



**UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**ADMINISTRACIÓN FINANCIERA**

Tesis de Grado Previo a la obtención del Título  
de Ingeniera en Administración Financiera.

**TEMA:**

“Estudio de factibilidad para la creación de una fábrica de ropa  
deportiva en el cantón Quinsaloma, año 2014”

**ELABORADO POR:**

Emma Daniela Duarte Moyano

**DIRECTOR:**

ING. Dennis Aguirre MSc.

**Quevedo – Ecuador**

**2015**

## **DECLARACIÓN DE AUTORÍA**

Yo, EMMA DANIELA DUARTE MOYANO, declaro que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

La Universidad Técnica Estatal de Quevedo, puede hacer uso de los derechos correspondientes a este trabajo, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normatividad institucional vigente

---

**EMMA DANIELA DUARTE MOYANO**

**C.I. 120641001-9**

## **CERTIFICACIÓN**

Ing. Dennis Aguirre, Director del Proyecto de Investigación **CERTIFICO:** Que la egresada Emma Daniela Duarte Moyano, realizó Tesis de Grado titulada **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FÁBRICA DE ROPA DEPORTIVA EN EL CANTÓN QUINSALOMA, AÑO 2014**, bajo mi dirección habiendo cumplido con las disposiciones reglamentarias establecidas para el efecto.

---

**ING. DENNIS AGUIRRE**

**DIRECTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**ADMINISTRACIÓN FINANCIERA**

**TESIS DE GRADO:**

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
FABRICA DE ROPA DEPORTIVA EN EL CANTÓN QUINSALOMA,  
AÑO 2014

Trabajo presentado a la Comisión Académica de la Facultad de Ciencias  
Empresariales como requisito previo a la obtención del título de:

**Ingeniería en Administración Financiera**

**APROBADO:**

---

Lic. Harold Escobar Terán M.Sc.  
PRESIDENTE DE TRIBUNAL DE TESIS

---

Lic. Wilson Cerezo Segovia M.Sc  
MIEMBRO TRIBUNAL DE TESIS

---

Dra. Martha Arboleda Briones M.Sc  
MIEMBRO TRIBUNAL DE TESIS

**Quevedo – Los Ríos – Ecuador**

**2015**

## **AGRADECIMIENTO**

A mi alma mater Universidad Técnica Estatal de Quevedo, que me abrió las puertas para pertenecer a esta gran familia, que en cuyas aulas sus catedráticos me brindaron todo su conocimiento, para crecer en mi vida profesional por medio de los conocimientos.

Dr. Eduardo Díaz Ocampo, MSc. Rector de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo por su apoyo a la educación.

A la Ing. Guadalupe Del Pilar Murillo Campuzano de Luna, MSc. Vicerrectora Administrativa de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, por su aporte diario de trabajo constante que ha tenido sus frutos, en beneficio de los estudiantes.

Ing. Edgar Pastrano, Decano de la Facultad de Ciencias Empresariales.

Al Ing. Dennis Aguirre, director de tesis por su apoyo en la realización de la tesis.

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo a Dios, por haberme dado la oportunidad de vivir y estar siempre a mi lado en cada momento de mi vida y cuando más necesite de él me dio fuerzas y me guió por un buen camino.

A mi Esposo, quien me brindó todo su amor, apoyo y comprensión durante la culminación de mis estudios, fue evidente su gran amor hacia mí.

A mi bebé que es la mayor bendición que Dios me ha dado y que él ha sido y siempre será el motor de mi vida para continuar adelante.

A mis Padres, por su apoyo incondicional, por darme la vida, por su amor y porque siempre creyeron en mí.

A mis Hermanos, mis sobrinos con todo mi amor que vean en mí un ejemplo a seguir.

A mis amigos y demás familiares, por sus palabras de aliento cada día, por ver en mí la realización de mi gran sueño.

## ESQUEMA DE CODIFICACIÓN

<b>(DUBLIN CORE) ESQUEMAS DE CODIFICACIÓN</b>			
1	Título/Title	<b>M</b>	“Estudio De Factibilidad Para La Creación De Una Fábrica De Ropa Deportiva En El Cantón Quinsaloma, Año 2014”.
2	Creador/Subject	<b>M</b>	Duarte Moyano Emma Daniela
3	Materia/Subject	<b>M</b>	Ingeniería en Administración Financiera
4	Descripción/Description	<b>M</b>	<p>El cantón Quinsaloma es uno de los trece cantones que tiene la provincia de los Ríos, existen unos 16.400 habitantes entre los sectores urbano y rural. Existe una importante demanda de ropa deportiva ya sea desde los centros educativos, deportistas y público en general; sin embargo en la actualidad en dicho cantón no existe un lugar que produzca y comercialice ropa deportiva, lo cual obliga a los ciudadanos del cantón a desplazarse a otros cantones como Quevedo, Ventanas, etc.</p> <p>La presente investigación consistió en la elaboración de un estudio de factibilidad para la creación de una empresa de ropa deportiva en Quinsaloma, para lo cual se aplicó una encuesta para determinar preferencias y conocer las opiniones de la población en general respecto de la propuesta y se elaboró un estudio económico para determinar la factibilidad del mismo.</p> <p>se busca ofrecer ropa deportiva que cumpla los estándares de calidad y precio, para poder satisfacer las necesidades expresadas por los ciudadanos del cantón.</p> <p>Finalmente se determinó la factibilidad del proyecto mediante los indicadores de rentabilidad como Tir, VAN y la relación B/C</p>
<b>(DUBLIN CORE) ESQUEMAS DE CODIFICACIÓN</b>			
5	Editor/Publisher	<b>M</b>	Duarte Moyano Emma Daniela
6	Colaborador/Contributor	<b>O</b>	Ninguno
7	Fecha/Date	<b>M</b>	31-marzo-2014
8	Tipo/Type	<b>M</b>	Proyecto de Investigación
9	Formato/Format	<b>R</b>	Programas: Microsoft Word 2010; Microsoft Excel 2010; Microsoft Power Point 2010
10	Indentificador/Indentifier	<b>M</b>	<a href="mailto:danny_love811@hotmail.com">danny_love811@hotmail.com</a>
11	Fuente/Source	<b>O</b>	Textos, libros e internet

12	Lenguaje/Language	<b>M</b>	Español
13	Relación/Relation	<b>O</b>	Ninguno
14	Cobertura/Coverage	<b>O</b>	Administración Financiera
15	Derechos/Rights	<b>M</b>	Ninguno
16	Audiencia/Audience	<b>O</b>	Proyecto de Investigación

# ÍNDICE DEL CONTENIDO

CARATULA .....	i
DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	ii
CERTIFICACIÓN .....	iii
MIEMBROS DEL TRIBUNAL.....	iv
AGRADECIMIENTO .....	v
DEDICATORIA.....	vi
ESQUEMA DE CODIFICACIÓN.....	vii
ÍNDICE DEL CONTENIDO.....	ix
ÍNDICE DE CUADROS .....	xiv
ÍNDICE DE FIGURAS .....	xvi
RESUMEN EJECUTIVO.....	xvii
ABSTRACT .....	xix
CAPÍTULO I.....	21
MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN.....	21
1.1 INTRODUCCIÓN .....	22
1.2 PROBLEMATIZACIÓN.....	24
1.2.1 Planteamiento del Problema.....	24
1.2.1.1 Diagnostico (Causas, efectos).....	24
1.2.1.2 Pronóstico.....	25
1.2.1.3 Control del Pronóstico .....	25
1.2.2 Formulación del Problema.....	26
1.2.3 Sistematización del problema .....	26
1.3 JUSTIFICACIÓN.....	26
1.4 OBJETIVOS.....	27
1.4.1 Objetivo General .....	27

1.4.2	Objetivos Específicos	28
1.5	HIPÓTESIS	28
1.5.1	Hipótesis general	28
1.5.2	Hipótesis específicas	28
1.6	VARIABLES	29
1.6.1	Variables independientes	29
1.6.2	Variable dependiente	29
CAPITULO II:		30
MARCO TEORICO		30
2.1	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	31
2.1.1	Sector Comercial	31
2.1.2	Análisis del Entorno	31
2.1.3	PIB en el Sector Textil	31
2.1.4	El crecimiento de la industria	32
2.1.5	Factor Tecnológico	33
2.1.6	Innovaciones Tecnológicas	33
2.1.7	Mercado	34
2.1.8	Análisis del mercado	34
2.1.9	Características de la producción del bien	35
2.1.10	La confección de ropa deportiva	36
2.2	FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL	36
2.2.1	Estudio de mercado	36
2.2.2	F.O.D.A.	37
2.2.3	Producto	37
2.2.4	Motivaciones de compra	38
2.2.5	Canales de distribución	38

2.2.6	Demanda -----	39
2.2.7	Oferta -----	40
2.2.8	Mercado potencial -----	40
2.2.9	Publicidad-----	40
2.2.10	Estudio técnico -----	41
2.2.10.1	Análisis económico del proyecto -----	42
2.3	FUNDAMENTACIÓN LEGAL-----	45
2.3.1	Entorno Político Legal -----	45
2.3.2	Código de la producción -----	45
2.3.3	Superintendencia de compañías-----	47
CAPÍTULO III -----		50
METOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN-----		50
3.1	MATERIALES Y MÉTODOS-----	51
3.1.1	Materiales y equipos utilizados-----	51
3.1.2	Métodos -----	51
3.1.2.1	Método Inductivo-----	51
3.1.2.2	Método Deductivo-----	51
3.1.2.3	Método analítico-----	51
3.2	TIPO DE INVESTIGACIÓN -----	52
3.2.1	Observación Directa -----	52
3.2.2	Observación Indirecta -----	52
3.3	DISEÑO DE INVESTIGACIÓN-----	52
3.3.1	Tipo transversal o transaccional -----	52
3.3.2	Descriptiva-----	52
3.3.3	Correlacional o explicativo-----	53
3.3.4	Instrumentos -----	53

3.3.5	Encuestas -----	53
3.3.6	Fuentes-----	53
3.3.6.1	Primarias -----	53
3.1.1.1	Secundarias -----	53
3.4	POBLACIÓN Y MUESTRA-----	53
3.4.1	Población y muestra -----	53
3.4.2	Determinación de la población y muestra -----	54
CAPITULO IV-----		55
RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN Y DISCUSIÓN -----		55
4.1.	RESULTADOS -----	56
4.1.1	Estudio de mercado. -----	56
	Tamaño del mercado -----	71
	Determinación de la Demanda -----	71
	Escuelas -----	72
	Fiscales -----	72
	Particulares-----	72
	Colegios-----	72
	Fiscales -----	72
	Particulares-----	72
	A Distancia -----	72
	Academias-----	72
4.1.2	Estudio técnico -----	73
4.1.3.	Evaluación económica del proyecto -----	92
4.2	DISCUSIÓN-----	104
CAPÍTULO V-----		105
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES -----		105

5.1	CONCLUSIONES	106
5.2	RECOMENDACIONES	107
	CAPITULO VI	108
	BIBLIOGRAFÍA	108
6.1	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	109
	CAPITULO VII	111
	ANEXOS	111

# ÍNDICE DE CUADROS

## CUADRO Pág.

1. Género de los encuestados del estudio de factibilidad para la creación de una fábrica de ropa deportiva en el cantón Quinsaloma, año 2014 -----	59
2. Edad de los encuestados del estudio de factibilidad para la creación de una fábrica de ropa deportiva en el cantón Quinsaloma, año 2014. -----	60
3. Dedicación de los encuestados del estudio de factibilidad para la creación de una fábrica de ropa deportiva en el cantón Quinsaloma, año 2014 -----	61
4. Existencia de empresa de ropa deportiva obtenida en el estudio de factibilidad para la creación de una fábrica de ropa deportiva en el cantón Quinsaloma, año 2014 -----	62
6. Ciudad en la que adquiere sus prendas deportivas según los encuestados en el estudio de factibilidad para la creación de una fábrica de ropa deportiva en el cantón Quinsaloma, año 2014 -----	64
7. Prendas deportivas de mayor preferencia de los encuestados en el estudio de factibilidad para la creación de una fábrica de ropa deportiva en el cantón Quinsaloma, año 2014 -----	65
9. Preferencias por otros productos según los encuestados del estudio de factibilidad para la creación de una fábrica de ropa deportiva en el cantón Quinsaloma, año 2014 -----	67
10. Preferencias para elegir una prenda según los encuestados en el estudio de factibilidad para la creación de una fábrica de ropa deportiva en el cantón Quinsaloma, año 2014 -----	68
11. Frecuencia de eventos deportivos según los encuestados en el estudio de factibilidad para la creación de una fábrica de ropa deportiva en el cantón Quinsaloma, año 2014 -----	69
12. Opinión sobre la instalación de una empresa de prendas deportivas según los encuestados en el estudio de factibilidad para la creación de una fábrica de ropa deportiva en el cantón Quinsaloma, año 2014 -----	70
13. Tasa de descuento -----	93
14. Inversión inicial del proyecto. -----	93
15. Inversión fija del proyecto. -----	94
16. Detalle de maquinarias y equipos para la producción en el proyecto. -----	94

<b>17. Detalle de gastos de fabricación de prendas deportivas en el proyecto. --</b>	<b>95</b>
<b>18. Activos diferidos. -----</b>	<b>95</b>
<b>19. Costos, Gastos, Depreciaciones y Amortizaciones. -----</b>	<b>96</b>
<b>19. Flujo financiero o de caja para el presente proyecto-----</b>	<b>97</b>
<b>20. Beneficios versus costos anuales del proyecto para la obtención de la relación Beneficio-costos.-----</b>	<b>99</b>

# ÍNDICE DE FIGURAS

## FIGURA Pág.

1. Género de los/las encuestados/as-----	59
2. Edad de los encuestados-----	60
3. Ocupación de las personas encuestadas. -----	61
4. Conocimiento de la existencia de una empresa de ropa deportiva -----	62
5. Frecuencia con la que se adquiere ropa deportiva -----	63
6. Sitios donde se adquiere la ropa deportiva. -----	64
7. Prendas de ropa deportiva preferida por los encuestados. -----	65
8. Presupuesto utilizado en ropa deportiva por los encuestados. -----	66
10. Preferencias de los encuestados a la hora de elegir una prenda.-----	68
11. Frecuencia de realización de actividades deportivas en Quinsaloma. -----	69
12. Criterio de aceptación para la creación de una empresa de ropa deportiva en Quinsaloma. -----	70
13. Punto de equilibrio para el presente proyecto -----	101

## RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación se llevó a cabo en el cantón Quinsaloma de la provincia de Los Ríos, El cantón Quinsaloma tiene una población de 16.476, repartidos en 4.573 en la zona urbana y 11.903 en la zona rural de acuerdo al último censo. El tema de la investigación es: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FÁBRICA DE ROPA DEPORTIVA EN EL CANTÓN QUINSALOMA, AÑO 2014”, que tiene como objetivo general; Elaborar un estudio de factibilidad para la creación de una Fábrica de Ropa Deportiva en el Cantón Quinsaloma, año 2014. Y como objetivos específicos; 1) Determinar mediante una encuesta el estudio de mercado que permita recoger la conducta del consumidor con respecto al uso de prendas deportivas en Quinsaloma, 2) Realizar el estudio técnico para la creación de una Fábrica de Ropa Deportiva en el Cantón Quinsaloma, 3) Establecer mediante un estudio económico, la inversión inicial y los egresos del proyecto y 4) Determinar la evaluación financiera del proyecto que conlleve a identificar la rentabilidad del proyecto

Los resultados que se obtuvieron fueron: el 48 % de las personas encuestadas correspondieron al género masculino mientras que el 52 % al género femenino, el 42,91 % se encuentran entre los 26 y 35 años, el 37,60 % están entre los 36 y 45 años, el 17,49 % entre los 16 y 25 años, el 38,44 % son independientes, el 33,47 % son dependientes y el 28 ,09 % son estudiantes, el 100 % de las personas manifestaron no conocer la existencia de una empresa que se dedica a la fabricación y venta de ropa deportiva, el 46,68 % manifestaron que la frecuencia de compra de prendas o ropa deportiva es anualmente, el 41,24 % la hacen semestralmente, el 70,14 % de las personas realizan las compras de ropa deportiva en el cantón Quevedo, el 13,52 %, el resto en otros lugares. El 38,34 % prefieren los uniformes deportivos, seguido por los uniformes deportivos con un 18,75 %, continúan las camisetas deportivas con 13,67 %, el gasto que realizan en prendas deportivas es para el 64,32 % un promedio de 30 dólares anuales, el 25,21 % suele gastar 50 dólares anuales, el resto dijo gastar de 75 dólares en adelante, el precio con un 43,51 %, la calidad con

40,29 % son lo primero que les llama la atención, finalmente en Quinsaloma los eventos deportivos se realizan muy frecuentemente con un 34,64 %, poco frecuente con un 34,54 %.

El VAN obtenido para el proyecto es de 62.271,07, La tasa interna de retorno es de 122 %, La relación beneficio costo obtenida para el presente proyecto es de 1,25 unidades, El Punto de Equilibrio en el proyecto es de \$ 104699,38; por lo tanto el proyecto es factible

Realizar la ejecución del presente proyecto una vez conseguido los recursos necesarios para el financiamiento.

Producir con calidad y a bajo costo.

## ABSTRACT

This research was conducted in the Quinsaloma canton in the province of Los Rios, is reported to Quinsaloma Canton has a population of 16,476 spread over 4,573 in urban areas and 11,903 in rural areas according to the last census. The research topic is: " FEASIBILITY STUDY FOR CREATING A SPORTSWEAR FACTORY IN CANTON QUINSALOMA YEAR 2014 " , which has the overall objective; Prepare a feasibility study for setting up a factory in Sportswear Canton Quinsaloma , 2014. As specific objectives: 1) Determine using an market research survey in order to collect consumer behavior regarding the use of sportswear in Quinsaloma, 2) Conduct technical study for the establishment of a factory in Guangzhou Sportswear Quinsaloma, 3) Establish an economic survey, the initial investment and expenditure of the project and 4) determine the financial evaluation of the project leads to identify the profitability of the project

The results obtained were : 48% of respondents were masculine and 52 % female gender, 42.91 % are between 26 and 35 years, 37.60 % are between 36 and 45 years, 17.49% between 16 and 25 years, 38.44 % are independent, the 33.47 % are dependents and 28 , 09% are students , 100 % of people reported not knowing the existence of a company dedicated to the manufacture and sale of sportswear, the 46.68 % reported that the frequency of purchase of garments or sportswear is annually 41.24 % semiannually make the 70.14 % of people make purchases sportswear Quevedo canton , 13.52% , the rest elsewhere. The 38.34 % prefer sports uniforms, sports uniforms followed by a 18.75%, still sporting shirts with 13.67%, the expenditure made in sportswear is 64.32 % for an average of 30 annually, the 25.21% usually spend \$ 50 a year, spending the rest said \$ 75 onwards the price with 43.51 % , with 40.29 % quality are the first thing that catches their attention, finally in Quinsaloma sporting events are held frequently with an 34.64 % , a rare 34.54 %.

The NPV obtained for the project is 60549.86, the internal rate of return is 147.95 %, and the cost obtained for this project benefit ratio is 1.25 units, so the project is feasible

Make the implementation of this project once achieved the necessary resources for financing.

Producing quality and low cost.

**CAPÍTULO I**  
**MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN**

## 1.1 Introducción

En la presente investigación, se analizará las debilidades y fortalezas de los tributos en el mundo empresarial, en los últimos años han aparecido miles de micro empresas dedicadas a la comercialización de varios productos cuya finalidad es satisfacer una necesidad.

Las pequeñas y medianas empresas (conocidas también por el acrónimo PyMEs) son empresas con características distintivas, y tienen dimensiones con ciertos límites ocupacionales y financieros.

Dentro de las necesidades humanas encontramos el vestuario, el mismo que puede tener varias finalidades, el vestuario normal con el que se provee a la familia, los uniformes que las empresas ofrecen a sus empleados como prendas de protección, también constan los uniformes de los colegios y escuelas, se puede mencionar así mismo, el vestuario con que se identifica una organización o un club.

Los antecedentes expuestos son parte de la idea del negocio que se propone con la elaboración de un estudio de factibilidad para la creación de una fábrica de ropa deportiva en el cantón Quinsaloma, año 2014.

Considerando que la confección de ropa deportiva sería una nueva oportunidad de fuentes de trabajo para este Cantón, se hace necesario la apertura de nuevas fábricas, por lo que el proyecto que se presenta es una oportunidad a brindar a la ciudad de Quinsaloma una fábrica de ropa deportiva, con la finalidad de evitar que los habitantes de este cantón se trasladen hasta Quevedo.

Inicialmente en el capítulo 1 se presenta la introducción del tema, el cual hace referencia al contexto o entorno del tema, más un resumen de cada uno de los capítulos del presente trabajo de investigación.

En el capítulo 2 se realiza una revisión sobre información relacionada a varios temas, referentes al presente tema investigativo, se recabó

información sobre teorías, conceptos y la base legal lo cual permite contextualizar la implementación y factibilidad del proyecto.

Mientras que el capítulo 3 describe detalladamente el cómo se realizó el trabajo a nivel de campo en la recolección de la información como en el procesamiento de la misma. Así también se describe la naturaleza de la investigación y los procesos metodológicos.

Posteriormente en el capítulo 4 se detallan y analizan los resultados obtenidos de la encuesta, costos de inversión, la evaluación financiera, entre otros.

Finalmente el capítulo 5 resume el trabajo de investigación en cuanto a lo que se concluye y se recomienda para que sea aplicado en el campo.

## **1.2 Problematización**

### **1.2.1 Planteamiento del Problema**

Quinsaloma es un Cantón de la Provincia de Los Ríos, que se encuentra creciendo vertiginosamente, no solo poblacionalmente sino productivamente y económicamente. Este crecimiento hace que día a día se aumente el consumo de bienes y servicios de toda clase, desde alimentos, artículos, maquinarias, indumentarias, vehículos, servicios de transporte, alquileres, entre otros. En este contexto dicho cantón no cuenta con una infraestructura comercial y menos con la presencia de empresas que se dediquen a facilitar muchos de estos bienes y servicios (Según encuesta aplicada por la autora); lo cual los obliga a viajar a los cantones aledaños para realizar sus compras.

En cuanto a la producción y confección de indumentaria deportiva de calidad y de bajo costo para el cliente, el cantón Quinsaloma no cuenta con una institución o empresa que produzca o que se dedique a esta actividad. Se debe determinar las causas por las que no existe dicha oferta teniendo en cuenta que hay una demanda por los productos que se pretende producir.

#### **1.2.1.1 Diagnostico (Causas, efectos)**

A continuación se presentan las posibles causas y efectos que surgen entorno a la no implementación o existencia de una empresa de ropa deportiva en el cantón Quinsaloma, considerando aspectos que son superables y que no implican una aversión al riesgo.

- **Causas:**
- Desconocimiento de los procesos de producción y calidad
- Temor a la inversión

- Falta de acceso a la tecnología
- Altos costos en materia prima de calidad
- **Efectos:**
- Falta de competitividad en la producción de ropa
- Abastecimiento en otros mercados
- Producción de ropa en forma tradicional

Producción de prendas de baja calidad

#### **1.2.1.2 Pronóstico**

La situación de producción y comercialización de ropa deportiva en Quinsaloma será difícil y no existirá competitividad lo que conllevará a perder un buen mercado

La ausencia en la oferta de ropa genera demanda interna y se depende de otros mercados, hay una salida de dinero y no se permiten creación de nuevos empleos en el lugar.

La tecnificación permitirá estar a la vanguardia de la producción de ropa deportiva en el cantón Quinsaloma, dejando a un lado los métodos de producción tradicional

En lo referente a la calidad, este es un punto de importancia para la creación de la empresa en mención, la competitividad responde a la calidad de las prendas a producir.

#### **1.2.1.3 Control del Pronóstico**

Ser competitivos es parte del éxito en la creación de la empresa, para lo cual se deberá capacitar al personal

La producción de ropa en el cantón Quinsaloma permite cubrir parte de la demanda insatisfecha

El acceso a la tecnología es un eslabón importante en la producción de ropa y actualmente está al alcance de todos

La producción de prendas de vestir de buena calidad y a un costo accesible para la población garantiza la captación segura y duradera del mercado al cual está dirigida la propuesta.

### **1.2.2 Formulación del Problema**

¿La instalación de una fábrica de ropa deportiva en el cantón Quinsaloma, que ofrezca prendas deportivas, cubrirá la demanda insatisfecha y cumplirá con las expectativas de calidad y costos accesibles de los consumidores?

### **1.2.3 Sistematización del problema**

¿De qué manera se podrá conocer los gustos y preferencias en cuanto a prendas deportivas en los habitantes de Quinsaloma?

¿Cuáles son las dificultades técnicas para la instalación de una fábrica de ropa deportiva en el cantón Quinsaloma, que ofrezca prendas deportivas?

¿Qué se requiere para conocer la inversión inicial, del proyecto?

¿Cuál sería el aporte en la economía de Quinsaloma una vez implementada una fábrica de ropa deportiva en el cantón Quinsaloma, que ofrezca prendas deportivas?

## **1.3 Justificación**

En el contexto global y nacional es cada día más necesario acoplarse a los cambios dentro de la economía y la tecnificación en los procesos de producción y transformación (manufactura); en el Ecuador con las políticas actuales, las cuales apuntan a un cambio en la matriz productiva

es cada vez más urgente responder con alternativas de producción y venta de productos terminados de calidad y a un costo accesible.

Es de relevancia considerar la gran variedad de insumos que existe para la confección de ropa deportiva en la provincia y el país, y elaborar un producto en el que se requiere de la utilización de materia prima como es tela, hilos, elástico entre otros, es un paso importante para el desarrollo textil y económico del país.

La creación de la empresa productora y comercializadora de ropa deportiva tiene como fin, proporcionar ropa deportiva de calidad a un precio accesible, y que, además, satisfaga las necesidades de los clientes.

Esto permite ofertar una amplia gama de uniformes deportivos, equipos, etc. a una gran demanda insatisfecha, compuesta principalmente por estudiantes de primaria, secundaria de varias instituciones educativas estatales y privadas del sector como a deportistas de toda índole del cantón Quinsaloma y sus alrededores; así como también facilitará la compra y venta del producto in situ, evitando que los pobladores tengan que trasladarse a Quevedo u otro cantón en búsqueda de productos de calidad y de bajo costo. Además de crear empleos en esta zona, generar recursos y diversificar la economía de Quinsaloma y sus pobladores.

Por otra parte para los inversionistas será una oportunidad de invertir recursos en un mercado asegurado y sin mayor competencia, siendo por una parte los pioneros en este ámbito y por otra facilitando el posicionamiento de la empresa en la zona; permitiendo así una sostenibilidad en el tiempo para la empresa y sus empleados.

## **1.4 Objetivos**

### **1.4.1 Objetivo General**

Elaborar un estudio de factibilidad para la creación de una fábrica de ropa deportiva en el Cantón Quinsaloma, año 2014.

## **1.4.2 Objetivos Específicos**

- ✓ Determinar el estudio de mercado que permita recoger la conducta del consumidor con respecto al uso de prendas deportivas en Quinsaloma.
- ✓ Realizar el estudio técnico para la creación de una fábrica de ropa deportiva en el Cantón Quinsaloma
- ✓ Establecer mediante un estudio económico, la inversión inicial y los egresos del proyecto
- ✓ Determinar la evaluación financiera del proyecto que conlleve a identificar la rentabilidad del proyecto.

## **1.5 Hipótesis**

### **1.5.1 Hipótesis general**

La elaboración de un estudio de factibilidad de ropa deportiva, permite conocer la demanda insatisfecha y determinar la oferta de ropa deportiva en el cantón Quinsaloma.

### **1.5.2 Hipótesis específicas**

- ✓ Existe preferencias hacia el consumo de prendas deportivas en el cantón Quinsaloma.
- ✓ Los aspectos y requerimientos técnicos necesarios para la implementación y el funcionamiento de una fábrica de ropa deportiva en Quinsaloma son viables.
- ✓ La inversión inicial para la implementación de una Fábrica de ropa deportiva en el Cantón Quinsaloma la determina el estudio financiero.
- ✓ El proyecto es factible para su ejecución en el cantón Quinsaloma.

## **1.6 Variables**

### **1.6.1 Variables independientes**

Creación del negocio

### **1.6.2 Variable dependiente**

Satisfacer la demanda insatisfecha

**CAPÍTULO II:  
MARCO TEÓRICO**

## **2.1 Fundamentación Teórica**

### **2.1.1 Sector Comercial**

“Es la actividad económica del sector terciario que se basa en el intercambio - transporte de bienes y servicios entre diversas personas o naciones. El término también es referido al conjunto de comerciantes de un país o una zona, o al establecimiento o lugar donde se compra y vende productos. El comercio se desarrolla en un ámbito de ferias, muestras y mercados, cuya actividad tiende a exhibir el producto terminado y a favorecer su difusión y venta, lo que conocemos como comercialización”(SAINZ M., 2011)

“Es el sector encargado de distribuir los productos, utilizando diferentes canales desde el productor hasta el consumidor final, cliente o usuario”(IGLESIAS, 2008)

Podemos resumir que se refiere a las masas que hacen uso de la transacción compra-venta, es decir el escenario del mercado

### **2.1.2 Análisis del Entorno**

“Es el conjunto de personas, organizaciones, objetos o elementos de cualquier naturaleza que, siendo exteriores o interiores para alguna organización o empresa tienen alguna significación para ella”.(GALBRAITH, 2011)

“El entorno económico se enfoca a la dirección y naturaleza de la economía en un determinado país o región.”(CARSOG, 2011)

Se entiende por el contexto que se encuentra alrededor del mercado o comercio.

### **2.1.3 PIB en el Sector Textil**

“La Economía Ecuatoriana en los últimos años se expandió en un 4,07%; en el sector industrial contribuyo con el 0,39 % de dicha expansión,

siendo la tercera actividad económica más importante para su aporte de crecimiento. Se proyecta para el 2011, una variación del PIB del 4,28 % y con un aporte a la industria con una tasa del 0,39% en el sector textil.”(INEC, 2010)

“Dentro del PIB industrial en el sector Textil ha aportado durante los últimos años con un 16% de total. Durante los años 2010 y 2011, se tiene previsto que la manufactura produzca 4 Mil Millones, de los cuales corresponden al sector textil confecciones de prendas de vestir.”(INEC, 2010)

El producto interno bruto (PIB), conocido también como producto bruto interno (PBI) y producto interior bruto, es una medida macroeconómica que expresa el valor monetario de la producción de bienes y servicios de demanda final de un país (o una región) durante un período determinado de tiempo (normalmente un año).

#### **2.1.4 El crecimiento de la industria**

“El crecimiento de la industria del país en los últimos años 2010 y 2011 se proyecta en un 8,3% y 8,4% en estos años, se ha presentado un sostenido aumento de la producción pasando de 431Mil Millones, determinando una tasa de crecimiento anual promedio de 5,5% en la industria textil.”(INEC, 2010)

“Desarrollo del sistema económico y técnico necesario para transformar las materias primas en productos adecuados para el consumo.”(thefreedictionary.com.)

Sin lugar a dudas es la industria de ropa una opción creciente para quienes deseen invertir en estos negocios, es mejora si consideramos que en el país hay una alta población de gente joven y que se dedica mucho a los diversos deportes existentes.

### **2.1.5 Factor Tecnológico**

“El factor tecnológico es fundamental para las empresas, en la actualidad estos se producen muy rápido y son fundamentales para poder seguir siendo competitivos, hay que estar atentos a las nuevas tecnologías que surjan, tanto para introducir en el mercado nuevos productos, para mejorar los productos ya existentes como para mejorar nuestros procesos de fabricación”.(TICS)

“El factor tecnológico comprende la utilización de componentes tecnológicos, técnicos para su desarrollo, además de la innovación también se enfoca en los programas y actividades del proyecto”.(TICS)

Si logramos introducir en nuestros productos y en nuestra empresa las últimas tecnologías tendremos una ventaja competitiva muy importante para lograr la rentabilización y generación de recursos económicos.

### **2.1.6 Innovaciones Tecnológicas**

“En el desarrollo de la empresa es muy importante poseer innovaciones tecnológicas dentro de la confección de las prendas de vestir como la elaboración de los uniformes deportivos, el cual permitirá tener un proceso más rápido y eficaz dentro de la confección de los diferentes tipos de uniformes.”(TICS)

“Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), a veces denominadas nuevas tecnologías de la información y la comunicación (NTIC) son un concepto muy asociado al de informática. Si se entiende esta última como el conjunto de recursos, procedimientos y técnicas usadas en el procesamiento, almacenamiento y transmisión de información, esta definición se ha matizado de la mano de las TIC, pues en la actualidad no basta con hablar de una computadora cuando se hace referencia al procesamiento de la información. Internet puede formar parte de ese procesamiento que, quizás, se realice de manera distribuida y remota”. (MALBERMAT, 2010).

A nivel mundial la tecnología permite mejorar los niveles de producción y además que los hace cada día más seguros, garantizando resultados mejores en cuanto a calidad y reduciendo costos de manera provechosa para los empresarios, esto tiene también un impacto positivo en el medio ambiente y su protección.

### **2.1.7 Mercado**

“El término mercado ha adquirido muchos significados con el paso del tiempo. En un sentido original, un mercado es el lugar donde los compradores y los vendedores se reúnen para intercambiar bienes y servicios, las poblaciones medievales, tenían plazas a las cuales los vendedores llevan sus bienes, donde los compradores adquirirían los bienes. En las ciudades contemporáneas, la compra-venta se da en los llamados centros comerciales, antes que en los mercados”.(KOTLER, 2008)

“Mercado, en economía, son cualquier conjunto de transacciones o acuerdos de intercambio de bienes o servicios entre individuos o asociaciones de individuos. El mercado no hace referencia directa al lucro o a las empresas, sino simplemente al acuerdo mutuo en el marco de las transacciones. Estas pueden tener como partícipes a individuos, empresas, cooperativas, ONG, entre otros”.(WEIER, 2012)

Las tendencias actuales demuestran que cada día los mercados se acercan más a los clientes, con el fin de conocer las necesidades de éstos y satisfacerlas al máximo posible.

### **2.1.8 Análisis del mercado**

“El término “*análisis de mercado*” confunde mucho a los emprendedores, especialmente a aquellos que se enfocan en un nicho específico de mercado o segmento de mercado”.(MEZA, 2014)

“El concepto clásico de mercado de libre competencia define un tipo de mercado ideal, en el cual es tal la cantidad de agentes económicos

interrelacionados, tanto compradores como vendedores, que ninguno de ellos es capaz de modificar el precio (competencia perfecta), será distinta de la que se genera en un mercado donde concurren un número reducido de vendedores oligopolio. Como caso extremo, donde la competencia es inexistente, se destaca aquel en el que el mercado es controlado por un solo productor (monopolio). En cualquiera de estas situaciones cabe que los productores compartan el mercado con gran cantidad de compradores, con pocos o con uno solo”.(PECK, 2010)

El mercado es, también, el ambiente social (o virtual) que propicia las condiciones para el intercambio. En otras palabras, debe interpretarse como la institución u organización social a través de la cual los ofertantes (productores, vendedores) y demandantes (consumidores o compradores) de un determinado tipo de bien o de servicio, entran en estrecha relación comercial a fin de realizar abundantes transacciones comerciales.

### **2.1.9 Características de la producción del bien**

“La industria de confecciones en el Ecuador se encuentra reforzada por toda una infraestructura de empresas proveedoras de insumos y de servicios, se debe tener en cuenta que este sector se abastece de textiles importados, así como de nacionales, también se necesita accesorios como hilados especiales, herrajería, cierres y botones en un alto porcentaje son de importación, aunque existen firmas locales que abastecen dentro de ciertos límites de calidad y surtido, para la fabricación de uniformes”. (PECK, 2010)

“Un bien es un objeto material o servicio inmaterial cuyo uso produce cierta satisfacción de un deseo o necesidad. Los bienes pueden ser bienes libres (o ilimitados) cuyo acceso no es excluible y están disponibles en cantidades arbitrariamente grandes. Un ejemplo de bien libre sería el aire que se respira, que de hecho es necesario pero muy abundante, y por tanto no es susceptible de asignación mediante procedimientos económicos”. (DAVARA, 2010)

En el ámbito del mercado, los bienes son cosas y mercancías que se intercambian y que tienen alguna demanda por parte de personas u organizaciones que consideran que reciben un beneficio al obtenerlos

### **2.1.10 La confección de ropa deportiva**

“Los procesos de confección se refieren a aquellos involucrados en la fabricación de producto terminado destinado al usuario final, siendo las aplicaciones más importantes la del vestido, la línea del hogar y la línea industrial”.(DAVARA, 2010)

“La confección de prendas inicia con el tendido de la tela sobre mesas de corte, siendo más eficiente el corte mientras más larga es la mesa respectivamente. En la actualidad el trazado de las piezas en la tela se hace en forma automática con maquinaria cuyo objetivo principal es optimizar el corte disminuyendo al mínimo posible la generación de retazos de tela”.(MALBERMAT, 2010)

A lo largo de todo el proceso de confección se requieren puntos de control de calidad para corregir cualquier defecto o separar prendas irregulares antes de añadirle nuevos costos.

## **2.2 Fundamentación Conceptual**

### **2.2.1 Estudio de mercado**

“El estudio de mercado abarca la investigación de algunas variables sociales y económicas que van a condicionar el proyecto consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización”.(Nassir Sapag, 2011)

“El estudio de mercado busca probar que existe un número suficiente de consumidores, empresas y otros entes que en determinadas condiciones, presentan una demanda que justifican la inversión en un programa de producción de un bien durante cierto período de tiempo. Para fines

prácticos están estructurados en bloques que buscan analizar el comportamiento pasado y proyectar el futuro de los agentes participantes en él".(FLORES, 2014)

Realizar un estudio de mercado abarca el hecho de analizar el entorno en el cual se va a realizar el proyecto, esto con el objetivo de prever los escenarios que se puedan presentar a favor o en contra del proyecto.

### **2.2.2 F.O.D.A.**

“Análisis estratégico con el que se detectan fortalezas y debilidades de una empresa, y amenazas y oportunidades que existen en su contexto competitivo” (FLORES, 2014).

“El Análisis de un Mercado y sus necesidades, la determinación del Producto adecuado, sus Características y Precio, la Selección de un Segmento dentro del mismo, y como comunicar nuestro Mensaje y la logística de la Distribución del producto, son parte del arte conocido como Comercialización, Mercadeo o Marketing”(Nassir Sapag, 2011).

A través del análisis podemos determinar la situación o el estado en el que se encuentra actualmente una empresa y permite programar posibles soluciones a problemas y potenciar las ventajas o fortalezas que ésta posee.

### **2.2.3 Producto**

“Producto en marketing, es cualquier objeto que puede ser ofrecido a un mercado que pueda satisfacer un deseo o una necesidad. Sin embargo, es mucho más que un objeto físico. Es un completo conjunto de beneficios o satisfacciones que los consumidores perciben cuando compran; es la suma de los atributos físicos, psicológicos, simbólicos y de servicio. Se diferencia de un servicio que es un producto no material”.(KOTLER, 2008)

“Objeto de consumo o de un buen uso fabricado con el objetivo de satisfacer la necesidad del comprador o consumidor. Un ejemplo de esto sería al dirigirse a una tienda de abarrotes y buscar el producto que se requiere o necesita”.(MALBERMAT, 2010)

Se puede definir al bien como el fin de un proceso que se obtiene después de un tiempo y recursos invertidos para a través de su venta generar ingresos que sean favorables para el crecimiento de la empresa.

#### **2.2.4 Motivaciones de compra**

“Conocer que hace que un cliente realice la compra permitirá realizar campañas mucho más persuasivas. Estudiar sus hábitos de compra se convierte entonces en otro elemento que jugará ampliamente a favor de su retorno sobre la inversión. Veamos”.(CARSO, 2011)

“Según la teoría hay dos tipos básicos de compradores, el racional y el emocional y otras dos formas de encarar su relación con la acción de compra: alto compromiso o bajo compromiso.”(FLORES, 2014)

Todo pasa por la información y la manera en que esta sea manejada. Si uno supiera exactamente que pasa por la cabeza de un cliente al momento de tomar la decisión de comprar, que es lo que lo hace comprador de un determinado producto o servicio y de una determinada marca, cuanto más fácil sería todo.

#### **2.2.5 Canales de distribución**

“Canal de distribución es el circuito a través del cual los fabricantes (o productores) ponen a disposición de los consumidores (o usuarios finales) los productos para que los adquieran. La separación geográfica entre compradores y vendedores y la imposibilidad de situar la fábrica frente al consumidor hacen necesaria la distribución (transporte y comercialización) de bienes y servicios desde su lugar de producción hasta su lugar de utilización o consumo”.(WEIER, 2012)

“El punto de partida del canal de distribución es el productor. El punto final o de destino es el consumidor. El conjunto de personas u organizaciones que están entre productor y usuario final son los intermediarios. En este sentido, un canal de distribución está constituido por una serie de empresas y/o personas que facilitan la circulación del producto elaborado hasta llegar a las manos del comprador o usuario y que se denominan genéricamente intermediarios”.(DAVARA, 2010)

Mientras menor sean los actores que intervengan en el proceso producción-venta de un bien, esto podría incidir en el tema costos favorablemente para el consumidor, teniendo en cuenta que una de las razones del encarecimiento de los productos se debe a que el producto desde que sale de la fábrica pasa por demasiados manos; es decir existe una cadena muy grande de los canales de comercialización.

### **2.2.6 Demanda**

“Aquí se determinan las cantidades del bien que los consumidores están dispuestos a adquirir y que justifican la realización de los programas de producción. Se debe cuantificar la necesidad real o psicológica de una población de consumidores, con disposición de poder adquisitivo suficiente y con unos gustos definidos para adquirir un producto que satisfaga sus necesidades. Debe comprender la evolución de la demanda actual del bien, y el análisis de ciertas características y condiciones que sirvan para explicar su probable comportamiento a futuro”. (KOTLER, 2008)

“Demanda es la predisposición o el comportamiento de satisfacer una necesidad en función de un precio determinado, es decir lo que la persona o consumidor está dispuesto a comprar a un precio dado.”(MIRANDA)

Se define a la demanda como la necesidad que se presenta por un bien o servicio cualquiera en diversas situaciones, por ejemplo: ropa, víveres, autos, casas, etc.

### **2.2.7 Oferta**

“Estudia las cantidades que suministran los productores del bien que se va a ofrecer en el mercado. Analiza las condiciones de producción de las empresas productoras más importantes. Se referirá a la situación actual y futura, y deberá proporcionar las bases para prever las posibilidades del proyecto en las condiciones de competencia existentes”.(KOTLER, 2008)

“Oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a una precio determinado”(MIRANDA)

La oferta nace como un fenómeno en el cual se producen bienes o servicios dirigidos a satisfacer las necesidades de los clientes o futuros clientes (demanda).

### **2.2.8 Mercado potencial**

“El objetivo del estudio de mercado es proyectar las cantidades del producto que la población estará en capacidad de consumir a los diferentes niveles de precios previstos. En este sentido, es necesario calcular la demanda insatisfecha”.(KOTLER, 2008)

“Es también importante que la demanda insatisfecha sobrepase la capacidad de producción que pretende tener la empresa, debido a que de esta manera se solventaran los costos y gastos de la misma”(WEIER, 2012)

El mercado potencial o demanda insatisfecha permite asegurar la venta del bien o servicio garantizando así a la empresa la sostenibilidad en el tiempo.

### **2.2.9 Publicidad**

“Publicidad es un término utilizado para referirse a cualquier anuncio destinado al público y cuyo objetivo es promover la venta de bienes y

servicios. La publicidad está dirigida a grandes grupos humanos y suele recurrirse a ella cuando la venta directa —de vendedor a comprador— es ineficaz. Hay una enorme variedad de técnicas publicitarias, desde un simple anuncio en una pared hasta una campaña simultánea que emplea periódicos, revistas, televisión, radio, folletos distribuidos por correo y otros medios de comunicación de masas”.(MENESES, 2010)

“La publicidad actual desempeña un papel crucial en la civilización industrial urbana, condicionando todos los aspectos de la vida cotidiana. Tras demostrar su enorme poder para promover la venta de bienes y servicios, la publicidad se viene utilizando desde la década de 1960 cada vez más para fomentar el bienestar”.(KOTLER, 2008)

Gracias a la publicidad existe la posibilidad de expandir negocios a cifras increíbles, ésta permite a los clientes conocer las bondades, cualidades o características de los productos a consumir, es decir los conoce sin llegar al sitio de venta o sin haber realizado la compra.

### **2.2.10 Estudio técnico**

“Su importancia radica que nos guía a la posibilidad técnica de fabricación del producto que se pretende; además de que también podemos analizar y determinar el tamaño óptimo, la localización óptima, los equipos, las instalaciones y la organización requeridos para realizar la producción del proyecto deseado”.(NASSIR)

“Pretende resolver las preguntas referentes a dónde, cuánto, cuándo, cómo y con qué producir lo que se desea, por lo que el aspecto técnico-operativo de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto”.(MENESES, 2010)

A través de un estudio técnico se puede conocer la naturaleza y el alcance de un proyecto, además se puede determinar las especificidades

que se requieren para el buen funcionamiento e implementación del proyecto como tal.

### **2.2.10.1 Análisis económico del proyecto**

#### **✓ Proyección**

“La proyección se basa en la información primaria de primera mano de donde se obtiene parámetros de oferta, demanda, comercialización y precios”.(NASSIR)

“El entorno económico se enfoca a la dirección y naturaleza de la economía en un determinado país o región.”(CARSOG, 2011)

Estimar lo que pueda ocurrir a futuro permite prepararse para las diferentes tendencias del mercado a nivel nacional o internacional, como una visión de crecimiento y previsibilidad que todo empresario debe tener en cuenta al momento de implementar un negocio.

#### **✓ Costos**

“Los costos se proyectarán de los resultados obtenidos de la investigación de mercado e información secundaria”.(Nassir Sapag, 2011)

“En economía el coste o costo es el valor monetario de los consumos de factores que supone el ejercicio de una actividad económica destinada a la producción de un bien o servicio. Todo proceso de producción de un bien supone el consumo o desgaste de una serie de factores productivos, el concepto de coste está íntimamente ligado al sacrificio incurrido para producir ese bien. Todo costo conlleva un componente de subjetividad que toda valoración supone”. (BUENO E., CRUZ I., DURAN J.)

En los costos variables se deben considerar: materiales directos, materiales indirectos, e imprevistos. Para los costos fijos se consideraron costo de personal de servicio, depreciación, mantenimiento y gastos administrativos

Con este mismo objetivo se utiliza la metodología del costo total, aplicándose la siguiente fórmula:

$$CT = CF + (\% CV * V)$$

### **Estado de resultado.**

“Con la proyección de costos e ingresos se elabora el estado de pérdidas y ganancias con el fin de determinar la utilidad neta”.(HAMILTON W., PEZO A., 2009)

“En contabilidad el Estado de resultados, Estado de rendimiento económico o Estado de pérdidas y ganancias, es un estado financiero que muestra ordenada y detalladamente la forma de cómo se obtuvo el resultado del ejercicio durante un periodo determinado”.(MENESES, 2010)

Consiste en desglosar, los gastos e ingresos en distintas categorías y obtener el resultado, antes y después de impuestos

### **Flujo de caja.**

Con las entradas y salidas de dinero se proyecta el flujo de caja, a fin de determinar el superávit o déficit. (MIRANDA)

En finanzas y en economía se entiende por flujo de caja o flujo de fondos (en inglés cash flow) los flujos de entradas y salidas de caja o efectivo, en un período dado. (MIRANDA)

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

## **Evaluación financiera**

### **Valor actual neto.**

La metodología del VAN se utiliza para determinar la rentabilidad en función del financiamiento.(HAMILTON W., PEZO A., 2009)

El valor actual neto, también conocido como valor actualizado neto o valor presente neto (en inglés net present value), cuyo acrónimo es VAN (en inglés, NPV), es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión.(BUENO E., CRUZ I., DURAN J.)

El valor actual neto es muy importante para la valoración de inversiones en activos fijos, a pesar de sus limitaciones en considerar circunstancias imprevistas o excepcionales de mercado. Si su valor es mayor a cero, el proyecto es rentable, considerándose el valor mínimo de rendimiento para la inversión.

### **Tasa interna de retorno (TIR).**

La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión es el promedio geométrico de los rendimientos futuros esperados de dicha inversión, y que implica por cierto el supuesto de una oportunidad para "reinvertir". En términos simples, diversos autores la conceptualizan como la tasa de descuento con la que el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) es igual a cero.(EHRHARDT M., BRIGHAM F., 2007)

La fórmula empleada para determinar la rentabilidad en función de porcentaje es la siguiente:

$$TIR = T_m + (T_M - T_m) \left( \frac{VAN_m}{VAN_m - VAN_M} \right)$$

Como ya se ha comentado anteriormente, la TIR o tasa de rendimiento interno, es una herramienta de toma de decisiones de inversión utilizada para conocer la factibilidad de diferentes opciones de inversión.

## **2.3 Fundamentación Legal**

### **2.3.1 Entorno Político Legal**

La situación política y legal influye de una manera decisiva en las empresas, una empresa necesita saber que se mueve en un marco legislativo claro y estable. El estado regula gran cantidad de factores con mucha importancia para las empresas, algunos de los más relevantes son:

Normas fiscales: la política fiscal de un país es un factor muy importante a la hora del éxito de una empresa y tiene que ser tenido en cuenta por ella.

Normas mercantiles: Las diferentes leyes del derecho mercantil que existen en un estado pueden hacer que sea más o menos apetecible entrar a competir en él.

Normas laborales: Los derechos de los trabajadores, las indemnizaciones por despidos, la jornada laboral, los días de vacaciones, en definitiva todos los aspectos que regulan la relación de la empresa con los empleados.

Para la implementación y el funcionamiento de una empresa en el Ecuador, se debe regir al marco legal vigente y actuar como un ente de bien, cumplir a cabalidad con las leyes y reglamentos que lo rigen garantiza la estabilidad deseada tanto para los inversionistas como a quienes laboran en ella.

### **2.3.2 Código de la producción**

Código de la Producción es un conjunto de decisiones legales que nos ayudan a realizar actividades productivas de una mejor manera. El resultado de este cambio provocará beneficios en el mediano y largo plazo a la mayoría de ecuatorianos.

**Art. 1.- Ámbito.-** Se rigen por la presente normativa todas las personas naturales y jurídicas y demás formas asociativas que desarrollen una actividad productiva, en cualquier parte del territorio nacional.

El ámbito de esta normativa abarcará en su aplicación el proceso productivo en su conjunto, desde el aprovechamiento de los factores de producción, la transformación productiva, la distribución y el intercambio comercial, el consumo, el aprovechamiento de las externalidades positivas y políticas que desincentiven las externalidades negativas. Así también impulsará toda la actividad productiva a nivel nacional, en todos sus niveles de desarrollo y a los actores de la economía popular y solidaria; así como la producción de bienes y servicios realizada por las diversas formas de organización de la producción en la economía, reconocidas en la Constitución de la República.

**Art. 2.- Actividad Productiva.-** Se considerará actividad productiva al proceso mediante el cual la actividad humana transforma insumos en bienes y servicios lícitos, socialmente necesarios y ambientalmente sustentables, incluyendo actividades comerciales y otras que generen valor agregado.

**Art. 13.- Definiciones.-** Para efectos de la presente normativa, se tendrán las siguientes definiciones:

**b.- Inversión Nueva.-** Para la aplicación de los incentivos previstos para las inversiones nuevas, entiéndase como tal al flujo de recursos destinado a incrementar el acervo de capital de la economía, mediante una inversión efectiva en activos productivos que permita ampliar la capacidad productiva futura, generar un mayor nivel de producción de bienes y servicios, o generar nuevas fuentes de trabajo, en los términos que se prevén en el reglamento. El mero cambio de propiedad de activos productivos que ya se encuentran en funcionamiento así como los créditos para adquirir estos activos, no implica inversión nueva para efectos de este Código.

**Art. 53.- Definición y Clasificación de las MIPYMES.-** La Micro, Pequeña y Mediana empresa es toda persona natural o jurídica que, como una unidad productiva, ejerce una actividad de producción, comercio y/o servicios, y que cumple con el número de trabajadores y valor bruto de las ventas anuales, señalados para cada categoría, de conformidad con los rangos que se establecerán en el reglamento de este Código.

En caso de inconformidad de las variables aplicadas, el valor bruto de las ventas anuales prevalecerá sobre el número de trabajadores, para efectos de determinar la categoría de una empresa. Los artesanos que califiquen al criterio de micro, pequeña y mediana empresa recibirán los beneficios de este Código, previo cumplimiento de los requerimientos y condiciones señaladas en el reglamento.

### **2.3.3 Superintendencia de compañías**

#### **Requisitos:**

1.2.1 La compañía deberá constituirse con dos o más accionistas, según lo dispuesto en el Artículo 147 de la Ley de Compañías, sustituido por el Artículo 68 de la Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada. La compañía anónima no podrá subsistir con menos de dos accionistas, salvo las compañías cuyo capital total o mayoritario pertenezcan a una entidad del sector público.

1.2.3 La sociedad anónima permite establecer un capital autorizado, que no es sino el cupo hasta el cual pueden llegar tanto el capital suscrito como el capital pagado. Ese cupo no podrá exceder del doble del importe del capital suscrito (Art. 160 de la Ley de Compañías). Lo expresado para el caso de aportes consistentes en inmuebles sometidos al régimen de propiedad horizontal para la constitución de la compañía limitada, es válido para la constitución de la anónima.

### **1.1.5 El objeto social:**

1.1.5.2 Afiliaciones (previas a la obtención de la resolución aprobatoria por parte de la Superintendencia de Compañías):

A la Cámara de Comercio.- En caso de que la compañía vaya a dedicarse a cualquier género de comercio es indispensable obtener la afiliación a la respectiva Cámara de comercio, según prescribe el Art. 13 de la Ley de Cámaras de Comercio.

### **1.1.6 El origen de la inversión:**

Si en la constitución de la compañía invierten personas naturales o jurídicas extranjeras es indispensable que declaren el tipo de inversión que realizan, esto es, extranjera directa, subregional o nacional, en los términos de la Decisión 291 de la Comisión del Acuerdo de Cartagena, publicada en el Suplemento del R.O. 682 de 13 de mayo de 1991.

## **Capítulo III Control, obligaciones y sanciones**

Art. 12.- La Subsecretaría de Industrialización será el órgano competente para exigir el cumplimiento de las obligaciones contraídas por las empresas de parques industriales, para realizar los controles que estimare convenientes, para imponer las sanciones pertinentes en el caso de violación de la ley e incumplimiento de las condiciones que se les hubieren sido impuestas.

### **Art. 13.- Serán obligaciones de las empresas:**

1. Cumplir leyes, reglamentos y regulaciones pertinentes;
2. Llevar la contabilidad con registros que permitan la comprobación de inventarios, activos fijos, depreciaciones, etc.;
3. Prestar en todo momento su colaboración para el mejor cumplimiento de las disposiciones de esta Ley, así como proporcionar a las autoridades competentes la información que sea requerida; y,

4. Remitir anualmente al consejo, hasta el 31 de marzo, un informe sobre la ejecución de los programas.

Art. 14.- El incumplimiento de las obligaciones señaladas en el artículo anterior, será sancionado con multa hasta el 2% del capital pagado de la empresa.

Art. 15.- Será causa de suspensión temporal de los beneficios de que goce una empresa el impedir o dificultar las inspecciones, comprobaciones de los funcionarios públicos competentes o recurrir a medios de cualquier clase para inducir a error a las entidades o funcionarios oficiales.

Art. 16.- Será causa de suspensión de beneficios:

1. La falsedad en la información que sirvió de base para la clasificación; y,
2. El incumplimiento de los plazos y condiciones establecidos en la ley y en el acuerdo de clasificación.

**CAPÍTULO III**  
**METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

## **3.1 Materiales y Métodos**

### **3.1.1 Materiales y equipos utilizados**

Los materiales que se utilizaron fueron los siguientes:

Papelería

Lápices

Tableros

Equipo de computación

### **3.1.2 Métodos**

#### **3.1.2.1 Método Inductivo**

Este método permitió, conducir la investigación desde el plano particular, a lo general, tomando en consideración los pequeños detalles que sumados han sido parte importante de la investigación.

#### **3.1.2.2 Método Deductivo**

Permite realizar una investigación basada en los aspectos de resumen, tabulaciones (Encuesta), interpretaciones, y todo lo que permitió a la investigación sacar conclusiones, que condujeron al cumplimiento de los objetivos.

#### **3.1.2.3 Método analítico**

Permitió analizar la información recopilada, de fuentes, primarias y secundarias, así como la interpretación valiéndose de los conceptos y teorías descritas anteriormente.

## **3.2 Tipo de Investigación**

**No experimental:** Porque se analizaron acontecimientos ya existentes y no se hicieron cambios de variables, solo se identificaron las necesidades y los problemas que en este proyecto sería la falta de una fábrica de ropa deportiva en Quinsaloma.

### **3.2.1 Observación Directa**

Se basa en la finalidad de obtener determinada información de situaciones, acciones y hechos que ayudan en el estudio, de modo que se informa a través de la percepción u observación de los clientes potenciales.

Se aplicaron diversos procedimientos para llevar a cabo la presente investigación, a través de los siguientes métodos.

### **3.2.2 Observación Indirecta**

Se dirige hacia la obtención de datos no observables directamente, datos que se basan por lo general en declaraciones verbales de los sujetos.

## **3.3 Diseño de Investigación**

### **3.3.1 Tipo transversal o transaccional**

Porque se ha basado en información presente, mediante métodos de investigación como lo son la encuesta, y observación, ya que el tema a investigar es el Estudio de factibilidad para la creación de una Empresa dedicada a la elaboración y venta de ropa deportiva.

### **3.3.2 Descriptiva**

Porque se va a identificar todas las características referentes al mercado, como sus necesidades, costumbres, estado socioeconómico y cultural.

### **3.3.3 Correlacional o explicativo**

Porque comprobaremos las hipótesis planteadas ya que la Empresa dedicada a la elaboración de chocolate es un medio de desarrollo económico de mejora y aumento de nivel de actividad industrial y empleo.

### **3.3.4 Instrumentos**

Se utilizó un cuestionario, que contiene varias preguntas que conllevaron a recoger información muy importante para conocer el mercado de la ropa deportiva en Quinsaloma.

### **3.3.5 Encuestas**

Para la aplicación de las encuestas se las realizó a diferentes moradores de la localidad de Quinsaloma.

### **3.3.6 Fuentes**

#### **3.3.6.1 Primarias**

La recolección de datos primarios se realizó a través de las técnicas de observación y encuesta a los involucrados posibles demandantes del servicio en el Cantón Quinsaloma, para lo cual se tomó en consideración el tamaño de la población.

#### **3.1.1.1 Secundarias**

Los datos secundarios se refieren a la información que se obtendrá de textos, folletos, revistas e internet.

## **3.4 Población y Muestra**

### **3.4.1 Población y muestra**

Por información del INEC 2010 (Pagina web del INEC) en el último censo poblacional; se conoce que el cantón Quinsaloma tiene una población de 16.476, repartidos en la zona urbana 4.573 y en la zona rural 11.903.

### 3.4.2 Determinación de la población y muestra

La muestra para la ejecución de las encuestas estará determinada por la población urbana del cantón Quinsaloma, con un 95 % del nivel de confianza y un 5 % de error estimado con la aplicación de la siguiente fórmula medida con un 50% de probabilidad de que el evento ocurra y el 50% de probabilidad de que el evento no ocurra y si la población es menor que 30.000

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

DATOS

Z= Nivel de confianza = 1.96

P=Probabilidad de que el evento ocurra 0.50

Q= Probabilidad de que el evento no ocurra 0.50

E= 0.05

$$n = \frac{196^2 \cdot 0.50 \cdot 0.50 \cdot 4.573}{0.05^2(4.573 - 1) + 1.96^2 \cdot 0.50 \cdot 0.50}$$

$$n = \frac{4391,90}{11.43 + 0.96}$$

$$n = \frac{4391.90}{12.39}$$

$$n = 354,47$$

El total de persona a encuestar es de 354, de acuerdo al método aplicado.

**CAPITULO IV**  
**RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN Y**  
**DISCUSIÓN**

## **4.1. Resultados**

### **4.1.1 Estudio de mercado.**

#### **Objetivos del estudio de mercado.**

Los objetivos del estudio de mercado, son:

- Identificar los principales productores y demandantes de ropa deportiva, mediante la aplicación de una encuesta en el área de influencia.
- Conocer las preferencias y conductas habituales del consumidor respecto al producto.
- Establecer las características y especificaciones del producto.
- Determinar la demanda del producto en Quinsaloma.
- Definir el sistema de comercialización de ropa deportiva en Quinsaloma.

#### **Metodología para la cuantificación de la demanda e información de la investigación de campo.**

Para la elaboración del presente proyecto se manejará la encuesta como instrumento de recolección de información para iniciar el estudio de situaciones, eventos o hechos concernientes al cálculo de la oferta principalmente.

#### **Recolección de la información.**

La encuesta.

Es el medio de conocer el mercado a través de la información sistemática en cuestiones relativas al objeto de la investigación y que se aplica a la muestra.

El cuestionario es quizá la parte más importante de la encuesta y en el habrá de existir una adecuación sistemática de preguntas encaminadas a obtener la información precisa.

Una vez realizadas las encuestas, se procederá a la fase de ordenación y tabulación de datos, con la finalidad de confeccionar las tablas estadísticas que arrojaran porcentajes, tendencias, e índices de crecimiento, entre otros.

Ya elegido el tipo de estudio y el sistema de encuesta a emplear, se debe confeccionar el cuestionario, que es el medio entre el investigador y el problema a resolver.

La redacción del cuestionario, difícil tarea, ha de confeccionarse con una idea clara de los objetivos, pues tras la tabulación de las respuestas se obtendrán los datos precisados para solucionar el problema.

¿Qué requisitos debe cumplir el cuestionario?

Interesante, proponiendo los temas y redactando las preguntas de forma que estimule el interés del encuestado.

Sencillo, los encuestados deben entender la pregunta sin confusionismos.

Preciso, sin preguntas superfluas. La entrevista ha de ser completa, sin que sea demasiado larga para no aburrir al encuestado.

Concreto, evitando en lo posible las evasivas, siendo prudentes.

Discreto. Esto obliga a una redacción que pregunte sin ofender.

Para el caso:

Investigación Cualitativa – Entrevista.

Ya que permite la recopilación, registro y análisis sistemático de los datos relacionados a la venta y consumo de ropa deportiva en Quinsaloma. Esta técnica resulta de lo más conveniente para los propósitos del proyecto.

### **Procesamiento de la información.**

La organización de la información será en función a su veracidad y oportunidad empleando sistemas informáticos adecuados tanto para la información en texto como para la información estadística con paquetes informáticos como Word y Excel para la respectiva presentación.

Se procesarán y se presentarán las estadísticas recogidas en cuadros que faculten conocer la estructura, las tasas de crecimiento y las proyecciones para los años históricos y los años proyectados. Se utilizará la presentación de gráficos para una mejor comprensión del tema analizado.

## Descripción de los resultados de la Encuesta

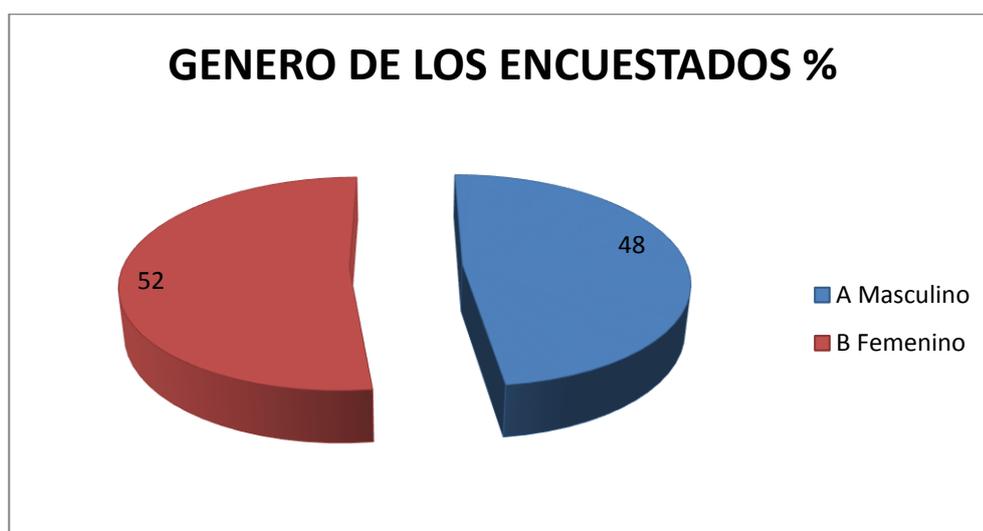
### Pregunta 1 indicar el Género de la persona encuestada

**CUADRO 1.** Género de los encuestados del estudio de factibilidad para la creación de una fábrica de ropa deportiva en el cantón Quinsaloma, año 2014

ITEM	OPCIONES	RESPUESTA %
A	Masculino	48,00
B	Femenino	52,00

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora



**Figura 1.** Género de los/las encuestados/as

### Análisis

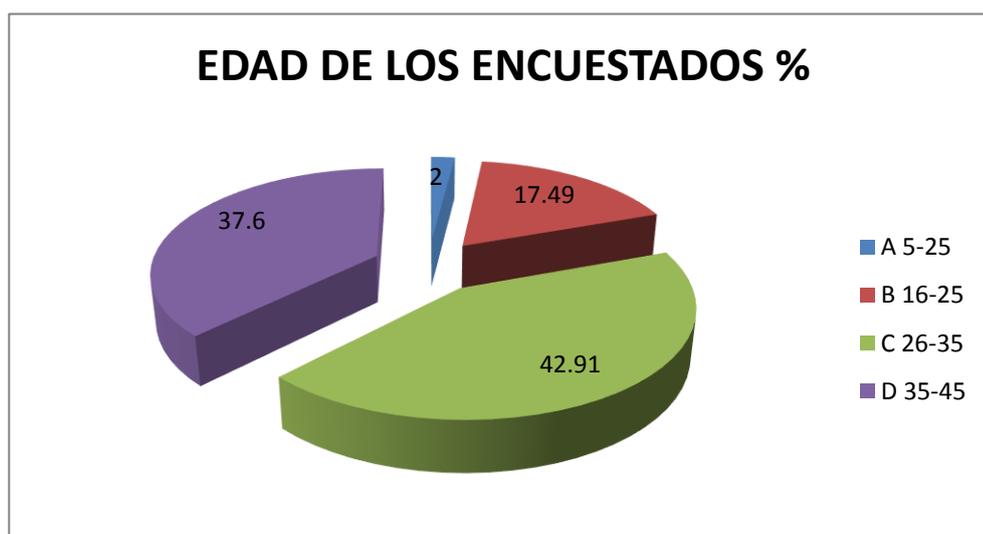
De acuerdo al cuadro 1, el 48 % de las personas encuestadas correspondieron al género masculino mientras que el 52 % al género femenino.

## Pregunta 2 Su edad está entre los:

**CUADRO 2.** Edad de los encuestados del estudio de factibilidad para la creación de una fábrica de ropa deportiva en el cantón Quinsaloma, año 2014.

ITEM	OPCIONES	RESPUESTA %
A	5-15	2,00
B	16-25	17,49
C	26-35	42,91
D	35-45	37,60

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La Autora



**Figura 2.** Edad de los encuestados

### Análisis

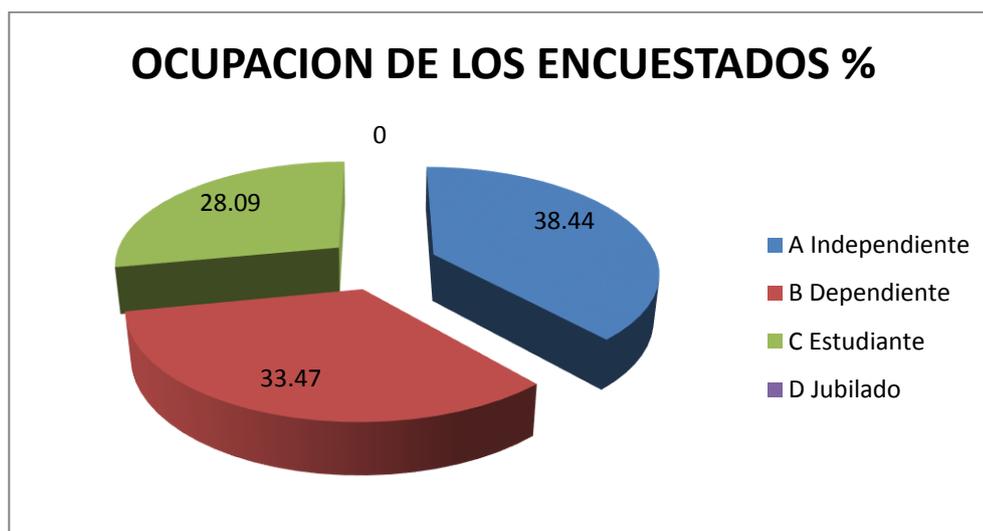
En el cuadro 2 podemos ver que el 42,91 % de las personas encuestadas se encuentran entre los 26 y 35 años, el 37,60 % están entre los 36 y 45 años, el 17,49 % entre los 16 y 25 años y sólo el 2 % en edad de hasta los 15 años, estos tres últimos casos corresponden a personas que en su mayoría son estudiantes secundarios y superiores.

### Pregunta 3 ¿A qué se dedica usted?

**CUADRO 3.** Dedicación de los encuestados del estudio de factibilidad para la creación de una fábrica de ropa deportiva en el cantón Quinsaloma, año 2014

ITEM	OPCIONES	RESPUESTA %
A	Independiente	38,44
B	Dependiente	33,47
C	Estudiante	28,09
D	Jubilado	0

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La Autora



**Figura 3.** Ocupación de las personas encuestadas.

#### Análisis

En el cuadro 3, se puede ver que el 38,44 % de las personas encuestadas se declararon independientes, el 33,47 % son dependientes y el 28,09 % son estudiantes.

**Pregunta 4 ¿Conoce si en Quinsaloma existe una empresa que ofrezca ropa deportiva?**

**CUADRO 4.** Existencia de empresa de ropa deportiva obtenida en el estudio de factibilidad para la creación de una fábrica de ropa deportiva en el cantón Quinsaloma, año 2014

ITEM	OPCIONES	RESPUESTA %
A	NO	100
B	SI	0

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** La Autora



**Figura 4.** Conocimiento de la existencia de una empresa de ropa deportiva

### **Análisis**

Según se muestra en el cuadro 4, el 100 % de las personas encuestadas manifestaron no conocer la existencia de una empresa que se dedica a la fabricación y venta de ropa deportiva.

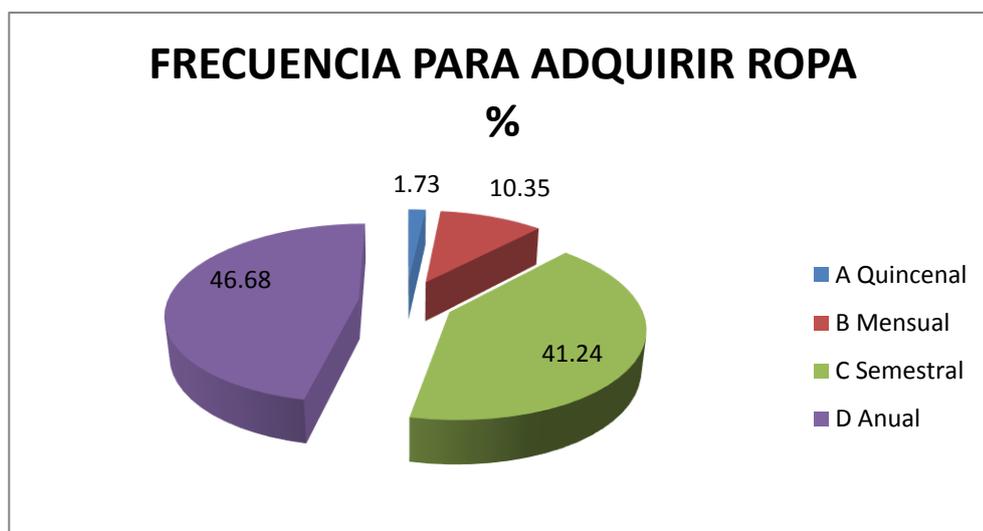
**Pregunta 5. ¿Con qué frecuencia compra usted prendas deportivas para su familia?**

**CUADRO 5.** Frecuencia de compra por parte de los encuestados en el estudio de factibilidad para la creación de una fábrica de ropa deportiva en el cantón Quinsaloma, año 2014

ITEM	OPCIONES	RESPUESTA %
A	Quincenal	1,73
B	Mensual	10,35
C	Semestral	41,24
D	Anual	46,68

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora



**Figura 5.** Frecuencia con la que se adquiere ropa deportiva

**Análisis**

De acuerdo al cuadro 5, el 46,68 % de las personas encuestadas manifestaron que la frecuencia de compra de prendas o ropa deportiva es anualmente, el 41,24 % la hacen semestralmente, el 10,35 % lo realizan de forma mensual y el 1,73 % lo hacen quincenalmente.

**Pregunta 6. ¿Dónde adquiere las prendas deportivas para su familia?**

**CUADRO 6.** Ciudad en la que adquiere sus prendas deportivas según los encuestados en el estudio de factibilidad para la creación de una fábrica de ropa deportiva en el cantón Quinsaloma, año 2014

ITEM	OPCIONES	RESPUESTA %
A	Quevedo	70,14
B	Quinsaloma	6,80
C	Puebloviejo	3,54
D	Ventanas	13,52
E	Otros	6,00

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora



**Figura 6.** Sitios donde se adquiere la ropa deportiva.

**Análisis**

Según lo que se presenta en el cuadro 6, el 70,14 % de las personas encuestadas realizan las compras de ropa deportiva en el cantón Quevedo, el 13,52 % lo hace en el cantón Ventanas, el 6,80 % lo realiza en Quinsaloma, el resto en otros lugares.

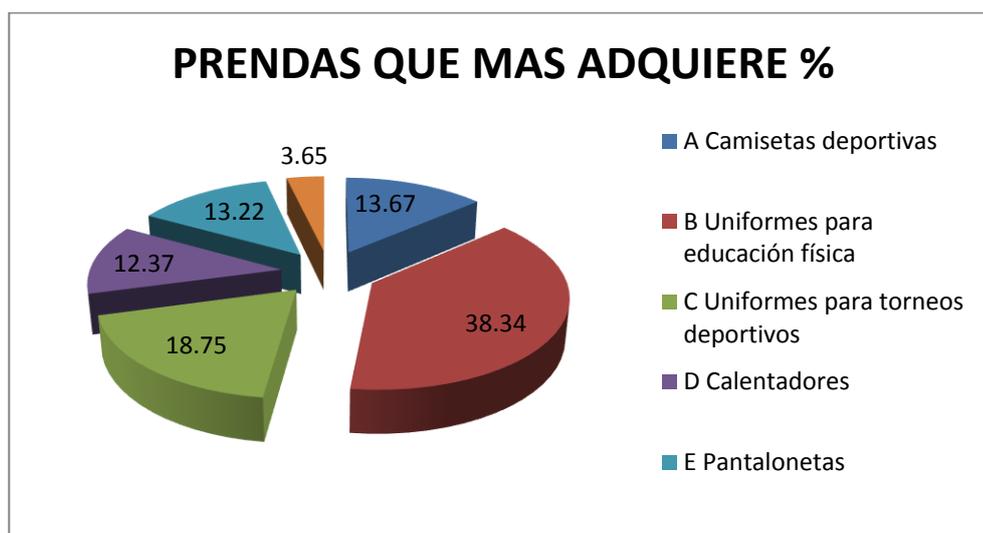
**Pregunta 7. ¿Qué tipo de prendas deportivas adquiere con mayor frecuencia?**

**CUADRO 7.** Prendas deportivas de mayor preferencia de los encuestados en el estudio de factibilidad para la creación de una fábrica de ropa deportiva en el cantón Quinsaloma, año 2014

ITEM	OPCIONES	RESPUESTA %
A	Camisetas deportivas	13,67
B	Uniformes para educación física	38,34
C	Uniformes para torneos deportivos	18,75
D	Calentadores	12,37
E	Pantalinetas	13,22
F	Otros	3,65

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** La Autora



**Figura 7.** Prendas de ropa deportiva preferida por los encuestados.

**Análisis**

En el cuadro 7, se puede observar que los uniformes deportivos con el 38,34 % es la prenda que mayormente adquieren los encuestados, seguido por los uniformes deportivos con un 18,75 %, continúan las camisetas deportivas con 13,67 %, pantalonetas con 13,22 % y otros con 3,65 %.

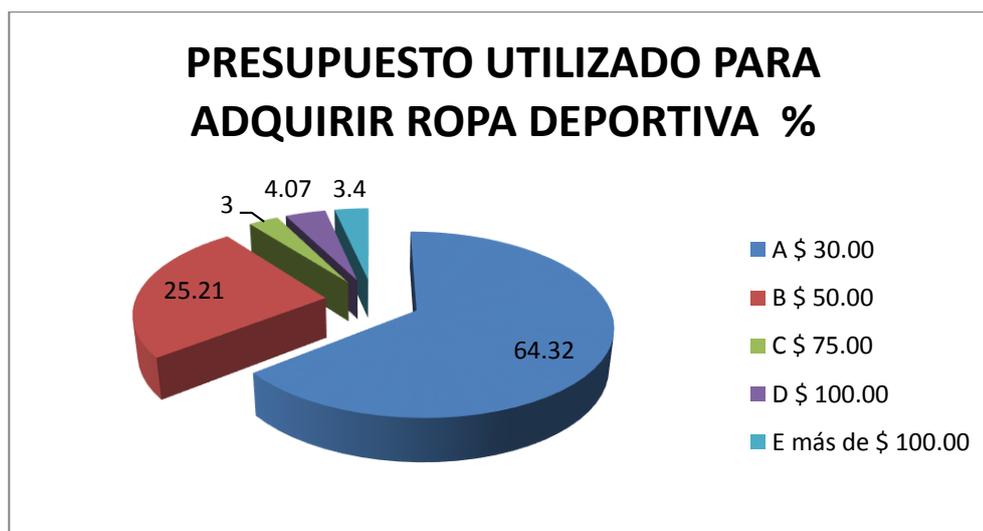
**Pregunta 8. ¿Cuánto suele gastar en promedio anual en prendas deportivas?**

**CUADRO 8.** Gasto promedio según los encuestados del estudio de factibilidad para la creación de una fábrica de ropa deportiva en el cantón Quinsaloma, año 2014

ITEM	OPCIONES	RESPUESTA %
A	\$ 30.00	64,32
B	\$ 50.00	25,21
C	\$ 75.00	3,00
D	\$ 100.00	4,07
E	más de \$ 100.00	3,40

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora



**Figura 8.** Presupuesto utilizado en ropa deportiva por los encuestados.

**Análisis**

El gasto que realizan en prendas deportivas de acuerdo a los encuestados se puede ver en el cuadro 8; el 64,32 % manifestó gastar un promedio de 30 dólares anuales, el 25,21 % suele gastar 50 dólares anuales, el resto dijo gastar de 75 dólares en adelante.

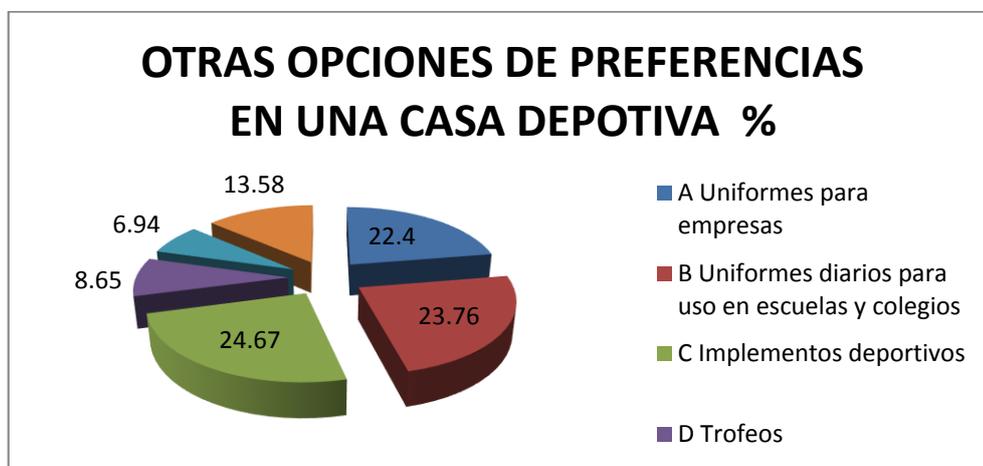
**Pregunta 9. ¿Qué otros productos debe incluirse en una empresa que venda ropa deportiva?**

**CUADRO 9.** Preferencias por otros productos según los encuestados del estudio de factibilidad para la creación de una fábrica de ropa deportiva en el cantón Quinsaloma, año 2014

ITEM	OPCIONES	RESPUESTA %
A	Uniformes para empresas	22,4
B	Uniformes diarios para uso en escuelas y colegios	23,76
C	Implementos deportivos	24,67
D	Trofeos	8,65
E	Medallas	6,94
F	Otros	13,58

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora



**Figura9.** Opciones de otras prendas deportivas sugeridas por los encuestados.

**Análisis**

Según se puede ver en el cuadro 9, que existen otras prendas sugeridas por las personas encuestadas; en el siguiente orden y descripción: implementos deportivos 24,67 %, uniformes para uso diario en escuelas y colegios 23,76 %, uniformes para empresas 22,40 %, otros 13,58 %, trofeos 8,65 % y medallas 6,94 %.

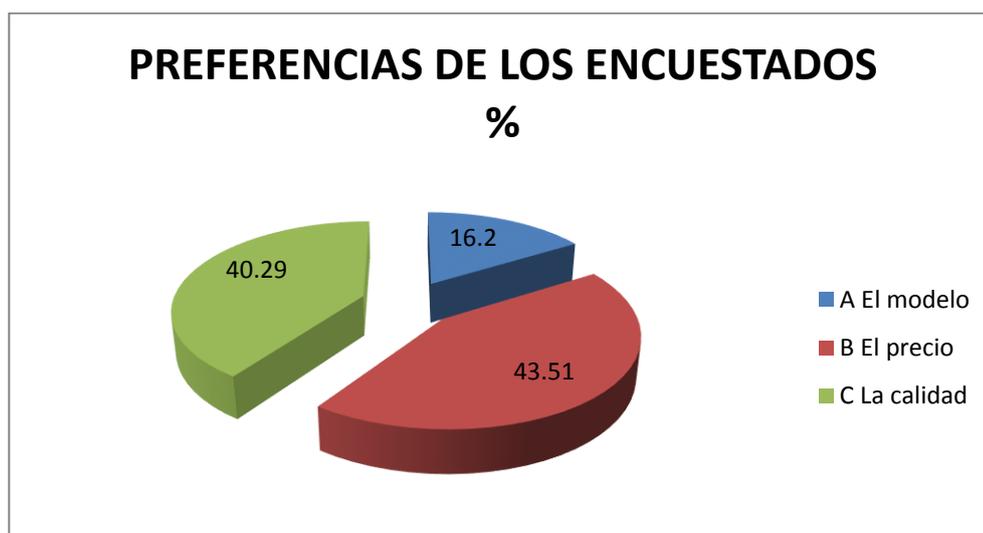
**Pregunta 10. ¿Qué es lo más importante para usted al elegir una prenda deportiva?**

**CUADRO 10.** Preferencias para elegir una prenda según los encuestados en el estudio de factibilidad para la creación de una fábrica de ropa deportiva en el cantón Quinsaloma, año 2014

ITEM	OPCIONES	RESPUESTA %
A	El modelo	16,20
B	El precio	43,51
C	La calidad	40,29

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora



**Figura 10.** Preferencias de los encuestados a la hora de elegir una prenda.

**Análisis**

De acuerdo al cuadro 10, al momento de elegir una prenda deportiva las personas encuestadas respondieron: el precio con un 43,51 %, la calidad con 40,29 % y el modelos 16,20 %.

**Pregunta 11. ¿En qué frecuencia se da en Quinsaloma eventos deportivos como campeonatos, torneos o encuentros?**

**CUADRO 11.** Frecuencia de eventos deportivos según los encuestados en el estudio de factibilidad para la creación de una fábrica de ropa deportiva en el cantón Quinsaloma, año 2014

ITEM	OPCIONES	RESPUESTA %
A	Muy Frecuente	34,64
B	Poco frecuente	34,54
C	Nada frecuente	30,82

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora



**Figura 11.** Frecuencia de realización de actividades deportivas en Quinsaloma.

### Análisis

Finalmente el cuadro 11 nos muestra que en Quinsaloma los eventos deportivos se realizan; muy frecuente con un 34,64 %, poco frecuente con un 34,54 % y nada frecuente con 30,82 %.

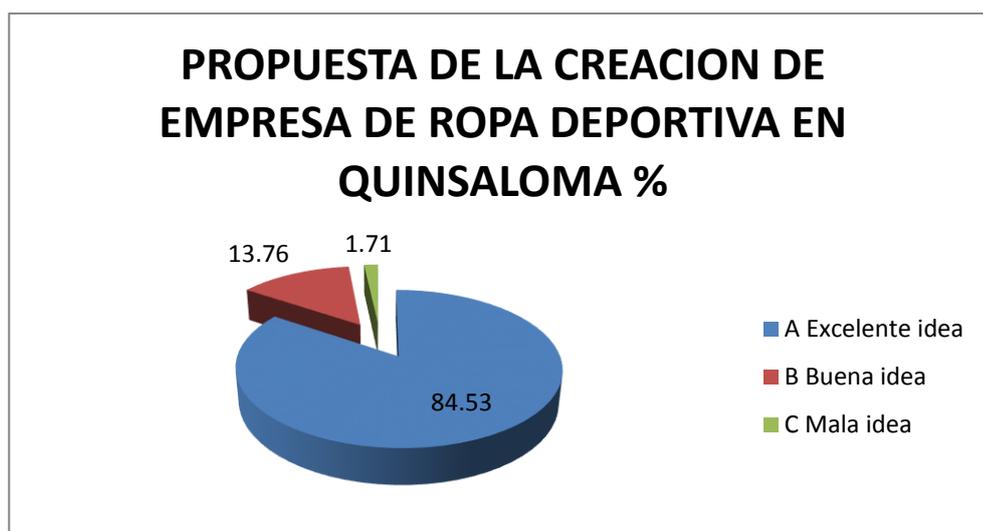
**Pregunta 12. ¿Qué opina de la instalación de una empresa que venda deportivas en el Cantón Quinsaloma?**

**CUADRO 12.** Opinión sobre la instalación de una empresa de prendas deportivas según los encuestados en el estudio de factibilidad para la creación de una fábrica de ropa deportiva en el cantón Quinsaloma, año 2014

ITEM	OPCIONES	RESPUESTA %
A	Excelente idea	84,53
B	Buena idea	13,76
C	Mala idea	1,71

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora



**Figura 12.** Criterio de aceptación para la creación de una empresa de ropa deportiva en Quinsaloma.

**Análisis**

En el cuadro 12, se puede ver que el 84,53 % de los encuestados manifestaron que es una excelente idea la instalación de una empresa de ropa deportiva en Quinsaloma, mientras que el 13,76 % dijeron que es buena idea y tan solo el 1,71 % no estaría de acuerdo.

## **Tamaño del mercado**

En Quinsaloma existen según el INEC, 2010 16.476 habitantes, de ellos el 49,7 % corresponden a la población económicamente activa (PEA).

El cantón Quinsaloma el comercio interno genera ventas de 12 millones de dólares anuales según datos del INEC 2010, de los cuales el 66,4, 3,4 % y el 1,2 % corresponden a actividades referentes al comercio al por mayor y menor, Industrias manufactureras y otros respectivamente, lo que representa el 71 % de la participación de las ventas; es decir 8,52 millones de dólares, de los cuales se pretenden captar el 1,51 % para la rentabilidad del presente proyecto.

## **Determinación de la Demanda**

De las 8188 personas que pertenecen a la PEA (INEC, 2010), el 18,75 % el practicar alguna clase de deporte, los cuales demandan de uniformes deportivos, sumados al 38,34 % que adquiere uniformes para educación física da un total de 57,09 % esto es de 4674 personas que adquieren ropa deportiva de alguna clase entre una y dos veces al año.

### **Demanda Insatisfecha.**

Teniendo en cuenta que en el Cantón Quinsaloma no hay una fábrica de ropa y que el 93 % de las personas encuestadas adquieren las prendas deportivas en otro cantón, el gasto mínimo de acuerdo a la encuesta es de 30 dólares como mínimo; por lo tanto es una base que se puede determinar como una demanda insatisfecha actual lo cual representa un valor de mercado de esa demanda de: \$ 140000 anuales en el menor caso, pues aquí solo se está considerando el valor más bajo (\$ 30), solo una compra en el año, y solo el 57 % de la PEA.

A continuación se presenta la lista de instituciones estudiantiles existentes en el Cantón Quinsaloma las cuales tiene 250 estudiantes en promedio;

## **Escuelas**

### **Fiscales**

- Escuela Fiscal Mixta "Calicuchima # 180"
- Escuela Fiscal Mixta "Víctor Manuel Villamarín Gómez"

### **Particulares**

- Escuela Particular Mixta "Paz y Amor"
- Escuela Particular Mixta "Tiwintza"
- Escuela Particular Mixta "San Lorenzo"
- Escuela Particular Mixta "Quinsaloma"

## **Colegios**

### **Fiscales**

- Colegio Nacional "16 de Mayo"
- Colegio Fiscal Mixto Vespertino "Jorge Mogrovejo Velasco"

### **Particulares**

- Colegio Particular Mixto "Tiwintza"
- Colegio Particular Mixto "Israel"
- Instituto Particular Mixto "Dr. Julio Cesar Trujillo"
- Colegio Particular Mixto "10 de Agosto"

## **A Distancia**

- Colegio a distancia "Monseñor Leónidas Proaño"

## **Academias**

- Centro de Formación Artesanal "Ab. Jaime Roldós Aguilera"
- Centro de Formación Artesanal "15 de Noviembre"

Actualmente hay 15 centros educativos entre fiscales y particulares en el cantón Quinsaloma, con alrededor de unos 500 estudiantes en cada uno, los cuales anualmente se ven en la necesidad de comprar uniformes deportivos institucionales y también para los casos de los uniformes de los equipos para eventos como son olimpiadas, campeonatos, entre otros, así también se podrían considerar los equipos de deportes que organizan campeonatos todos los años, los cuales también demandan uniformes.

#### **4.1.2 Estudio técnico**

“El Estudio Técnico consiste en diseñar la función de Producción óptima, que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto deseado, sea éste un bien o un servicio, en la inversión del proyecto cobra relevancia dentro de la evaluación, ya que en él se determinan los costos en los que se incurrirán al implementarlo, por lo que dicho estudio es la base para el cálculo financiero y la evaluación económica del mismo.

##### **Objetivo general**

Demostrar la factibilidad técnica del proyecto, justificando que haya seleccionado la mejor alternativa en el tamaño, localización y procesos cubriendo con la demanda de los productos que se ofrecerá a su vez contará con la materia prima adecuada, equipos y herramientas necesarias e instalaciones óptimas para su producción.

##### **Objetivos específicos.**

- Establecer el tamaño de la planta tomando en cuenta la demanda, la materia prima requerida, la maquinaria, equipo de producción, la capacidad instalada.
- Definir la ubicación de la planta, incluyendo un estudio de la macro y micro localización.
- Detallar del proceso de producción.

- Elegir de maquinaria y equipo.
- Establecer el requerimiento de materia prima, material y personal.
- Conocer la descripción del proceso de producción

### **Tamaño del proyecto**

Es la capacidad de producción durante un tiempo determinado de funcionamiento considerado normal para las circunstancias y tipo de proyecto. El tamaño de la empresa se determinará de acuerdo al nivel de producción que abarcará la empresa, será de acuerdo al total de uniformes deportivos que la misma logre producir durante un periodo determinado.

### **Unidad de Medida**

Las prendas deportivas que se van a confeccionarse en la Empresa de “**Ropa Deportiva Quinsaloma**”, serán los siguientes:

Uniforme interior unidades de: camiseta, pantaloneta.

Uniforme exterior unidades de: chompa, pantalón.

### **Capacidad Instalada**

“Capacidad instalada o de producción, muestra la máxima tasa de producción que puede obtenerse de un proceso, se mide en unidades de salida por unidad de tiempo.”

De esta manera la capacidad instalada de la empresa de Confección de Uniformes Deportivos a confeccionarse como: el uniforme Interior (camiseta, pantaloneta) uniforme exterior (chompa, pantalón) contará con maquinaria nueva y personal capacitado.

A continuación se presentará los tiempos por actividad en el proceso de confección de los uniformes deportivos:

Para confeccionar una camiseta el tiempo de fabricación será un total de 15 minutos.

Para confeccionar una pantaloneta el tiempo de fabricación será un total de 15 minutos.

Para confeccionar un pantalón del calentador el tiempo de fabricación será un total de 30 minutos

Para la confección de la chompa del calentador el tiempo de fabricación será un total de 30 minutos

Para ver las cantidades que se debe producir es necesario considerar el número de horas laborables que es este caso son 8 horas laborables diarias por 60 minutos y multiplicarlos por los días laborables por semana que son de lunes a viernes, multiplicado por las 52 semanas la cual tendremos la producción anual, para el tiempo de proceso de costura de cada producto que se va a confeccionar.

A continuación el tiempo de proceso de cada prenda deportiva en diferentes periodos:

### **Camisetas.**

#### **Diarias**

4 unid. C/h \* 8 horas: 32 unidades

#### **Semanal**

32uni.\* 5días: 160 unidades

#### **Mensual**

160uni.\* 52sem:8.320\12 meses: 693  
unidades

#### **Anual**

160\*52 sem : 8.320 unidades

### **Pantalonetas**

**Diarias**

4 unid. C/h \* 8 horas: 32 unidades

**Semanal**

32uni.\* 5días: 160 unidades

**Mensual**

160uni.\* 52sem:8.320\12 meses: 693  
unidades

**Anual**

160\*52 sem : 8.320 unidades

**Pantalón del calentador****Diarias**

2uni. C/ h\*8horas: 16 unidades

**Semanal**

16uni.\*5 días: 80 unidades

**Mensual**

80uni.\*52sem: 4.160\12 meses: 347  
unidades

**Anual**

80uni\*52 sem : 4.160 unidades

**Chompa del calentador****Diarias**

2uni. C/ h\*8horas: 16 unidades

**Semanal**

16uni.\*5 días: 80 unidades

**Mensual**

80uni.\*52sem: 4.160\12 meses: 347  
unidades

**Anual**

80uni\*52 sem : 4.160 unidades

### **Capacidad utilizada**

“Es la capacidad práctica que muestra la tasa real de elaboración durante una unidad de tiempo, es la que efectivamente se ha utilizado.”

Es importante tomar en cuenta la adquisición del personal que va a trabajar en cada proceso de la producción y la maquinaria a utilizarse.

Para conocer las cantidades que se debe producir es preciso multiplicar el número de horas laborables que en este caso son 8 horas diarias por 60 minutos y multiplicarlos por los días que se laboren que son de lunes a viernes, multiplicado por las 52 semanas mediante lo cual obtendremos la producción anual, para el tiempo de proceso de costura de cada producto que se va a confeccionar obteniendo el número de unidades a confeccionarse en cada prenda deportiva.

Es preciso aclarar que esta producción es con las respectivas maquinarias y operarios, para el proceso de producción de cada tipo de prenda se empezará con 6 trabajadores

### **Programa de Producción**

El programa de producción registra los niveles de capacidad de producción utilizada en cada año de operación en el proceso de elaboración de las prendas deportivas.

Para el programa de producción de la empresa de ropa deportiva Quinsaloma se consideró que para el primer año se utilizará el 70% de la capacidad instalada, teniendo un incremento del 15% anual, llegando así al tercer año con el 100% de la capacidad instalada.

## **Localización del proyecto**

La localización y ubicación del proyecto pretende facilitar el acceso y por ende reducir los costos por movilización de los habitantes del cantón Quinsaloma, además se busca brindar un servicio de calidad y prendas deportivas a bajos costos, así poder satisfacer las diferentes necesidades.

El estudio se lo realizará desde el punto de vista de la macro y micro localización.

### **Macro localización.**

“La macro localización permite describir la ubicación o cobertura geográfica del proyecto.”

La Empresa de “ROPA DEPORTIVA QUINSALOMA” estará situada en el Ecuador, en la Provincia de Los Ríos, Cantón Quinsaloma.

### **Provincia de Los Ríos**

Coordenadas: 1°46'00"S 79°27'00"

Capital: Babahoyo

- Población: 153.776
- Coordenadas: 0°46'S, 97°47'O

Ciudad más poblada: Quevedo

Prefecto: Marco Troya

Subdivisiones: 13 cantones

Fundación: 6 de octubre de 1860

Superficie Total: 6254 km<sup>2</sup>

Altitud Media: 6-11 msnm

Población Total: 778 115 hab.

Densidad: 24,42 hab/km<sup>2</sup>

### **Micro localización**

Es el estudio que se hace con el propósito de seleccionar el lugar exacto para instalar el proyecto, siendo este el sitio que permite cumplir con los objetivos del proyecto.

## Cantón Quinsaloma

Coordenadas: 1°12'22"S 79°18'52"

Idioma oficial Español

Alcalde Braulio Manobanda Muñoz

Vicealcalde Ing. Leandri Lara

Superficie

- Total: 280 km<sup>2</sup>
- Tierra: 270 km<sup>2</sup>

Altitud Media: 30 msnm

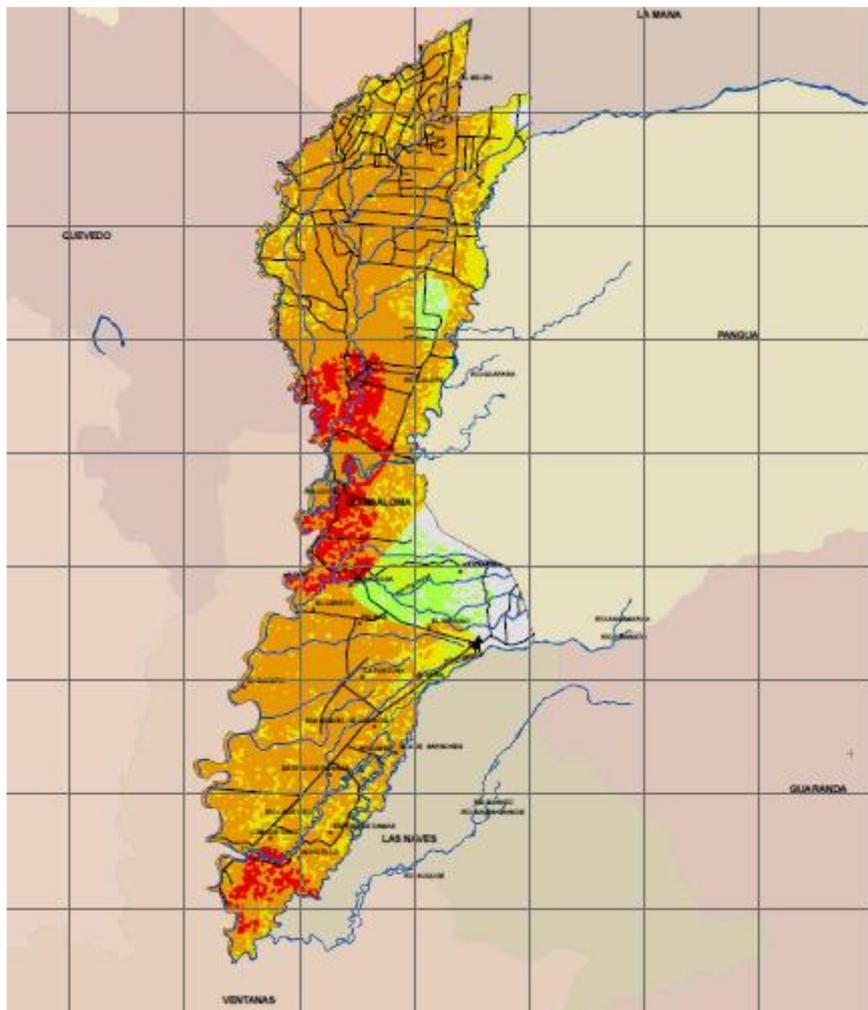
Gentilicio: Quinsalomeño, -ña

Moneda: Dólar estadounidense

Huso horario: UTC-5

Prefijo telefónico: 052

### Mapa del cantón Quinsaloma



Quinsaloma que significa Tres Lomas está constituido por 42 recintos, su Cabecera cantonal es Quinsaloma teniendo como población total en el área urbana, aproximadamente 3557 habitantes equivalente al 24.30% de habitantes de todo el cantón

La empresa de Ropa Deportiva Quinsaloma operará en un local que será Arrendado, posee todos los servicios básicos y complementarios, para la confección de uniformes deportivos así como para satisfacer las necesidades de los diferentes clientes, en la cabecera cantonal del Cantón Quinsaloma, esto es en el centro de la ciudad donde se concentra todo el comercio. El mismo que tiene una superficie de 180 m<sup>2</sup> cuyas dimensiones son: área de 12 m por 15m

### **Ingeniería del proyecto**

Es el estudio que comprende en establecer la función de producción ideal para el manejo eficiente de los recursos disponibles para la confección del producto, para determinar la función óptima corresponderán analizarse las diferentes alternativas y circunstancias en que se puedan combinar los factores productivos, identificando a través de la cuantificación y la proyección en el tiempo de operación de las prendas deportivas.

El conocimiento claro del proceso productivo y la interacción de los factores de la producción como: mano de obra, maquinaria, materia prima, materiales indirectos, etc., facilitará la distribución de la planta como la instalación y montajes para cada uno de los procesos de producción, de esta manera se aprovechará el espacio disponible en forma óptima, lo cual permitirá optimizar el tiempo del trabajo en la planta con las respectivas maquinarias y personal.

### **Descripción de los procesos de producción**

Para poder describir cada proceso productivo se realizará los diferentes diagramas de proceso de cada prenda que se va a confeccionar convirtiendo

de una adecuada manera la combinación de insumos y materias primas en cierta cantidad para cada prenda deportiva.

Es importante conocer que se requiere la elaboración de cada prenda deportiva.

**Trazo.-** Delinear gráficamente en un papel mediante el uso correcto de las reglas, las plantillas de espalda, frente, mangas, pantalón, etc.

**Plantillas.-** Son piezas o trazos base elaboradas en cartón, sin pestañas útiles para la transformación y elaboración de moldes o patrones.

**Corte.-** El corte es la separación de tela en piezas, mediante el uso de tijeras o de cortadora eléctrica, las cuales conforman en su conjunto una prenda de vestir, también se refiere el corte de una prenda, cuando se tiene un diseño bien definido; es decir, a la manera como está hecho la prenda de vestir.

**Confección.-** Es el arte de unir las piezas de tela previamente cortadas, mediante costuras. Dentro de la confección en serie se tienen máquinas especiales para cada operación; es aquí donde debemos seleccionar la máquina especial para cada operación; es aquí donde debemos seleccionar la máquina adecuada para cada prenda. El uso correcto de la maquinaria nos puede llevar al éxito de la producción.

**Transformación.-** Es la aplicación de cortes para los moldes, es de acuerdo a un diseño en especial.

En este proceso comúnmente se hace de forma manual ayudado por reglas, escuadras, compases y lápices, haciendo cálculos matemáticos y geométricos.

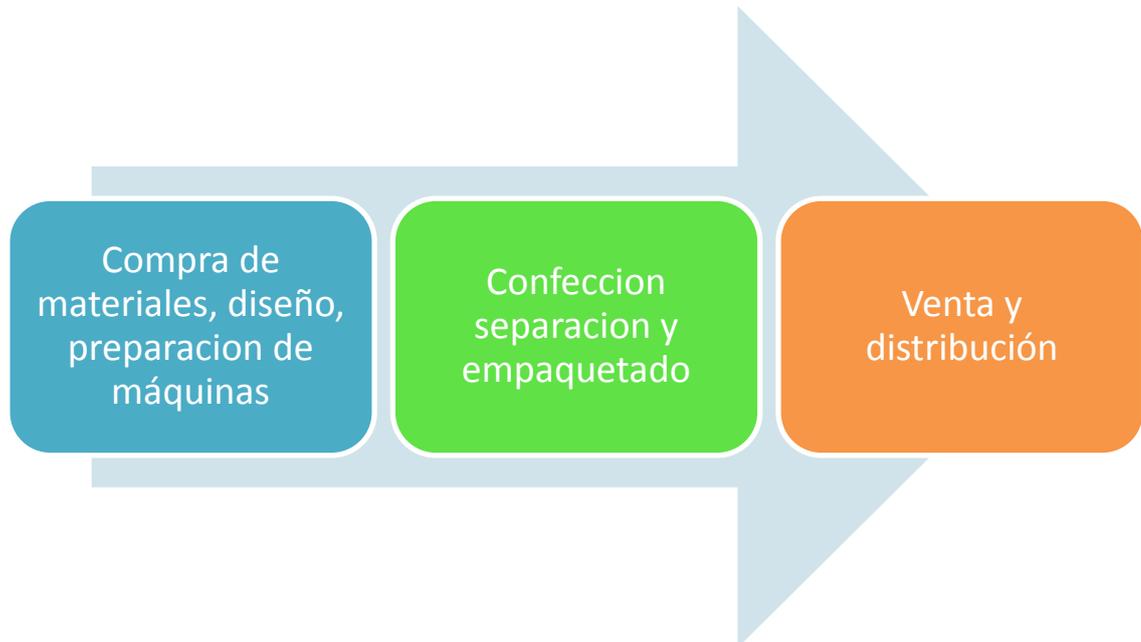
Actualmente existe un software computacional de letra sistemas, donde este proceso puede desarrollarse en la pantalla de un computador con imágenes a escala, que luego se imprimen en un plotter a tamaño real, este sistema facilita mucho el trabajo a escala de producción. También sirve para escanear los patrones de tamaño real y llevarlos al computador, es decir patrones para cada prenda deportiva.

A continuación el proceso de Producción para cada prenda deportiva:

Proceso de Producción de Camiseta, pantaloneta, calentador y chompa en general:

1. Compra de materia prima para la confección de la prenda deportiva al por mayor.
2. Confeccionar los patrones para: el uniforme interior y exterior.
3. Cortar y confeccionar en papel del patrón de cada modelo.
4. Doblar la tela según la talla.
5. Trazar en la tela los patrones
6. Cortar
7. Preparación de materiales, maquinaria y equipo.
8. Clasificación de materiales
9. Preparación de piezas
10. Proceso de preparación de piezas
11. Interpretación de la orden de producción
12. Unir debidamente las piezas cortadas
13. Elaboración de las prenda deportiva (varias)
14. Terminados en las prenda deportiva (varias)
15. Realizar el dobladillo a la prenda deportiva confeccionada
16. Bordar o estampar según preferencias del cliente
17. Verificar la prenda deportiva confeccionada
18. Deshebrar la prenda deportiva para tener un terminado de calidad
19. Planchar la prenda deportiva confeccionada
20. Doblar a la prenda deportiva
21. Empacar la prenda deportiva
22. Sellar la prenda deportiva
23. Producto terminado
24. Entrega del pedido

## Diagrama de producción



### **Selección de tecnología y requerimiento de maquinarias, equipos y herramientas.**

La tecnología a aplicarse será con maquinaria existente en el mercado, especializada para cada proceso de confección la cual se utilizarán: máquinas de overlock, recubridora, recta, elasticadora, de bordado, estampadora, planchadora, las mismas que garanticen calidad y rapidez en la confección de la prenda deportiva.

Debido a las diferentes características de los tejidos, dentro de la confección se cuenta con máquinas especiales, tanto para el tipo de materia prima como para cada operación.

El manejo de herramientas y conocimientos propios de especialidad son indispensables para el trazo de las planillas base, transformaciones y elaboración de los patrones.

A continuación las herramientas con sus características:

### Cinta métrica

Dentro del departamento de diseño, trazo y elaboración de patrones no puede faltar esta herramienta, su uso es en la toma de medidas permite realizarlo cuando se desee, el diseñador en este caso al lanzar a vuelo la imaginación para su nueva creación, se puede utilizar la cinta métrica en cualquier área de trabajo.

### Regla L

Esta regla es una escuadra de 90 grados, se utiliza en el trazo de ángulos rectos, configuración de rectángulo y trazos de líneas paralelas.

### Regla curva sastre

Esta regla configura las caderas, entre piernas, se rectifica los costados de talles.

### Regla curva francesa

Esta regla nos ayuda a configurar escotes, frentes, espaldas, etc.

### Tijeras

En el departamento de diseño se requieren algunos tipos de tijeras durante todo el proceso, se deben tener tijeras especiales para cada actividad como son:

Tijeras para cortar tela en recto

Tijeras para cortar papel

Tijeras para cortar hebras

Tijeras para cortar en zigzag

Gredas para marcar

La greda es un prototipo de marcador que se maneja para delinear los contornos de los moldes o patrones sobre la tela, cuando se van a confeccionar las muestras.

Papel

El papel es igualmente importante como las reglas, tijeras y alfileres. Es donde se hacen los trazos y los patrones. Para poder desarrollar las planillas base, las transformaciones y los patrones.

A continuación se presenta un listado en el cuál se detalla las máquinas, herramientas y equipos para el área de producción en la confección de la prenda deportiva uniforme interior, exterior deportiva:

### **Máquinas, Herramientas y Equipos para la Confección del Uniforme Interior Camiseta**

Área de trazo y corte se realizará los patrones para la confección de la camiseta deportiva.

Se necesita 1 mesa de corte, herramientas como :regla, gredas para marcar, tijeras, papel, cinta métrica

Máquina cortadora,

Luego pasa a la unión de piezas se traslada a la:

Máquina overlock,

Máquina recubridora,

Máquina recta

Luego pasa al área de planchado ( plancha industrial)

Luego pasa a la máquina bordadora o estampadora

### **Máquinas, Herramientas y Equipos para la Confección del Uniforme Interior Pantalóneta**

Área de trazo y corte se realizará los patrones para la confección de la pantalóneta deportiva.

Se necesita 1 mesa de corte, herramientas como: regla, gredas para marcar, tijeras, papel, cinta métrica,

Máquina cortadora,

Luego pasa a la unión de piezas se traslada a la:

Máquina overlock,

Máquina recubridora,

Máquina recta

Máquina Elasticadora

Luego pasa a la máquina bordadora o estampadora

### **Máquinas, Herramientas y Equipos para la Confección del Uniforme Exterior Chompa**

Área de trazo y corte se realizará los patrones para la confección de

la chompa deportiva.

Se necesita 1 mesa de corte, herramientas como: regla, gredas para marcar, tijeras, papel, cinta métrica,

Máquina cortadora,

Luego pasa a la unión de piezas se traslada a la:

Máquina Overlock,

Máquina Recubridora,

Máquina Recta

Máquina Elasticadora

Luego pasa al área de planchado ( plancha industrial)

Luego pasa a la máquina bordadora o estampadora

### **Máquinas, Herramientas y Equipos para la Confección del Uniforme Exterior Pantalón**

Área de trazo y corte se realizará los patrones para la confección del pantalón deportivo

Se necesita 1 mesa de corte, herramientas como: regla, gredas para marcar, tijeras, papel, cinta métrica

Máquina cortadora

Luego pasa a la unión de piezas se traslada a la:

Máquina overlock

Máquina recubridora

Máquina recta

Máquina elasticadora

Luego pasa al área de planchado ( plancha industrial)

### **Área de Patronaje**

1 mesa de corte, 4 módulos de 1.4\*2 cada modulo

### **Área de Corte y Trazo**

Máquina cortadora

Motor de alta potencia y buen balanceo máquina cortadora de tela 4 pulgadas, modelo: v-t100, marca: Vanny.

Especificación.- Longitud: 42 cm, Ancho: 17cm, Altura: 33 cm, Peso: 35 kg., Voltaje: 220 voltios.

### **Área de Unión de Piezas**

#### Máquina OVERLOK

Esta máquina cuenta con 5 hilos de trabajo mediano para la alta producción de trabajo industrial de gran capacidad de respuesta con lubricación automática y diferencial cambio de puntada mediante un botón es de alta velocidad y su diseño y calidad lo diferencian de las otras máquinas.

Especificación.- Longitud: 42 cm, Ancho: 140 cm, Altura: 135 cm, Peso: 50 kg., Voltaje: 220 voltios

#### Máquina recta

Tiene un mecanismo especial para coser suavemente, con puntadas excelentes en una perfecta operación de costura superior e inferior, alta velocidad.

Especificación.- Longitud: 100cm, Ancho: 157 cm, Altura: 135 cm, Voltaje: 220 voltios.

#### Máquina recubridora

Corta hilo automático. Triplica la productividad. 30 % menos de hilo Motor servo Velocidad máxima: 6000 ppm Largo de puntada: 0.7-1.3 mm Altura del pie: 5 mm Aplicación: chompa, camiseta, etc.

Especificación.- Longitud: 40 cm, Ancho: 145 cm, Altura: 125 cm, Peso: 100 kg., Voltaje: 220 voltios.

#### Máquina elasticadora

Posee un motor de alta velocidad y potencia al momento de poner elástico en las prendas.

Especificación.- Longitud: 80 cm, Ancho: 190 cm, Altura: 125 c, Peso: 160 kg., Voltaje: 220 voltios.

#### Máquina estampadora

Esta máquina permite realizar estampados sobre distintas prendas deportivas, de manera fácil y rápida, imágenes nítidas.

Especificación.- Longitud: 45cm x 38cm, ancho 63 cm, largo 70 cm, alto 54 cm, peso 80kg, potencia 2,5 kw.

#### Máquina bordadora

Esta máquina permite realizar bordados sobre prendas deportivas de manera fácil y rápida, con imágenes nítidas y personalizadas.

Especificación.- Longitud: 45cm, Ancho: 145 cm, Altura: 160 cm, Peso: 50 kg., Voltaje: 220 voltios

#### Plancha industrial

Esta plancha posee 2 potentes quemadores tipo H, plancha en placa y rolada en frío, es de acero inoxidable, permite planchar de manera fácil y rápida en la prenda deportiva.

Especificaciones.- voltaje de 220v, potencia eléctrica 3 kw, peso 180kg.

### **Muebles y Enseres Área de Producción**

2 Mesa desarmable de corte módulo de 1.4 \* 2.

5 Basureros marca Ambassador.

5 Sillas giratorias sin brazos (metálica).

### **Activos Fijos para Área Administrativa**

3 Escritorios de madera (atención al cliente, con tres cajones)

- 1 Archivador metálico, 3 gavetas
- 4 Basureros marca Ambassador.
- 1 mesa redonda color café
- 2 Computadoras con memoria Ram 4 gb, disco duro 320 gb. Sony Vaio
- 1 Impresora marca Lexmark multifuncional
- 1 Calculadora marca casio.
- 1 Silla giratoria con brazos (metálica color negro cuerina expandible).
- 1 Archivador metálica
- 1 Teléfono inalámbrico.

### **Activos Fijos para Área de Ventas**

- 1 Escritorio metálicos con 3 cajones, de 140\*80cm.de medida.
- 1 Silla giratoria con brazos (metálica color negro cuerina expandible).
- 1 Archivador metálico, 3 gavetas.
- 2 Estantería metálica
- 3 vitrinas mixtas metálicas – vidrio
- 4 maniqués.
- 1 recipiente para basura.
- 2 Computadoras con memoria Ram 4 gb, disco duro 320 Gb
- 1 Impresora marca Lexmark multifuncional
- 1 Sumadora marca Casio.

### **Requerimiento de personal para el área producción**

Dentro del proceso de producción de los uniformes deportivos se ha determinado diferentes puestos de trabajo, que se necesita para la elaboración de los mismos, cabe recalcar que algunas personas pueden realizar algunas actividades similares, deberán tener experiencia en el manejo de las máquinas industriales y conocimientos en la confección de la ropa deportiva.

- 1 Gerente General
- 1 Contador – Financiero
- 1 Secretaria

- 1 Operador de diseño
- 4 Operarios de corte y confección
- 1 Vendedor

### **Distribución Espacial**

Una buena distribución del equipo en la planta concierne a la distribución de las máquinas, los materiales y los servicios agregados que atienden del mejor modo las necesidades del proceso productivo y certifica los menores costos y la más alta productividad, a la vez que conserva las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los trabajadores.

Para ello es significativo considerar todos los elementos imperiosos para el desarrollo del proyecto, como es maquinaria, equipo, personal, materia prima, almacenamiento, etc. e identificar los espacios y recorridos que permitan que los materiales y las personas se encuentren seguros y bien establecidos en la Empresa.

### **Empresa “ROPA DEPORTIVA QUINSALOMA” planta única**

A continuación se muestra la distribución de cada área para la implementación de la empresa de ropa deportiva, cuyas dimensiones son de 12m x 15 m dando un total de 180 metros cuadrados

Diseño	Corte	Planchado	Bordado/ estampado/ Empaquetado
Bodega de materia prima y producto terminado		Oficina central	Área de venta

### **4.1.3. Evaluación económica del proyecto**

La evaluación financiera se fundamenta en la verificación y análisis de la información contenida en el estudio financiero, tiene como fin definir la mejor opción de inversión, a través de la aplicación de criterios de evaluación.

Para evaluar la viabilidad del proyecto de inversión los indicadores más utilizados son:

- Valor actual neto (VAN)
- Tasa interna de retorno (TIR)
- Relación Costo/Beneficio
- Punto de equilibrio

#### **Objetivo General**

Determinar si el proyecto será financieramente rentable, mediante la aplicación de los indicadores de rentabilidad.

#### **Objetivos Específicos**

- Establecer los indicadores más utilizados, que poseen información necesaria para el análisis de las inversiones.
- Constatar si el proyecto es rentable mediante el cálculo del VAN, de la TIR y la relación B/C

#### **Determinación de la tasa de descuento**

Los socios para tomar decisiones de ejecutar el proyecto, exigen una tasa mínima de ganancia sobre la inversión que realiza, conocida como Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento o tasa de descuento.

Para estimar la tasa mínima esperada por el inversionista se utilizará como base:

El costo promedio ponderado del capital, Tasa activa referencial productivo PYMES 2014, fuente Banco Central del Ecuador.

Inflación anual enero 2013 a febrero 2014, fuente Banco Central del Ecuador.

**CUADRO 13.** Tasa de descuento

DESCRIPCION	Tasa de Interés
ACTIVA REFERENCIA PRODUCTIVO PYMES (2014)	11,20%
INFLACION ANUAL (2014)	2,85%
<b>TOTAL</b>	<b>14,05%</b>

Elaborado por: La Autora

**CALCULO:**

**Tasa de Descuento = Tasa PYMES + Tasa de Inflación**

**Tasa de Descuento = 11,20% + 2,85%**

**Tasa de Descuento = 14,05%**

La tasa de descuento para el presente proyecto es de 14,05 %

**CUADRO 14.** Inversión inicial del proyecto.

	CONCEPTO	VALOR	
I	<b>INVERSIÓN FIJA</b>		<b>23.945,00</b>
	Maquinaria y Equipo (Área de Producción)	18.150,00	
	Muebles y Enseres (Área de Producción)	1.115,00	
	Muebles y Enseres (Área Administrativa)	928,00	
	Equipos de Oficina (Área Administrativa)	62,00	
	Equipos de Computación (Área Administrativa)	1.875,00	
	Muebles y Enseres (Área de Ventas)	1.140,00	
	Equipo de Computación (Área de Ventas)	675,00	
II	<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>		<b>9.244,00</b>
III	<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>		<b>8.959,16</b>
	<b>TOTAL DE PLAN DE INVERSIONES</b>		<b>42.148,16</b>

Elaborado por: La Autora

**CUADRO 15.** Inversión fija del proyecto.

<b>DETALLE</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Maquinaria y Equipo (Área de Producción)	18.150,00
Muebles y Enseres (Área de Producción)	1.115,00
Muebles y Enseres (Área Administrativa)	928,00
Equipos de Oficina (Área Administrativa)	62,00
Equipos de Computación (Área Administrativa)	1.875,00
Muebles y Enseres (Área de Ventas)	1.140,00
Equipo de Computación (Área de Ventas)	675,00
<b>TOTAL</b>	<b>23.945,00</b>

**Elaborado por:** La Autora

**CUADRO 16.** Detalle de maquinarias y equipos para la producción en el proyecto.

<b>CANTIDAD</b>	<b>MÁQUINARIAS Y EQUIPOS</b>	<b>DETALLE</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
<b>1</b>	Máquina de coser Overlock	Marca Singer	1.120,00	1.120,00
<b>1</b>	Máquina de coser Recubridora	Marca Singer	1.300,00	1.300,00
<b>1</b>	Máquina de coser recta	Marca Singer	500,00	500,00
<b>1</b>	Máquina Elasticadora	Marca Singer	1.350,00	1.350,00
<b>1</b>	Bordadora	Marca Singer	1.300,00	1.300,00
<b>1</b>	Estampadora	Marca Singer	1.000,00	1.000,00
<b>1</b>	Máquina de coser de medias	Marca Singer	6.500,00	6.500,00
<b>1</b>	Máquina planchadora y centrifugo de medias	Marca Singer	3.500,00	3.500,00
<b>1</b>	Plancha Industrial	Marca Singer	600,00	600,00
<b>1</b>	Cortadora de Tela	Marca Singer	980,00	980,00
<b>TOTAL</b>				<b>18.150,00</b>

**Elaborado por:** La Autora

**CUADRO 17.** Detalle de gastos de fabricación de prendas deportivas en el proyecto.

<b>DETALLE</b>	<b>AÑO1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
MATERIALES INDIRECTOS	11.299,34	12.353,09	14.218,64	15.645,23	18.967,94
MANO DE OBRA INDIRECTA	7.023,10	7.897,09	8.321,00	8.744,91	9.168,94
ENERGÍA ELÉCTRICA	2.602,83	2.724,64	2.852,15	2.985,64	3.125,36
AGUA	624,00	683,77	749,27	821,04	899,69
ÚTILES DE LIMPIEZA	205,20	214,80	224,86	235,38	246,40
EMBALAJE (FUNDAS PLÁSTICAS)	374,40	457,24	547,02	644,20	749,27
DEPRECIACIÓN	1.926,50	1.926,50	1.926,50	1.926,50	1.926,50
MANTENIMIENTO	385,30	346,77	308,24	269,71	231,18
SEGUROS	770,60	693,54	616,48	539,42	462,36
ARRIENDO	309,38	324,84	331,03	337,22	343,41
SUMINISTROS VARIOS	122,75	168,12	202,12	238,94	278,76
<b>TOTAL</b>	<b>25.643,39</b>	<b>27.790,41</b>	<b>30.297,31</b>	<b>32.388,18</b>	<b>36.399,80</b>

Elaborado por: La Autora

**CUADRO 18.** Activos diferidos.

<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR</b>
Adecuaciones de divisiones modulares (Área de Producción)	4.224,00
Adecuaciones de divisiones modulares (Área de Administrativa)	1.920,00
Adecuaciones de divisiones modulares (Área de Ventas)	240,00
Estudio de Factibilidad	800,00
Patente Municipal	30,00
Permiso de Funcionamiento	30,00
Trámites de Constitución	2.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>9.244,00</b>

Elaborado por: La Autora

**CUADRO 19.** Costos, Gastos, Depreciaciones y Amortizaciones.

DETALLE	VALOR
Costos de producción	81.194,31
Gastos de administración	24.135,21
Gastos de ventas	7.018,65
<b>TOTAL COSTOS Y GASTOS</b>	<b>112.348,17</b>
<b>DEPRECIACIONES PRIMER AÑO DE OPERACIÓN</b>	
DETALLE	VALOR
Depreciación Área Producción	1.926,50
Depreciación Área Administración	724,00
Depreciación Área Ventas	339,00
<b>TOTAL DEPRECIACIONES</b>	<b>2.989,50</b>
<b>AMORTIZACIONES PRIMER AÑO DE OPERACIÓN</b>	
DETALLE	VALOR
Amortización	1.848,80
<b>TOTAL AMORTIZACIONES</b>	<b>1.848,80</b>

Elaborado por: La Autora

Cálculo del capital de trabajo:

$$\begin{aligned}
 \text{CT} &= \frac{\text{Costos y Gastos anuales} - (\text{Depreciación} + \text{Amortización})}{360} \times 30 \text{ días} \\
 \text{CT} &= \frac{112.348,17 - (2.989,50 + 1.848,80)}{360} \times 30 \text{ días} \\
 \text{CT} &= \frac{112.348,17 - 4.838,30}{360} \times 30 \text{ días} \\
 \text{CT} &= \mathbf{8959,16}
 \end{aligned}$$

**Cuadro 19.** Flujo financiero o de caja para el presente proyecto

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>A.- FLUJO DE BENEFICIO</b>						
Ingreso por Ventas		128.544,00	156.986,50	187.809,68	221.174,07	257.250,02
Valor Residual Activos Fijos						11.672,51
Recuperación del Capital de Trabajo						8.959,16
<b>TOTAL BENEFICIOS</b>		<b>128.544,00</b>	<b>156.986,50</b>	<b>187.809,68</b>	<b>221.174,07</b>	<b>277.881,69</b>
<b>B.- FLUJO DE COSTOS</b>						
Inversión Fija	23.945,00				2.925,04	
Inversión Diferida	9.244,00					
Capital de Trabajo	8.959,16					
Costo de Producción		79.267,81	93.288,94	101.353,08	125.465,56	140.846,34
Gastos Administrativos		21.562,41	24.290,36	25.725,33	27.170,28	28.520,82
Gasto de Ventas		6.679,65	7.701,12	8.406,38	9.179,49	9.937,61
Gastos Financieros		3.072,72	2.509,48	1.887,26	1.199,88	440,53
<b>TOTAL COSTOS</b>	<b>42.148,16</b>	<b>110.582,58</b>	<b>127.789,89</b>	<b>137.372,05</b>	<b>165.940,25</b>	<b>179.745,30</b>
<b>C.- FLUJO ECONÓMICO (A-B)</b>	<b>-42.148,16</b>	<b>17.961,42</b>	<b>29.196,61</b>	<b>50.437,63</b>	<b>55.233,82</b>	<b>98.136,38</b>
<b>MÁS</b>						
Préstamo	<b>33.148,16</b>					
<b>MENOS:</b>						
Cuota de Amortización Préstamo		5.378,89	5.942,13	6.564,35	7.251,72	8.011,07
15% Participación de Trabajadores		2.694,21	4.379,49	7.565,64	8.285,07	14.720,46
% Impuesto a la Renta		4.490,36	7.299,15	12.609,41	13.808,46	24.534,10
<b>FLUJO FINANCIERO</b>	<b>-9.000,00</b>	<b>5.397,96</b>	<b>11.575,84</b>	<b>23.698,23</b>	<b>25.888,57</b>	<b>50.870,76</b>

Elaborado por: La Autora

## Indicadores de Rentabilidad

### Valor actual neto (VAN).

La tasa de descuento en este caso es de 14,05%.

$$VAN = -II + E \frac{BN}{(1+i)^n}$$

$$VAN = -II + \frac{FFN1}{(1+i)^1} + \frac{FFN2}{(1+i)^2} + \frac{FFN3}{(1+i)^3} + \frac{FFN4}{(1+i)^4} + \frac{FFN5}{(1+i)^5}$$

Dónde:

II = Inversión Inicial del Proyecto

FFN= Flujo Financiero

i = Tasa de Descuento

n= Período

Calculo:

	<u>5.397,96 +</u>	<u>11.575,84 +</u>	<u>23.698,23 +</u>	<u>25.888,57 +</u>	<u>50.870,76</u>
<b>VAN =-9000</b>	1,1405	1,3007	1,4835	1,6919	1,9296

$$VAN = 62.271,07$$

Dónde:

II= Inversión Inicial

$VAN \geq 0$  Acepta proyecto

$VAN \leq 0$  Rechaza proyecto

En donde el VAN para el proyecto es de \$ 62.271,07

Es decir cuando el VAN es mayor a cero y positivo se puede decir que el proyecto es aceptado, en este caso el VAN es de 62.271,07 lo que significa que este proyecto proporciona esa cantidad adicional por sobre lo exigido por la inversión del proyecto.

### **Tasa Interna de Retorno (TIR)**

El proyecto se considera viable en vista que la tasa interna de retorno es de 122 % mayor que la tasa de descuento que es de 14,05%, por lo tanto garantiza que el proyecto es económicamente viable.

### **Relación Beneficio-costo**

La relación beneficio costo obtenida para el presente proyecto fue de 1,25

**Cuadro 20.** Beneficios versus costos anuales del proyecto para la obtención de la relación Beneficio-costo.

<b>RELACIÓN BENEFICIO - COSTO (B/C)</b>		
<b>AÑOS</b>	<b>BENEFICIOS</b>	<b>COSTOS</b>
0		42.148,16
1	128.544,00	110.582,58
2	156.986,50	127.789,89
3	187.809,68	137.372,05
4	221.174,07	165.940,25
5	257.250,02	179.745,30
<b>TOTAL</b>	<b>951764,27</b>	<b>763578,23</b>
	<b>B/C=</b>	<b>1,25</b>

Elaborado por: La Autora

### **El punto de Equilibrio**

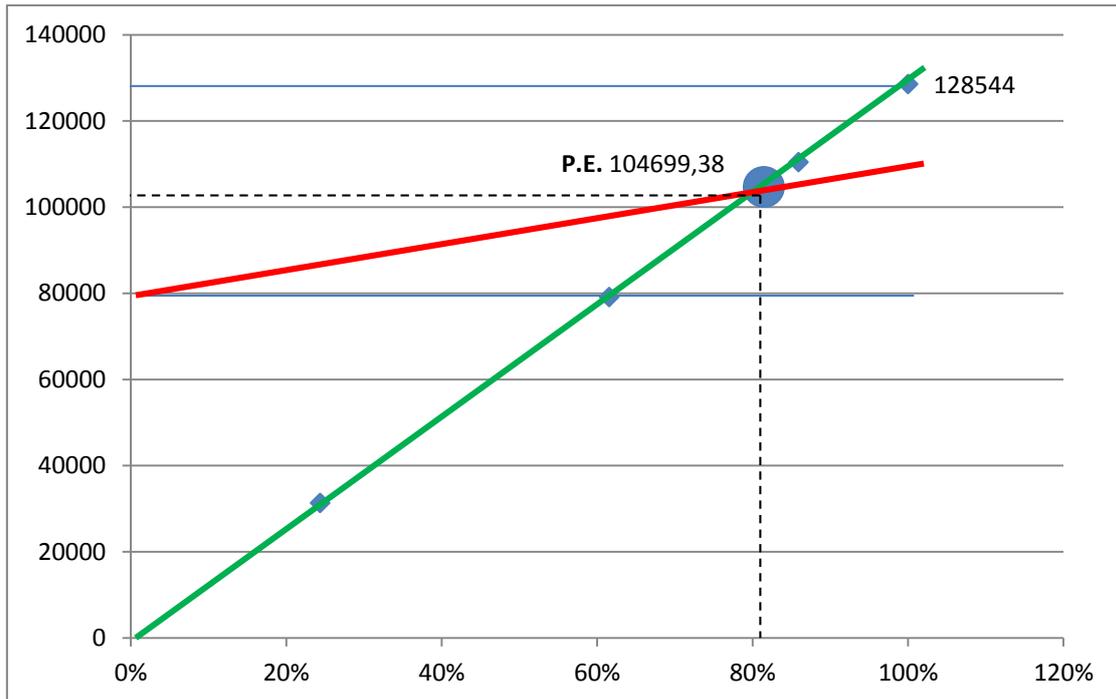
El punto de equilibrio de la empresa es el punto en el que la empresa empieza a ser rentable: el momento en el que los ingresos y los gastos se equiparan.

Se obtiene calculando:

$$P.E. = \frac{C. FIJO}{1 - \frac{C. VARIABLE}{I. TOTAL}}$$

$$P.E. = \frac{79193,41}{1 - \frac{31314,79}{128544}}$$

C. FIJOS	62%	79119,01
C. VARIABLE	24%	31314,78
C. TOTALES	86%	110433,79
P. EQUIL.	81%	104699,38
VENTAS	100%	128544,00



**Figura 13.** Punto de equilibrio para el presente proyecto

Punto de Equilibrio es de \$ 104699,38, es decir que se debe vender 104699,38 dólares para cubrir los costos mínimos para el primer año, esto es el 81,45% sobre las ventas totales.

#### 4.1.1 Análisis de Sensibilidad

En un proyecto las decisiones de la inversión en un largo o mediano plazo demandan que se considere algunos elementos básicos de importancia como: Dinero, Tiempo, Rentabilidad y Riesgo.

En el presente proyecto de investigación se recurrió a un modelo unidimensional (una sola variable) de sensibilización del VAN con una variación de incremento y decremento en los ingresos del 15 % anual y que dan como resultado tres escenarios.

Bajo este esquema se han identificado tres escenarios, un pesimista en el cual se asume que la demanda disminuirá en un 15 %, un escenario normal en que la

demanda será igual al tamaño establecido para el proyecto y finalmente un escenario optimista en el cual la demanda se incrementará en un 15%.

### **Primer Escenario: Optimista**

Es el más favorable para los inversionistas, haciendo atractivo el proyecto e invitándole a invertir considerando que el VAN resultante es de; \$ 118.434,35 y el TIR alcanza los; 234%.

II= Inversión Inicial

$VAN \geq 0$  Acepta proyecto

$VAN \leq 0$  Rechaza proyecto

VACuando:

TIR es > a la T Dscto. Se acepta el proyecto.

TIR es < a la T. Dscto. Se rechaza el proyecto.

	<u>16.966,92+</u>	<u>25.704,62+</u>	<u>40.601,10+</u>	<u>45.794,24+</u>	<u>74.023,27</u>
<b>VAN= -9000</b>					
	1,1405	1,3007	1,4835	1,6919	1,9296

**VAN=\$ 118.434,35**

### **Segundo Escenario: Calculado**

En este escenario está enmarcada la presente propuesta.

### **Tercer Escenario: Pesimista**

Es el menos favorable para los inversionistas, demostrando como sería en un ambiente con una baja sensible de la demanda lo cual da como resultante un VAN de; \$ -307,39 y un TIR de; 13%.

II= Inversión Inicial

$VAN \geq 0$  Acepta proyecto

$VAN \leq 0$  Rechaza proyecto

VACuando:

TIR es  $>$  a la T Dscto. Se acepta el proyecto.

TIR es  $<$  a la T. Dscto. Se rechaza el proyecto.

	<u>-6.171,00+</u>	<u>-2.552,95+</u>	<u>6.795,36+</u>	<u>5.982,91+</u>	<u>15.339,26+</u>
<b>VAN -9000</b>					
	1,1405	1,3007	1,4835	1,6919	1,9296

**VAN=\$ -307,39**

## 4.2 Discusión

En el cantón Quinsaloma se ha logrado determinar que existe la necesidad de producir y oferta ropa deportiva, que responda a las preferencias de los ciudadanos tales como: buena calidad, precios accesibles, variedad, etc. teniendo en cuenta que actualmente en el cantón no existe dicha oferta.

Mediante el estudio técnico se precisa que se requerirán de una serie de elementos técnicos, logísticos y humanos, con los cuales es posible llevar a cabo la ejecución del proyecto.

La inversión inicial para el presente proyecto será de \$ 42148,16, los cuales serán financiados a través de un crédito más un capital propio.

Durante la elaboración del estudio de factibilidad para la creación de una empresa de ropa deportiva en Quinsaloma se utilizaron indicadores de rentabilidad; de acuerdo con **(Meneses 2010)** La metodología del VAN se utiliza para determinar la rentabilidad en función del financiamiento, cuyo valor para el presente proyecto fue de \$ 62.271,07, siendo positivo. La TIR o tasa de rendimiento interno, es una herramienta de toma de decisiones de inversión utilizada para conocer la factibilidad de diferentes opciones de inversión. **(Ehrhardt, et al. 2007)**, la cual para el presente estudio fue positiva; demostrándose favorable para la implementación de la presente propuesta. La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión es el promedio geométrico de los rendimientos futuros esperados de dicha inversión, y que implica por cierto el supuesto de una oportunidad para "reinvertir".

Finalmente se puede dar por aceptada la hipótesis general propuesta, teniendo en consideración la factibilidad del proyecto demostrada a través de los indicadores de rentabilidad.

**CAPÍTULO V**  
**CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

## **5.1 Conclusiones.**

Mediante la investigación de mercado se ha logrado conocer las preferencias y percepciones de los diferentes tipos de personas como: padres de familia, estudiantes y población en general, ya que esta información es muy importante para la empresa, para tomar medidas de satisfacción a los diferentes clientes, se espera capta 4674 personas que forman parte del PEA de Quinsaloma.

Mediante el estudio técnico realizado la capacidad del proyecto es de; 951,764.27 dólares durante la vida útil.

La inversión inicial será de \$ 42,148.16, el VAN para el proyecto es de 62,271.07, El Punto de Equilibrio en el proyecto es de \$ 104,699.38

La relación beneficio costo obtenida para el presente proyecto es de 1,25 unidades y La tasa interna de retorno es de 122 %, por tanto el proyecto es viable de acuerdo a los indicadores financieros.

## **5.2 Recomendaciones.**

Diseñar estrategias de mercado que permitan una adecuada promoción, para garantizar la captación del mercado y su demanda.

Producir productos de buena calidad y capacitar a los empleados de manera constante y mantener un control permanente sobre los materiales que se utilizan en la producción con el fin de ofrecer productos de calidad superior.

Realizar diferentes técnicas que ayuden a controlar la calidad del proceso de las prendas a confeccionar, para maximizar los beneficios de la empresa, disminuyendo costos y evitando desperdicios de materia prima.

Realizar la ejecución del presente proyecto una vez conseguido los recursos necesarios para finalmente demostrar la factibilidad del mismo.

**CAPITULO VI**  
**BIBLIOGRAFÍA**

## 6.1 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

CARSOG K, 2009. RED ECONOMICA SOLIDARIA AÑO 2009.

Codificación de Ley de Compañías. (26 de enero de 2006).  
<http://www.supercias.gob.ec>. Recuperado el 08 de enero de 2014, de  
[http://www.supercias.gob.ec/visorPDF.php?url=bd\\_supercias/descargas/ss/LEY\\_DE\\_COMPANIAS.pdf](http://www.supercias.gob.ec/visorPDF.php?url=bd_supercias/descargas/ss/LEY_DE_COMPANIAS.pdf)

DAVARA, A. (2010) Confección Textil. España vende moda, Distribución Actualidad, nº 290.

EHRHARDT, M.; BRIGHAM, E. 2007. Finanzas Corporativas. Cengage Learning Editores. pp. 672. ISBN 978-97-0686-594-6.

GALBRAITH A. 2011, ECONOMIA P. 17

GESTION DE PROYECTOS, Miranda Juan, Cuarto Edición, pag.93.

IGLESIAS, M. (2008). Contabilidad Gerencial (fundamentos, principios e introducción a la contabilidad.)

HAMILTON W, PEZO A 2009. Formulación y evaluación de proyectos tecnológicos empresariales aplicados. Convenio Andres Bello. pp. 206

INEC. (30 de septiembre de 2012). INEC. Recuperado el 18 de enero de 2014, de  
[http://www.inec.gob.ec/estadisticas/index.php?option=com\\_remository&Itemid=&func=startdown&id=1683&lang=es&TB\\_iframe=true&height=250&width=800](http://www.inec.gob.ec/estadisticas/index.php?option=com_remository&Itemid=&func=startdown&id=1683&lang=es&TB_iframe=true&height=250&width=800)

MEZA J. 2014"EL MERCADO Y SUS RASGOS" "NEW DIVER" 12(5) 1ERA EDIC, ALFAGUARA.

KOTLER, P Dirección de la Mercadotécnica. Pág. 300 - 25 de Abril del 2012

KOTLER, P. 2008. Mercadotecnia. Cuarta Edición. México. 738p

MALBERNAT, L. 2010. «Tecnologías educativas e innovación en la Universidad». LaCapitalmdp.com.

MENESES E. 2010, Preparación y evaluación de proyectos. Tercera edición.2010

- SAPAG, N. (2011). *Proyectos de Inversión Formulación y Evaluación* (Segunda ed.). (I. Fernández Malut, Ed.) Santiago de Chile, Chile: Pearson Educación de Chile S.A.
- SAPAG N.Y SAPAG, R. 2010. Preparación y Evaluación de proyectos. MC GRAW HILL. Colombia. 438p.
- SAINZ, M. (2011). *La Distribución Comercial: Opciones Estratégicas*, Segunda Edición.
- Peck, J. (2010) "Economic Geographies in Space" *Economic Geography* 81(2) 129–175..
- PERREIRA K. 2009 en guía del Departamento de Política Pública de The University of North Carolina at Chapel Hill.
- RONALD WEIER, *Investigación de mercados* 225p. 2012
- E. Bueno Campos- I. Cruz Roche- J.J. Durán Herrera, *Economía de la empresa. Análisis de las decisiones empresariales*. Pirámide. ed. Pirámide. ISBN 84-368-0207-1."
- HAMILTON W, PEZO A 2009. *Formulación y evaluación de proyectos tecnológicos empresariales aplicados*. Convenio Andres Bello. pp. 206
- EHRHARDT, M.; BRIGHAM, E. 2007. *Finanzas Corporativas*. Cengage Learning Editores. pp. 672. ISBN 978-97-0686-594-6.
- [www.monografias.com](http://www.monografias.com); como hacer un plan de negocios, Ing. Co. Jesús Reynaldo Flores, - 25 de abril 2012.

**CAPITULO VII**  
**ANEXOS**

**Formato de la encuesta dentro del estudio de factibilidad para la creación de una fábrica de ropa deportiva en el cantón Quinsaloma, año 2014**

**Pregunta 1 ¿Sexo?**

ITEM	OPCIONES	RESPUESTA
A	Masculino	
B	Femenino	

**Pregunta 2 ¿Su edad esta entre los?**

ITEM	OPCIONES	RESPUESTA
A	5-15	
B	16-25	
C	26-35	
D	35-45	

**Pregunta 3 ¿A qué se dedica usted?**

ITEM	OPCIONES	RESPUESTA
A	independiente	
B	Dependiente	
C	Estudiante	
D	Jubilado	

**Pregunta 4 ¿Conoce si en Quinsaloma existe una empresa que ofrezca ropa deportiva?**

<b>ITEM</b>	<b>OPCIONES</b>	<b>RESPUESTA</b>
A	SI	
B	NO	

**Pregunta 5. ¿Con qué frecuencia compra usted prendas deportivas para su familia?**

<b>ITEM</b>	<b>OPCIONES</b>	<b>RESPUESTA</b>
A	Quincenal	
B	Mensual	
C	Semestral	
D	Anual	

**Pregunta 6. ¿Dónde adquiere las prendas deportivas para su familia?**

<b>ITEM</b>	<b>OPCIONES</b>	<b>RESPUESTA</b>
A	Quevedo	
B	Quinsaloma	
C	Puebloviejo	
D	Ventanas	
E	Otros	

**Pregunta 7. ¿Qué tipo de prendas deportivas adquiere con mayor frecuencia?**

ITEM	OPCIONES	RESPUESTA
A	Camisetas deportivas	
B	Uniformes para educación física	
C	Uniformes para torneos deportivos	
D	Calentadores	
E	Pantalónetas	
F	Otros	

**Pregunta 8. ¿Cuánto suele gastar en promedio anual en prendas deportivas?**

ITEM	OPCIONES	RESPUESTA
A	\$ 30.00	
B	\$ 50.00	
C	\$ 75.00	
D	\$ 100.00	
E	\$ más de \$ 100.00	

**Pregunta 9. ¿Qué otros productos debe incluirse en una empresa que venda ropa deportiva?**

ITEM	OPCIONES	RESPUESTA
A	Uniformes para empresas	
B	Uniformes diarios para uso en escuelas y colegios	

C	Implementos deportivos	
D	Trofeos	
E	Medallas	
F	Otros	

**Pregunta 10. ¿Qué es lo más importante para usted al elegir una prenda deportiva?**

ITEM	OPCIONES	RESPUESTA
A	El modelo	
B	El precio	
C	La calidad	

**Pregunta 11. ¿En qué frecuencia se da en Quinsaloma eventos deportivos como campeonatos, torneos o encuentros?**

ITEM	OPCIONES	RESPUESTA
A	Muy Frecuente	
B	Poco frecuente	
C	Nada frecuente	

**Pregunta 12. ¿Qué opina de la instalación de una empresa que venda deportivas en el Cantón Quinsaloma?**

ITEM	OPCIONES	RESPUESTA
A	Excelente idea	
B	Buena idea	
C	Mala idea	

**Muebles de oficina, para el área de producción**

<b>CANT</b>	<b>DETALLE</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
5	Sillas giratorias sin brazos	38	190
5	Basureros	5	25
2	Mesa desarmable de corte	450	900
<b>TOTAL</b>			<b>1115</b>

**Muebles y enseres área administrativa**

<b>CANT</b>	<b>MUEBLES Y ENSERES</b>	<b>DETALLE</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
3	Sillas	Metálicos color negro	68	204
3	Escritorios	Madera (Atención al cliente, con tres cajones)	128	384
2	Archivadores	Metálicos 3 gavetas	115	230
1	Mesa redonda	Color café	110	110
<b>TOTAL</b>			<b>928</b>	

**Equipos de oficina área administrativa**

<b>NÚMERO</b>	<b>EQUIPO DE OFICINA</b>	<b>DETALLE</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
1	Teléfono Inalámbrico	Marca philips	32	32
1	Calculadora	Marca casio	30	30
<b>TOTAL</b>			<b>62</b>	

### Equipo de computación área administrativa

CANT	EQUIPO DE COMPUTACIÓN	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
3	Computadoras	Marca Vaio	600	1.800,00
1	Impresora	Multifuncional	75	75
			<b>TOTAL</b>	<b>1.875,00</b>

### Muebles y enseres área de ventas

CANT	MUEBLES Y ENSERES	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
3	Vitrinas	Mixtas de vidrio	148	444
1	Escritorios	Madera (Atención al cliente, con tres cajones)	128	128
1	Silla giratorias con brazos	Metálicos color negro	68	68
2	Maniqués	Material de plástico (grandes)	70	140
2	Maniqués	Material de plástico (pequeños)	40	80
1	Mostrador de medias	Material (pierna metálico)	40	40
2	Estanterías	Metálicas	60	120
1	Basurero	Plástico	5	5
1	Archivador	Metálicos 3 gavetas	115	115
			<b>TOTAL</b>	<b>1.140,00</b>

## Equipo de computación Área de ventas -almacén

CANT	EQUIPO DE COMPUTACIÓN	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Computadora	Marca Vaio	600,00	600,00
1	Impresora	Multifuncional	75,00	75,00
			<b>TOTAL</b>	<b>675,00</b>

### Materiales directos e indirectos.

AÑOS	DETALLE	Unidad	MATERIALES POR DIA					MATERIALES SEMANALES( 5 DÍAS)					MATERIALES ANUAL ( 52 SEMANAS)				
			Ropa interior		Ropa exterior		Medias	Ropa interior		Ropa exterior		Medias	Ropa interior		Ropa exterior		Medias
			Camiseta	Pantalón	Chompa	Pantalón	Par de medias	Camiseta	Pantalón	Chompa	Pantalón	Par de medias	Camiseta	Pantalón	Chompa	Pantalón	Par de medias
1	TELA POLIESTER	M	19	9,5			5	47,5			4,94	2.470,00					
	TELA ALGODÓN	M			15	2			5	60			3,90	3,12			
	RIB	M					0				1,040,00						
	FORRO	M					0	5	45		1,040,00	2,34	2,34				
	CIERRES	UN D.			10				50			2,60	2,60				
	ELÁSTICO	M					5	20	20		1,820,00	1,04	1,04				
	CORDÓN	M					5	5	25		2,340,00	1,30	1,30				
	HILOS	G R.	0,1	0,1	4,00	4,00	0,5	0,5	0	20	26	26	1,04	1,04			
	ETIQUETA	UN D.	19	19	10	10	29	5	5	0	50	45	4,94	4,940,00	2,60	2,60	
	HILO NATURAL COTTON	G R.					1.100,00									28	
	HILO NAYLÓN	G R.					200						1.000,00				
	HILO SPANDEX ELÁSTICO	G R.					50						50				
	<b>COSTO DE MATERIA PRIMA DIRECTA</b>																
	<b>COSTO DE MATERIA PRIMA INDIRECTA</b>																
	<b>COSTO DE MATERIA PRIMA TOTAL</b>																





## Aplicación de la encuesta



