena Hernández

Análisis

El 82% es la mayoría de consumidores en ropa deportiva siendo una oportunidad para el proyecto porque se concluye que no hay diferencia de edad para la utilización de la misma.

3- Promedio de ingresos

	Ingresos	Porcentajes
\$340 - \$500	308	80,00%
\$501 - \$800	62	16,00%
\$801 en adelante	15	4,00%
Total	385	100%

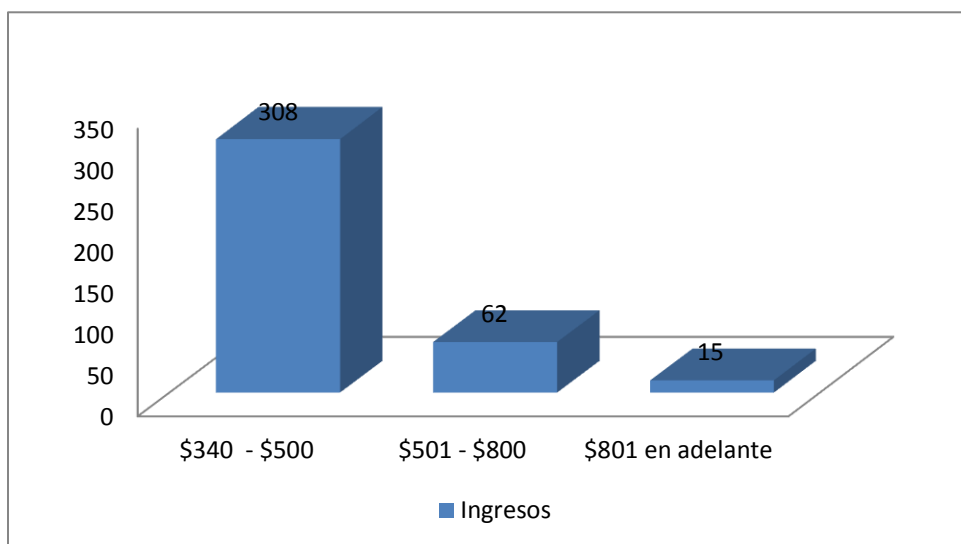


Gráfico 10 Promedio de Ingresos

Fuente: Estudio de Mercado (Encuestas)

Elaborado por: María Elena Hernández

Análisis

Se puede deducir que el 80% de las personas encuestadas pertenecen a una clase media ya que cuentan con un ingreso promedio entre \$340 a \$500 mensuales con los cuales podrían realizar adquisición del producto como lo es la ropa deportiva.

4- ¿Utiliza usted ropa deportiva?

	Utilización	Porcentajes
Si	373	97,00%
No	12	3,00%
Total	385	100%

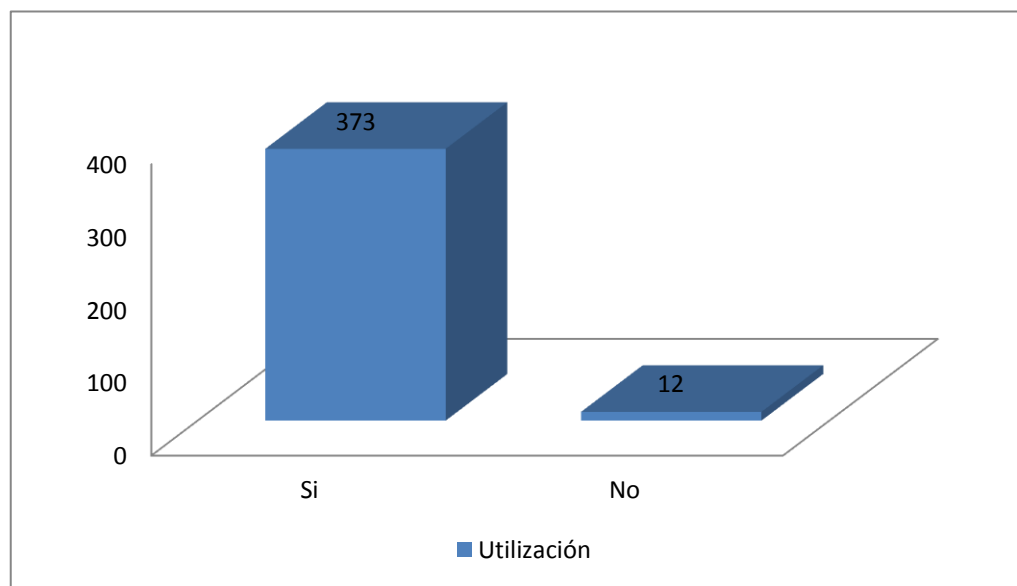


Gráfico 11 Utilización de Ropa Deportiva

Fuente: Estudio de Mercado (Encuestas)

Elaborado por: María Elena Hernández

Análisis

Un 97% de los encuestados utilizan ropa deportiva lo cual para el proyecto es una oportunidad para la implementación de una microempresa que se dedicará a la confección de la misma.

5- Actividades deportivas que realiza habitualmente

Fútbol	139	36,00%
Atletismo	15	4,00%
Basquet	23	6,00%
Gimnasia	77	20,00%
Todos	0	0,00%
Ninguno	131	34,00%
Total	385	100 %

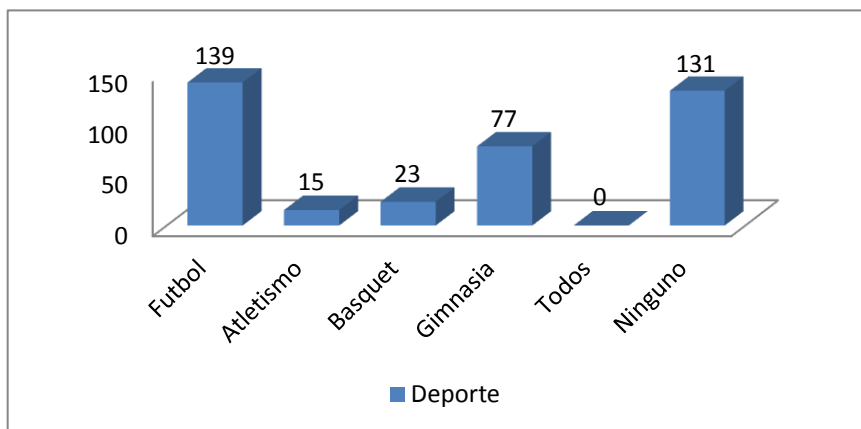


Gráfico 12 Actividades Deportivas

Fuente: Estudio de Mercado (Encuestas)

Elaborado por: María Elena Hernández

Análisis

En la actualidad se realizan diferentes programas por parte del Ministerio de Deporte y del Municipio de Quito en tratar de incentivar a la ciudadanía a practicar cualquier deporte, tomando esto como una oportunidad para el proyecto ya que puede aumentar la producción en ropa deportiva. Teniendo en cuenta que un gran porcentaje en la opción en la cual no se practica ningún deporte refleja un 34% con lo cual también se puede deducir que no es necesario practicar algún deporte para utilizar ropa deportiva

6- ¿Cuál es su frecuencia de compra de ropa deportiva?

	Compra	Porcentajes
1 a 3 veces al año	284	74%
4 a 6 veces al año	81	21%
7 o más veces al año	8	2%
Perdidos	12	3%
Total	385	100%

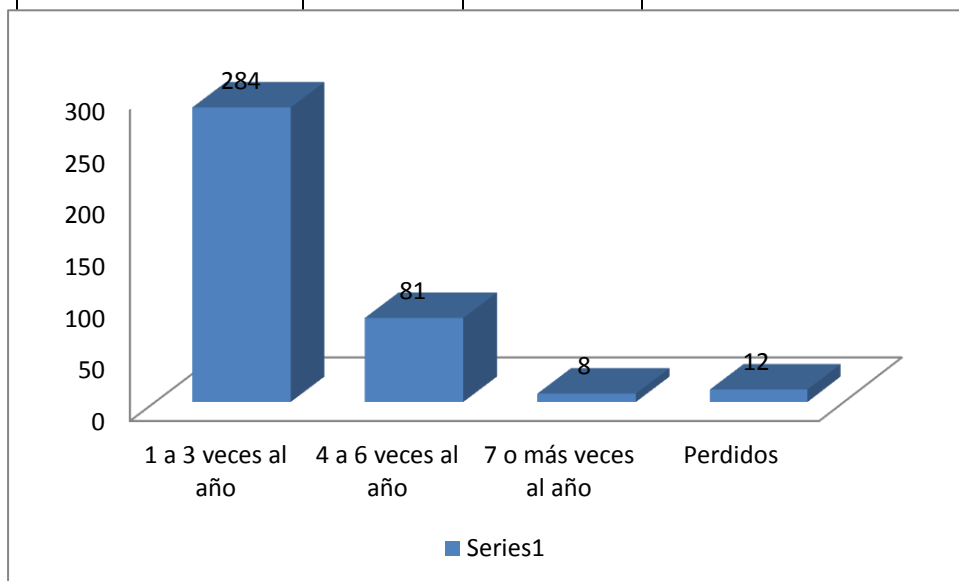


Gráfico 13 Frecuencia de Compra

Fuente: Estudio de Mercado (Encuestas)

Elaborado por: María Elena Hernández

Análisis

Si se compara el porcentaje de los ingresos que es del 80% con el porcentaje de frecuencia de compra que es 74% se refleja la relación que existe entre los dos, concluyendo que su gasto es acorde a sus ingresos.

7- Aproximadamente, ¿Cuánto gasta anualmente en comprar ropa deportiva?

	Gasto	Porcentajes
\$10 a \$100 al año	81	21,00%
\$101 a \$200 al año	257	67,00%
\$201 o más al año	35	9,00%
Perdidos	12	3,00%
Total	385	100%

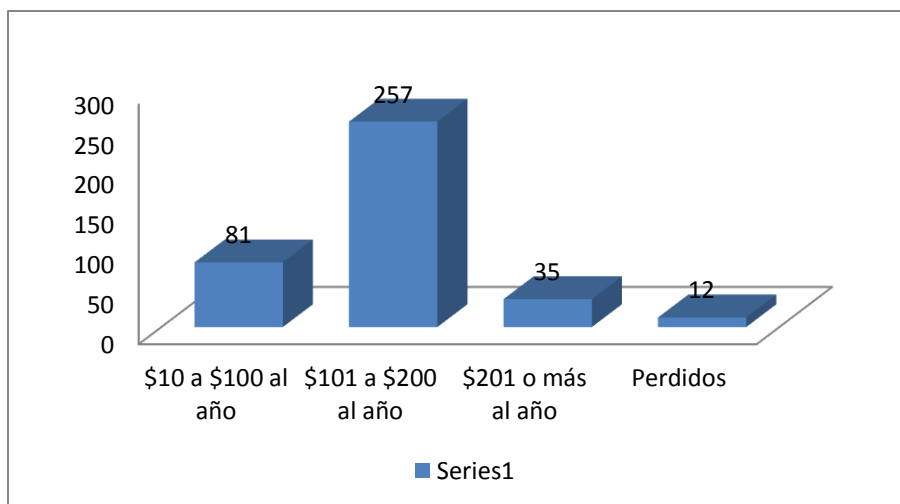


Gráfico 14 Gasto Anual en Ropa Deportiva

Fuente: Estudio de Mercado (Encuestas)

Elaborado por: María Elena Hernández

Análisis

Un 67% de los consumidores gastan un promedio de \$101 a \$200 anualmente en adquirir ropa deportiva

8- Generalmente sus compras de ropa deportiva las realiza en el sector:

	Sector	Porcentajes
Norte	188	49%
Centro	154	40%
Sur	31	8%
Perdidos	12	3%
Total	385	100%

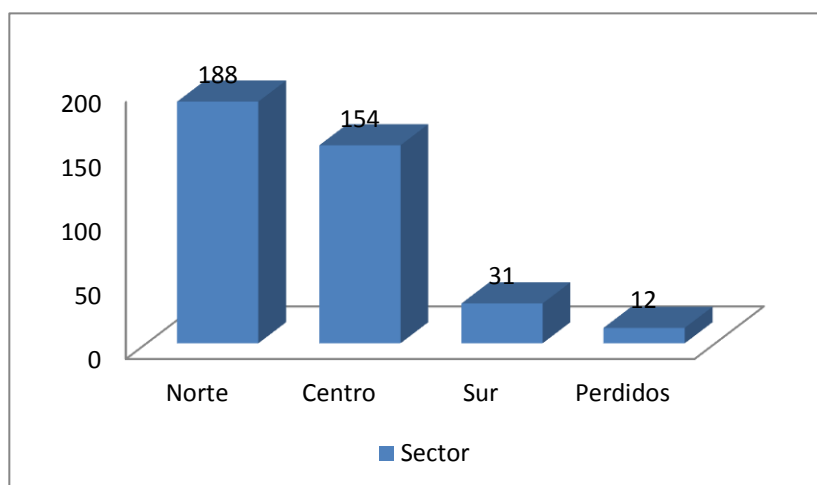


Gráfico 15 Sector Donde Realizan las Compras

Fuente: Estudio de Mercado (Encuestas)

Elaborado por: María Elena Hernández

Análisis

El 49% de las personas compran la ropa deportiva en el sector norte por el hecho que en este sector se oferta variedad de ropa, un 40% compran en el sector centro ya que es una tradición y un 8% compran en el sector sur, es muy bajo por la distancia. Se puede decir que si hay una oportunidad para ofertar el producto en sector norte ya que si existe mercado y se puede adquirir un porcentaje del mismo.

9- Seleccione de las siguientes marcas cual es de su preferencia

	Marcas	Porcentaje
Adidas	77	20,00%
Umbro	12	3,00%
Reebok	15	4,00%
Otras	269	70,00%
Perdidos	12	3,00%
Total	385	100%

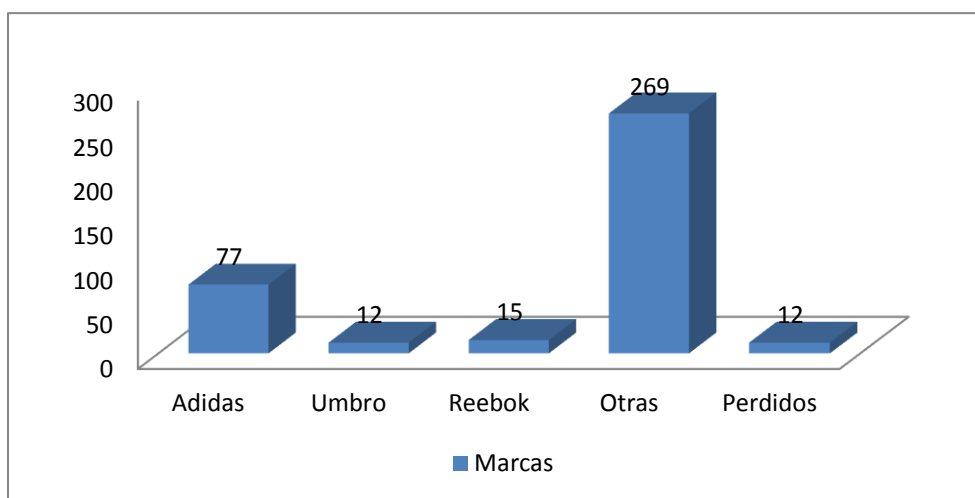


Gráfico 16 Marcas de Preferencia

Fuente: Estudio de Mercado (Encuestas)

Elaborado por: María Elena Hernández

Análisis

Un 70% de los consumidores no necesariamente adquieren ropa de deportiva de marca por lo cual es una oportunidad para el proyecto ya que refleja que los consumidores no se fijan en marcas mientras les ofertan su necesidad en ropa deportiva.

10- ¿Qué medios utiliza para informarse sobre ropa deportiva?

	Información	Porcentajes
Páginas Web	135	35,00%
Catálogos	165	43,00%
Material POP	73	19,00%
Perdidos	12	3,00%
Total	385	100%

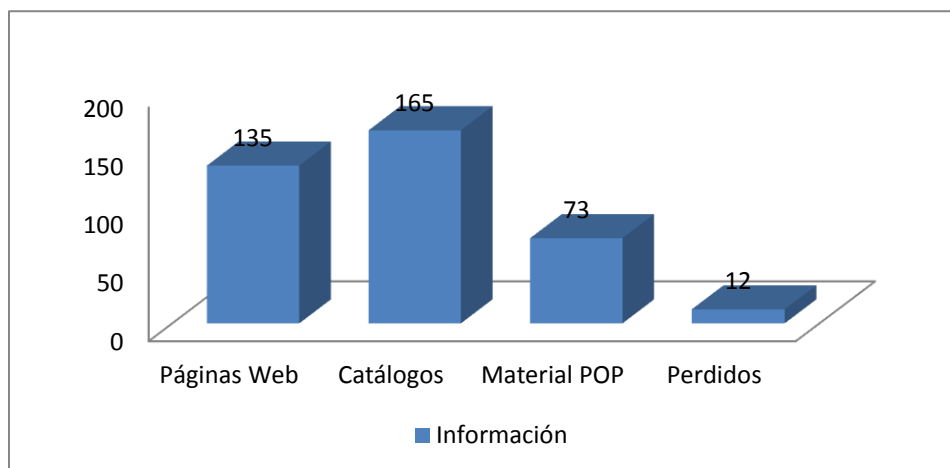


Gráfico 17 Medios de Información

Fuente: Estudio de Mercado (Encuestas)

Elaborado por: María Elena Hernández

Análisis

Un 43% se informa sobre la ropa deportiva por medio de catálogos, un 35% por páginas web estos son los porcentajes más altos por lo cual se tomaría las dos opciones para poder promocionar el producto y así darlo a conocer a los consumidores, tomando en cuenta que estos son los medios de información con mayor frecuencia utilizados.

Los aproximados que se han realizado ha sido tomando en cuenta la el total de la población de la Parroquia del Comité del Pueblo que es el lugar donde se pretende implementar este proyecto.

Población Comité del Pueblo	47421
Familias	13395,7627
Consumo anual X \$200	2679152,54
Consumo mes	223262,712
Consumo diario	7442,09
Locales venta	106,32
Venta promedio diario (otros)	65,00
Venta diaria otros	6910,51

Tabla 8 Consumo Total de Población

Nombre	Porcentaje	Monto
Confecciones San Javier	1,95%	140,00
Tejidos Tatiana	1,67%	120,00
Otros (106 informales)	96,37%	6910,51
	100%	7170,51

Tabla 9 Porcentajes de la Competencia

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: María Elena Hernández

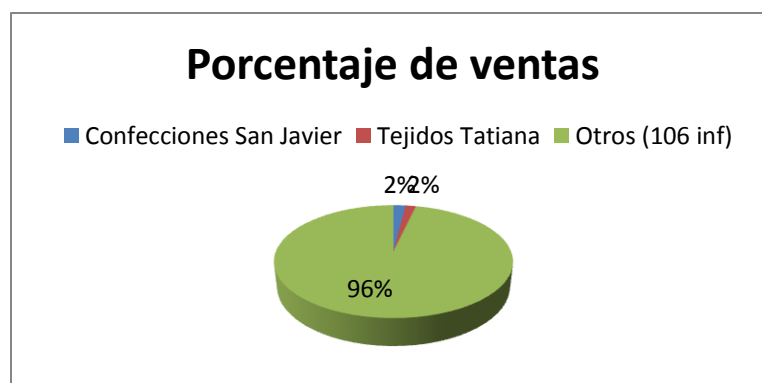


Gráfico 18 Porcentaje de la Competencia

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: María Elena Hernández

Posible mercado potencial

Población Comité del Pueblo	47421
Familias	13395,7627
Consumo año X \$200	2679152,54
Consumo mes	223262,712
Consumo diario	7442,09
Locales venta	106,32
Venta probable	70,00

Tabla 10 Posible Mercado

Nombre	Porcentaje	Monto
Confecciones San Javier	1,93%	140
Tejidos Tatiana	1,66%	120
Confecciones JSRM	0,97%	70,00
Otros (106 informales)	95,44%	6910,51
	100%	7240,51

Tabla 11 Porcentaje del Posible Mercado

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: María Elena Hernández

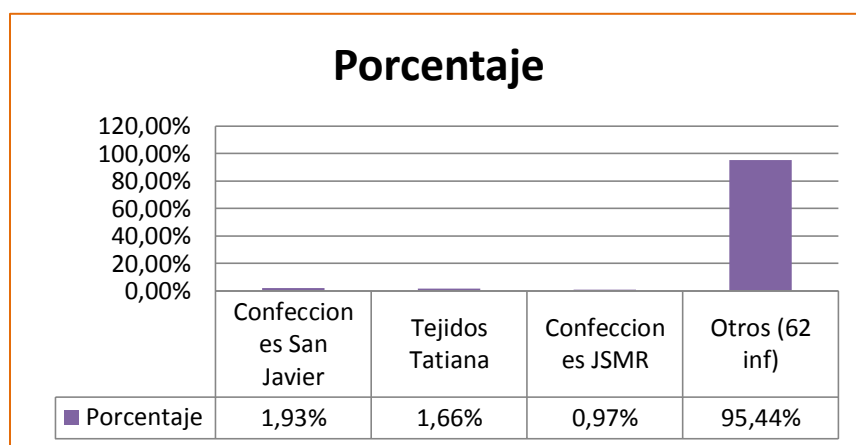


Gráfico 19 Porcentaje del Posible Mercado

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: María Elena Hernández

3.2 Oferta

Cantidad de producto que una empresa está dispuesta a vender durante un período de tiempo determinado y a un precio dado. La cantidad ofrecida de un determinado producto depende de diversos factores, siendo los más importantes: el precio de ese bien o servicio en el mercado, el precio de los demás bienes (en especial de los factores productivos utilizados) y la tecnología disponible. (Financiera, 2009)

3.2.1 Oferta Histórica

AÑO	OFERTA	FACTOR
2009	2429677,89	1,11%
2010	2456950,04	1,11%
2011	2484528,30	1,6%
2012	2514704,76	1,2%
2013	2547826,51	1,3%
2014	2581384,50	1,3%

Tabla 12 Oferta Histórica

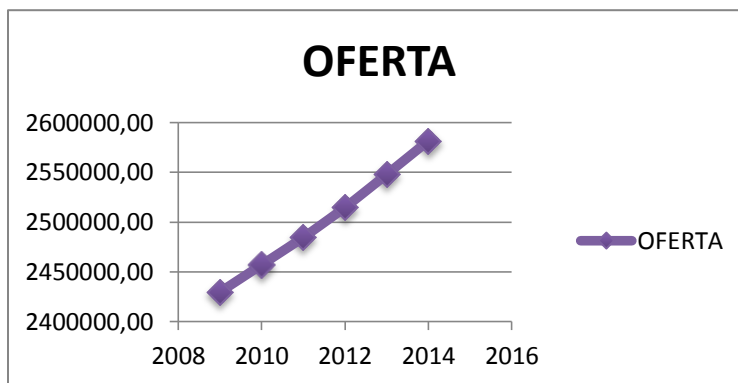


Gráfico 20 Oferta Histórica

Fuente: Investigación Histórica

Elaborado por: María Elena Hernández

Análisis

La oferta histórica presenta variación en su porcentaje de crecimiento dado que anteriormente la industria textil no se le daba la importancia adecuada, se puede observar que en el año 2009 y 2010 tuvo un crecimiento del 1,11%, pero en el año que tuvieron mejor crecimiento fue en el 2012 con un 1,6% en comparación de los años anteriores, desde el año 2013 y 2014 se toma como un crecimiento promedio del 1,3% que así lo manifiesta la propia Asociación de Industriales Textiles del Ecuador.

3.2.2 Oferta actual

AÑO	OFERTA	FACTOR
2015	2581384,50	1,3

Tabla 13 Oferta Actual

3.2.3 Oferta Proyectada

AÑO	OFERTA	FACTOR
2015	2581384,50	1,3
2016	2614942,50	1,3
2017	2648936,75	1,3
2018	2683372,93	1,3
2019	2718256,78	1,3
2020	2753594,12	1,3

Tabla 14 Oferta Proyectada

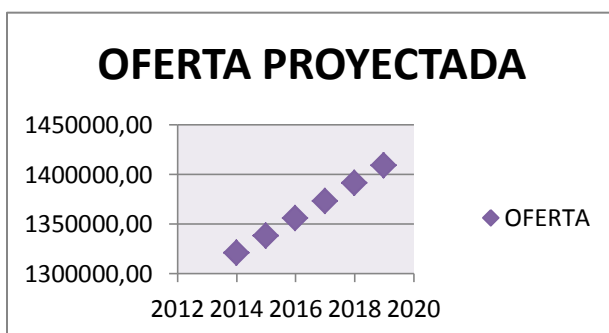


Gráfico 21 Oferta Proyectada

Análisis

Para realizar la respectiva proyección se ha tomado el crecimiento promedio que ha tenido la Industria textil.

3.4 Demanda

Cantidad que se está dispuesto a comprar de un cierto producto a un precio determinado. La cantidad demandada de un determinado bien o servicio depende de diversos factores, siendo los más importantes: el precio de ese bien o servicio, los precios de los demás bienes o servicios, el nivel de renta y la riqueza del sujeto demandante, así como los gustos y preferencias de los consumidores. (Financiera, 2009)

3.4.1 Demanda Histórica

AÑO	DEMANDA	FACTOR
2009	2421169,69	2,18
2010	2475127,47	2,18
2011	2530287,74	2,18
2012	2586677,31	2,18
2013	2644323,56	2,18
2014	2679152,54	2,18

Tabla 15 Demanda Histórica

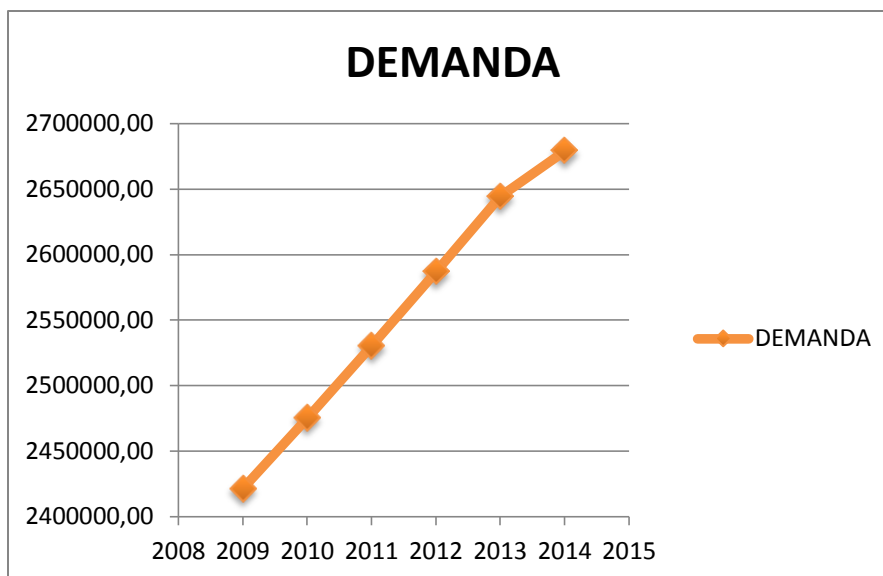


Gráfico 22 Demanda Histórica

Análisis

La demanda se ha tomado en cuenta con el porcentaje de crecimiento promedio que se tiene desde el último censo del 2010. Este es un porcentaje inferior al registrado 30 años atrás (1982), cuando tuvo un incremento del 4,19%.

3.4.2 Demanda Actual

AÑO	DEMANDA	FACTOR
2015	2679152,54	2,18

Tabla 16 Demanda Actual

3.4.3 Demanda Proyectada

AÑO	DEMANDA	FACTOR
2015	2679152,54	2,18
2016	2737558,07	2,18
2017	2797236,83	2,18
2018	2858216,60	2,18
2019	2920525,72	2,18
2020	2984193,18	2,18

Tabla 17 Demanda Proyectada

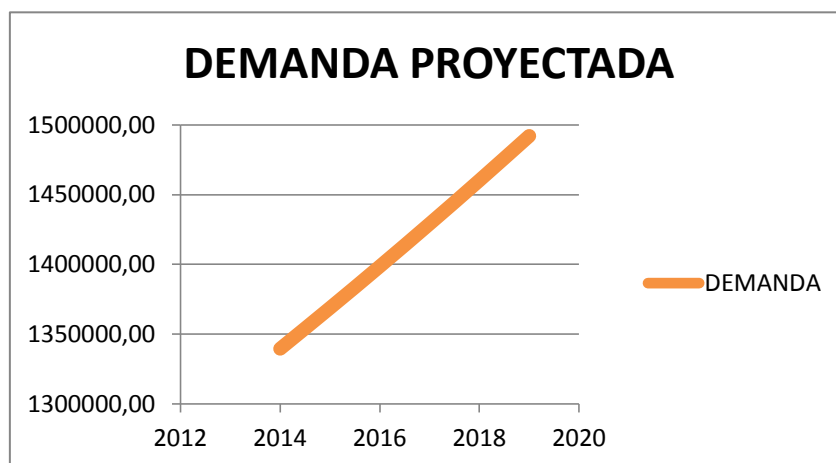


Gráfico 23 Demanda Proyectada

3.5 Balance Oferta-Demanda

Año	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha
2009	2421169,69	2429677,89	-8508,20
2010	2475127,47	2456950,04	18177,43
2011	2530287,74	2484528,30	45759,44
2012	2586677,31	2514704,76	71972,55
2013	2644323,56	2547826,51	96497,05
2014	2679152,54	2581384,50	97768,04

Tabla 18 Balance Oferta-Demanda

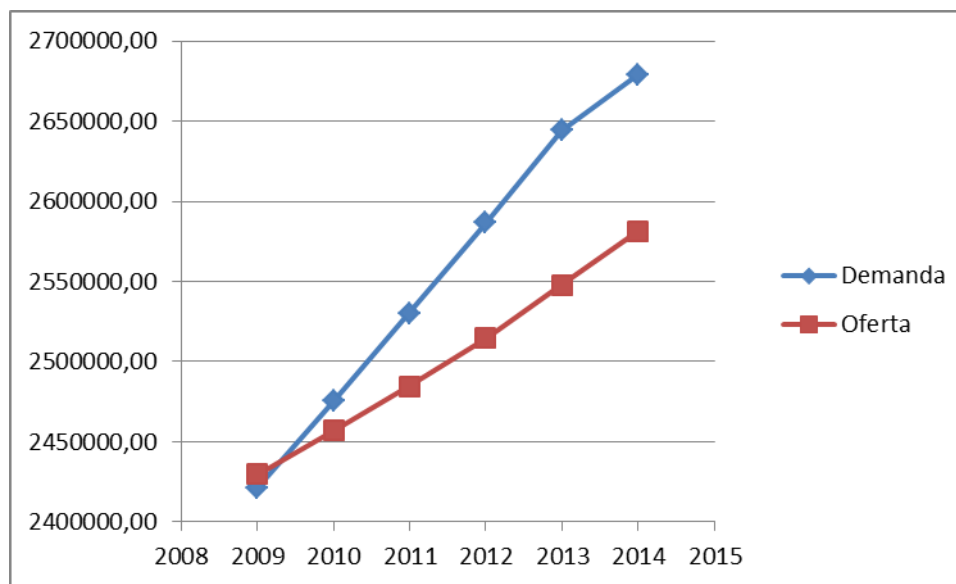


Gráfico 24 Balance Oferta- Demanda

Análisis

De acuerdo al estudio técnico realizado se pudo observar que existe demanda insatisfecha a pesar de ser un mercado copado por la competencia en la Parroquia del Comité del Pueblo. Con estos resultados tenemos la oportunidad de entrar en este mercado y ser parte de él.

3.5.1 Balance actual

Año	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha
2015	2679152,54	2581384,50	97768,04

Tabla 19 Balance Actual

3.5.2 Balance Proyectado

Año	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha
2015	2679152,54	2581384,50	97768,04
2016	2737558,07	2614942,50	122615,57
2017	2797236,83	2648936,75	148300,08
2018	2858216,60	2683372,93	174843,66
2019	2920525,72	2718256,78	202268,94
2020	2984193,18	2753594,12	230599,06

Tabla 20 Balance Proyectado

CAPITULO IV

4.1 Tamaño del proyecto

Con el tamaño del proyecto nos estamos refiriendo a la capacidad de producción instalada que se tendrá, ya sea diaria, semanal, por mes o por año. Depende del equipo que se posea, así será nuestra capacidad de producción. (facil.com, 2012)

4.1.1 Capacidad Instalada

Se refiere a la disponibilidad de la infraestructura necesaria para producir determinados bienes y servicios. Su magnitud es una función directa de la cantidad de producción que puede suministrarse. (Planing, 2013)

Capacidad Instalada del proyecto “Confecciones JSMR”

Áreas	Longitud
(a)Administración	4m x 3m
(b)Bodega Materia prima	3m x 6m
(c)Corte	3m x 6m
(d)Producción y Control de calidad	6m x 6m
(e)Empaque	3m x 3m
(f)Bodega producto terminado	3m x 3m
(g)Ventas	4m x 3.5m
(h)Baño	1.5m x 1.5m
Total infraestructura	118,25 metros

Tabla 21 Capacidad Instalada

4.1.2 Capacidad Óptima

El tamaño de un proyecto es su capacidad de producción durante un periodo de tiempo de funcionamiento que se considera normal para las circunstancias y tipo de proyecto de que se trata. El tamaño de un proyecto es una función de la capacidad de producción, del tiempo y de la operación en conjunto. (Pedraza, 2011).

La capacidad óptima que espera tener la microempresa “Confecciones JSMR” va tener un 80% del total de la producción.

Capacidad óptima

Producto	Cantidad Total	Cantidad Óptima
Prendas de vestir	80 diarias	64 diarias

Tabla 22 Capacidad Óptima

4.2 Localización

La localización tiene por objeto analizar los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto, con el fin de establecer el lugar que ofrece los máximos beneficios, los mejores costos, es decir en donde se obtenga la máxima ganancia, si es una empresa privada, o el mínimo costo unitario, si se trata de un proyecto social. (Tomas, 2012)

4.2.1.Macro

Tiene por objeto determinar el territorio o región en la que el proyecto tendrá influencia con el medio, describiendo las características, ventajas y desventajas. La región seleccionada puede ser en el ámbito internacional, nacional o territorial, sólo requiere analizar los factores de localización de acuerdo a su alcance geográfico. (Rivera, 2012)

Datos de la ubicación del proyecto

País	Ecuador
Provincia	Pichicha
Cantón	Quito
Parroquia	Comité del Pueblo

Tabla 23 Ubicación del Proyecto

Mapa del Sector Comité del Pueblo

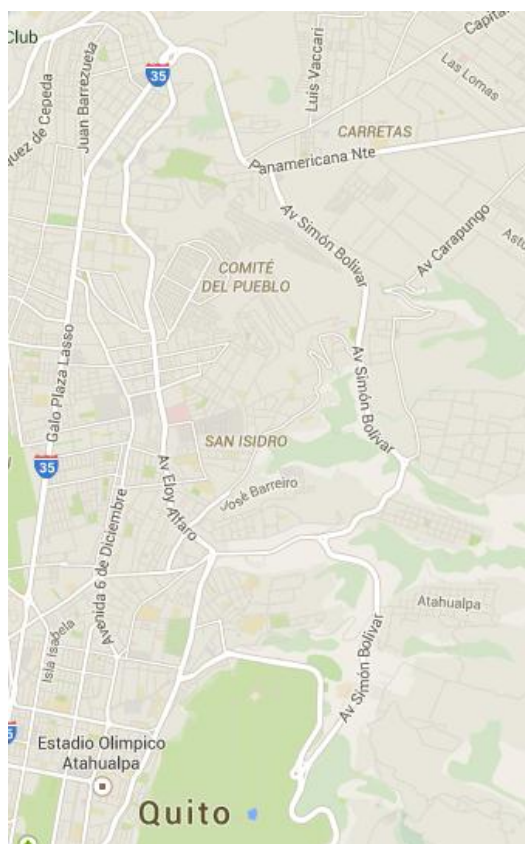


Ilustración 15 Mapa Parroquia Comité del Pueblo

4.2.2 Micro-localización

Elige el punto preciso, dentro de la macro zona, en donde se ubicará definitivamente la empresa o negocio. Los factores que se deben de tomar en cuenta para su ubicación son:

-Existencias de vías comunicacionales

-Medios de transporte

-Servicios públicos básicos

-Topografía y estudio de suelos

-Condiciones ambientales

-Tamaño

Tecnología (Rivera, 2012)

Mapa de localización del proyecto

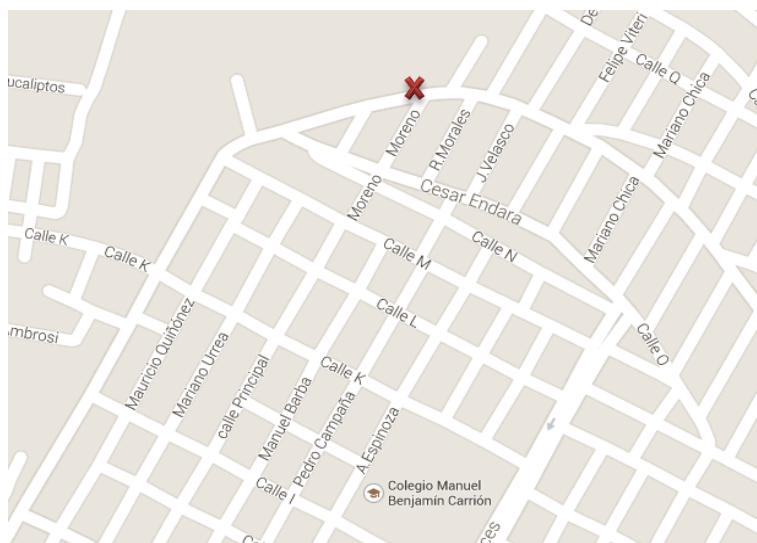


Ilustración 16 Mapa de la Localización Exacta del Proyecto

4.2.3 Localización óptima

Es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) u obtener el costo unitario mínimo (criterio social) (G. Baca Urbina). (facil.com, 2012)

Matriz de factores relevantes

Factor	Ponderación	Calificación	Ponderación porcentual
Cercanía con el mercado	0.30	10	3
Cercanía con los proveedores	0.15	9	1.35
Infraestructura	0.15	9	1.35
Mano de obra	0.10	8	0.80
Seguridad	0.10	8	0.80
Transporte	0.10	9	0.90
Servicios Básicos	0.10	10	1
Total	1	63	9.20

Tabla 24 Matriz de Factores Relevantes

4.3. Ingeniería del Producto

Es una disciplina de la ingeniería cuyo objeto es el diseño y desarrollo de productos desde la concepción inicial hasta su puesta en el mercado. Implica una continua toma de decisiones basadas en conocimiento positivo para ir modelando el producto que se

desarrolla de acuerdo a factores tales como: necesidades y costumbres de los usuarios, calidad, funcionalidad, novedad, costes, estrategia de marca, precio de venta, distribución y logística, etc. (Techné, 2014)

4.3.1. Definición del Bien o Servicio

La ropa deportiva es específicamente creada para la práctica de deporte, tanto por los materiales y tecnologías empleadas como por el diseño, proporcionando al deportista comodidad, seguridad y un mayor rendimiento. Además, la ropa de deporte es actualmente un producto de gran consumo y su uso va más allá de la práctica deportiva, habiéndose incorporado plenamente al mercado de la moda para uso casual o informal, alcanzado en ciertos casos el estatus de icono cultural. (Blogs, 2012).

La ropa deportiva de "Confecciones JSMR" es un producto que brinda la calidad y la comodidad que espera el consumidor con el juego de colores y diseños que harán de su uso parte de su vida deportiva. Sus características son:

-Comodidad.- lo que un consumidor espera de su ropa deportiva brindando suavidad y holgura al momento de practicar deporte o solo el hecho de usarla.

-Secado.- son prendas que tienen un rápido secado de la humedad que se pueda dar en el momento de practicar un deporte.

Una referencia de ellas:

Camisetas



Ilustración 17 Camiseta

Ternos deportivos



Licras



Calentadores



Ilustración 18 Calentador



Ilustración 19 Lycras

4.3.2. Distribución de la Planta

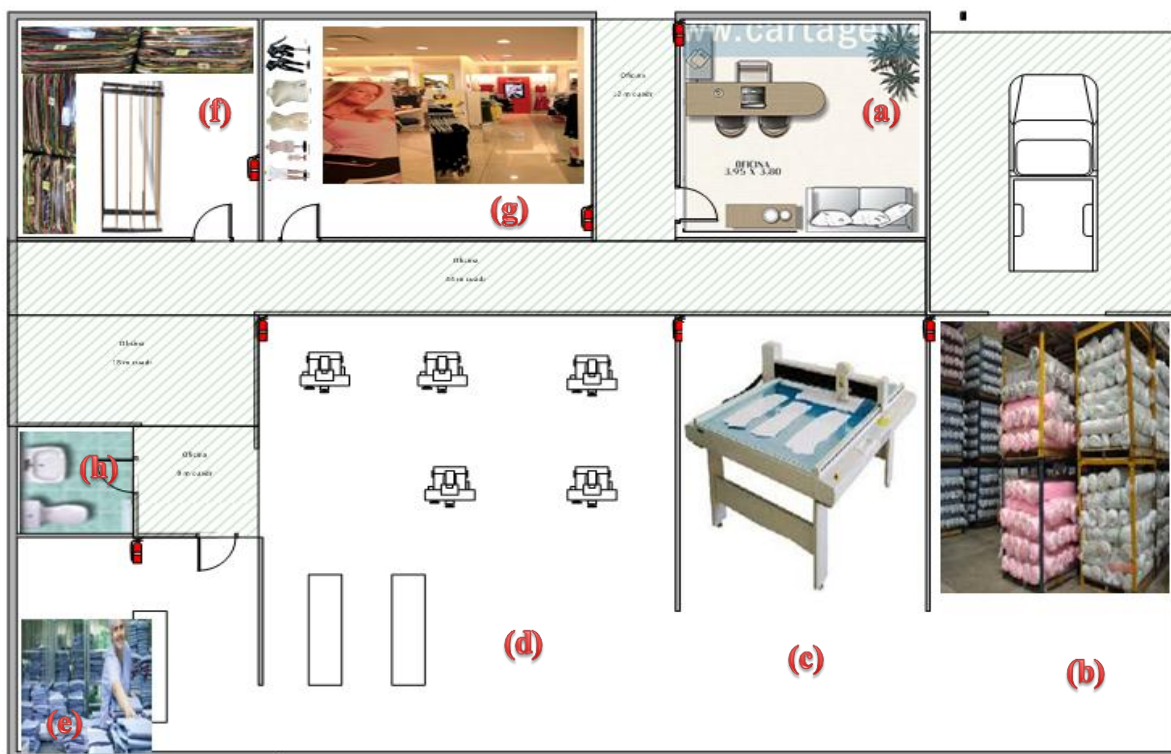


Gráfico 25 Planos de la Microempresa

Áreas de la Microempresa

Áreas
(a) Administración
(b) Bodega Materia prima
(c) Corte
(d) Producción y Control de calidad
(e) Empaque
(f) Bodega producto terminado
(g) Ventas
(h) Baño

Tabla 25 Áreas de la Planta

Matriz S.L.P.**Códigos de Cercanía**

A	Absolutamente necesario que este cerca
E	Especialmente que este cerca
I	Importante que este cerca
O	Cercanía ordinaria o normal
U	Sin importancia
X	Indispensable
XX	Muy importante

Tabla 26 Códigos de Cercanía

Factores relevantes

1	Por proceso
2	Por Información
3	Por Ruido
4	Por seguridad
5	Por higiene

Tabla 27 Factores Relevantes

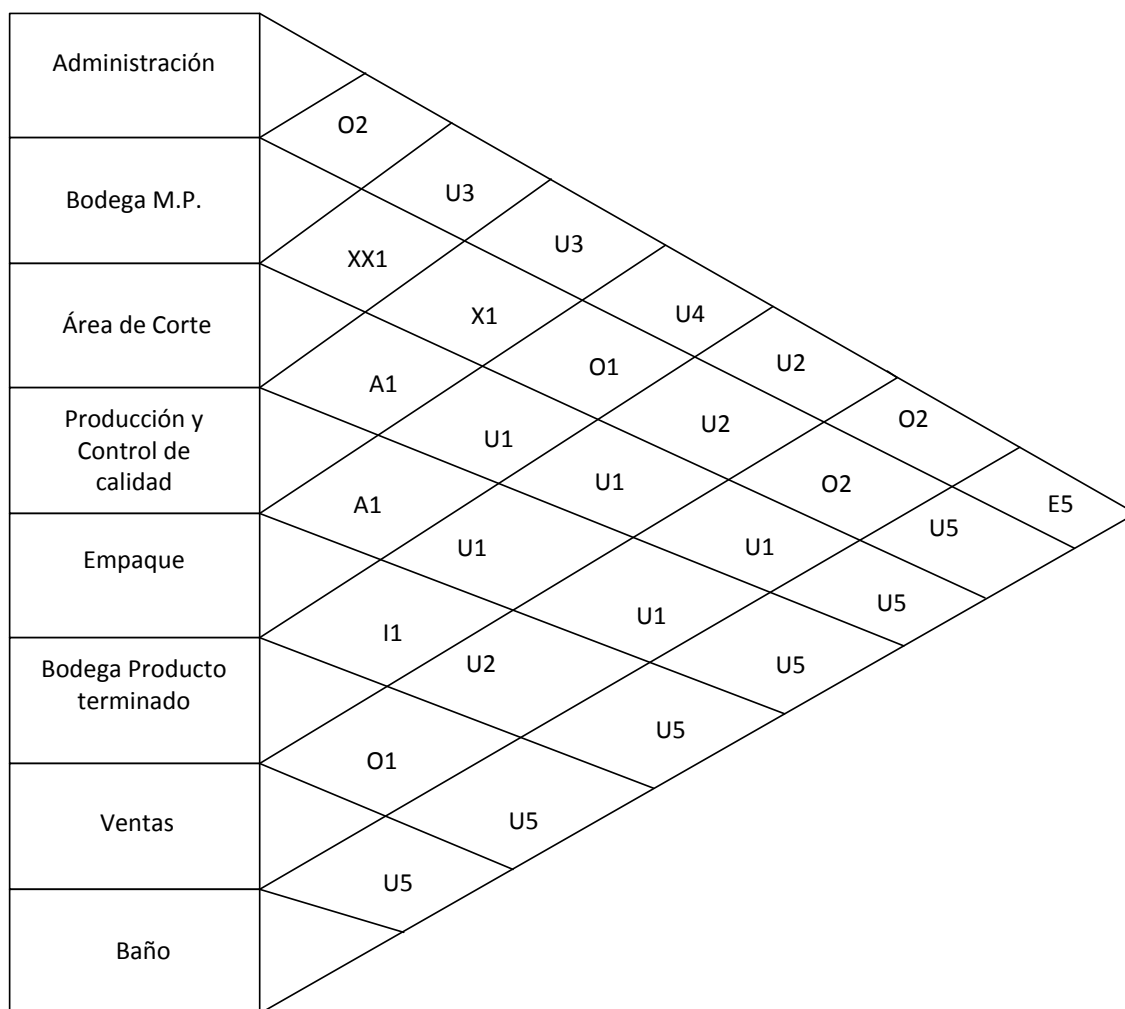
Matriz S.L.P

Gráfico 26 Matriz S.L.P.

4.3.3. Proceso Productivo

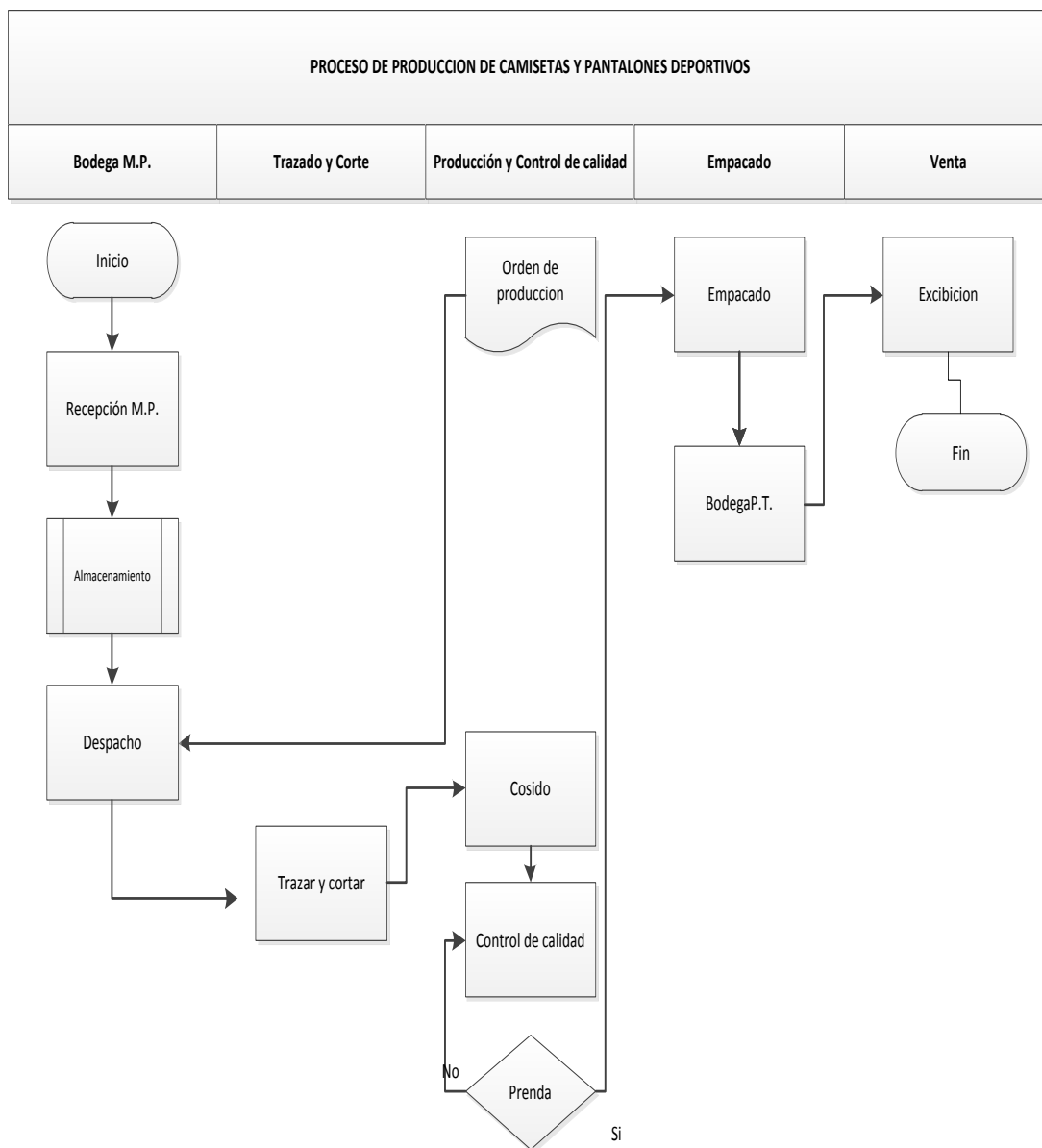


Gráfico 27 Proceso Productivo

4.3.3.01. Recepción de la Materia prima

En este proceso se receptorá la materia prima que se haya adquirido tomando en cuenta la calidad y también el precio.



Ilustración 20 Materia Prima

4.3.3.02. Almacenamiento

Se almacenará en bodega de acuerdo al tipo de tela como pueden ser tela vioto, jersey estampada, jersey llana entre otras.

4.3.3.03. Trazado y corte de la tela

En este proceso de debe contar indispensablemente con los diferentes moldes para el respectivo corte en la tela, en este proceso no puede existir equivocaciones ya que se puede perder mucha cantidad de tela, perdiendo un lote de producción requerida.



Ilustración 21 Corte de Tela



4.3.3.04. Confección y Control de calidad

En esta parte se coserá las diferentes prendas como son las camisetas y pantalón de calentador, luego de ser cosidas pasarán otro proceso que es el control de calidad en donde se verificará lo que es costura, hilos, o ranuras que contenga la prenda. Y si no pasa el control se deberá realizar los cambios respectivos para que cumpla la calidad esperada del proyecto.

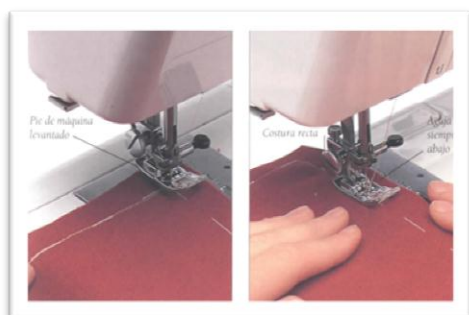


Ilustración 22 Confección y Control de Calidad

4.3.3.05. *Empaque*

El empaque se lo realizará una vez que haya pasado el control de calidad, aquí se lo empacará en fundas plásticas y se clasificará por tallas y colores.



Ilustración 23 Empaque

4.3.3.06. *Almacenamiento producto terminado.*

En esta parte las camisetas y los pantalones se los perchará de acuerdo a su talla y color



Ilustración 24 Almacenamiento

4.3.3.07. Venta y exhibición de las prendas

En el almacén se exhibirán las camisetas y pantalones deportivos mostrando los diferentes diseños y combinación de colores en la confección de la misma, para que los clientes puedan escoger de acuerdo a sus gustos o necesidad.



Ilustración 25 Exhibición

4.3.4. Maquinaria

Maquinaria	
Descripción	Cantidad
Máquina de coser recta	1
Máquina de coser overlok de 4 hilos	1
Máquina de coser overlok de 5 hilos	1
Máquina trilladora	1
Cortadora de tela	1
Herramientas	
Tijeras de tela	6
Juegos de reglas	2

Tabla 28 Maquinaria

4.3.5 Equipos

Muebles y Enseres	
Mesa para corte	1
Mesas rectangulares largas	3
Perchas	3
Sillas	4
Escritorios	2
Silla giratoria	4
Archivadores	2
Equipo de Computación	
Computadoras de escritorio	2
Impresora Multifunción	1
Útiles de Oficina	
Teléfonos	4
Sumadora	1
Perforadora	3
Grapadoras	3
Carpetas Archivadoras	10
Esferos Cajas (azul, negro, rojo)	3
Lápiz (Caja)	1
Tiza de tela (caja)	3

Tabla 29 Equipos del Proyecto

CAPITULO V

5.1 Ingresos Operacionales y No operacionales

Ingresos Operacionales

Tabla de referencia de costos

Camisetas			Pantalones		
Costo de producción	\$	3,50	Costo de producción	\$	4,93
Utilidad	\$	1,44	Utilidad	\$	1,96
Precio de venta	\$	5,04	Precio de venta	\$	6,90

Tabla 30 Tabla de Referencia de Costos

Tabla de referencias de precios

Descripción	Costo unitario
Camisetas vioto	5,04
Pantalones	6,90
Bermudas	5,50
Lycras	5,00
Vividis	5,00
chompa	15,00
Calentador	9,60
Ternos deportivos	21,00

Tabla 31 Tabla de Referencia de Precio Unitario

Ingresos proyectados

Detalle	1	2	3	4	5
Prendas de ropa	90077,24	91248,24	92434,47	93636,12	94853,39
Total ingresos	90077,24	91248,24	92434,47	93636,12	94853,39

Tabla 32 Tabla de Ingresos Proyectados

Análisis

Para realizar las proyecciones se ha tomado en cuenta el porcentaje de crecimiento de la industria textil que está en promedio del 1,3%. No se ha tomado en cuenta el crecimiento poblacional dado que los habitantes en el sector es limitada pero la oferta crece ya que no sólo compran las personas del sector sino también personas de los sectores aledaños como por ejemplo El Inca, Carapungo, Carcelén, Quintana, entre otros.

Ingresos no Operacionales

El presente proyecto no contará con otros ingresos ya que es un proyecto que recién empieza en el mercado.

5.1.1 Costos

5.1.1.01 Costo Directo

En las presentes tablas se indica la cantidad de tela que se necesitara para la producción de ropa deportiva como referencia se tiene de camisetas y pantalones.

Materia Prima Directa Camisetas (referencia)				
Descripción	Metros	C.unit.rollo	Costo Mensual	Costo Anual
Jersey Algodón	2600m	213,75	1068,75	11115,00
Rip	1260m	116,5	466,00	4893,00
Hilo		2,90	17,40	145,00

Tabla 33 Tabla de Referencia de Materia Prima Camisetas

Materia Prima Directa Pantalón (referencia)				
Descripción	Metros	C.unit.rollo	Costo Mensual	Costo Anual
Vioto	1950m.	213,75	1068,75	11115,00
Elástico Reforzado	1950m.	3,32	13,28	129,48
Hilo		2,90	17,40	145,00

Tabla 34 Tabla de Referencia de Materia Prima Pantalón

Mano de Obra Directa							
Cargo	S. Básico	Ap. Patr.	DCS	DTS	Vac.	Total Men.	Total Anual
Costurera 1	355,59	43,20	29,63	29,63	14,82	472,88	5674,51
Costurera 2	355,59	43,20	29,63	29,63	14,82	472,88	5674,51
Total Mano de Obra Directa							11349,01

Tabla 35 Tabla de Referencia de Costo de Mano de Obra Directa

5.1.1.02 Costos Indirectos

Los costos indirectos de fabricación son aquellos que en este proyecto son de ayuda para poder cumplir con la producción proyectada.

Costos indirectos de fabricación	
Descripción	Total
Repuestos	100,00
Útiles de aseo	120,00
Servicios básicos	726,00
Papelería	110,00
Combustibles y lubricantes	220,00
Otros materiales indirectos	120,00
Depreciación Maquinaria y Herramientas	423,00
Total	1579,00

Tabla 36 Tabla de Costos Indirectos de Fabricación

5.1.1.03 Gastos Administrativos

Los gastos de administración representan el sueldo del gerente general y otros gastos que se necesitaran en esta área.

Gastos de Administración	
Descripción	Total
Sueldos y Salarios	4446,36
Prestaciones sociales	1466,56
Útiles de aseo	120,00
Útiles de oficina	120,00
Servicios básicos	726,00
Depr. Muebles y enseres	120,81
Depr. Equipo de Computación	569,28
Depr. Edificio	1000,00
Depr. Vehículo	1000,00
Amortización	600,00
Total	10169,00

Tabla 37 Tabla de Gastos Administrativos

5.1.1.04 Costos de Ventas

En este gasto se tomó en cuenta el sueldo del vendedor como también gastos referentes al área.

Gastos de Ventas	
Descripción	Total
Sueldos y Salarios	4361,40
Prestaciones sociales	1438,54
Útiles de oficina	120,00
Papelería	120,00
Publicidad Material P.O.P	300,00
Total	6339,94

Tabla 38 Tabla de Gastos de Ventas

5.1.1.05 Costos Financieros

Gastos Financieros	
Intereses préstamo Año 1	2063,79
Intereses préstamo Año 2	1789,17
Intereses préstamo Año 3	1458,26
Intereses préstamo Año 4	1059,50
Intereses préstamo Año 5	579,00
Total	6949,73

Tabla 39 Tabla de Gastos Financieros

5.1.1.06 Costos Fijos y Variables

Costos y gastos	P.Fijo	P. Variable	Total
Costo de producción del producto			
Materia Prima Directa		37149,72	37149,72
Material directo		879,48	879,48
Mano de obra directa		8534,16	8534,16
Prestaciones sociales		2814,85	2814,85
Costos indirectos de fabricación			
Repuestos		100,00	100,00
Útiles de aseo		120,00	120,00
Servicios básicos		726,00	726,00
Papelería		110,00	110,00
Combustibles y lubricantes		220,00	220,00
Otros materiales indirectos		120,00	120,00
Depreciación Maquinaria y herramientas		423,00	423,00
Gastos de Administración			
Sueldos y Salarios	4446,36		4446,36
Prestaciones sociales	1466,56		1466,56
Útiles de aseo		120,00	120,00
Útiles de oficina		120,00	120,00
Servicios básicos		726,00	726,00
Depr. Muebles y enseres	120,81		120,81
Depr. Equipo de Computación	569,28		569,28
Depr. Edificio	1000,00		1000,00
Depr. Vehículo	1000,00		1000,00
Amortización	600,00		600,00
Gastos de Ventas			
Sueldos y Salarios	4361,40		4361,40
Prestaciones sociales	1438,54		1438,54
Comisiones a vendedores		0,00	0,00
Útiles de oficina		120,00	120,00
Papelería		120,00	120,00
Publicidad		300,00	300,00
Gastos Financieros			
Intereses del préstamo Año 1		2063,79	2063,79
TOTAL	15002,94	54767,00	69769,94

Tabla 40 Tabla de Costos Fijos y Variables

5.2 Inversiones

Se habla de inversión cuando destinas tu dinero para la compra de bienes que no son de consumo final y que sirven para producir otros bienes, por ejemplo una máquina para hacer zapatos, ya que puedes venderlos y recibir ganancias. (COLPATRIA, 2010)

5.2.1 Inversión Fija

La Inversión Fija, es la asignación de recursos reales y Financieros para obras físicas o servicios básicos del Proyecto, cuyo monto por su naturaleza no tiene necesidad de ser transado en forma continua durante el horizonte de planeamiento, sólo en el momento de su adquisición o transferencia a terceros. (docs.google, 2010)

5.2.1.01 Activos Fijos

Es aquel activo que no está destinado para ser comercializado, sino para ser utilizado, para explotado por la empresa. (Gerencie.com, 2010)

Activos Fijos	
Vehículo	17000,00
Construcción	20000,00
Maquinaria y equipo	4356,00
Equipo de computación	1475,98
Muebles y Enseres	1398,06
Total	44230,04

Tabla 41 Tabla de Activos Fijos

5.2.1.02 Activos Nominales (diferidos)

Los Activos Nominales (AN) corresponden a intangibles tales como servicios o derechos necesarios para la puesta en marcha del proyecto. (spw, 2009)

Activos Nominales	
Gastos Constitución	300,00
Gastos de Publicidad	300,00
Total	600,00

Tabla 42 Tabla de Activos Nominales

5.2.2 Capital de Trabajo

El Capital de Trabajo (CT) también se conoce como Activos Corrientes se define como aquel gasto necesario para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo. (spw, 2009)

En esta tabla se reflejan valores que corresponden a tres meses.

Capital de Trabajo	Mes 1	Mes 2	Mes 3
Servicios Básicos	121,00	121,00	121,00
Mano de Obra Directa	945,75	945,75	945,75
Caja Bancos	500,00	500,00	500,00
Totales	1566,75	1566,75	1566,75

Tabla 43 Tabla de Capital de Trabajo

5.2.3 Fuentes de Financiamiento y uso de Fondos

Fuentes de Financiamiento				
	Usos de Fondos	Recursos Propios	Bancos	Proveedores
Inversiones Fija	44230,04	37000,00	7230,04	
Vehículo	17000,00	17000,00		
Edificio	20000,00	20000,00		
Maquinaria y equipo	4356,00		4356,00	
Equipo de computación	1475,98		1475,98	
Muebles y Enseres	1398,06		1398,06	
Activos Nominales	600,00	600,00	0	
Gastos de Constitución	300,00	300,00		
Gastos de publicidad	300,00	300,00		
Capital de Trabajo	3700,25	863,00	2837,25	
Servicios Básicos	363,00	363,00		
Mano de obra directa	2837,25		2837,25	
Caja Bancos	500,00	500,00		
Total	48530,29	38463,00	10067,29	

Tabla 44 Tabla de Fuentes de Financiamiento y Uso de Fondos

5.2.4 Amortización de Financiamiento

Se ha realizado diferentes proformas de créditos en diferentes instituciones financieras y se tomado la tasa más baja que es de la Cooperativa Pablo Muñoz Vega quien está emitiendo créditos a un porcentaje de tasa nominal del 22,01% anual.

Monto 10067,29
Tasa Nominal 20,50%
Plazo años 5
Cuota 2824,40

Monto	10067,29		
Nº pago años	1		
Nº pagos Cuotas	5		
Tasa Periódica	0,205000	Cuota anual	\$ 3.403,40

Nº	Interés Anual	Cuota Fija Anual	Capital	Saldo Final
0				10067,29
1	2063,79	3403,40	1339,61	8727,68
2	1789,17	3403,40	1614,23	7113,45
3	1458,26	3403,40	1945,15	5168,30
4	1059,50	3403,40	2343,90	2824,40
5	579,00	3403,40	2824,40	0,00
	6949,73	17017,02	10067,29	

Tabla 45 Tabla de Amortización Préstamo

5.2.5 Depreciaciones

Activo	Total	Tiempo	%	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Depr. Acum	V. residual
Edificio	20000,00	20	5%	1000,00	1000,00	1000,00	1000,00	1000,00	5000,00	15000,00
Vehículo	17000,00	5	20%	1000,00	1000,00	1000,00	1000,00	1000,00	5000,00	12000,00
M. de coser recta	500,00	10	10%	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	250,00	250,00
M. de coser overlok de 4 hilos	980,00	10	10%	98,00	98,00	98,00	98,00	98,00	490,00	490,00
M. de coser overlok de 5 hilos	1000,00	10	10%	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	500,00	500,00
Máquina trilladora	1200,00	10	10%	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	600,00	600,00
Cortadora de tela	550,00	10	10%	55,00	55,00	55,00	55,00	55,00	275,00	275,00
Total Depr. Maquinaria	4230,00			423,00	423,00	423,00	423,00	423,00		
Mesa para corte	120,00	10	10%	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	60,00	60,00
Mesas rectangulares largas	190,00	10	10%	19,00	19,00	19,00	19,00	19,00	95,00	95,00
Perchas	210,00	10	10%	21,00	21,00	21,00	21,00	21,00	105,00	105,00
Sillas	96,00	10	10%	9,60	9,60	9,60	9,60	9,60	48,00	48,00
Escritorios	330,08	10	10%	33,01	33,01	33,01	33,01	33,01	165,04	165,04
Silla giratoria	79,98	10	10%	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	39,99	39,99
Archivadores	182,00	10	10%	18,20	18,20	18,20	18,20	18,20	91,00	91,00
Total Depr. M. y Enseres	1208,06			120,81	120,81	120,81	120,81	120,81		
Computadoras de escritorio	1358,00	3	33,33%	452,62	452,62	452,62			1357,86	0,14
Impresora Multifunción	350,00	3	33,33%	116,655	116,655	116,655			349,97	0,03
Computadoras de escritorio 2	1500,00	3	33,33%				499,95	499,95	999,90	500,10
Impresora Multifunción 2	430,00	3	33,33%				143,32	143,32	286,64	143,36
Total Depr. Eq. De Computación	0,00			569,28	569,28	569,28	643,27	643,27		
Total				3113,08	3113,08	3113,08	3187,08	3187,08		

Tabla 46 Tabla de Depreciación de los Activos Fijos

5.2.6 Estado de Situación Inicial

Confecciones "JSMR" Estado de Situación Inicial

ACTIVOS		PASIVO	
Activos Corrientes		Pasivo Largo Plazo	
Disponibles		Préstamo Bancario x pagar	10067,29
Bancos	0,00		
Caja	500,00	Total Pasivo	10067,29
Activos fijos		PATRIMONIO	
Propiedad Planta y Equipo		Capital social	35262,75
Construcción	20000,00		
Vehículo	17000,00	Total Patrimonio	35262,75
Maquinaria y Equipo	4356,00		
Muebles y Enseres	1398,06		
Equipo de Computación	1475,98		
Activos Diferidos			
Gastos de Constitución	300,00		
Gastos de Publicidad	300,00		
TOTAL ACTIVOS	45330,04	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	45330,04

Tabla 47 Estado de Situación Inicial

5.2.7 Estados de resultados proyectados

	1	2	3	4	5
COSTOS	69769,94	70190,96	72766,97	75437,52	78206,07
Costos de producción	51197,21	53076,15	55024,04	57043,43	59136,92
Costo directo	49378,21	51190,39	53069,08	55016,71	57035,83
Costos indirectos	1819,00	1885,76	1954,96	2026,71	2101,09
Gastos de ventas	6339,94	6572,61	6813,83	7063,89	7323,14
Gastos de administración	10169,00	10542,20	10929,10	11330,20	11746,02
Gastos Financieros	2063,79	1789,17	1458,26	1059,50	579,00
Utilidad bruta	20307,30	21057,28	19667,50	18198,60	16647,31
Impuesto a la Renta	864,68	1024,18	787,90	611,63	436,73
UTILIDAD NETA	19442,62	20033,10	18879,60	17586,97	16210,58

Tabla 48 Estado de Resultados Proyectados

5.2.8 Flujo de caja

	1	2	3	4	5
COSTOS	69769,94	70190,96	72766,97	75437,52	78206,07
Costos de producción	51197,21	53076,15	55024,04	57043,43	59136,92
Costo directo	49378,21	51190,39	53069,08	55016,71	57035,83
Costos indirectos	1819,00	1885,76	1954,96	2026,71	2101,09
Gastos de ventas	6339,94	6572,61	6813,83	7063,89	7323,14
Gastos de administración	10169,00	10542,20	10929,10	11330,20	11746,02
Gastos Financieros	2063,79	1789,17	1458,26	1059,50	579,00
Utilidad bruta	20307,30	21057,28	19667,50	18198,60	16647,31
Impuesto a la Renta	864,68	1024,18	787,90	611,63	436,73
UTILIDAD NETA	19442,62	20033,10	18879,60	17586,97	16210,58
Depr. Activos	3113,08	3113,08	3113,08	3187,08	3187,08
Amortización Intangibles	600,00				
Flujo Neto	23155,71	23146,18	21992,68	20774,04	19397,66

Tabla 49 Flujo de Caja

5.3. Evaluación

5.3.1 Tasa de descuento (TMAR)

La tasa utilizada para descontar los flujos futuros de efectivo mediante la técnica del valor presente neto es una variable clave de este proceso. Sin embargo, no es fácil de determinar pudiendo utilizarse distintos datos en función del objetivo de la valoración.

(Financiera, Enciclopedia Financiera, 2009)

Calculo de la TMAR

Tasa Activa + Tasa Pasiva= TMAR

Tasa	Porcentaje
Tasa Activa Comercial	20,50%
Tasa Pasiva	2,00%
TMAR	22,50 %

Tabla 50 Tabla de la TMAR

Análisis

Para obtener la TMAR tomamos en cuenta las tasas que maneja la Cooperativa Pablo Muñoz Vega la cual ofrece para los microcréditos una tasa activa del 20,50% y una tasa pasiva del 2%, la tasa activa es alta por el hecho que tiene mayor riesgo al prestar dinero para un negocio ya que la Cooperativa no tiene la seguridad de que el negocio prospere.

5.3.2 VAN (Valor Actual Neto)

Año	Flujo Efectivo	Factor Actualizado	Flujo Actualizado
2015	-48530,29		-48530,29
2016	23155,71	$(1+0.2250)^1$	18902,62
2017	23146,18	$(1+0.2250)^2$	15424,36
2018	21992,68	$(1+0.2250)^3$	11963,82
2019	20774,04	$(1+0.2250)^4$	9225,22
2020	19397,66	$(1+0.2250)^5$	7031,84
Total VAN			14017,57

Tabla 51 Tabla del VAN

El VAN es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial, nos quedaría alguna ganancia. Si el resultado es positivo, el proyecto es viable. (Negocios, 2014)

5.3.3 TIR (Tasa Interna de Retorno)

La TIR es la tasa de descuento (TD) de un proyecto de inversión que permite que el BNA sea igual a la inversión (VAN igual a 0). La TIR es la máxima TD que puede tener un proyecto para que sea rentable, pues una mayor tasa ocasionaría que el BNA sea menor que la inversión (VAN menor que 0). (Negocios, 2014)

$$TIR = \left(\frac{VAN +}{VAN(+) + VAN(-)} * \text{Diferencia entre tasas} \right) + \text{Tasa del VAN}(+)$$

TIR= 36,00%

Año	Flujo Efectivo	Flujo Actualizado
2015	-48530,29	-48530,29
2016	23155,71	17026,25457
2017	23146,18	12514,15461
2018	21992,68	8743,02071
2019	20774,04	6072,470736
2020	19397,66	4169,219513
		-5,17

Tabla 52 Tabla del TIR

5.3.4 PRI (Periodo de Recuperación de la Inversión)

Es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial.

(Vaquiro, 2010)

PRI					
Inversión	1	2	3	4	5
48530,29	23155,71	23146,18	21992,68	20774,04	19397,66
	-25374,58	-2228,40			
2,77777778	(100/TIR)				
Años		2			
Mes	9,33333336	9			
Días	10,0000008	10			

Tabla 53 Tabla del Periodo de Recuperación de la Inversión

El monto de la inversión del proyecto se lo recuperaría en dos años nueve meses y diez días.

5.3.5 RCB (Relación Costo Beneficio)

La relación Beneficio/Costo es el cociente de dividir el valor actualizado de los beneficios del proyecto (ingresos) entre el valor actualizado de los costos (egresos) a una tasa de actualización igual a la tasa de rendimiento mínima aceptable (TREMA), a menudo también conocida como tasa de actualización o tasa de evaluación.

(Agroproyectos, 2013)

$$R^c/b = \frac{\text{Ingresos Actualizados}}{\text{Costos actualizados}}$$

RB/C				
Periodo	Ingresos	Ingresos Actualizados	Costos	Costos Actualizados
1	90077,24	69375,93	69769,94	53735,60
2	91248,24	54126,75	70190,96	41635,97
3	92434,47	42229,42	72766,97	33244,17
4	93636,12	32947,18	75437,52	26543,75
5	94853,39	25705,23	78206,07	21193,81
Total		224384,51		176353,29
RBC	1,27235794			

Tabla 54 Tabla de la Relación Costo /Beneficio

Análisis

En la relación costo beneficio se puede evaluar que por cada dólar de la inversión realizada se obtendrá una rentabilidad de \$0,27 centavos. Se puede decir que se obtendrá rentabilidad

5.3.6 Punto de Equilibrio

Se denomina Punto de Equilibrio al nivel en el cual los ingresos son iguales a los costos y gastos, es decir es igual al Costo Total y por ende no hay utilidad ni pérdida.
(Jumbo, 2012)

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{\text{P.V.U.} - \text{Costo Unitario Variable}}$$

PUNTO DE EQUILIBRIO	
Costos Fijos Totales	15002,94
Costo Variable Total	54767,00
Promedio P.V.U	12,17
C.V.U.	3,53335515
P.E.Dinero	21139,63
P.E.Cantidad	1737

Tabla 55 Tabla de Datos Punto de Equilibrio

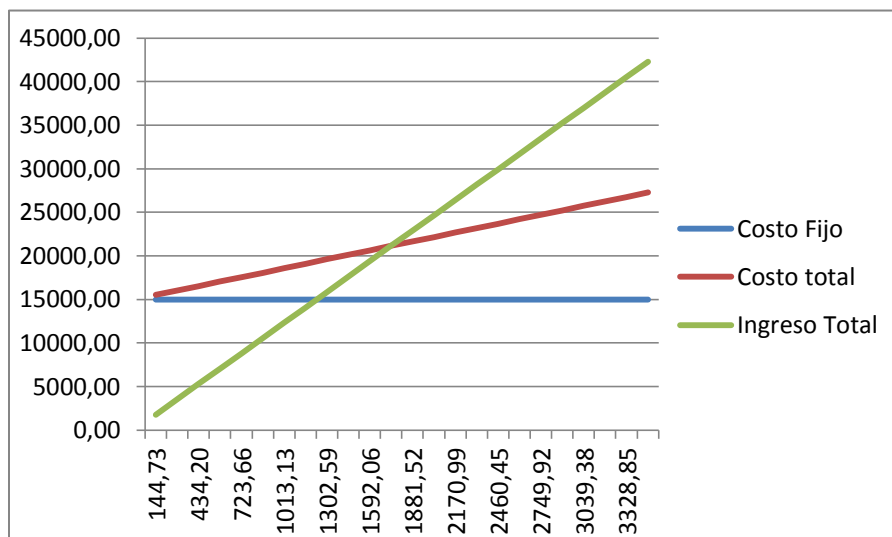


Gráfico 28 Punto de Equilibrio

Per.	Producción	Costo Fijo	Costo Variable Total	Costo Total	Ingreso Total	Utilidad
1	144,73	15002,94	511,391295	15514,33	1761,6359	-13752,69
2	289,46	15002,94	1022,78259	16025,72	3523,2718	-12502,45
3	434,20	15002,94	1534,17388	16537,11	5284,90769	-11252,20
4	578,93	15002,94	2045,56518	17048,50	7046,54359	-10001,96
5	723,66	15002,94	2556,95647	17559,89	8808,17949	-8751,71
6	868,39	15002,94	3068,34777	18071,28	10569,8154	-7501,47
7	1013,13	15002,94	3579,73906	18582,67	12331,4513	-6251,22
8	1157,86	15002,94	4091,13036	19094,07	14093,0872	-5000,98
9	1302,59	15002,94	4602,52165	19605,46	15854,7231	-3750,73
10	1447,32	15002,94	5113,91295	20116,85	17616,359	-2500,49
11	1592,06	15002,94	5625,30424	20628,24	19377,9949	-1250,24
12	1736,79	15002,94	6136,69554	21139,63	21139,63	0,00
13	1881,52	15002,94	6648,08683	21651,02	22901,2667	1250,24
14	2026,25	15002,94	7159,47813	22162,41	24662,9026	2500,49
15	2170,99	15002,94	7670,86942	22673,80	26424,5385	3750,73
16	2315,72	15002,94	8182,26072	23185,20	28186,1744	5000,98
17	2460,45	15002,94	8693,65201	23696,59	29947,8103	6251,22
18	2605,18	15002,94	9205,04331	24207,98	31709,4462	7501,47
19	2749,92	15002,94	9716,4346	24719,37	33471,0821	8751,71
20	2894,65	15002,94	10227,8259	25230,76	35232,718	10001,96
21	3039,38	15002,94	10739,2172	25742,15	36994,3539	11252,20
22	3184,11	15002,94	11250,6085	26253,54	38755,9898	12502,45
23	3328,85	15002,94	11761,9998	26764,94	40517,6257	13752,69
24	3473,58	15002,94	12273,3911	27276,33	42279,2616	15002,94

Tabla 56 Tabla Punto de Equilibrio

5.3.7 Análisis de Índices Financieros

5.3.7.01 ROE

El **ROE** (return on equity) o retorno sobre el capital es una de las principales medidas financieras para los inversores y permite calcular el beneficio potencial que puede tener un accionista al invertir en una empresa. (Huky, 2014)

La fórmula para calcular el ROE es la siguiente:

$$\text{ROE} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}}$$

$$\text{ROE} = \frac{19442,62}{35262,75} = 55,14\%$$

Análisis

Con el porcentaje del 55,14% obtenido en el ROE se deduce que el proyecto tendrá una recuperación rápida de su inversión inicial y obtendrá rentabilidad lo que es bueno para el inversionista ya que su inversión obtendrá un beneficio potencial dentro del proyecto.

5.3.7.02 ROA

El **ROA** es el acrónimo de (Return on Assets) o rentabilidad de los activos de una empresa. El ROA es un indicador que nos permite conocer lo eficiente que es una empresa al gestionar sus recursos. Este ratio nos indica la rentabilidad que obtiene una empresa, independientemente de la forma en que se financie el activo. (Huky, 2014)

$$\text{ROA} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Total Activos}}$$

$$\text{ROA} = \frac{19442,62}{45330,04} = 42,89\%$$

Análisis

Con la obtención de un 42,89% en el ROA se puede deducir que el proyecto es eficiente en la administración de sus activos lo cual es bueno, ya que indica que el proyecto tendrá un buen manejo de los recursos en el activo.

CAPITULO VI

6. Análisis de Impactos

6.1 Impactos Ambientales

El **impacto ambiental** es el efecto causado por una actividad humana sobre el **medio ambiente**. La **ecología**, que estudia la relación entre los seres vivos y su ambiente, se encarga de medir dicho impacto y de tratar de minimizarlo. (DEFINICIÓN.DE, 2008)

Originalmente, la industria textil sólo procesaba materias primas naturales de origen vegetal y animal. Sin embargo, la proporción de fibras artificiales (fibras de celulosa regenerada, como seda artificial, viscosa obtenida de la madera y de los residuos del algodón y más adelante fibras totalmente sintéticas, como poliamida, poliacril y poliéster, provenientes todas ellas a la postre de la materia prima petróleo) en la demanda global de fibras sigue creciendo en todo el mundo. En 1990, la industria de

fibras sintéticas cubrió aproximadamente el 45% de la demanda mundial de fibras textiles, representando un volumen de 42,9 millones de toneladas.

La fabricación de fibras sintéticas y los problemas medioambientales resultantes no son objeto de este capítulo.

Fases de fabricación

1.- Tratamiento de las fibras

En la cosecha, todas las fibras naturales contienen sustancias extrañas e impurezas, y para poderlas hilar tienen que ser sometidas, en parte, a complejos procesos de tratamiento. La mayor parte de las fibras naturales se producen fuera de las naciones industrializadas, en los países tropicales o subtropicales donde tiene lugar, por lo menos, el tratamiento primario.

2.- Contaminación de las aguas residuales

La mayoría de las sustancias que se vierten en las aguas residuales son biodegradables. Sin embargo, en el proceso de biodegradación, los compuestos vertidos en las aguas abiertas (emisarios) pueden reducir el contenido de oxígeno del agua por debajo del nivel necesario para que el agua esté sana y ocasionar la putrefacción de la misma.

En el ennoblecimiento textil se utilizan además toda una serie de compuestos que no son en principio biodegradables.

Se exponen aquí brevemente los siguientes tipos de contaminantes de las aguas residuales:

Para los colorantes y algunos densidades de difícil degradación (que se han ido sustituyendo progresivamente por otros de mejor degradación biológica) la limpieza mecánico-biológica descrita más arriba no es suficiente si no se dispone de suficiente biomasa para absorber los colorantes (el enlace con la proteína bacteriana de lodo excedente es la vía principal para la eliminación de los colorantes solubles en agua). Conforme a la experiencia existente hasta ahora, en la mayoría de los casos es necesaria una combinación de los tratamientos físico-químicos y biológicos de las aguas residuales para lograr una limpieza satisfactoria. Para ello, las subcorrientes fuertemente contaminadas (p. ej., baños de color) deben tratarse por separado.

3.- Emisiones de ruidos

Con excepción de los grupos de ventilación, que son usuales también en otros lugares, en la industria de ennoblecimiento textil no se producen emisiones significativas de ruidos.

Impactos generales sobre el medio ambiente

Aparte de las emisiones específicamente textiles, que son el objeto de este capítulo, pueden originarse también otras cargas para el medio ambiente, características de otras actividades industriales y artesanales. (Toma, 2009)

Los impactos ambientales del proyecto son sólidos refiriéndose a los desperdicios como son cartón, conos, carretes, pelusas, retazos de tela e hilos como también se hace referencia al consumo de agua, energía eléctrica, ruido y desechos que genere la industria textil. Para contrarrestar estos impactos que son de gran importancia para la humanidad lo que resta del proyecto es tomar medidas de solución para que el impacto no sea tan dañino para la sociedad que está en los alrededores.

Soluciones;

- No desperdiciar el agua en los baños.
- Ahorrar energía eléctrica utilizando los focos ahorradores o conocidos como focos fluorescentes, que existen en la actualidad y no contaminan tanto como los focos antiguos.
- Tratar los desperdicios con precaución ya que en la industria textil hay desechos como las agujas, desperdicios de tela entre otros, el tratamiento de las agujas es guardar en cartón y vender a la chatarra cuando tengan una gran cantidad o botarlas pero con la respectiva precaución para no causar daños a terceros. Y los desperdicios de tela se pueden realizar los guapos que se los realiza de diferentes tipos de tela y estos se los puede reutilizar.

- Para lo que es el ruido se debería realizar un cubrimiento de sonidos externos para que no cause molestias a los alrededores y también causar daños auditivos al personal de la planta, para ello se necesita equipar de tapones auditivos u orejeras al personal.

6.2 Impactos Económicos

Si la industria textil tiene crecimiento dentro del país es un beneficio para el presente proyecto ya generara mayor ingresos gracias a los cambios dados, queriendo decir si la población económicamente activa crece, la demanda y oferta también crecerán, siendo una gran oportunidad para el proyecto ya que busca ser parte importante dentro del apoyo del crecimiento de la economía del país.

Con la apertura a nuevos mercado con la llamada globalización el Ecuador tuvo la oportunidad de adquirir tecnología que le ayudará a desarrollarse como en el caso de la industria textil que llegaría a obtener maquinaria con alta tecnología que le ayuda a tener la oportunidad de perfeccionar su calidad, ya que el sector textil y la confección de ropa está en perfecta capacidad de mostrar sus capacidades y éxitos.

Esto conlleva a que crezca el sector textil y confecciones, siendo que su crecimiento también aportará en mayor porcentaje dentro del PIB, ya que en la actualidad la manufactura aportó dentro del PIB con un 0.05%.

6.3 Impactos Productivos

El crecimiento textil en el Ecuador va paulatinamente con el cambio de la matriz productiva en donde lo más importante desde un punto de vista de desarrollo es dejar de ser simples exportadores de materia prima y llegar a ser también productores, para ello necesitamos la capacitación de la mano de obra que se utilizará, implementación de maquinaria de punta la cual ayudará a realizar una producción igual o mejor que la internacional, también a esto se necesitaría el control necesario para que no exista el contrabando que a diario se vive en las fronteras con los países vecinos como son Perú, Colombia y Brasil de donde provienen prendas de vestir y tienen gran valor para la ciudadanía en general dentro del país.

Es por ello que con el Cambio que se está dando con el Objetivo 10 *“Impulsar la transformación de la matriz productiva”* que consta en el Plan del Buen Vivir, se está valorando a la producción nacional y por ende se dará un desarrollo significativo a la industria textil y confección de prendas. Es por que el sector textil y de confecciones es una cadena productiva estratégica para el país.

-Telas ecológicas e inteligentes

Dentro del área de textiles las principales innovaciones están en las llamadas telas inteligentes. Se exhiben las telas hospitalarias, que son antibacteriales, con un sistema decolorante que resiste a los lavados con cloro y a la exposición del sol. Tienen además sistemas que repelen fluidos y son antiestáticas. A estas se suman los tejidos retardantes de las llamas para el sector de uniformes para labores técnicas, decoración, tapicería y automóviles.

Otro tipo de telas son las destinadas para la ropa deportiva, que absorben y expulsan la transpiración. Además cuentan con filtro UV para evadir la radiación solar y sistema antibacterial que inhibe el olor de la sudoración.

Hay también telas que tienen repelentes de mosquitos que pueden ser utilizadas tanto para confeccionar ropa, como para fabricar toldos, tiendas de campaña, etc.

Estas telas están proceso de obtener certificaciones internacionales sobre sus beneficios. (Explored.Ecuador, 2013)

6.4 Impactos Sociales

El presente proyecto tendría como impacto social la generación de fuentes de trabajo lo cual sería beneficioso para la disminución de la tasa de desempleo en la ciudad de Quito.

Esto es lo que busca el Estado, que la sociedad sea parte importante en el progreso y desarrollo del país por lo tanto generando fuentes de trabajo las personas buscarán capacitarse en las diferentes áreas que sean prioritarias dentro del cambio que se está sufriendo la matriz productiva, para ello la sociedad en general se beneficiará de los diferentes cambios que atraerá el crecimiento económico y por ende la busca de un bienestar colectivo.

Este impacto es el que busca el crecimiento de la utilización de la mano de obra nacional y por ende el desarrollo de la industria textil dentro del país.

CAPITULO VII

7. Conclusiones y Recomendaciones

7.1 Conclusiones

- Con la globalización y apertura de mercados internacionales se ha visto amenazada la industria textil en el Ecuador, siendo así apreciada la manufactura internacional y hecha a un lado la propia industria nacional. Por ello en la actualidad, se trata de cerrar esos mercados y capacitar a la mano de obra nacional para que esto cambie y se pueda ser parte de ese mercado textil como primera instancia y no como la última opción.
- Con el respectivo estudio técnico se puede concluir que el proyecto de confección y comercialización de ropa deportiva es factible dentro del sector del Comité del Pueblo.
- A pesar de ser un restringido sector para el crecimiento de la población hay un amplio mercado en la oferta de prendas de vestir, el cual es una oportunidad

para ingresar en el mercado, ya que no sólo consumirían los habitantes del sector sino también los habitantes de sectores aledaños al Comité del Pueblo.

- El proyecto tiene factibilidad ya que presenta un VAN positivo y una TIR mayor a la tasa de Descuento.
- En la actualidad hay la oportunidad de adquirir maquinaria con alta tecnología para poder ofrecer a los consumidores prendas de vestir con alta calidad en su confección y presentación.

7.2 Recomendaciones

- Se recomienda la ejecución del proyecto ya que presenta factibilidad.
- El presente proyecto obtendrá mayor crecimiento si se alinea al cambio actual de la Matriz Productiva, siendo beneficio para el sector textil como también para el proyecto.
- Mantener un archivo actualizados de los proveedores para poder obtener la materia prima necesaria para la producción.
- Presentar una adecuada publicidad y estrategias de mercado para que el producto sea conocido a nivel del sector y así poder llegar al objetivo planteado dentro de este proyecto.
- Poseer innovaciones que se presenten en cuanto a telas que puedan ayudar al crecimiento empresarial y por ende dar satisfacción a los consumidores.
- Mantener al personal capacitado y motivado para que el ambiente de trabajo sea el adecuado y poder cumplir con los objetivos planteados por el proyecto, ya que un trabajador contento produce más.

Bibliografía

- Agroproyectos. (08 de 2013). *Agroproyectos*. Recuperado el 25 de 02 de 2015, de https://www.google.com.ec/?gws_rd=ssl#q=que+es+la+relacion+costo+beneficio
- Blogs, A. (25 de 07 de 2012). *Arevalo Blogs*. Recuperado el 14 de 02 de 2015, de <http://arevaloorejuelasarapatria7am.blogspot.com/2012/07/ropa-dportiva-concepto-tipos.html>
- Caribe, U. a. (2014). *slideshare*. Recuperado el 01 de 12 de 2014, de <http://es.slideshare.net/lmanotas/concepto-origen-y-precursos-de-la-gestin-administrativa#>
- celade. (2000). *celade.cepal*. Recuperado el 21 de Noviembre de 2014, de http://celade.cepal.org/redatam/PRYESP/SISPPI/Webhelp/tasa_de_desempleo.htm
- Chile, S. (2014). *Banca facil*. Recuperado el 21 de Noviembre de 2014, de <http://www.bancafacil.cl/bancafacil/servlet/Contenido?indice=1.2&idPublicacion=150000000000026&idCategoria=4>
- COLPATRIA, M. (2010). *manejatusfinanzas.com*. Recuperado el 19 de 02 de 2015, de <http://www.manejatusfinanzas.com/Lainversi%C3%B3n/QUEESINVERSION/tabid/146/language/es-CO/Default.aspx>
- Conceptos.com, D. (2015). *De Conceptos.com*. Recuperado el 11 de 01 de 2015, de <http://deconceptos.com/ciencias-naturales/poblacion#>
- Definicion. (2013). *Definicion.De*. Recuperado el 11 de 01 de 2015, de <http://definicion.mx/consumidor/#>
- DEFINICIÓN.DE. (2008). *DEFINICIÓN.DE*. Recuperado el 28 de 02 de 2015, de <http://definicion.de/impacto-ambiental/>
- Definiciones.de. (2008). *Definiciones.de*. Recuperado el 01 de 12 de 2014, de <http://definicion.de/planificacion/>
- docs.google. (2010). *docs.google*. Recuperado el 19 de 02 de 2015, de <https://docs.google.com/document/d/1QQ2-0kc4wNmZ7vpW-6BM9pkYISQ1zCL7DFSISmc6JU/edit?pli=1>
- Ecuador, A. d. (2014). *Asociacion de Industriales Textiles del Ecuador*. Recuperado el 26 de 10 de 2014, de <http://www.aite.com.ec/industria-textil.html>
- Ecuador, B. c. (2014). *Banco Central*. Recuperado el 21 de Noviembre de 2014, de http://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion

- Empresas, T. (20 de 02 de 2013). *Territorio Empresas*. Recuperado el 14 de 01 de 2015, de <http://www.territorioempresas.com/2013/02/20/una-definicion-economica-de-la-pobreza/#>
- Explored.Ecuador. (12 de 04 de 2013). *Explored.Ecuador*. Recuperado el 01 de 03 de 2015, de <http://www.explored.com.ec/noticias-ecuador/el-sector-textil-innova-para-crecer-y-exportar-578589.html>
- facil.com, A. (2012). *Aula facil.com*. Recuperado el 28 de 01 de 2015, de <http://www.aulafacil.com/proyectos/curso/Lecc-6.htm>
- Financiera, E. (2009). *Enciclopedia Financiera*. Recuperado el 31 de 01 de 2015, de <http://www.economia48.com/spa/d/oferta/oferta.htm>
- Financiera, E. (2009). *Enciclopedia Financiera*. Recuperado el 25 de 02 de 2015, de <http://www.encyclopediainanciera.com/finanzas-corporativas/tasa-de-descuento.htm>
- Gerencie.com. (2010). *Gerencie.com*. Recuperado el 19 de 02 de 2015, de <http://www.gerencie.com/concepto-o-definicion-de-activo-fijo.html>
- Huky, G. (09 de 06 de 2014). *gurusblog*. Recuperado el 28 de 02 de 2015, de <http://www.gurusblog.com/archives/roa/09/06/2014/>
- INEC. (2014). *INEC*. Recuperado el 22 de Noviembre de 2014, de http://www.inec.gob.ec/estadisticas/index.php?option=com_content&view=article&id=278&Itemid=57&lang=es
- INNOVATI. (04 de 2013). *INNOVATI*. Recuperado el 6 de 12 de 2014, de <http://innovattimodels.com/2013/04/los-colores-en-la-ropa-y-su-significado/#>
- Jumbo, A. (23 de 10 de 2012). *Blog*. Recuperado el 25 de 02 de 2015, de <http://lacontabilidaddecostosenlavirtualidad.blogspot.com/2012/10/el-punto-de-equilibrio.html>
- Monografias. (1998). *monografias*. Recuperado el 05 de 12 de 2014, de http://html.rincondelvago.com/organizacion-en-la-empresa_3.html#
- mundi, i. (9 de Enero de 2012). *index mundi*. Recuperado el 21 de Noviembre de 2014, de http://www.indexmundi.com/es/ecuador/producto_interno_bruto_%28pib%29.html
- Negocios, C. (17 de 07 de 2014). *Crece Negocios*. Recuperado el 25 de 02 de 2015, de <http://www.crecenegocios.com/el-van-y-el-tir/>
- Palermo, P. (2014). *PNL Palermo*. Recuperado el 01 de 12 de 2014, de http://www.pnlpalermo.com.ar/pnl_articulos/significado-de-vision-mision-objetivos-metas-estrategias-y-tacticas/#

- Pedraza, Y. (03 de 2011). *Buenas tareas*. Recuperado el 28 de 01 de 2015, de <http://www.buenastareas.com/ensayos/Capacidad-Optima-De-Produccion/1825091.html#>
- Planing. (07 de 2013). *Planing*. Recuperado el 28 de 01 de 2015, de <http://www.planning.com.co/bd/archivos/Julio2013.pdf>
- Promonegocios.net. (Junio de 2005). *Promonegocios.net*. Recuperado el 01 de 12 de 2014, de <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/mision-concepto.htm#>
- Rivera, A. H. (24 de 01 de 2012). *Blogs*. Recuperado el 28 de 01 de 2015, de <http://ishmacroymicrolocalizacion.blogspot.com/2012/01/macro-y-micro-localizacion.html#>
- Robbins. (1996). *Monografías*. Recuperado el 05 de 12 de 2014, de <http://www.monografias.com/trabajos12/cofas/cofas.shtml#>
- Santander, U. T. (2013). *Unidades Tecnológicas de Santander*. Recuperado el 01 de 12 de 2014, de http://www.uts.edu.co/tongeo2/app/modules/outside/contenido.php?page=24&url_k=282873c79e0c7271deda719cd7fa9c5c
- spw. (2009). *spw*. Recuperado el 19 de 02 de 2015, de <http://www.spw.cl/proyectos/inversiones.htm>
- Techné. (2014). *Techné*. Recuperado el 14 de 02 de 2015, de <http://techne-research-group.com/que-es-la-ingenieria-del-producto/>
- Toma, A. y. (07 de 10 de 2009). *Blogs*. Recuperado el 10 de 03 de 2015, de <http://angelyeladiotoma3b.blogspot.com/>
- Tomas, U. S. (2012). *Universidad Santo Tomas*. Recuperado el 28 de 01 de 2015, de http://soda.ustadistancia.edu.co/enlinea/Proyecto%20de%20Grado%20Fase%20I%20%28Segundo%20Momento%29/localizacin_del_proyecto.html
- Uxó González, J. (2014). *Expansion*. Recuperado el 21 de Noviembre de 2014, de <http://www.expansion.com/diccionario-economico/crecimiento-economico.html>
- Vaca, A. A. (12 de 11 de 2012). *slideshare*. Recuperado el 05 de 12 de 2014, de <http://es.slideshare.net/aniatauro/proceso-de-administracin-direccin-y-control>
- Vaqui, J. D. (23 de 02 de 2010). *Pymes Futuro*. Recuperado el 25 de 02 de 2015, de <http://www.pymesfuturo.com/pri.htm>