



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**

## **FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**Trabajo de titulación en la modalidad de proyecto de emprendimiento previo a la obtención del Título de Ingeniera en Marketing y Gestión de Negocios**

**TEMA: “Elaboración y comercialización de ropa deportiva a base de fibra biodegradable que contribuya al medio ambiente en la provincia de Tungurahua”**

**AUTORA: Jenny Lorena Naranjo Manobanda**

**TUTOR: Ing. Mg. Luis Edwin Chimborazo Azogue**

**AMBATO – ECUADOR**

**ABRIL2018**



## APROBACIÓN DEL TUTOR

**Ing. Mg. Luis Edwin Chimborazo Azogue**

### **CERTIFICA:**

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “**Elaboración y comercialización de ropa deportiva a base de fibra biodegradable que contribuya al medio ambiente en la provincia de Tungurahua**” presentado por la señorita **Jenny Lorena Naranjo Manobanda** para optar por el título de Ingeniera en Marketing y Gestión de Negocios, **CERTIFICO**, que dicho proyecto ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 06 Abril del 2018



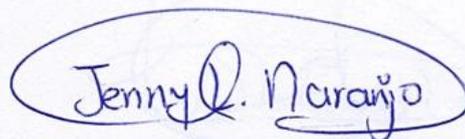
---

**Ing. Mg. Luis Edwin Chimborazo Azogue**

**C.I.1802996221**

## DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, **Jenny Lorena Naranjo Manobanda**, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniera en Marketing y Gestión de Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



**Jenny Lorena NaranjoManobanda**

**C.I.1804945549**

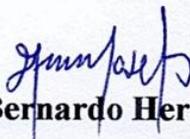
## **APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO**

Los suscritos profesores calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.



**Dr. Víctor Hugo Córdova Aldás**

**C.I. 1802301562**



**Ing. MBA. José Bernardo Herrera Herrera**

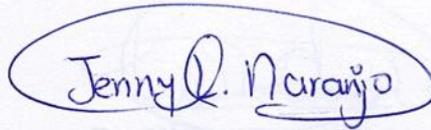
**C.I. 1102481148**

Ambato, 06 Abril 2018

## **DERECHOS DE AUTOR**

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi proyecto con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de este proyecto dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.



**Jenny Lorena Naranjo Manobanda**

**C.I.1804945549**

## **AGRADECIMIENTO**

El presente proyecto agradezco a Dios por brindarme sabiduría e inteligencia, a la Universidad Técnica de Ambato y a los docentes de la misma por los conocimientos impartidos gracias a eso puedo ser una persona de éxito.

Agradezco a mis padres por depositar su confianza en mí, por no dejarme sola, por estar pendiente de mí.

## **DEDICATORIA**

El presente proyecto va dedicado para ti  
Camila siendo tú el motor de mi vida, por  
ti pude llegar hasta aquí.

A mis queridos padres por confiar en mí,  
por regalarme la oportunidad de estudiar,  
por depositar toda su confianza en mí,  
papitos aquí está su esfuerzo.

A mis hermanos por estar pendientes de  
mi y apóyame en todo.

Jenny Lorena Naranjo Manobanda

## INDICE GENERAL

APROBACIÓN DEL TUTOR.....	II
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	III
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO .....	IV
DERECHOS DE AUTOR .....	V
AGRADECIMIENTO .....	VI
DEDICATORIA .....	VII
INDICE TABLAS.....	XII
INDICE FIGURAS .....	XV
RESUMEN EJECUTIVO .....	XVI
ABSTRACT.....	XVII
Capítulo I.....	1
1. Planteamiento del problema.....	1
Capítulo II .....	10
Descripción del emprendimiento .....	10
1. Nombre del emprendimiento.....	10
2. Localización geográfica .....	10
3. Justificación.....	11
4. Objetivos .....	12
5. Beneficiarios .....	13
6. Resultados a alcanzar .....	13
Capítulo III.....	14
3. Estudio de Mercado .....	14
Objetivo General: .....	14
Objetivos Específicos .....	14
3.1. Descripción de producto, características y usos.....	15
Descripción del producto.....	15
Características del producto.....	16
Usos .....	17
3.1.1 Segmentación del mercado.....	18
3.1.2. Proyección de mercado .....	19
3.1.3. Método de la investigación.....	19

Investigación Cuantitativa .....	19
3.1.4. Encuesta .....	20
3.1.5. Población.....	20
3.1.6. Calculo de la muestra .....	20
3.2. Análisis e interpretación de los resultados .....	22
3.2. Estudio de la demanda .....	34
3.2.1. Calculo de la demanda de la empresa.....	34
3.2.2. Calculo de la demanda del producto.....	34
3.3. Estudio de la oferta.....	36
3.3.1. Calculo de la oferta en la empresa.....	36
3.3.2. Calculo de la oferta del producto.....	37
3.4. Mercado potencial para el proyecto .....	38
3.5. Calculo del precio .....	39
3.6. Canales de comercialización.....	40
3.7. Canales de distribución .....	40
3.8. Estrategias de comercialización .....	41
3.8.1. Matriz de factores claves de éxito interno .....	42
3.8.2. Matriz de ponderación de perfil de competencias internas.....	43
3.8.3. Matriz de factores claves de éxito externo.....	44
3.8.4. Matriz de ponderación perfil oportunidades y amenazas .....	45
3.8.5. Matriz FODA.....	46
3.8.6. Estrategias F.O.D.A.....	48
3.8.7. Desarrollo de estrategias.....	49
Capítulo IV.....	54
4. Estudio Técnico.....	54
4.1. Tamaño del emprendimiento. ....	54
a) Factores determinantes del tamaño. ....	54
b) Disponibilidad de insumo .....	55
c) Aspectos técnicos .....	56
d) Capacidad Financiera.....	56
e) Organización .....	56
f) Tamaño Optimo .....	57
4.2. Localización. ....	57
a) Macro localización.....	58

b) Micro localización.....	58
4.3. Ingeniería de Proyecto.....	60
b) Listado de maquinaria y equipos.....	61
c) Proceso Producto .....	62
d) Curso grama proceso de elaboración de ropa deportiva de fibra biodegradable 64	
e) Flujo proceso de elaboración de ropa deportiva de fibra biodegradable .....	65
f) Balance de materiales.....	66
g) Período operacional estimado de la planta.....	66
h) Capacidad de producción .....	67
i) Distribución de maquinarias y equipos (Lay-out).....	67
Capítulo V .....	70
5.1. Aspectos generales .....	70
5.2. Diseño Organizacional .....	70
5.3. Estructura Organizativa.....	70
5.4. Estructura Funcional .....	72
.5 Manual de funciones .....	73
Capítulo VI.....	81
6.1. Inversiones en activos fijos tangibles.....	81
6.2. Inversiones en activos fijos intangibles .....	82
6.3. Inversiones en activos circulantes o capital de trabajo .....	83
6.4. Resumen de las Inversiones. ....	85
6.5. Financiamiento.....	85
6.6. Plan de Inversiones .....	85
6.7. Presupuesto de Gastos e Ingresos .....	86
6.7.1. Situación financiera actual .....	95
6.7.2. Situación financiera proyectada .....	96
6.7.3. Presupuesto de ingresos.....	97
6.7.4. Estado de resultados proyectados .....	98
6.7.5. Flujo de caja. ....	100
6.8. Punto de equilibrio. ....	101
6.10. Valor presente neto o valor actual neto (VAN) .....	103
6.13 Periodo de recuperación de la inversión .....	108
6.14 Tasa interna de retorno.....	109
6.15 Análisis de sensibilidad.....	110

CAPITULO VII .....	111
7. Conclusiones y Recomendaciones .....	111
7.1. Conclusiones .....	111
7.2 Recomendaciones.....	112
BIBLIOGRAFÍA .....	113
ANEXO.....	116

## INDICE TABLAS

Tabla 1:Grupo de interés .....	7
Tabla 2:Macro localización.....	10
Tabla 3: Micro localización .....	10
Tabla 4: Descripcion materia prima.....	15
Tabla 5: Caracteristicas producto.....	16
Tabla 6:Segmentacion de mercado .....	18
Tabla 7:Proyeccion de mercado .....	19
Tabla 8: Edad .....	22
Tabla 9: Genero.....	23
Tabla 10: Preferencia de adquisición de ropa deportiva? .....	24
Tabla 11:Frecuencia que adquiere ropa deportiva? .....	25
Tabla 12: Factores primordiales que usted busca en la ropa deportiva?.....	26
Tabla 13:Satisfacción de expectativas en cuanto a la calidad.....	27
Tabla 14: Ha escuchado de la ropa deportiva ecológica .....	28
Tabla 15: . Considera usted que deberían elaborar prendas deportivas a base de fibra biodegradable como una forma de contribuir el medio ambiente.....	29
Tabla 16:Medios para recibir información de las prendas deportivas de fibra biodegradable .....	30
Tabla 17: Lugar que le gustaría comprar ropa deportiva de fibra biodegradable .....	31
Tabla 18: Precio a pagar por la prenda deportiva elaborada con fibra biodegradable.....	32
Tabla 19:Elección para la marca de ropa deportiva de fibra biodegradable .....	33
Tabla 20: Calculo de la demanda de la empresa .....	34
Tabla 21: Proyección de la demanda de la empresa .....	34
Tabla 22: Pregunta 4 para el calculo de la demanda de productos .....	35
Tabla 23: Calculo de la demanda en productos .....	35
Tabla 24: Proyección demanda en productos .....	35
Tabla 25: Calculo de la oferta en la empresa .....	36
Tabla 26: Proyección de la oferta en la empresa.....	37
Tabla 27: Calculo de la oferta en productos.....	37
Tabla 28: Proyección oferta en productos.....	38

Tabla 29: DPI en productos.....	38
Tabla 30: Cálculo del precio .....	39
Tabla 31: Proyección del precio.....	39
Tabla 32: Matriz factores internos .....	42
Tabla 33: Ponderación matriz PCI.....	43
Tabla 34: Matriz factores externos.....	44
Tabla 35: Matriz ponderación POAM.....	45
Tabla 36: Matriz FODA .....	46
Tabla 37: Estrategias F.O.D.A .....	48
Tabla 38: Plan de acción estrategias de producto .....	49
Tabla 39: Plan de acción estrategias de precio.....	50
Tabla 40: Plan de acción estrategias de plaza .....	51
Tabla 41: Plan de acción de estrategias promoción .....	52
Tabla 42: Dimensiones del mercado .....	55
Tabla 43: Insumos de producción anual, mensual .....	55
Tabla 44: Área distribución maquinaria.....	56
Tabla 45: Tamaño Óptimo .....	57
Tabla 46: Área de la planta: .....	57
Tabla 47: Macro localización.....	58
Tabla 48: Matriz de ponderación de los Factores relevantes .....	59
Tabla 49: Descripción del Producto.....	60
Tabla 50: Listado de Maquinaria y Equipos .....	61
Tabla 51: Actividades de la elaboración de ropa deportiva de fibra biodegradable ..	62
Tabla 52: Curso gama analítico.....	64
Tabla 53: Balance de materiales .....	66
Tabla 54: Capacidad de Producción.....	67
Tabla 55: Organización estructural de AMERICAN ORGANIC.....	71
Tabla 56: Organigrama Funcional de AMERICAN ORGANIC .....	72
Tabla 57: Activos fijos tangibles .....	82
Tabla 58: Activos fijos intangibles .....	82
Tabla 59: Activo Corriente.....	84
Tabla 60: Resumen de inversiones.....	85
Tabla 61: Financiamiento.....	85

Tabla 62: Plan de Inversiones .....	86
Tabla 63: Costo de materia prima directa .....	87
Tabla 64: Costo de mano de obra directa.....	87
Tabla 65: Costo de mano de obra indirecta.....	87
Tabla 66: Costo de materiales indirectos de fabricación .....	88
Tabla 67: Mantenimiento de equipo .....	88
Tabla 68: Depreciación de activos fijos .....	89
Tabla 69: Amortización de activos intangibles .....	90
Tabla 70: Costo indirecto de fabricación .....	90
Tabla 71: Costo Total de producción .....	90
Tabla 72: Servicios Básicos .....	91
Tabla 73: Sueldos y Salarios Administrativos .....	91
Tabla 74: Suministros de oficina .....	92
Tabla 75: Suministros de limpieza.....	92
Tabla 76: Mantenimiento de equipo de oficina.....	93
Tabla 77: Gastos Administrativos .....	93
Tabla 78: Sueldos y Salarios del personal de ventas.....	93
Tabla 79: Transporte del producto .....	93
Tabla 80: Mantenimiento de vehículo.....	94
Tabla 81: Gasto de Ventas .....	94
Tabla 82: Tabla de Amortización.....	94
Tabla 83: Situación Financiera Actual .....	95
Tabla 84: Situación Financiera.....	96
Tabla 85: Presupuesto de ingresos .....	97
Tabla 86: Ingresos Proyectados .....	97
Tabla 87: Estado de Resultados Proyectado .....	99
Tabla 88: Flujo de caja .....	100
Tabla 89: Gastos Fijos y Variables .....	101
Tabla 90: Análisis de sensibilidad.....	110

## INDICE FIGURAS

Ilustración 1: Árbol de problemas.....	3
Ilustración 2: Árbol de Objetivos.....	5
Ilustración 3: Pregunta 1 .....	22
Ilustración 4: Pregunta 2 .....	23
Ilustración 5: Pregunta 3 .....	24
Ilustración 6: Pregunta 4 .....	25
Ilustración 7: Pregunta 5 .....	26
Ilustración 8: Pregunta 6 .....	27
Ilustración 9: Pregunta 7 .....	28
Ilustración 10: Pregunta 8 .....	29
Ilustración 11: Pregunta 9 .....	30
Ilustración 12: Pregunta 10 .....	31
Ilustración 13: Pregunta 11 .....	32
Ilustración 14: Pregunta 12 .....	33
Ilustración 15:Proyección demanda en productos.....	36
Ilustración 16: Proyección oferta en productos.....	38
Ilustración 17: Canal indirecto de distribución .....	40
Ilustración 18: Canal directo de distribución .....	41
Ilustración 19:Macro localización Empresa.....	58
Ilustración 20: Micro localización .....	60

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El presente proyecto de emprendimiento está enfocado en la implementación de una empresa de elaboración y comercialización de ropa deportiva a base de fibra biodegradable de algodón orgánico beneficiando la salud del consumidor y el cuidado del medio ambiente, en el proyecto se menciona el origen de la elaboración del producto.

El emprendimiento que se desea poner en marcha será para disminuir la elaboración y comercialización de ropa deportiva con componentes químicos que contaminan el medio ambiente y el cuidado de la piel del mercado meta.

Posteriormente se realiza un estudio de mercado mediante encuestas nos permitió conocer la demanda insatisfecha del nuevo producto, dirigiéndonos al 70% de hombres y el 30% de mujeres de la edad comprendida entre 20 a 50 años con ingresos de 419 dólares en la provincia de Tungurahua de la ciudad de Ambato, continuamente se desarrolló un estudio técnico en el que se determinó el lugar así como el tamaño y la distribución de la planta identificando el proceso de producción para la elaboración de ropa deportiva de algodón orgánico, mediante un estudio financiero se estableció que el proyecto es viable el cual se fundamentó con métodos de evaluación.

Finalmente se concluye que el proyecto generara un impacto positivo a nivel social, creando una moda deportiva ecológica, siendo prendas cómodas que se utiliza en los fines de semana, se pretende dar a conocer el nuevo producto de forma directa y a través de redes sociales, con el fin de fomentar el crecimiento continuo del proyecto a realizarse.

**PALABRAS CLAVES:** EMPRENDIMIENTO, INDUSTRIA TEXTIL, FIBRA BIODEGRADABLE, MEDIO AMBIENTE.

## **ABSTRACT**

The present project of emprendimiento is focused in the implementation of a company of elaboration and commercialization of sports clothes based on biodegradable fiber of organic cotton benefiting the health of the consumer and the care of the environment, in the project the origin of the elaboration is mentioned of the product.

The endeavor that is wanted to put in brand will be to diminish the elaboration and commercialization of sportswear with chemical components that contaminate the environment and the care of the skin of the target market.

Subsequently, a market study is conducted in which we can find out about the unmet demand for the new product, which is aimed at men and women between the ages of 20 and 50 in the province of Tungurahua in the city of Ambato. developed a technical study in which the place was determined as well as the size and distribution of the plant identifying the production process for the production of organic cotton sportswear, through a financial study it was established that the project is viable which is based with evaluation methods.

Finally, it is concluded that the project will generate a positive impact at a social level, creating an ecological sports fashion, being comfortable clothes that is used on weekends, it is intended to make the new product known directly and through social networks, with In order to encourage the continuous growth of the project to be carried out.

**KEYWORDS:** ENTREPRENEURSHIP, TEXTILE INDUSTRY, BIODEGRADABLE FIBER, ENVIRONMENT.

## Capítulo I

### 1. Planteamiento del problema

A través del tiempo confeccionamos ropa deportiva con materiales de origen natural y materiales sintéticos, hoy en día encontramos prendas con etiquetas, las cuales indican que son fabricadas con telas orgánicas, reducidas en químicos, biodegradables, conocidas en todo el mundo porque no dañan a tu salud ni al ecosistema. El presidente de la Asociación de Industrias Textiles del Ecuador (AITE) menciona que la realidad de las empresas textiles y confección del país, parten a una internacionalización extendiendo la producción a otros países sin dejar a un lado la fabricación en la parte ecuatoriana, debido a que la competencia va incrementando en términos de precio. (Villegas Marín & González Monroy, 2013)

En este sector se ha logrado transformar productos procedentes de fibras como es el algodón, poliéster, nylon, lana y seda, el mismo que es uno de los más influyentes del mercado laboral generando 158,000 plazas de empleo, el cual los ha convertido en el segundo sector manufacturero que más mano de obra emplea. Utilizando algodón orgánico reduce el cambio climático global de un 46%, ahorrando un 90% en agua y el 60% de energía, es una de las fibras biodegradables que se produce sin el uso de fertilizantes sintéticos sin blanquearse la tela. (Karthik & Gopalakrishnan, 2014)

(Leonas, 2017) menciona que “con esta fibra se produce artículos para la moda, ropa deportiva y otras categorías de productos. Al adquirir algodón orgánico está cuidando la salud y apoyando a una agricultura ecológica, pues va dejando una huella en la tierra. Los colores que carecen del algodón orgánico en prendas de vestir son: crema, café claro o verde pálido. (Villegas Marín & González Monroy, 2013)

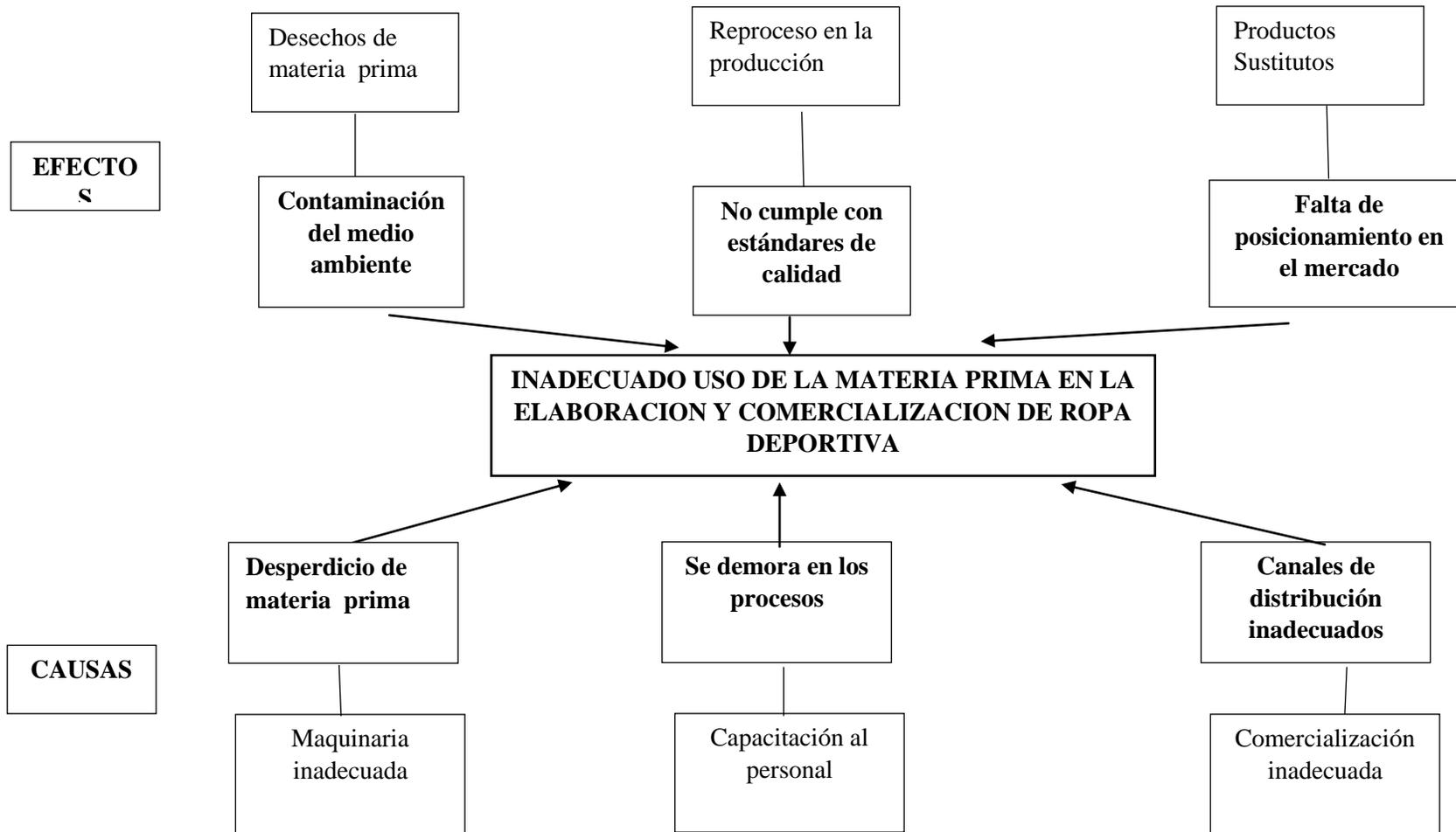
Por otro lado la provincia de Tungurahua se caracteriza por la gran parte de empresas y microempresas dedicadas a la fabricación de ropa y textiles el cual los ha convertido en un sector netamente productivo, es por ello que nos enfocamos en la confección de ropa deportiva a base de fibra biodegradable como es el algodón orgánico, contribuyendo con el desarrollo del país haciendo uso de un factor importante como es la innovación, contribuyendo al cuidado del medio ambiente. Las instituciones que están involucradas

para la elaboración y comercialización de ropa deportiva a base de fibra biodegradable son:

- “Plan del Buen Vivir, involucra los procesos productivos orientados hacia la innovación mejorando la productividad y competitividad, priorizando la producción nacional diversificada con visión a largo plazo”(“Objetivo 10. Impulsar la transformación de la matriz productiva - Plan Nacional 2013 - 2017”, s. f.).
- Ministerio de Industrias y Productividad a través de la Secretaria de Mipymes y Artesanías nos ayudara a promover el desarrollo sostenible y sustentable de las pequeñas y medianas empresas a través de la generación de políticas públicas y estrategias incentivando emprendimientos, formación, capacidades productivas, la creación de redes y cadenas productivas logrando inserción en mercados nacionales e internacionales.
- Instituto Ecuatoriano de Normalización – INEN garantiza el cumplimiento de los ciudadanos relacionados con la seguridad, la protección de la vida y la salud humana, animal y vegetal; la preservación del medio ambiente; la producción del consumidor y la promoción de la cultura de la calidad y el mejoramiento de la productividad y competitividad en la sociedad ecuatoriana.

La finalidad de elaborar y comercializar ropa deportiva a base de fibra biodegradable es beneficiar al cuidado de la piel permitiendo mayor ventilación y respiración con la ausencia de residuos tóxicos, además evita la dermatitis y alergias relacionadas con el uso indebido de químicos, otro punto importante es la conservación del medio ambiente obteniendo un mundo más limpio y seguro incorporando una moda ecológica. Sin embargo alcanzaremos una transformación productiva, facilitando mayor participación en el mercado y la contribución con el entorno de la sociedad

Ilustración 1: Árbol de problemas



Elaborado por: Naranjo Jenny  
Fuente: Investigación de campo

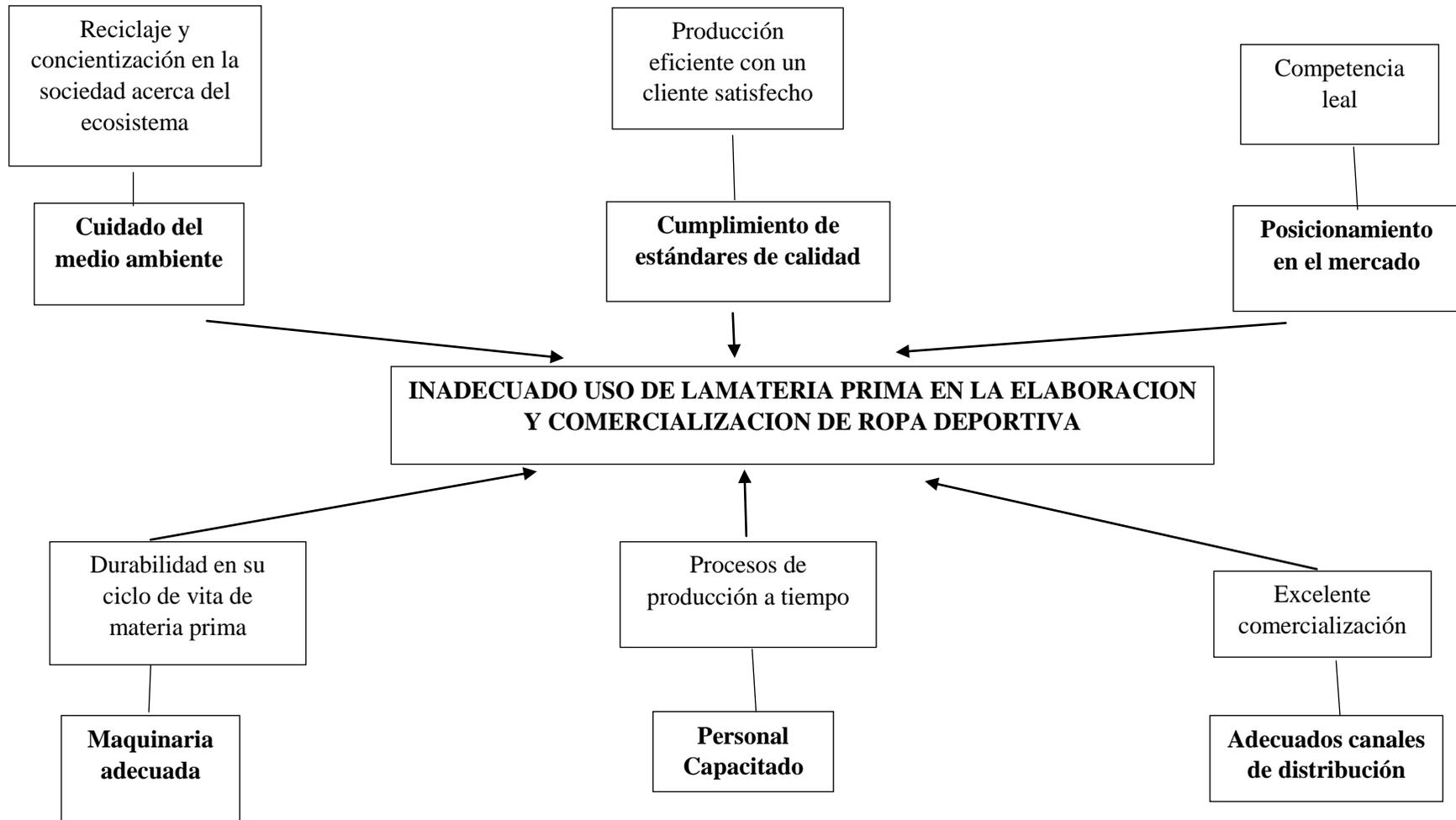
## **Análisis**

El inadecuado uso de la materia prima en la elaboración de ropa deportiva se ha da por una maquinaria obsoleta, causando un deterioro en las fibras textiles, provocando la contaminación al medio ambiente con el uso de químicos y tendencias de moda rápida siendo el fundamento principal para los desechos de prendas contaminantes que al momento de comprar adquieren la materia prima sin preguntar su origen.

La necesidad de personal capacitado surge por la inexistencia de un manual de procedimientos y funciones, dificultando la elaboración de ropa deportiva a través de un inadecuado control de procesos el mismo que causa desperdicios de materia prima incumpliendo con los estándares de calidad.

Otro punto importante es la incorrecta comercialización debido a que los canales de distribución no son bien establecidos, esto induciendo va una sobreproducción de ropa deportiva, que permite la ausencia del posicionamiento en el mercado teniendo en cuenta que existe una alta competencia la cual promueve a la decisión de productos sustitutos para el consumidor final.

Ilustración 2: Árbol de Objetivos



Elaborado por: Naranjo Jenny  
Fuente: Investigación de campo

## **Análisis**

Mediante el adecuado uso de la materia prima en la elaboración de ropa deportiva existe una durabilidad en su ciclo. Actualmente las empresas textiles establecen la sostenibilidad del medio ambiente, formando la responsabilidad social y obteniendo el uso adecuado de los recursos naturales.

Por otro lado la intervención del personal en las capacitaciones incrementamos los niveles de eficiencia y productividad , logrando mejorar e innovar nuevos productos con estándares de calidad que satisfagan la demanda y así la comercialización, permitiéndonos satisfacer los gustos y necesidades del cliente.

La correcta comercialización contribuirá con los canales de distribución ayudando a que las prendas deportivas lleguen a su destino final, permitiendo así mayor producción, ofertando variedad y obteniendo un satisfactorio posicionamiento en el mercado.

**Tabla 1: Grupo de interés**

<b>GRUPO</b>	<b>INTERES</b>	<b>PROBLEMA PERCIBIDO</b>	<b>ACTITUDES</b>	<b>RECURSOS Y LIMITACIONES</b>
Empresa	*Creación de un producto que beneficie la salud del cliente	Escasa innovación	Productividad	<b>Código orgánico de la producción, comercio e inversiones.</b> Art 2. Interviene el proceso en el que se transforma insumos en bienes y servicios legales, sociales y ambientales incluyendo actividades comerciales que van formando un valor agregado
Clientes	*Precios Bajos *Moda Ecológica	*Particularidad por ropa importada * Baja variedad de productos	confianza	<b>Ley Orgánica de Defensa del Consumidor</b> <b>Art 4.</b> Derechos a más de los establecidos en la constitución Política de la Republica, tratados o convenios internaciones, legislación interna, principios generales del derecho y costumbre mercantil.
Proveedores	* Lealtad * Incrementar la solicitud de materiales	* Escases de fabricantes locales y nacionales	Lealtad	<b>Ley Orgánica de Defensa del Consumidor</b> <b>Art 18.</b> Entrega de bien o prestación del servicio: todo proveedor está en la obligación de entregar o prestar, oportuna y eficientemente el bien o servicio, de conformidad a las condiciones establecidas de mutuo acuerdo
GAD Municipalidad de Ambato	* Generar emprendimiento * Preferencia de Producción Nacional	Contrabando de mercadería	Legal	Ministerio de Industrias y Productividad a través de la Secretaria de Mipymes y Artesanías Promover el desarrollo sostenible y sustentable de las pequeñas y medianas empresas a través de la generación de políticas públicas y estrategias incentivando emprendimientos, formación, capacidades productivas, la creación de redes y cadenas productivas logrando inserción en mercados nacionales e internacionales

Ministerio del Medio Ambiente	Cuidado del medio ambiente	Contaminación en el ecosistema	Seguridad	<p><b>LEY DE GESTION AMBIENTAL Art. 2.-</b> La gestión ambiental se sujeta a los principios de solidaridad, corresponsabilidad, cooperación, coordinación, reciclaje y reutilización de desechos, utilización de tecnologías alternativas ambientalmente sustentables y respecto a las culturas y prácticas tradicionales.</p> <p><b>Art. 33.-</b> Establece como instrumentos de aplicación de las normas ambientales los siguientes: parámetros de calidad ambiental, normas de efluentes y emisiones, normas técnicas de calidad de productos, régimen de permisos y licencias administrativas, evaluaciones de impacto ambiental, listados de productos contaminantes y nocivos para la salud humana y el medio ambiente, certificaciones de calidad ambiental de productos y servicios y otros que serán regulados en el respectivo reglamento.</p>
Plan del buen vivir - Transformación de la Matriz Productiva	Participación activa de individuos y colectividades para su propio negocio	Falta de crecimiento productivo	Innovación	<p><b>Objetivo 10.</b> Impulsar la transformación de la matriz productiva. Los desafíos actuales deben orientar la conformación de nuevas industrias y la promoción de nuevos sectores con alta productividad, competitivos, sostenibles, sustentables y diversos, con visión territorial y de inclusión económica en los encadenamientos que generen. Deben impulsar la gestión de recursos financieros y no financieros, profundizar la inversión pública como generadora de condiciones para la competitividad sistémica, impulsar la contratación pública y promover la inversión privada.</p>

<p>Instituto Ecuatoriano de Normalización – INEN</p>	<p>Identificación de materiales en la prenda de vestir e indicaciones al usar.</p>	<p>Falta de verificación en las etiquetas del material el cual está hecho la prenda</p>	<p><b>REGLAMENTO TÉCNICO ECUATORIANO RTE INEN 013:2013 “ETIQUETADO DE PRENDAS DE VESTIR, ROPA DE HOGAR Y COMPLEMENTOS DE VESTIR”</b></p> <p>4.1 La información presentada en las etiquetas no debe ser falsa, equívoca o engañosa, o susceptible de crear una expectativa errónea respecto a la naturaleza del producto.</p> <p>4.2 La información debe indicarse en las etiquetas con caracteres claros, visibles, indelebles y fáciles de leer para el consumidor.</p> <p>4.3 Para la fabricación de las etiquetas permanentes se debe utilizar cualquier material que no produzca incomodidad al consumidor, sin que se afecte su calidad con los procesos posteriores de lavado y planchado casero o de lavandería.</p> <p>4.4 Las dimensiones de las etiquetas permanentes deben ser tales que permitan contener la información mínima requerida en este reglamento técnico ecuatoriano.</p> <hr/> <p><b>5. REQUISITOS DE ETIQUETADO</b></p> <p>5.1 Etiquetas permanentes</p> <p>5.1.1 La información debe expresarse en idioma español, sin perjuicio de que además se preséntela información en otros idiomas.</p> <p>5.1.3 La etiqueta permanente debe contener la siguiente información mínima, la cual debe estar acorde con lo establecido en la NTE INEN 1875:</p> <p>5.1.3.1 Talla para prendas y complementos de vestir.</p> <p>5.1.3.3 Porcentaje de fibras textiles y/o de cuero utilizados.</p> <p>5.1.3.4 Razón social e identificación fiscal (RUC) del fabricante o importador.</p> <p>5.1.3.5 País de origen.</p> <p>5.1.3.6 Instrucciones de cuidado y conservación.</p>
--	--	---	--

**Elaborado por:** Naranjo Jenny

**Fuente:** Investigación de campo

## Capítulo II

### Descripción del emprendimiento

#### 1. Nombre del emprendimiento

Elaboración y Comercialización de ropa deportiva a base de fibra biodegradable que contribuya al medio ambiente en provincia de Tungurahua

#### 2. Localización geográfica

##### MACROLOCALIZACION

**Tabla 2: Macro localización**

<b>País</b>	Ecuador
<b>Región</b>	Sierra
<b>Provincia</b>	Tungurahua
<b>Zona</b>	3

**Elaborado por:** Naranjo Jenny

**Fuente:** Investigación

##### MICRO LOCALIZACIÓN

**Tabla 3: Micro localización**

<b>Cantón</b>	Ambato
<b>Sector</b>	Unamuncho
<b>Barrio</b>	La Primavera

**Elaborado por:** Naranjo Jenny

**Fuente:** Investigación

### 3. Justificación

“Hoy día las personas prefieren llevar ropa deportiva que se puede utilizar diariamente, por lo que se quiere ofrecer la oportunidad de reducir impactos ambientales negativos a través de la sustitución de productos de alto impacto”.(Nam et al., 2017)

Para que un textil sea certificado como ecológico en su proceso debe minimizar el impacto ambiental, usando adecuadamente los recursos naturales, reduciendo la energía, el agua, no usar procesos químicos sino físicos y mecánicos, utilizar elementos biodegradable que no dañe a los obreros ni consumidores finales.(Villegas Marín & González Monroy, 2013)

Esta fibra natural de mayor uso en la industria textil, estimando un 2.5% de la superficie agrícola global y su producción es de 25 millones de TM anuales siendo los principales productores China, EEUU y Pakistán.

Los ejes principales de un diseño de moda ético o ecológico giran en torno al cuidado del ambiente, observando que la materia prima sea orgánica en todo momento o que se haya empleado menor cantidad de pesticidas posibles, los colorantes también se apegan a que sean solo un 35% de sus componentes químicos o sintéticos.(Bur, 2013)

La moda ecológica va desde el resguardo de la biodiversidad, la manufactura con fibras vegetales hasta la ejecución de transformación limpia, reciclaje y ahorro de energía..(Sanchez, s. f.)

La industria textil ha ido tomando importantes decisiones que impactaran no solo en las fibras que son comunes para el vestido sino también cambiara el uso y el trato que se le da a las prendas de vestir con el fin de evitar que la prenda se ensucie fácilmente logrando así un ahorro de agua, contaminando menos con los detergentes y suavizantes usados.(Bur, 2013)

Las empresas de la industria textil y de la indumentaria se encuentran ante el desafío que plantea el desarrollo sustentable, promoviendo la equidad social y una establece relación no destructiva con el medio ambiente satisfaciendo las necesidades presentes sin comprometer las posibilidades futuras, de hecho algunas empresas comenzaron a diseñar estrategias de marketing teniendo en cuenta al ecosistema con el fin de competir con un nuevo modelo de negocios que contemplan nuevas tendencias de la sociedad.(Bur, 2013)

La actividad de confección ecuatoriana en los últimos seis años ha ido creciendo considerablemente, mediante las salvaguardias puestas por el Gobierno Nacional y posteriormente al propio desarrollo del sector.

La tercera principal actividad manufacturera de la provincia es la rama textil específicamente en la fabricación de prendas de vestir generando empleo, las cuales se encuentran reforzadas por toda una infraestructura de empresas proveedoras de insumos y de servicios las que en conjunto forman todo el clúster textil y de confecciones.

Ambato es considerada como la cuarta ciudad en importancia del Ecuador siendo promotora industrial y comercial para la economía del centro del país y del Ecuador, gracias a las industrias predominantes que se encuentran en la ciudad.

#### **4. Objetivos**

##### **Objetivo general.**

- Desarrollar un estudio de factibilidad para la elaboración y comercialización de ropa deportiva a base de fibra biodegradable como el algodón orgánico, contribuyendo con el medio ambiente en la provincia de Tungurahua.

##### **Objetivos específicos**

- Realizar un estudio de mercado para la elaboración y comercialización de ropa deportiva a base de fibra biodegradable como el algodón orgánico, contribuyendo con el medio ambiente en la provincia de Tungurahua.
- Elaborar un estudio técnico del proyecto de emprendimiento que nos permita identificar el tamaño, la localización y la ingeniería del mismo.
- Elaborar un estudio financiero que permita establecer la viabilidad del proyecto.

## **5. Beneficiarios**

Existen beneficiarios directos que participaran directamente y se beneficiara de la implementación uno de ellos es el estado a través del cuidado del medio ambiente beneficiando a la sociedad

El municipio a través del GIDSA beneficiando a la población de Ambato con responsabilidad social y ambiental.

La Universidad Técnica de Ambato a través de la investigación benéfica al estudiante de la misma forma a la sociedad debido a que se realizara la implantación de un nuevo proyecto innovador que serán dirigidas para hombre y mujeres de 15 años en adelante que gusten vestir a la moda con diseños exclusivos brindando calidad de la tela biodegradable como el algodón orgánico, la cual es bastante liviana de fácil lavado que no se encoge ni se estira, el uso de la misma ayudara al cuidado de la salud. Así mismo ofrecer a nuestros clientes accesibilidad económica, el cual dará satisfacción de sus necesidades, diferenciándonos de la competencia asegurando el éxito en el mercado.

## **6. Resultados a alcanzar**

- Contribuir con el manejo ambiental a través de materias primas menos contaminantes, minimizando los residuos mediante reciclaje recalando la realización de prácticas de eco diseño que almacenan las necesidades del proceso productivo de tal manera conservar la calidad.
- Impulsar un cambio de actitud sustancial al consumidor nacional, no solo para el sector textil y de confecciones, sino valoración y aceptación de lo producido por las manos y el ingenio de los ecuatorianos, buscando posicionarse con marcas nacionales tanto interior como exterior del país.
- Generar unidades productivas aportando a la matriz productiva y así mejorar la calidad de vida de las personas involucradas en la empresa ayudando a disminuir la tasa de migración existente en el país.

## **Capítulo III.**

### **3. Estudio de Mercado**

“El estudio de mercado es la investigación para conocer la situación, las características del entorno que va a rodear a la empresa en referencia a la competencia, la tipología de las personas y sus gustos”(Parres, 2015, p. 43).

A través del estudio de mercado se realiza una iniciativa empresarial con el fin de verificar la viabilidad de las actividades a realizar. Ya sea para conocer los factores que afectan al desarrollo comercial en el mercado, si el producto adapta a las necesidades del cliente, definiendo puntos estratégicos los cuales ayudaran a minimizar los riesgos.

#### **Objetivo General:**

Desarrollar un estudio de mercado para demostrar la factibilidad de la elaboración y comercialización de ropa deportiva a base de fibra biodegradable que contribuya al mejoramiento y conservación del medio ambiente en la provincia de Tungurahua

#### **Objetivos Específicos**

- Determinar cuál es el segmento de mercado al que va dirigido la ropa deportiva a base de fibra biodegradable.
- Establecer la demanda de ropa deportiva en la ciudad de Ambato.
- Establecer los medios de comunicación que se empleara para dar a conocer la ropa deportiva a base de fibra biodegradable.
- Desarrollar estrategias adecuadas que contribuyan al posicionamiento de la ropa deportiva a base de fibra biodegradable.

### 3.1.Descripción de producto, características y usos

#### Descripción del producto

Son prendas elaboradas a base de fibra biodegradable como es la tela de algodón orgánico que cubren la mayor parte de la piel contra los rayos solares, evitando alergias o dermatitis, ofreciendo costuras perfiladas que dan forma al cuerpo, insumos de calidad que son de procedencia nacional como por ejemplo el cierre, hilos, etiquetas, bordados; esta ropa deportiva se puede utilizar para cualquier deporte o para otras actividades de su vida cotidiana.

**Tabla 4: Descripción materia prima**

<b>MATERIA PRIMA</b>	<b>BENEFICIOS</b>
<b>Tela Algodón Orgánico</b>	Absorbe y previene que la humedad se guarde entre su piel y en la prenda.
	Resistencia a muchas lavadas convirtiéndola en una prenda duradera
<b>Hilos</b>	Suavidad, Estiramiento, Fortaleza,
<b>Marcas</b>	Identificación de la prenda
<b>Etiquetas</b>	
<b>Tallas</b>	
<b>Cierre Metálico</b>	Seguridad
<b>Cordones</b>	Protección
<b>Bordado</b>	Innovación

**Elaborado por:** Naranjo Jenny

**Fuente:** Investigación Propia

Características del producto

**Tabla 5: Características producto**

<b>Características Generales</b>	<b>Propiedades Químicas</b>
Comodidad Flexible Soporte	<b>TELA</b>
	90% agua
	60% energía
	100% algodón orgánico
	<b>Hilos</b>
	50% Algodón
	50% Poliéster
	<b>Marcas</b>
	Poliéster
	Cuero
	<b>Etiquetas</b>
	Poliéster
	<b>Tallas</b>
	Poliéster
	<b>Cierre</b>
	Metálico
<b>Bordado</b>	
Hilos	

**Elaborado por:** Naranjo Jenny

**Fuente:** Investigación Propia

## Usos

El consumo de ropa deportiva permite esquematizar grandes tendencias como la compra y su uso afectando a un público muy amplio para gente más joven y más popular esta ropa hace referencia a la práctica deportiva y a las marcas, valorando calidad – precio que incide en cada prenda.(Desbordes, Ohl, & Tribou, 2001, p. 122)

En la actualidad la mayoría de personas visten con ropa deportiva, ventajosamente hay varias actividades o ejercicios que pueden realizarlas desde su casa o en grupos sociales sin tener inconvenientes al usar las prendas deportivas, de tal manera el cliente encuentre satisfacción en el producto.(González, Hernández-Marin, & Lorig, 2013)

### **Los materiales para las prendas deportivas son:**

- Tela algodón orgánico
- Hilos
- Marcas
- Etiquetas
- Tallas
- Cierre Metálico
- Cordones
- Bordados

La iniciativa de usar prendas deportivas es dar diferencia con la tecnología actual, brindando libertad de movimientos, resaltando la belleza física de la persona, por otra parte se siente bien saber que estamos contribuyendo al cuidado del medio ambiente usando prendas ecológicas.

En el uso de la ropa deportiva interfieren los bienes de comparación debido que el cliente al momento de adquirir la prenda compara con otra respecto a la calidad, precio y posiblemente el estilo.

### 3.1.1 Segmentación del mercado

La segmentación de mercado constituye un intento por parte de una empresa ampliando la precisión en el marketing masivo, en el cual el vendedor se centra en la producción, distribución y promoción de un producto para los compradores (*Análisis de mercados*, 2008).

El análisis de un segmento de mercado se refiere a los clientes a los cuales se pretende vender un producto o un servicio, agrupando y seleccionando a los compradores según sus necesidades ordinarias hasta encontrar un segmento de interés (Rendón, 2014).

Al realizar una segmentación de mercado hablamos de identificar y analizar el perfil de distintos grupos de consumidores determinando al mercado objetivo.

**Tabla 6: Segmentación de mercado**

Variable de Segmentación	Variable Principal		Fuente	Año
Geográfica	Ecuador	7.302.964	INEC	2011
Geográfica	Tungurahua	504,583	INEC	2011
Demográfica	Ambato (MUJERES)	170,026	INEC	2011
Demográfica	Ambato (HOMBRES)	159,83	INEC	2011
Demográfica	Ambato (MUJERES) Edad de 20 a 60 años con ingresos de 419 dólares	62,269	INEC	2011
Demográfica	Ambato (HOMBRES) Edad de 20 a 60 años con ingresos de 419 dólares	55,743	INEC	2011
Demográfica	Ambato (MUJERES) Edad de 20 a 60 años con ingresos de 419 dólares 30 %	18680	INEC	2011
Demográfica	Ambato (HOMBRES) Edad de 20 a 60 años con ingresos de 419 dólares 70%	39020	INEC	2011
		<b>57700</b>		

Elaborado por: Naranjo Jenny

Fuente: INEC

### 3.1.2. Proyección de mercado

La tasa de crecimiento Porcentual (TCP), se realiza mediante el cálculo del año 2017 al 2021 obteniendo como resultado la (TCP) para hombres y mujeres del 4.70% la misma que se proyectó hasta el año 2021 recalcando que en el año en mención se ha incrementado el mercado a 69.334 hombres y mujeres.

**Tabla 7: Proyección de mercado**

<b>AÑO</b>	<b>MERCADO</b>	<b>TCP (CRECIMIENTO)</b>
2017	57,700	4.70%
2018	60,411	4.70%
2019	63,250	4.70%
2020	66,222	4.70%
2021	69,334	4.70%

Elaborado por: Naranjo Jenny

Fuente: INEC

### 3.1.3. Método de la investigación

Investigación Cuantitativa

Índole descriptiva para comprender los efectos de diversos insumos promocionales en el consumidor, este enfoque se conoce como positivismo cuya finalidad es predecir el comportamiento del consumidor, el método utilizado en la investigación se dan principalmente de las ciencias naturales que consiste en las técnicas de encuesta. Los resultados son descriptivos si se utiliza una muestra probabilística generalizándose a poblaciones más grandes, permitiendo realizar un análisis estadístico complejo. (Schiffman & Kanuk, 2005, p. 27)

Por medio de la investigación cuantitativa determinamos una causa y un efecto de las cosas, para la existencia de esta metodología es necesario que entre los elementos afectados tengan una relación numérica definiendo exactamente donde inicia el problema, y a qué dirección va, obteniendo resultados ya sean descriptivos o generalizados.

### **3.1.4. Encuesta**

Instrumento de captura de información que solo puede utilizarse en situaciones determinadas en las que se requiera capturar la información recogida estructurada en la población objeto de estudio(Martín, 2011, p. 14).

A través de la encuesta recopilamos datos para obtener información de la población en estudio sobre un tema específico. Las encuestas se enfocan en un propósito que se lleva a cabo dependiendo de una metodología específica y de los objetivos alcanzar.

### **3.1.5. Población**

Definir a quien se va a estudiar, si la población en estudio es pequeña debe estudiarse todos sus miembros, pero si es grande debe escoger una muestra representativa con base a la población deseada como meta(Namakforoosh, 2000, p. 77).

La población es un grupo de personas o elementos con características previamente determinadas para ser un objeto de estudio. Siendo hombre y mujeres en la edad comprendida de 20 a 50años con ingresos de 419 mensuales.

### **3.1.6. Calculo de la muestra**

Para el cálculo estadístico de la muestra se calcula con el número de sujetos que se extrajo de una población para que los datos sean representativos. Por consiguiente se aplicara la fórmula de muestreo finito que consiste en la selección de una parte de los elementos de la población, para el cálculo utilizaremos los siguientes datos:

**Datos:**

n= ?

Z= (Nivel de confianza del 95%)

Z = 1.96

P= (Probabilidad de ocurrencia) 0.5

Q= (Probabilidad de no ocurrencia) 0.5

N= Población en estudio. Mercado meta proyectado = 69334

e= Error de muestreo 0.05 (5%)

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 N p q}{e^2 (N - 1) + Z_{\alpha}^2 p q}$$

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5 * 69334}{1,96^2 * 0,5 * 0,5 + (69334) * 0,05^2}$$

$$n = \frac{3.8 * 0.5 * 0.5 * 69334}{3.8 * 0.5 * 0.5 + 173}$$

$$n = 65867 / 174$$

$$n = 379$$

### 3.2. Análisis e interpretación de los resultados

#### Pregunta 1. Edad

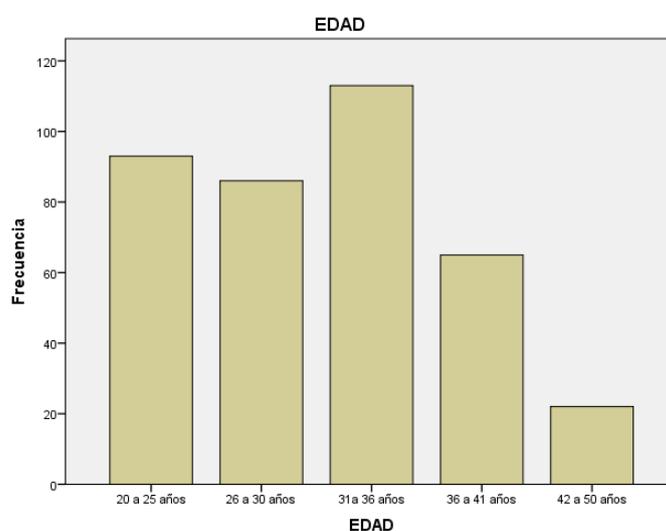
**Tabla 8: Edad**

EDAD				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	20 a 25 años	93	24,5	24,5
	26 a 30 años	86	22,7	47,2
	31a 36 años	113	29,8	77,0
	36 a 41 años	65	17,2	94,2
	42 a 50 años	22	5,8	100,0
	Total	379	100,0	100,0

**Elaborado por:** Naranjo Jenny

**Fuente:** Encuestas

**Ilustración 3: Pregunta 1**



**Elaborado por:** Naranjo Jenny

**Fuente:** Encuestas

#### **Interpretación :**

En la ciudad de Ambato tenemos como resultado a hombres y mujeres en la edad comprendida de 20 a 50 años de edad, siendo nuestro mercado meta para la compra de nuestro producto de elaboración y comercialización de ropa deportiva de fibra biodegradable como es el algodón orgánico.

## Pregunta 2. Genero

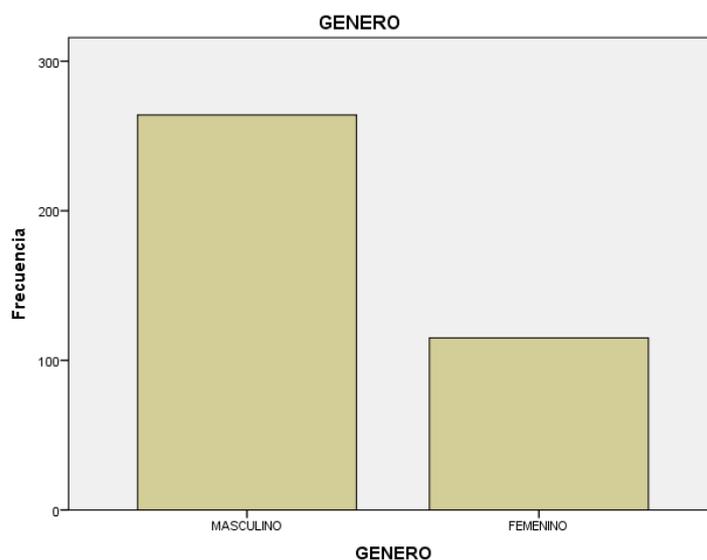
**Tabla 9: Genero**

GENERO				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	MASCULINO	264	69,7	69,7
	FEMENINO	115	30,3	100,0
	Total	379	100,0	100,0

**Elaborado por:** Naranjo Jenny

**Fuente:** Encuestas

**Ilustración 4: Pregunta 2**



**Elaborado por:** Naranjo Jenny

**Fuente:** Encuestas

### **Interpretación :**

Según los resultados obtenemos que en la población de Ambato pertenece al 30.3% al género femenino y el 69.7% representado al género masculino, indicando que los hombres tuvieron más amplitud para contestar la encuesta ya que a menudo ellos están constantemente informados acerca de la ropa deportiva y mucho más si es de tela orgánica.

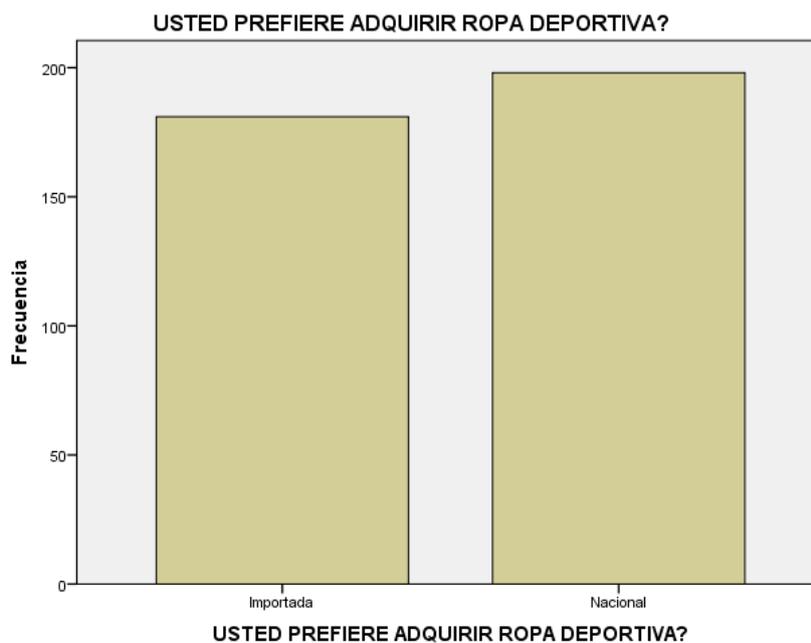
### Pregunta 3. Usted prefiere adquirir ropa deportiva?

Tabla 10: *Preferencia de adquisición de ropa deportiva?*

USTED PREFIERE ADQUIRIR ROPA DEPORTIVA?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Importada	181	47,8	47,8
	Nacional	198	52,2	100,0
	Total	379	100,0	100,0

Elaborado por: Naranjo Jenny  
Fuente: Encuestas

Ilustración 5: *Pregunta 3*



Elaborado por: Naranjo Jenny  
Fuente: Encuestas

#### Interpretación :

El 52.2% de personas prefieren adquirir ropa deportiva nacional, obteniendo la oportunidad de elaborar la prenda a base de fibra biodegradable la misma que promueve la valoración hacia el producto nacional y el 47.8% prefieren ropa deportiva importada debido a que existe de importaciones ilegales.

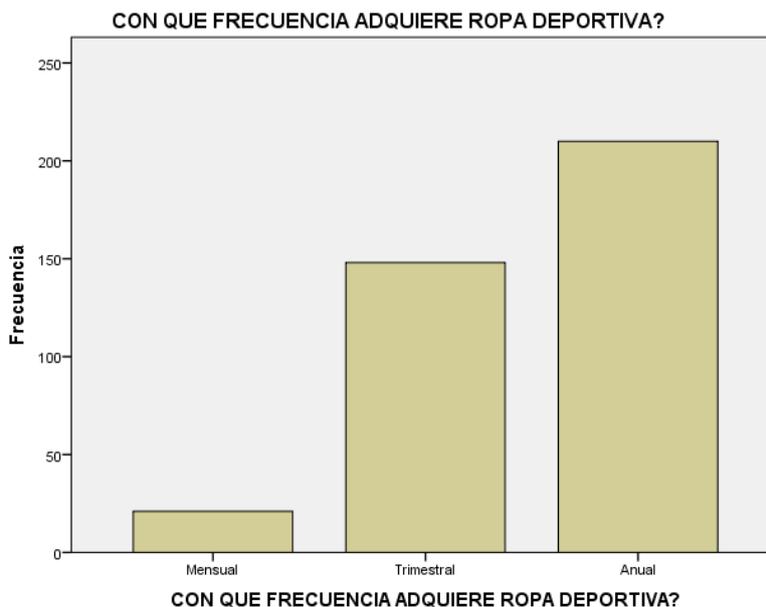
#### Pregunta 4. Con que frecuencia adquiere ropa deportiva?

*Tabla 11: Frecuencia que adquiere ropa deportiva?*  
**CON QUE FRECUENCIA ADQUIERE ROPA DEPORTIVA?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Mensual	21	5,5	5,5
	Trimestral	148	39,1	44,6
	Anual	210	55,4	100,0
	Total	379	100,0	100,0

**Elaborado por:** Naranjo Jenny  
**Fuente:** Encuestas

*Ilustración 6: Pregunta 4*



**Elaborado por:** Naranjo Jenny  
**Fuente:** Encuestas

#### **Interpretación :**

Según los resultados tenemos que el 55.4% de la población de Ambato prefiere adquirir ropa deportiva anualmente debido que la economía del país no esta totalmente estable, el 39.1% de trimestralmente según los ingresos que presenten cada tres meses y mensualmente el 5.5%.

**Pregunta 5. Cuáles son los factores primordiales que usted busca en la ropa deportiva?**

**Tabla 12: Factores primordiales que usted busca en la ropa deportiva?**

**CUALES SON LOS FACTORES PRIMORDIALES QUE USTED BUSCA EN LA ROPA DEPORTIVA?**

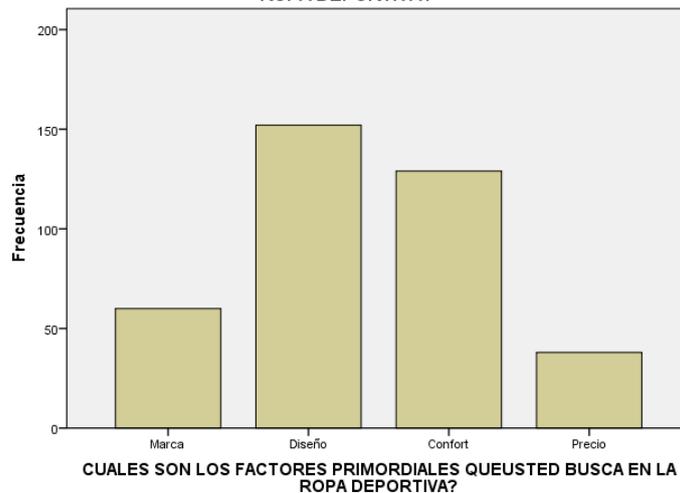
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Marca	60	15,8	15,8	15,8
Diseño	152	40,1	40,1	55,9
Válidos Confort	129	34,0	34,0	90,0
Precio	38	10,0	10,0	100,0
Total	379	100,0	100,0	

**Elaborado por:** Naranjo Jenny

**Fuente:** Encuestas

**Ilustración 7: Pregunta 5**

**CUALES SON LOS FACTORES PRIMORDIALES QUE USTED BUSCA EN LA ROPA DEPORTIVA?**



**Elaborado por:** Naranjo Jenny

**Fuente:** Encuestas

**Interpretación :**

En la ciudad de Ambato la mayoría de personas al comprar una prenda deportiva su factor principal es el diseño, debido a la variedad existente en el mercado, motivo por el cual se debemos frecuentemente innovar por otro lado no es tan primordial el precio ya si ofrecemos al mercado una prenda de calidad el cliente estará satisfecho.

**Pregunta 6. Satisface sus expectativas en cuanto a la calidad y precio de las prendas deportivas que ofrece el mercado?**

**Tabla 13: Satisfacción de expectativas en cuanto a la calidad**

**SATISFACE SUS EXPECTATIVAS EN CUANTO A LA CALIDAD Y PRECIO DE LAS PRENDAS DEPORTIVAS QUE OFRECE EL MERCADO?**

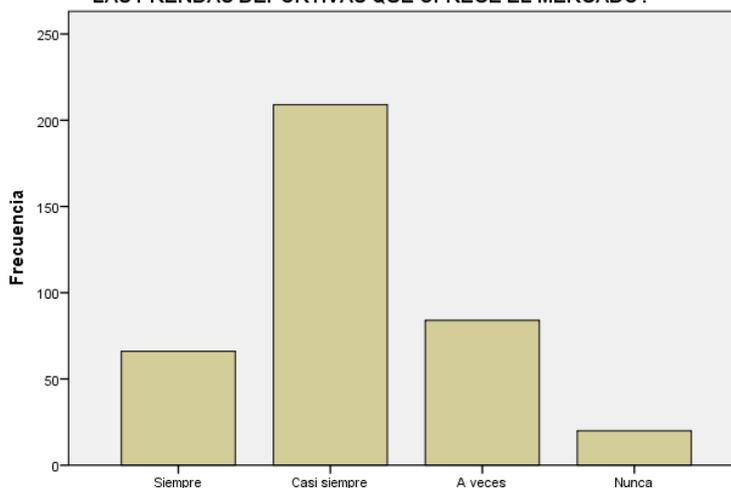
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	66	17,4	17,4	17,4
Casi siempre	209	55,1	55,1	72,6
Válidos A veces	84	22,2	22,2	94,7
Nunca	20	5,3	5,3	100,0
Total	379	100,0	100,0	

**Elaborado por:** Naranjo Jenny

**Fuente:** Encuestas

**Ilustración 8: Pregunta 6**

**SATISFACE SUS EXPECTATIVAS EN CUANTO A LA CALIDAD Y PRECIO DE LAS PRENDAS DEPORTIVAS QUE OFRECE EL MERCADO?**



**SATISFACE SUS EXPECTATIVAS EN CUANTO A LA CALIDAD Y PRECIO DE LAS PRENDAS DEPORTIVAS QUE OFRECE EL MERCADO?**

**Elaborado por:** Naranjo Jenny

**Fuente:** Encuestas

**Interpretación :**

Al ofertar una prenda deportiva se espera que satisfaga la calidad y el precio al consumidor de tal forma se recepto que casi siempre cumple la expectativa sin embargo obtenemos el 5.3% que no satisface el mismo que se deberá mejorar, buscando estrategias de mercado .

### Pregunta 7. Ha escuchado acerca de la ropa deportiva ecológica?

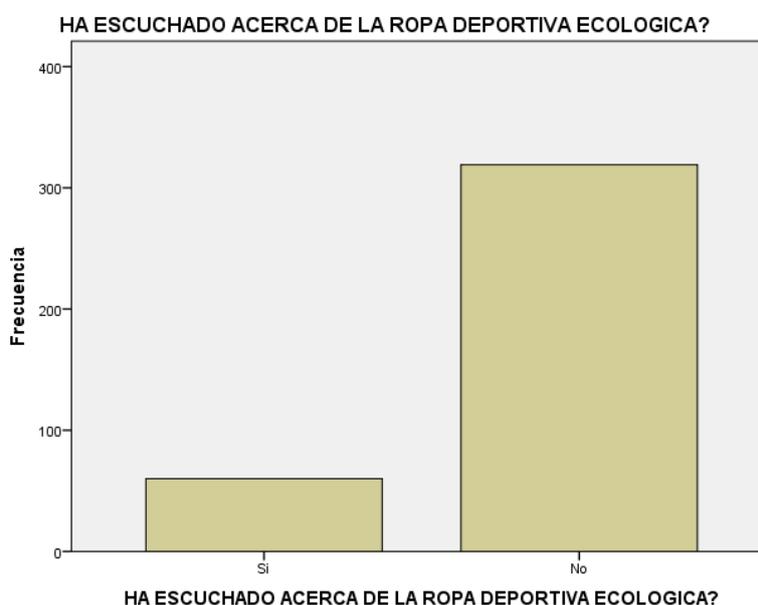
**Tabla 14: Ha escuchado de la ropa deportiva ecológica**

HA ESCUCHADO ACERCA DE LA ROPA DEPORTIVA ECOLOGICA?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Si	60	15,8	15,8	15,8
No	319	84,2	84,2	100,0
Total	379	100,0	100,0	

Elaborado por: Naranjo Jenny

Fuente: Encuestas

**Ilustración 9: Pregunta 7**



Elaborado por: Naranjo Jenny

Fuente: Encuestas

### Interpretación :

La mayoría de personas no se encuentra familiarizada con la ropa ecológica ya que en la ciudad existe un déficit al encontrar las prendas, por lo que se desarrollara estrategias de comercialización y promoción acerca de la ropa deportiva de fibra biodegradable.

**Pregunta 8. Considera usted que deberían elaborar prendas deportivas a base de fibra biodegradable como una forma de contribuir el medio ambiente?**

**Tabla 15: . Considera usted que deberían elaborar prendas deportivas a base de fibra biodegradable como una forma de contribuir el medio ambiente**

**CONSIDERA USTED QUE DEBERIAN ELABORAR PRENDAS DEPORTIVAS A BASE DE FIBRA BIODEGRADABLE COMO UNA FORMA DE CONTRIBUIR EL MEDIO AMBIENTE?**

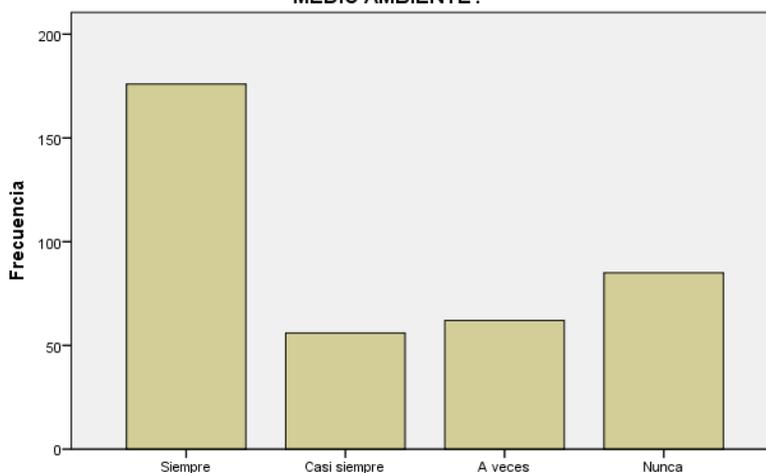
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	176	46,4	46,4	46,4
Casi siempre	56	14,8	14,8	61,2
Válidos A veces	62	16,4	16,4	77,6
Nunca	85	22,4	22,4	100,0
Total	379	100,0	100,0	

**Elaborado por:** Naranjo Jenny

**Fuente:** Encuestas

**Ilustración 10: Pregunta 8**

**CONSIDERA USTED QUE DEBERIAN ELABORAR PRENDAS DEPORTIVAS A BASE DE FIBRA BIODEGRADABLE COMO UNA FORMA DE CONTRIBUIR EL MEDIO AMBIENTE?**



**CONSIDERA USTED QUE DEBERIAN ELABORAR PRENDAS DEPORTIVAS A BASE DE FIBRA BIODEGRADABLE COMO UNA FORMA DE CONTRIBUIR EL MEDIO AMBIENTE?**

**Elaborado por:** Naranjo Jenny

**Fuente:** Encuestas

**Interpretación :**

Las personas encuestadas están netamente de acuerdo con la elaboración de prendas deportivas a base de fibra biodegradable como una forma de contribuir el medio ambiente siendo beneficiosas también para su salud, teniendo una aceptación del nuevo producto que se elaborar

**Pregunta 9. A través de qué medios desearía recibir información de las prendas deportivas de fibra biodegradable?**

**Tabla 16: Medios para recibir información de las prendas deportivas de fibra biodegradable**

**A TRAVÉS DE QUE MEDIOS DESEARÍA RECIBIR INFORMACIÓN DE LAS PRENDAS DEPORTIVAS DE FIBRA BIODEGRADABLE?**

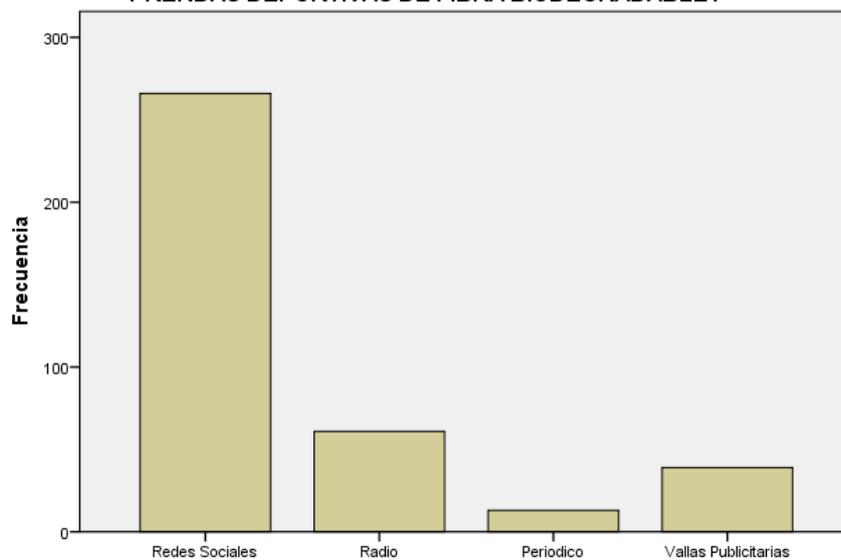
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Redes Sociales	266	70,2	70,2	70,2
Radio	61	16,1	16,1	86,3
Válidos Periodico	13	3,4	3,4	89,7
Vallas Publicitarias	39	10,3	10,3	100,0
Total	379	100,0	100,0	

Elaborado por: Naranjo Jenny

Fuente: Encuestas

**Ilustración 11: Pregunta 9**

**A TRAVÉS DE QUE MEDIOS DESEARÍA RECIBIR INFORMACIÓN DE LAS PRENDAS DEPORTIVAS DE FIBRA BIODEGRADABLE?**



**A TRAVÉS DE QUE MEDIOS DESEARÍA RECIBIR INFORMACIÓN DE LAS PRENDAS DEPORTIVAS DE FIBRA BIODEGRADABLE?**

Elaborado por: Naranjo Jenny

Fuente: Encuestas

**Interpretación :**

La mayoría de personas encuestadas optaron por recibir información de las prendas deportivas de fibra biodegradable a través de redes sociales debido a que en la actualidad todos poseen de las mismas redes de la misma forma promocionar por este medio da resultados positivos.

**Pregunta10. En qué lugar le gustaría comprar ropa deportiva de fibra biodegradable?**

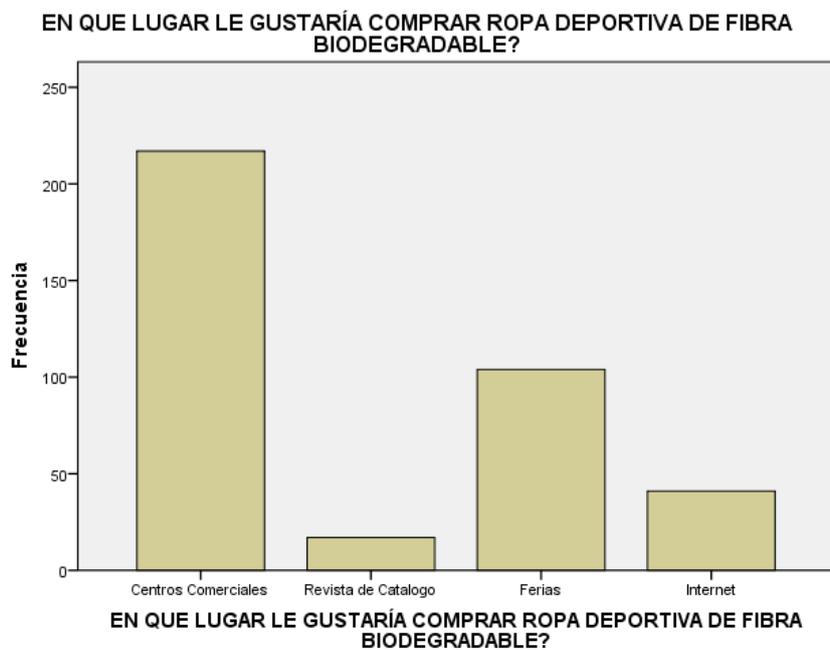
**Tabla 17: Lugar que le gustaría comprar ropa deportiva de fibra biodegradable**

EN QUE LUGAR LE GUSTARÍA COMPRAR ROPA DEPORTIVA DE FIBRA BIODEGRADABLE?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Centros Comerciales	217	57,3	57,3	57,3
Revista de Catalogo	17	4,5	4,5	61,7
Válidos Ferias	104	27,4	27,4	89,2
Internet	41	10,8	10,8	100,0
Total	379	100,0	100,0	

**Elaborado por:** Naranjo Jenny

**Fuente:** Encuestas

**Ilustración 12:Pregunta 10**



**Elaborado por:** Naranjo Jenny

**Fuente:** Encuestas

**Interpretación :**

El lugar de preferencia para la compra de ropa deportiva de fibra biodegradable son los centros comerciales ya que se pobra exhibir las prendas deportivas con más elegancia, pero sin dejar a un lado las famosas ferias siendo el segundo lugar de compra.

**Pregunta 11. Cuanto estaría dispuesto a pagar por la prenda deportiva elaborada con fibra biodegradable?**

**Tabla 18: Precio a pagar por la prenda deportiva elaborada con fibra biodegradable**

**CUANTO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR LA PRENDA DEPORTIVA ELABORADA CON FIBRA BIODEGRADABLE ?**

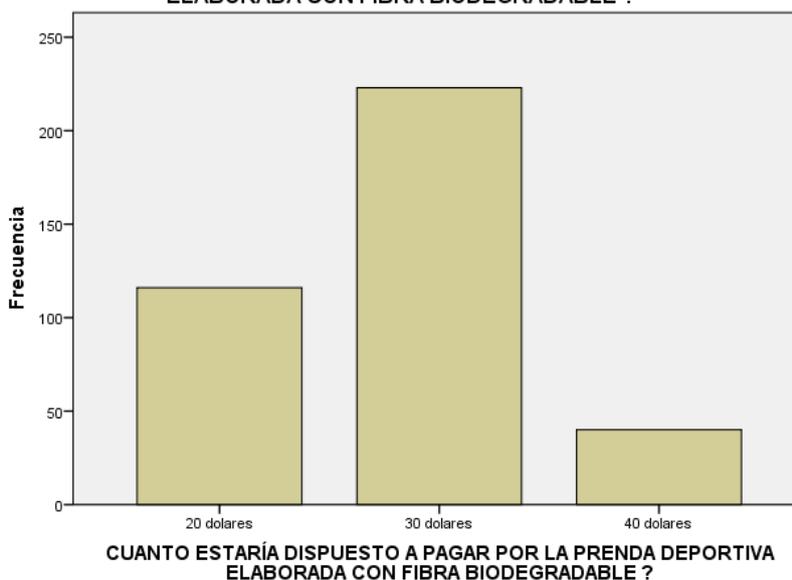
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 20 dólares	116	30,6	30,6	30,6
30 dólares	223	58,8	58,8	89,4
40 dólares	40	10,6	10,6	100,0
Total	379	100,0	100,0	

**Elaborado por:** Naranjo Jenny

**Fuente:** Encuestas

**Ilustración 13: Pregunta 11**

**CUANTO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR LA PRENDA DEPORTIVA ELABORADA CON FIBRA BIODEGRADABLE ?**



**Elaborado por:** Naranjo Jenny

**Fuente:** Encuestas

**Interpretación :**

Es preciso conocer la aceptación del precio que está dispuesto a pagar por parte del consumidor siendo un factor primordial para la elaboración de la prenda deportiva de fibra biodegradable obteniendo como precio oficial 30 dólares.

**Pregunta 12. Del siguiente listado ¿Cuál de estos nombres preferiría para la marca de ropa deportiva de fibra biodegradable?**

**Tabla 19: Elección para la marca de ropa deportiva de fibra biodegradable**

**DEL SIGUIENTE LISTADO ¿CUÁL DE ESTOS NOMBRES PREFERIRÍA PARA LA MARCA DE ROPA DEPORTIVA DE FIBRA BIODEGRADABLE?**

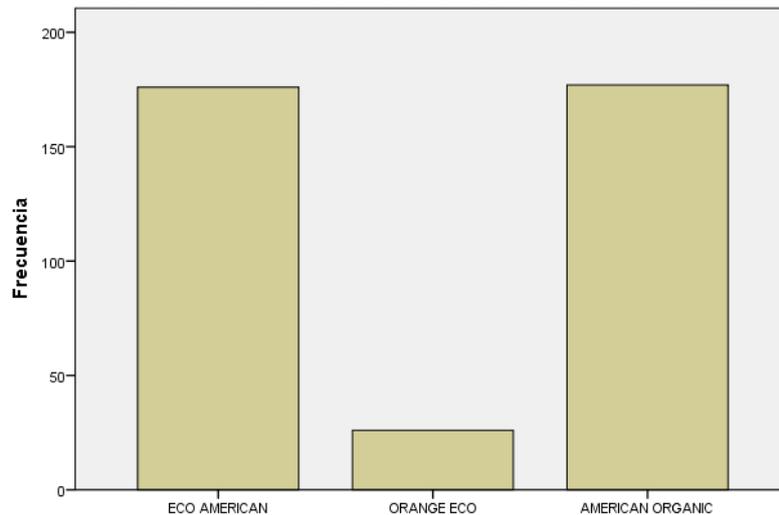
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
ECO AMERICAN	176	46,4	46,4	46,4
ORANGE ECO	26	6,9	6,9	53,3
AMERICAN ORGANIC	177	46,7	46,7	100,0
Total	379	100,0	100,0	

**Elaborado por:** Naranjo Jenny

**Fuente:** Encuestas

**Ilustración 14: Pregunta 12**

**DEL SIGUIENTE LISTADO ¿CUÁL DE ESTOS NOMBRES PREFERIRÍA PARA LA MARCA DE ROPA DEPORTIVA DE FIBRA BIODEGRADABLE?**



**DEL SIGUIENTE LISTADO ¿CUÁL DE ESTOS NOMBRES PREFERIRÍA PARA LA MARCA DE ROPA DEPORTIVA DE FIBRA BIODEGRADABLE?**

**Elaborado por:** Naranjo Jenny

**Fuente:** Encuestas

**Interpretación :**

Finalmente la marca con mayor valoración está definida por American Organic siendo una marca que determina ser orgánica será con los colores que representen lo orgánico y el cuidado del medio ambiente y sin dejar a un lado el cuidado de la piel.

### 3.2. Estudio de la demanda

#### 3.2.1. Cálculo de la demanda de la empresa

A partir de la muestra de 379 personas, se determina el cálculo de la demanda realizado acorde a las respuestas de la pregunta # 8 acerca de la elaboración de prendas deportivas a base de fibra biodegradable.

**Pregunta 8.- Considera usted que deberían elaborar prendas deportivas a base de fibra biodegradable como una forma de contribuir el medio ambiente?**

**Tabla 20: Cálculo de la demanda de la empresa**

PREGUNTA	FRECUENCIA	TOTAL MUESTRA	PORCENTAJE	TOTAL POBLACION	FRECUENCIA MERCADO OBJETIVO
Siempre	176	379	46,40%	69.334	32.171

Elaborado por: Naranjo Jenny

Fuente: Estudio de Mercado

**Tabla 21: Proyección de la demanda de la empresa**

AÑO	MERCADO	TCP (CRECIMIENTO)
2017	32.171	4,70%
2018	33.683	4,70%
2019	35.266	4,70%
2020	36.924	4,70%
2021	38.659	4,70%

Elaborado por: Naranjo Jenny

Fuente: Estudio de Mercado

#### Análisis

Una vez realizado los cálculos correspondientes entre el porcentaje de la aceptación del producto y el mercado meta del año 2017, se puede decir que 38.659 personas están dispuestas a adquirir ropa deportiva a base de fibra biodegradable.

#### 3.2.2. Cálculo de la demanda del producto

Para el siguiente cálculo se utilizó la pregunta 4 y la pregunta 8 con respuestas de siempre deberían elaborar prendas deportivas a base de fibra biodegradable como una forma de contribuir el medio ambiente, obteniendo un total de 32.171 personas.

**Tabla 22: Pregunta 4 para el calculo de la demanda de productos**

**CON QUE FRECUENCIA ADQUIERE ROPA DEPORTIVA?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Mensual	21	5,5	5,5
	Trimestral	148	39,1	44,6
	Anual	210	55,4	100,0
	Total	379	100,0	100,0

**Elaborado por:** Naranjo Jenny

**Fuente:** Estudio de mercado

**Tabla 23: Calculo de la demanda en productos**

Total Personas		%	=	Personas que demandaran del producto	*	Promedio respuestas	=	Demanda
32,171	*	10,10%	=	3,25	*	0,5	=	1,62
32,171	*	43,50%	=	13,99	*	1,5	=	21,0
32,171	*	46,40%	=	14,93	*	6	=	89,56
							MENSUAL	112,18
							ANUAL	1346,16

**Elaborado por:** Naranjo Jenny

**Fuente:** Estudio de mercado

La demanda de productos se obtiene multiplicando el número de empresas que adquirirán ropa deportiva a base de fibra biodegradable que es de 32.171, por cada uno de los porcentajes de la pregunta 4, obteniendo el número de empresas que demandaran el producto, a continuación se multiplica el promedio de respuestas de la pregunta 4 dando como resultado la demanda mensual y multiplicando por 12 meses una demanda anual.

**Tabla 24: Proyección demanda en productos**

AÑO	DEMANDA	TCP (CRECIMIENTO)
2017	1.346	4,70%
2018	1.409	4,70%
2019	1.475	4,70%
2020	1.544	4,70%
2020	1.617	4,70%

**Elaborado por:** Naranjo Jenny

**Fuente:** Estudio de mercado

**Ilustración 15: Proyección demanda en productos**



**Elaborado por:** Naranjo Jenny

**Fuente:** Encuestas

Para proyectar la demanda de productos se lo realiza mediante la tasa de crecimiento del sector textil de 4.70% lo cual representa 1.346 productos que adquirirá nuestro mercado objetivo en el año 2017 y para el año 2021 se tendrá una demanda de 1.617 productos.

### 3.3. Estudio de la oferta

#### 3.3.1. Cálculo de la oferta en la empresa

A partir de la muestra de 379 personas de la ciudad de Ambato, se determina el cálculo de la oferta, realizado acorde a las respuestas de la pregunta # 8 con respuestas de (NUNCA) obteniendo como resultado que la oferta es del 1,40% siendo tal porcentaje, el cual permitirá calcular el total de la población que es de 1520 empresas, obteniendo la frecuencia del mercado objetivo que es de 21,28 de organizaciones.

**Pregunta 8.- Considera usted que deberían elaborar prendas deportivas a base de fibra biodegradable como una forma de contribuir el medio ambiente?**

**Tabla 25: Cálculo de la oferta en la empresa**

PREGUNTA	FRECUENCIA	TOTAL MUESTRA	PORCENTAJE	TOTAL POBLACION	FRECUENCIA MERCADO OBJETIVO
Nunca	85	379	22,40%	69.334	15.531

Elaborado por: Naranjo Jenny

Fuente: Estudio de mercado

**Tabla 26: Proyección de la oferta en la empresa**

AÑO	MERCADO	TCP (CRECIMIENTO)
2017	15,531	4,70%
2018	16,261	4,70%
2019	17,025	4,70%
2020	17,825	4,70%
2021	18,663	4,70%

Elaborado por: Naranjo Jenny

Fuente: Estudio de mercado

La oferta para el año 2021, con una tasa de crecimiento porcentual del 4,70% es de 18.663 personas de la ciudad de Ambato.

### 3.3.2. Calculo de la oferta del producto

**Tabla 27: Calculo de la oferta en productos**

Total Empresas		%	=	Personas que no demandaran del producto	*	Promedio respuestas	=	Oferta
15,531	*	10,10%	=	1,57	*	0,5	=	0,78
15,531	*	43,50%	=	6,76	*	1,5	=	10,1
15,531	*	46,40%	=	7,21	*	6	=	43,24
							MENSUAL	54,16
							ANUAL	650

Elaborado por: Naranjo Jenny

Fuente: Estudio de mercado

La oferta de productos se obtiene multiplicando el número de personas de la ciudad de Ambato que no adquirirán la ropa deportiva a base de fibra biodegradable que es de 15.531 por cada uno de los porcentajes de la pregunta 4, obteniendo el número de personas que no demandaran el producto, a continuación se multiplica el promedio de respuestas de la pregunta 4 dando como resultado la oferta mensual y multiplicando por 12 meses obtenemos una oferta anual.

**Tabla 28: Proyección oferta en productos**

AÑO	OFERTA	TCP
2017	650	4,70%
2018	681	4,70%
2019	713	4,70%
2020	747	4,70%
2021	782	4,70%

Elaborado por: Naranjo Jenny

Fuente: Estudio de mercado

**Ilustración 16: Proyección oferta en productos**



Elaborado por: Naranjo Jenny

Fuente: Estudio de mercado

La proyección de la oferta en productos para el año 2021 será de 782 prendas deportivas.

### 3.4. Mercado potencial para el proyecto

**Tabla 29: DPI en productos**

AÑOS	Demanda del producto	Oferta del producto	DPI
2017	1.346	650	696,00
2018	1.409	681	728,00
2019	1.475	713	762,00
2020	1.544	747	797,00
2021	1.617	782	835,00

**Elaborado por:** Naranjo Jenny

**Fuente:** Estudio de mercado

El mercado potencial para el proyecto es la cantidad de prendas que demandara el sector textil en la ciudad de Ambato. El cálculo se da restando la demanda menos la oferta dando como resultado que la demanda potencial insatisfecha (DPI) en el año 2017 es de 696 y para el año 2021 se incrementara a un 835.

### 3.5. Cálculo del precio

El cálculo del precio se obtiene de la pregunta 11 de la encuesta tomando como referencia el mayor porcentaje de aceptación que es de 76.40% representado a \$30

**Tabla 30: Cálculo del precio**

**Cuanto estaría dispuesto a pagar por la prenda deportiva elaborada con fibra biodegradable como el algodón orgánico?**

RESPUESTA	FRECUENCIA MUESTRAL	FRECUENCIA MERCADO OBJETIVO	%
20 a 30 dólares	269	49,227	71,00
31 a 40 dólares	65	11,925	17,20
41 a dólares	45	8,251	11,90
<b>TOTAL</b>	<b>379</b>	<b>69334</b>	<b>100</b>

**Elaborado por:** Naranjo Jenny

**Fuente:** Estudio de mercado

**Tabla 31: Proyección del precio**

AÑOS	PRECIO	INFLACION
2017	30	3.38%
2018	30.3	1.10%
2019	30.6	1.10%
2020	30.9	1.10%
2021	31.2	1.10%

**Elaborado por:** Naranjo Jenny

**Fuente:** Estudio de mercado

Según los resultados de las personas encuestadas se determinó el precio que las personas de la ciudad de Ambato están dispuestas a pagar es de 30 dólares por la prenda deportiva de fibra biodegradable como el algodón orgánico, permitiéndonos calcular la

proyección con la inflación del 3.38% del año 2017, obteniendo 34.26 dólares precio que será ubicado para el año 2021.

### 3.6. Canales de comercialización

Circuitos establecidos con un recorrido desde la producción hasta el lugar del consumo, mediante la articulación de varios flujos de comercialización de bienes, financieros e informativos. Esto quiere decir que es una estructura organizada que permite articular los intercambios entre la producción y el consumo. (“canales de comercialización”, s. f.)

Actividades desarrolladas con el fin de facilitar la venta de una mercancía o un producto mediante agentes de comercialización como los minoristas, mayoristas e intermediarios.

### 3.7. Canales de distribución

Están formados por un conjunto de organizaciones y empresas cuya función es acercarse al mercado final, se puede emplear diferentes canales de distribución para la comercialización de los productos y servicios que ofrecen. Por otro lado existe un diseño de canales de distribución con múltiples decisiones complejas y condicionadas por diferentes factores relacionados con las características del bien como de los clientes, su infraestructura y los recursos disponibles. (Talaya & Romero, 2013, p. 151)

Secuencia de los productos desde el lugar de producción hasta el lugar de consumo, por otro lado las empresas y organizaciones actúan como intermediarios para la distribución del producto recalando que en cada intermediario ira incrementando su precio con su ganancia a convenir.

El proyecto tiene como canales de distribución directos e indirectos para la elaboración y comercialización de ropa deportiva a base de fibra biodegradable.

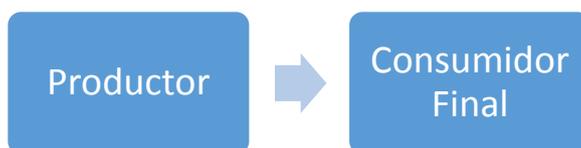
**Ilustración 17: Canal indirecto de distribución**



**Elaborado por:** Naranjo Jenny  
**Fuente:** Investigación de campo

El canal de distribución indirecto es desde el productor al intermediario y después al consumidor final.

### **Ilustración 18: Canal directo de distribución**



**Elaborado por:** Naranjo Jenny

**Fuente:** Investigación

El canal de distribución es directo del productor al consumidor final, ya que expende el producto en local propio.

### **3.8. Estrategias de comercialización**

Para el desarrollo de las estrategias de comercialización se realizara mediante el análisis de la matriz FODA en la cual identificamos factores de éxito internos como son las fortalezas y debilidades y factores de éxito externos como las oportunidades y amenazas a través de estos factores se planteara estrategias específicas aprovechando las fortalezas dejando un lado a las amenazas, otro factor importante es las oportunidades que ayudaran a eliminar las debilidades internas que tiene la organización.

El análisis FODA herramienta analítica con información limitada sobre la organización sirve como base para el control de plan de desarrollo de comercialización. (*Análisis Y Planeamiento*, s. f., p. 105)

Otro punto es el perfil de capacidad interna que nos permite evaluar las fortalezas y debilidades presentadas en la parte interna de la empresa en relación con las oportunidades y amenazas que se presentan en el medio externo de la misma. Es decir de esta manera se puede realizar un diagnóstico estratégico involucrando todas las categorías de capacidad que contiene la empresa sobre la que influyen los factores de una forma u otra. El perfil de oportunidades y amenazas del medio (POAM) es la metodología que permite identificar y valorar las amenazas y oportunidades potenciales de una empresa.

### 3.8.1. Matriz de factores claves de éxito interno

**Tabla 32: Matriz factores internos**

Matriz de factores de éxito interno									
FACTORES	Fortalezas			Debilidades			Impacto		
	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
	3	2	1	3	2	1	3	2	1
Estructura de la organización	X						X		
Innovación del producto	X						X		
Precios competitivos	X						X		
Variedad de diseños	X							X	
Personal Capacitado		X						X	
Marca sin posicionamiento					X		X		
Desconocimiento del producto				X			X		
Financiamiento a clientes					X		X		
Riesgos Laborales					X			X	
Déficit de estados financieros				X			X		
<b>TOTAL</b>	4	1	0	2	3	0	6	3	0
<b>TOTAL POR IMPACTO</b>	12	2	0	6	6	0	21	6	0
<b>TOTAL POR FACTORES</b>	14			12					

Elaborado por: Naranjo Jenny

Fuente: Encuestas

PONDERACION	
ALTO	3
MEDIO	2
BAJO	1

**Análisis:**

Establecidos los factores de éxito interno, observamos que las fortalezas causan mayor impacto sobre las debilidades, siendo factores importantes para la empresa las cuales llevan al éxito.

### 3.8.2. Matriz de ponderación de perfil de competencias internas

**Tabla 33: Ponderación matriz PCI**

<b>Matriz de ponderación</b>				
<b>N</b>	<b>Factores</b>	<b>Peso Factor</b>	<b>Ponderación</b>	<b>Valor Ponderado</b>
<b>FORTALEZA</b>				
1	Estructura de la organización	0,10	3	0,30
2	Innovación del producto	0,10	3	0,30
3	Precios competitivos	0,10	3	0,30
4	Variedad de modelos	0,15	2	0,30
5	Personal Capacitado	0,09	2	0,20
<b>DEBILIDADES</b>				
6	Marca sin posicionamiento	0,10	2	0,20
7	Desconocimiento del producto	0,09	3	0,27
8	Financiamiento a clientes	0,09	2	0,16
9	Riesgos Laborales	0,08	2	0,16
10	Déficit de estados financieros	0,10	3	0,30
<b>TOTAL</b>		1		2,49

**Elaborado por:** Naranjo Jenny  
**Fuente:** Investigación

<b>PONDERACION</b>	
<b>ALTO</b>	3
<b>MEDIO</b>	2
<b>BAJO</b>	1

#### **Análisis:**

A través de los factores más importantes de la tabla 30 se planteó el perfil de competencias interno (PCI) determinando a las fortalezas un alto impacto como es la

variedad de diseños y con un bajo impacto es el personal capacitado, por otro lado hay que tener en cuenta a las debilidades como los riesgos laborales y el financiamiento a los clientes.

### 3.8.3. Matriz de factores claves de éxito externo

**Tabla 34: Matriz factores externos**

FACTORES	Oportunidad			Amenaza			Impacto		
	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
	3	2	1	3	2	1	3	2	1
Conservación del medio ambiente	X							X	
Alta competencia					X			X	
Economía del país					X		X		
Accesibilidad de créditos		X						X	
Alianzas estratégicas		X						X	
Innovación tecnológica		X						X	
Incremento de la demanda en el mercado	X							X	
Productos sustitutos						X		X	
Altos costos de permisos ambientales				X			X		
Cambio de leyes tributarias					X			X	
<b>TOTAL</b>	2	3	0	1	3	1	2	8	0
<b>TOTAL POR IMPACTO</b>	6	6	0	3	6	1	6	16	0
<b>TOTAL POR FACTORES</b>	12			10					

Elaborado por: Naranjo Jenny

Fuente: Investigación

PONDERACION	
ALTO	3
MEDIO	2
BAJO	1

**Análisis:**

Establecidos los factores de éxito externo podemos observar que las oportunidades tienen mayor impacto sobre las amenazas, lo que es un factor importante para continuar con estrategias que implicaran el éxito externo.

### 3.8.4. Matriz de ponderación perfil oportunidades y amenazas

**Tabla 35: Matriz ponderación POAM**

<b>Matriz de ponderación</b>				
<b>N</b>	<b>Factores</b>	<b>Peso Factor</b>	<b>Ponderación</b>	<b>Valor Ponderado</b>
<b>OPORTUNIDAD</b>				
1	Conservación del medio ambiente	0,10	2	0,20
2	Accesibilidad de créditos	0,10	2	0,20
3	Alianzas estratégicas	0,11	2	0,22
4	Innovación tecnológica	0,10	2	0,20
5	Incremento de la demanda en el mercado	0,12	3	0,36
<b>AMENAZA</b>				
6	Alta competencia	0,09	2	0,18
7	Economía del país	0,10	3	0,30
8	Productos sustitutos	0,09	2	0,18
9	Altos costos de permisos ambientales	0,09	2	0,18
10	Cambio de leyes tributarias	0,10	3	0,30
<b>TOTAL</b>		1		2,32

**Elaborado por:** Naranjo Jenny

**Fuente:** Investigación

<b>PONDERACION</b>	
<b>ALTO</b>	3
<b>MEDIO</b>	2
<b>BAJO</b>	1

#### **Análisis:**

A través de los factores más relevantes de la tabla 32 se planteó el Perfil Oportunidades y Amenazas (POAM) en la que las oportunidades tiene un alto impacto como es el incremento de la demanda en el mercado y las alianzas estratégicas, con un bajo

impacto tenemos la accesibilidad de créditos, también se determinó las amenazas con un alto y bajo impacto.

### 3.8.5. Matriz FODA

**Tabla 36: Matriz FODA**

<b>FORTALEZA</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<b>F.1.</b> Estructura de la organización	<b>O.1.</b> Conservacion del medio ambiente
<b>F.2.</b> Innovacion del producto	<b>O.2.</b> Acesibilidad de créditos
<b>F.3.</b> Precios competitivos	<b>O.3.</b> Alianzas estratégicas
<b>F.4.</b> Personal Capacitado	<b>O.4.</b> Inovacion tecnológica
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZA</b>
<b>D.1.</b> Marca sin posicionamiento	<b>A.1.</b> Alta competencia
<b>D.2.</b> Desconocimiento del producto	<b>A.2.</b> Economia del país
<b>D.3.</b> Financiamiento a clientes	<b>A.3.</b> Productos sustitutos
<b>D.4.</b> Riesgos Laborales	<b>A.4.</b> Cambio de leyes tributarias

**Elaborado por:** Naranjo Jenny

**Fuente:** Investigación

### Análisis

La matriz FODA tiene como puntos clave de apalancamiento a las fortalezas y oportunidades que ningún competidor puede quitar en el mediano plazo y como implicaciones de negocio tenemos como resultantes a las debilidades y amenazas, siendo cada una de ellas una ventaja competitiva para la organización.



### 3.8.6. Estrategias F.O.D.A

**Tabla 37: Estrategias F.O.D.A**

	<b>FORTALEZA</b>	<b>DEBILIDADES</b>
	F.1: Distribución de la organización	D.1: Marca sin posicionamiento
	F.2: Innovación del producto	D.2: Desconocimiento del producto
	F.3: Precios competitivos	D.3: Financiamiento a clientes
<b>OPORTUNIDADES</b>	F.4: Personal Capacitado	D.4: Riesgos Laborales
O.1: Conservación del medio ambiente	F1.O1: Implementar políticas internas de la normativa ambiental ISO 14001, de tal forma podamos demostrar que este proyecto ayudara a cuidar el medio ambiente y la salud de la sociedad.	O1. D1: Diseñar una imagen corporativa que permita dar a conocer que la empresa tiene como objetivo el cuidado de la salud y del medio ambiente.
O.2: Accesibilidad de créditos	O2.F2: Adquisición de un vehículo adecuado para el traslado de la mercadería de tal forma llegue al consumidor final en perfectas condiciones.	O2. D2: Implementar publicidad en la ciudad para dar a conocer el nuevo producto que contribuye al cuidado del medio ambiente
O.3: Alianzas estratégicas	O3.F3: Para la elaboración de ropa deportiva de fibra biodegradable de algodón orgánico se desarrollara alianzas estratégicas con proveedores textiles y sus derivados.	O3.D3: Mediante las alianzas estratégicas con los proveedores textiles incentivaremos al financiamiento de los clientes, el mismo que ayudaran aportando con el proyecto del cuidado del medio ambiente y de la salud.
O.4. Innovación tecnológica	O4. F4: Elaboración de ropa deportiva de fibra biodegradable de calidad y duración con la innovación tecnológica y un personal capacitado	O4.D4: implementar un plan de contingencia para la disminución de riesgos laborales de tal manera obtener seguridad e incremento de producción.
<b>AMENAZA</b>		
A.1: Productos sustitutos	A1.F1: Remodelar el local de venta permitiéndonos exhibir de mejor forma la ropa deportiva de fibra biodegradable de algodón orgánico, por otro lado captar la	D1.A1: Posicionar nuestra marca en la mente del consumidor logrando la preferencia de nuestro producto y no en productos sustitutos

	atención del cliente.	
A.2: Economía del país	A2.F2:Diseñar una revista virtual en la cual el cliente acceda a conocer la variedad de productos que ofrece nuestra empresa	D2.A2: Crear una página en redes sociales en la cual conozcan acerca del nuevo producto que ayuda a la contribución del medio ambiente y a la salud.
A.3: Alta competencia	A3.F3: Ofertar el producto a un precio accesible ante la competencia, debido que el cliente prefiere calidad y precio.	D3.A3: Promocionar bonos de compra a los clientes para preferencia de nuestro producto y no al de la competencia
A.4: Cambio de leyes tributarias	A4.F4: Capacitación al personal acerca de las nuevas leyes tributarias para estar precavidos ante una situación negativa	D4.A4: Desconocimiento de leyes que puedan afectan al empleado como al patrón.

**Elaborado por:** Naranjo Jenny

**Fuente:** Investigación

### 3.8.7. Desarrollo de estrategias

**Tabla 38:Plan de acción estrategias de producto**

Objetivo	Estrategia	Táctica	Fecha	Actividades	Responsable	Presupuesto
Contribuir con la economía del país	A2.F2:Diseñar una revista virtual en la cual el cliente acceda a conocer la variedad de productos que ofrece nuestra empresa	Diseñar una tienda virtual en Wix y Jimdo	2017	Crear la cuenta en Wix y Jimbo Diseñar la página Venta Online	Jefe de Marketing	\$ 0,00

**Elaborado por:** Naranjo Jenny

**Fuente:** Matriz FODA

**Tabla 39: Plan de acción estrategias de precio**

<b>Objetivo</b>	<b>Estrategia</b>	<b>Táctica</b>	<b>Fecha</b>	<b>Actividades</b>	<b>Responsable</b>	<b>Presupuesto</b>
Financiar al cliente	D3.A3: Promocionar financiamiento de compra a los clientes para preferencia de nuestro producto y no al de la competencia	Financiamiento de 15 a 30 días	2017	Establecer políticas de financiamiento Ejecución de políticas de ventas	Jefe de ventas	\$ 0,00

**Elaborado por:** Naranjo Jenny

**Fuente:** Matriz FODA

**Tabla 40: Plan de acción estrategias de plaza**

<b>Objetivo</b>	<b>Estrategia</b>	<b>Táctica</b>	<b>Fecha</b>	<b>Actividades</b>	<b>Responsable</b>	<b>Presupuesto</b>
Exhibir el nuevo producto captando nuevas plazas de comercialización	A1.F1: Remodelar el local de venta permitiéndonos exhibir de mejor forma la ropa deportiva de fibra biodegradable de algodón orgánico, por otro lado captar la atención del cliente.	Lanzamiento del nuevo producto y del local	2017	Contactarse con profesionales de remodelación del local. Planificar fecha de lanzamiento del nuevo producto.	Gerente General Jefe de ventas	\$ 1.000,00

**Elaborado por:** Naranjo Jenny  
**Fuente:** Matriz FODA

**Tabla 41: Plan de acción de estrategias promoción**

<b>Objetivo</b>	<b>Estrategia</b>	<b>Táctica</b>	<b>Fecha</b>	<b>Actividades</b>	<b>Responsable</b>	<b>Presupuesto</b>
Posesionar la imagen en el mercado en la mente del consumidor.	O1. D1: Crear una imagen corporativa para dar a conocer que la empresa tiene como objetivo el cuidado de la salud y del medio ambiente.	Diseñar la imagen de la ropa deportiva de fibra biodegradable de algodón orgánico	2017	Diseñar prototipos Selección de logotipo Selección de imagen Presentación de imagen	Jefe de Marketing	\$ 0,00
	D2.A2: Crear una página en redes sociales en la cual conozcan acerca del nuevo producto que ayuda a la contribución del medio ambiente y a la salud.	Desarrollo de la página en redes sociales dando a conocer la ropa deportiva de fibra biodegradable de algodón orgánico que contribuye al cuidado del medio ambiente	2017	Creación de la cuenta en redes sociales Promoción del producto Informar de la elaboración del producto	Jefe de Marketing	\$ 1,00

**Elaborado por:** Naranjo Jenny

**Fuente:** Matriz FODA

American Organic

Hace referencia a vestirse de verde cuidando el medio ambiente y nuestra piel de las alergias.

AMERICAN = Americanos

ORGANIC = Orgánico - Vestirse de verde

Tipo de letra : Century Gothic



**Gama Cromática:**

**Verde:** representa a la naturaleza ya que encontramos gran variedad de flora y fauna. Significa tranquilidad, paz y otras sensaciones que se encuentra en el ecosistema.

**Negro:** significa misterio

## Capítulo IV.

### 4. Estudio Técnico

Se establece los recursos e insumos necesarios para el desarrollo del proyecto, esto se da gracias a la ayuda de la población y la organización del área y sus requerimientos de recursos externos, otro factor importante en este proyecto es la tecnología que se utilizara. (*Programa de transferencia de tecnología para la mujer y familia rural*, s. f., p. 10)

El estudio técnico permite promover alternativas tecnológicas para el proceso del bien o servicio, ayudando a la determinación del tamaño y la localización óptima de la planta del proyecto.

#### Objetivo General

Analizar y determinar el tamaño óptimo así como la localización y los equipos e instalaciones para el funcionamiento del proyecto.

#### Objetivos específicos

- Determinar el tamaño óptimo y la localización para el desarrollo del proyecto.
- Realizar un diagrama de flujo de procesos indicando cada una de las actividades producción de la organización.
- Desarrollar la ingeniería del proyecto permitiendo el funcionamiento óptimo de la empresa.

#### 4.1. Tamaño del emprendimiento.

Según (Miranda, 2010, p. 120) al definir el tamaño del proyecto es preciso recalcar la dimensión del mercado además de los niveles de producción, la disponibilidad de insumos, la capacidad de gestión y la localización del proyecto.

##### a) Factores determinantes del tamaño.

Para la determinación el tamaño óptimo del proyecto nos enfocamos en el factor de la demanda del capítulo anterior, la disponibilidad de insumos, aspectos técnicos, financiamiento y la localización.

**Tabla 42: Dimensiones del mercado**

AÑOS	Demanda del producto	Oferta del producto	DPI
2017	1.346	650	696,00
2018	1.409	681	728,00
2019	1.475	713	762,00
2020	1.544	747	797,00
2021	1.617	782	835,00

Elaborado por: Naranjo Jenny

Fuente: Estudio de mercado

El tamaño del proyecto es la demanda potencial insatisfecha (DPI), el mismo que permita diseñar la infraestructura hacia la demanda creciente del mercado, en el año 2017 la demanda es de 696 productos y para el año 2021 crecerá en 835 productos que tendrá un almacenamiento de 6,75 metros en bodega.

**b) Disponibilidad de insumo**

La disponibilidad de insumos necesarios para el proceso productivo es la materia prima como la tela, mano de obra directa, mano de obra indirecta, hilos, sedas, cordones, cierres, etiquetas, tallas, marca, entre otros.

**Tabla 43: Insumos de producción anual, mensual**

Materiales	Compra Mensual	Compra Anual	Consume Mensual	Consume Anual
Tela Algodón	30	360	23	276
Hilos	20	240	12	144
Sedas	10	120	4	48
Cierre	200	2400	200	2400
Cordones	400	4800	200	2400
Etiquetas	300	3600	200	2400
Marca	300	3600	200	2400
Talla	300	3600	200	2400
Fundas	500	3600	200	2400
<b>TOTAL</b>	<b>2060</b>	<b>22320</b>	<b>1239</b>	<b>14868</b>

Elaborado por: Naranjo Jenny

Fuente: Estudio de mercado

Para compensar la demanda real cada año se deberá adquirir 24.840 insumos para producir 19.068 insumos para la elaboración y comercialización de ropa deportiva de fibra biodegradable de algodón orgánico dejando un área de 6,75 para almacenar dichos insumos.

### c) Aspectos técnicos

Un factor importante que debemos tener presente es la disponibilidad de maquinarias y equipos.

**Tabla 44: Área distribución maquinaria**

AREA DE DISTRIBUCION DE LA MAQUINARIA					
	EQUIPO	BASE	ALTURA	LONGITUD	ANCHO
1	CORTADORA	1 m	2. m		
2	RECTA			1,20 cm	46 cm
3	RECUBRIDORA			1.22 m	54 cm
4	OVERLOCK			1,25 m	55c m
	TOTAL	1m	2 m	3.67 m	155 cm

**Elaborado por:** Naranjo Jenny

**Fuente:** Estudio de mercado

Para la maniobra de la empresa se dispondrá de 4 máquinas mismas que se necesitara de 148.58 cm para su instalación, y con una disponibilidad de espacio de 28.25m debido a que se necesita la movilización adecuada de los operarios tratando de evitar cualquier anomalía que pueda presentarse.

### d) Capacidad Financiera

Uno de los factores determinantes en el tamaño es la disponibilidad económica y liquidez con la que cuenta la empresa, en el cual interfieren los recursos financieros para ejecutar las actividades logrando de esta manera alcanzar el objetivo propuesto.

El financiamiento que tendrá la empresa será por parte del gerente general y las ventas de cada semana, el restante será financiado por instituciones bancarias que avalen una tasa de interés baja.

### e) Organización

La organización de un proyecto es tan importante debido a que se debe contemplar un esquema general y específico para operar normalmente la empresa. Es considerable tener niveles jerárquicos, asumiendo funciones y responsabilidades de cada uno de los puestos estratégicos.

f) **Tamaño Óptimo**

**Tabla 45: Tamaño Óptimo**

<b>AÑOS</b>	<b>DPI</b>	<b>DPI REAL 4,70%</b>	<b>% Demanda a cubrir los insumos</b>	<b>DPI REAL MENSUAL</b>
<b>2017</b>	696	14.868	80,8	1239
<b>2018</b>	728	15.567	80,8	1297
<b>2019</b>	762	16.093	80,8	1341
<b>2020</b>	797	16.637	80,8	1386
<b>2021</b>	835	17.199	80,8	1433

**Elaborado por:** Naranjo Jenny

**Fuente:** Estudio de mercado

Para la determinación del tamaño óptimo del proyecto se consideró el volumen de producción el mismo que se obtiene dentro del margen del DPI Real que está en función de la disponibilidad de insumos siendo de 19.068 que representa al 80.8%, de la demanda potencial insatisfecha que es de 1.589prendas en el año 2017, dicho dato nos permite calcular la demanda y la disponibilidad del espacio adecuado para el almacenamiento de materia prima y del personal.

**Tabla 46: Área de la planta:**

<b>DISTRIBUCION</b>	<b>AREA</b>
Área Administración	16,42
Área Comercialización	10,88
Área de Producción	19,25
Área de Ventas	13,43
Bodega	6,75
Área de parqueo	16,43
<b>TOTAL</b>	<b>83,16</b>

**Elaborado por:** Naranjo Jenny

**Fuente:** Estudio de técnico

#### **4.2. Localización.**

“La localización tiene como objetivo determinar diferentes lugares , orientándonos a un lugar en donde finalmente estará ubicado el proyecto obteniendo mayor utilidad a un minino costo”.(Corrillo Machicado & Gutiérrez Quiroga, 2016)

a) **Macro localización**

**Tabla 47: Macro localización**

País	Ecuador
Región	Sierra
Provincia	Tungurahua
Zona	3

**Elaborado por:** Naranjo Jenny

**Fuente:** Estudio técnico

**Ilustración 19: Macro localización Empresa**



**Elaborado por:** Naranjo Jenny

**Fuente:** Google Maps

b) **Micro localización**

“Es la selección puntual del sitio para la implementación del proyecto, tomando en cuenta los medios de transporte, los servicios básicos, el tamaño y la disponibilidad de área para los requerimientos actuales y futuros que tenga la empresa”(Tovar, 2000, p. 40).

**Tabla 48:** Matriz de ponderación de los Factores relevantes

FACTORES RELEVANTES	Peso Ponderado	Panamericana Norte km13		Av. Bolivariana y Av. El Condor (Mayorista)	
		Impacto	Total Ponderación	Impacto	Total Ponderación
Servicios Básicos	10	3	30	2	20
Infraestructura	12	3	36	3	36
Espacio Físico	12	3	36	2	24
Materiales Disponibles	10	2	20	1	10
Salidas de emergencia	11	3	33	2	22
Iluminación Adecuada	15	3	45	3	45
Accesibilidad en el área de terminado	15	3	45	1	15
Zona Segura	15	3	45	3	45
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>		<b>290</b>		<b>217</b>

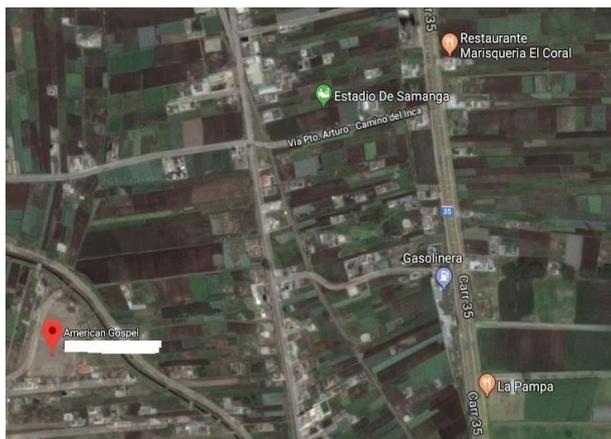
Elaborado por: Naranjo Jenny

Fuente: Investigación

IMPACTO	
Alto Impacto	3
Medio Impacto	2
Bajo Impacto	1

Realizada la matriz de ponderación de los factores relevantes en la micro localización observamos que la ubicación más factible para la elaboración y comercialización de ropa deportiva a base de fibra biodegradable de algodón orgánico es en la Panamericana Norte km 13 debido que es una zona en donde no están expuestas de peligro de alguna contaminación en comparación a la zona centro de Ambato. El espacio físico es un factor importante ya que se necesitara de un terreno amplio y con una infraestructura acoplada para la actividad a realizar .

### Ilustración 20: Micro localización



**Elaborado por:** Naranjo Jenny  
**Fuente:** Google Maps

#### 4.3. Ingeniería de Proyecto.

Para (Lopez, s. f.) “son conocimientos analíticos que provee toda la información de unidades físicas necesarias para desarrollar el tamaño del proyecto, la capacidad de producción y los costos de inversión”.

Además contempla diversos elementos como el producto, diseño del proceso, selección de la tecnología, materia prima, maquinaria, recursos humanos e infraestructura.

##### a) Descripción técnica del producto

**Tabla 49: Descripción del Producto**

<b>Nombre Técnico</b>	Exteriores
<b>Nombre Comercial</b>	Conjunto Deportivo
<b>Composición</b>	% Algodón
<b>Tamaño</b>	6.30 mujer 7.20 hombre
<b>Unidad de medida</b>	Metros
<b>Presentación</b>	Fundas con la imagen corporativa
<b>Almacenamiento</b>	Lugar fresco
<b>Canal de distribución</b>	De la empresa al intermediario y al consumidor final De la empresa al consumidor final

**Elaborado por:** Naranjo Jenny  
**Fuente:** Investigación

b) **Listado de maquinaria y equipos**

Para la elaboración de ropa deportiva de fibra biodegradable de algodón orgánico necesitaremos un total de 4 máquinas.

**Tabla 50: Listado de Maquinaria y Equipos**

MAQUINARIA		DATOS TECNICOS
<b>Cortadora</b>		Potencia:
<b>Recta</b>		Alta Potencia: 110 V Puntada Larga
<b>Recubridora</b>		CW500N Potencia: 220V Sistema de protección móvil la cual evita saltar la puntada.
<b>Overlock</b>		M 800 Potencia: 220 V

**Elaborado por:** Naranjo Jenny  
**Fuente:** Manual Pegasus

c) **Proceso Producto**

**Tabla 51: Actividades de la elaboración de ropa deportiva de fibra biodegradable**

PROCESO			
	ACTIVIDAD	DESCRIPCION	GRAFICO
1	Adquisición de insumos	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Elaborar una lista de adquisición de insumos</li> <li>2. Enviar orden de pedido a proveedores</li> <li>3. Recepción de insumos</li> <li>4. Verificación y control de insumos</li> </ol>	
2	Diseño	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Elección de un modelo acorde a la demanda del mercado</li> <li>2. Diseñar moldes en un cartón.</li> </ol>	
3	Corte	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Igualar la tela en una mesa rectangular</li> <li>2. Trazado de los moldes</li> <li>3. Se procede a cortar el trazado.</li> </ol>	
4	Estampado o Bordado		

5	Cosido	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Se unen las piezas cortadas en las respectivas maquinas</li> <li>2. Colocación de etiquetas , tallas respectivamente</li> </ol>	
6	Terminados	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Colocación de cordones</li> <li>2. Pulir los hilos</li> <li>3. Doblar la prenda</li> <li>4. Enfundar</li> <li>5. Empaquetar</li> <li>6. Ubicacion de producto terminado en bodega</li> </ol>	
7	Venta	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Elaboración de surtido de los conjuntos deportivos</li> <li>2. Registrar en un documento de salida</li> <li>3. Receptar los conjuntos deportivos</li> <li>4. Entregar conjuntos deportivos a los clientes</li> </ol>	

**Elaborado por:** Naranjo, Jenny

**Fuente:** Estudio Técnico

d) **Curso grama proceso de elaboración de ropa deportiva de fibra biodegradable**

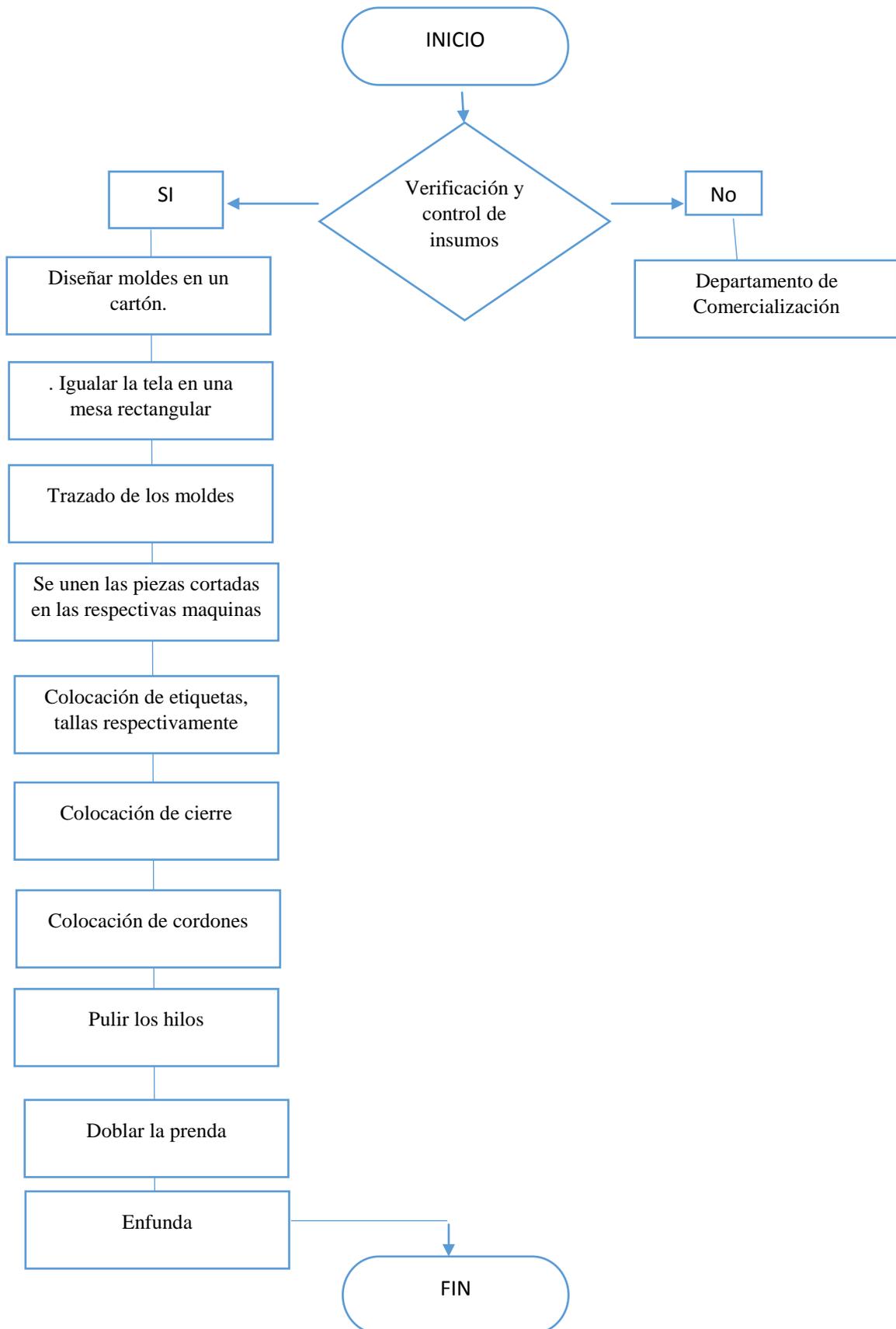
**Tabla 52: Curso gama analítico**

Actividades	Distancia	Tiempo	Sistema					
								
1. Verificación y control de insumos	1 m	5 minutos	●	●				
1. Diseñar moldes en un cartón.	1 m		●					
2. Igualar la tela en una mesa rectangular		1 hora	●					
3. Trazado de los moldes		1 hora	●					
4. Se procede a cortar el trazado.		3 3 horas	●					
5. Se unen las piezas cortadas en las respectivas maquinas		16 minutos	●					
6. Colocación de etiquetas , tallas respectivamente		3 minutos	●					
7 Colocación de cierre		5 minutos	●					
8. Colocación de cordones		3 minutos	●					
9. Pulir los hilos		30 minutos	●					
10. Doblar la prenda		2 minutos	●					
11. Enfundar		1 minuto				●		
12. Empaquetar		2 minutos				●		
13. Ubicacion de producto terminado en bodega	8 m	3 minutos					●	
14. Elaboración de surtido de los conjuntos deportivos		10 minutos		●				

**Elaborado por:** Naranjo, Jenny

**Fuente:** Estudio Técnico

e) Flujo de proceso de elaboración de ropa deportiva de fibra biodegradable



f) **Balance de materiales**

Materiales que interviene directa e indirectamente para la elaboración y comercialización del producto, para la elaboración del balance de materiales debemos conocer los coeficientes técnicos de rendimientos en el proceso del producto.

**Tabla 53: Balance de materiales**

<b>MATERIALES</b>	<b>DESCRIPCION</b>	<b>CANTIDAD</b>
TELA	Elaborada a base de fibra biodegradable de algodón orgánico	276
CEDA	Elaborada de algodón	48
HILOS	Elaborados de polyester	144
CIERRE	Hecho de metal o plástico	2400
CORDONES	Elaborados de algodón	2400
ETIQUETAS	Elaborada a base de cuerina	2400
MARCAS	Algodón especificando la composición de la prenda	2400
FUNDAS	A base de plástico	2400
TALLAS	Elaborados de poliéster	2400

**Elaborado por:** Naranjo, Jenny

**Fuente:** Estudio Técnico

g) **Período operacional estimado de la planta**

El tiempo que se ha estimado para el funcionamiento de la empresa de elaboración y comercialización de ropa deportiva a base de fibra biodegradable de algodón orgánico es de 5 años siendo el periodo operacional del proyecto a ser efectuado.

#### h) Capacidad de producción

Para fijar la gestión de producción o la capacidad de producción se utilizó la fórmula de la capacidad disponible de:

8 horas diarias de Lunes a Viernes siendo 40 horas semanales.

$$D = \frac{\text{Capacidad Utilizada} - \text{Tiempo Asigando}}{\text{Capacidad Instalada}} * 100 \%$$

**Capacidad instalada por semana :** 5 días /sem \* 8h/ día= 40h/ sem

**Capacidad utilizada por semana :** 5 días /sem \* 8h/ día= 40h/ sem

**Tiempo asignado :** 8 horas

**D:** Capacidad disponible

$$D = \frac{40 - 8}{40} * 100 \%$$

$$D = 0.8 * 100$$

$$D = 80 \%$$

**Tabla 54: Capacidad de Producción**

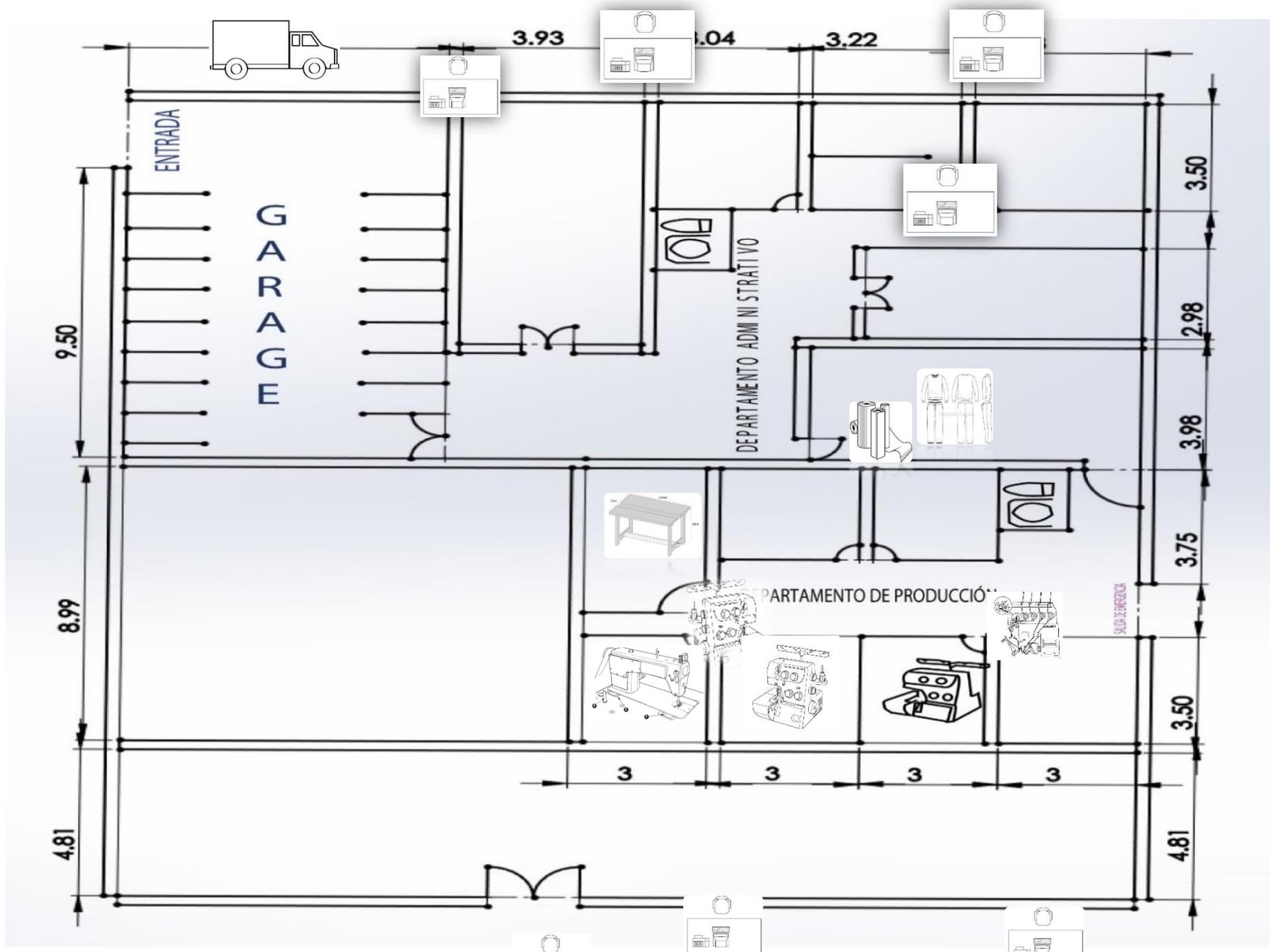
<b>Hora</b>	<b>Días (horas)</b>	<b>Semanas (horas)</b>	<b>Mes (horas)</b>	<b>Año (horas)</b>	<b>Unidades/hora</b>	<b>Capacidad Total</b>	<b>Capacidad Disponible</b>
1	8	40	160	1920	50	96000	76800

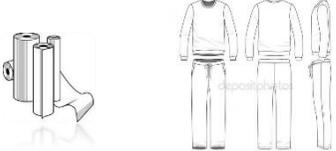
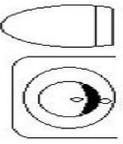
**Elaborado por:** Naranjo, Jenny

**Fuente:** Estudio Técnico

La capacidad instalada se obtuvo multiplicando las horas que estará en operación la maquinaria cada año es de 1920 por prenda / hora que es de 50 unidades por hora.

#### i) Distribución de maquinarias y equipos (Lay-out)



	<p>Garaje</p>
	<p>Mesa Corte -Diseño</p>
	<p>Maquinas</p>
	<p>Oficinas</p>
	<p>Bodega</p>
	<p>Baño</p>

**Elaborado por:** Naranjo Jenny

**Fuente:** Estudio Técnico

## Capítulo V

### Objetivo General

Desarrollar una estructura organizacional optima que promueva la elaboración y comercialización de ropa deportiva a base de fibra biodegradable de algodón orgánico.

### Objetivos Específicos

- Establecer la estructura organizacional explícita para la elaboración comercialización de ropa deportiva a base de fibra biodegradable de algodón orgánico.
- Realizar el organigrama estructural y funcional de la empresa
- Diseñar un manual de funciones que determine las actividades y funciones a ejecutar por el talento humano de la organización.

#### 5.1. Aspectos generales

En el estudio organizacional hablamos de la planeación e implementación de la estructura de la empresa determinando el proceso de selección al realizar un manual de funciones.

#### 5.2. Diseño Organizacional

“Ayuda a comprender el sentido del trabajo organizacional interna dando un gran impacto al mejoramiento de la vida de los clientes el mismo que permite impulsar motivación trascendente, creando valor económico y social”(Duque, 2013, p. 311).

(Olano, 2013, p. 58) menciona que la organización debe partir desde cero para romper paradigmas que permita a la empresa monitorear el entorno para estar pendientes a los cambios, la comunicación debe fluir rápidamente por los canales directos e indirectos.

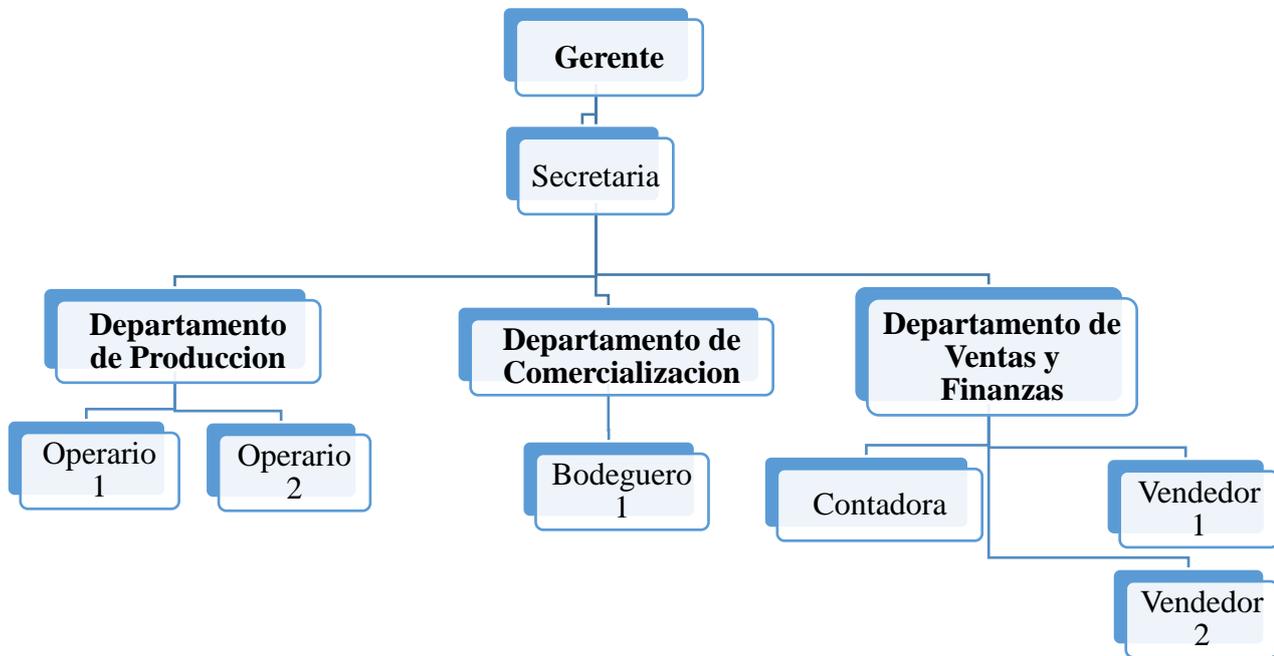
#### 5.3. Estructura Organizativa

Para (Armesto & Esteve, 2013, p. 8) una estructura organizativa describe la actividad empresarial, los recursos materiales el talento humano.

Uno de los instrumentos importantes es dar a conocer la estructura de la empresa

**Tabla 55: Organización estructural de AMERICAN ORGANIC**

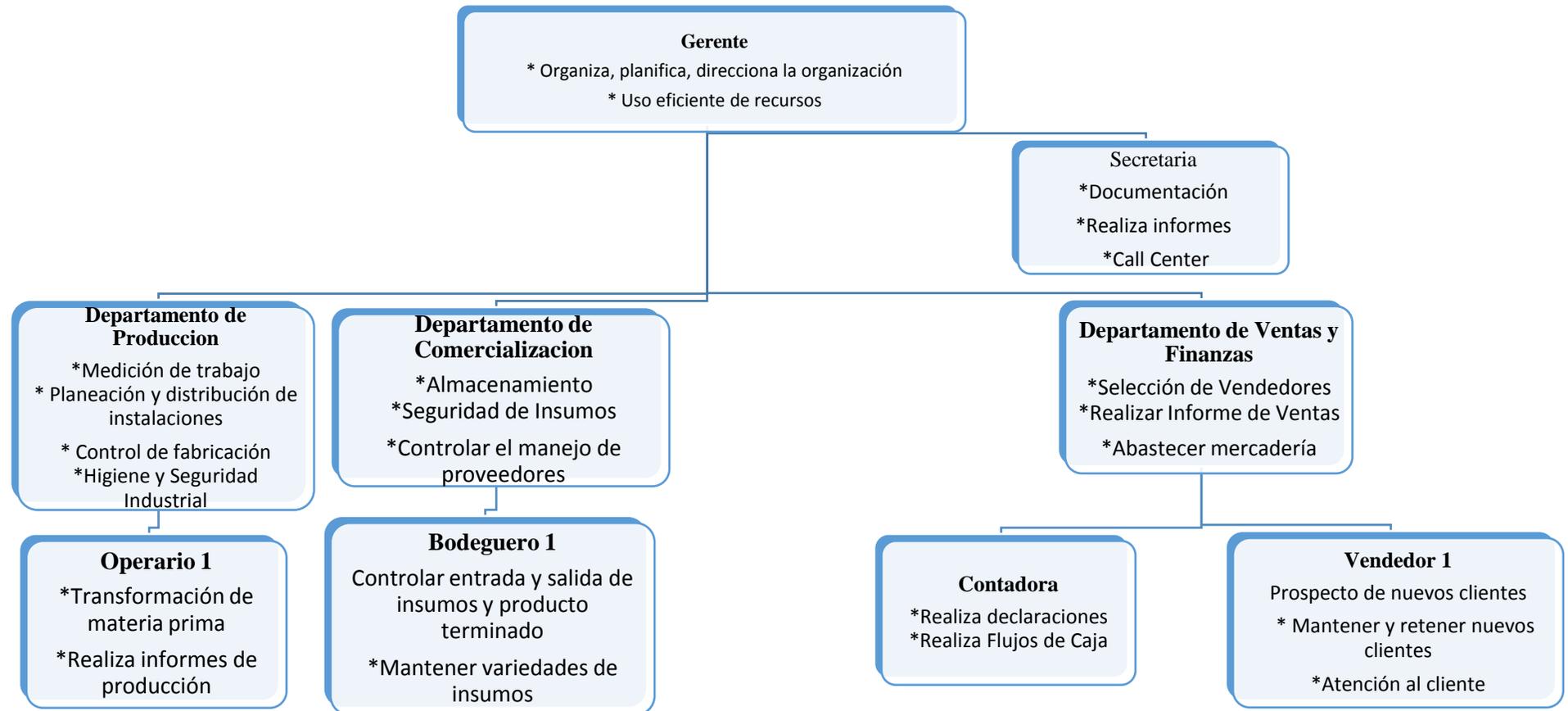
mediante un organigrama de funciones.



<b>Referencias</b>  Autoridad  Apoyo	<b>Elaborado por:</b>	Naranjo Jenny
	<b>Aprobado por:</b>	Ing. Luis Chimborazo
	<b>Fecha:</b>	06/01/2018

**5.4. Estructura Funcional:** (Fuente & Estallo, 2014, p. 66) permite que cada operador reciba ordenes de dos o mas jefes cada uno de ellos responsable de una función particular.

**Tabla 56: Organigrama Funcional de AMERICAN ORGANIC**



<b>Referencias</b>  Autoridad  Apoyo	<b>Elaborado por:</b>	Naranjo Jenny
	<b>Aprobado por:</b>	Ing. Luis Chimborazo
	<b>Fecha:</b>	06/01/2018

## .5 Manual de funciones

	American Organic	Fecha	08/01/2017		
	Manual de Funciones	Pagina	1	De	8
Sustituye a					
		Pagina			
		Fecha			

### Identificación

**Puesto:** Gerente General

**Clave:** AO.GER.001.18

**Entorno de operación:** toda la empresa

### Relaciones

**Jefe Inmediato:** Ninguno

**Subordinados:** Jefe de producción

**Dependencia:** Ninguno

**Objetivo del puesto:** Generar buen funcionamiento de la empresa en corto, mediano plazo, garantizando un mejoramiento continuo.

#### **Funciones generales:**

- Estar pendiente de los cambios del mercado para encaminarla hacia el éxito
- Generar mayor volumen de ingresos manteniendo la calidad en el producto

#### **Funciones específicas:**

- Comunicación con todos los niveles de la organización
- Supervisar los departamentos de la empresa
- Toma de decisiones
- Planeación estratégica de la empresa

**Responsabilidad:** Administración de la empresa

#### **Comunicación:**

- **Descendente**                      Secretaria y departamentos
- **Externa**                              Contadora

#### **Especificaciones del puesto**

**Conocimientos:** Administración de Empresas, organización, manejo de personal.

**Experiencia:** 2 años

**Estudios:** Ingeniero en Administración de Empresas

**Cursos:** Administración de empresas, Atención al cliente .

**Personalidad:** Proactivo, sociable, carismático, organizacional, toma de decisiones.

Elaboro: Jenny Naranjo	Reviso: Ing Luis Chimborazo	Autorizo:
------------------------	-----------------------------	-----------

	American Organic
	Manual de Funciones

Fecha	08/01/2018/		
Pagina	2	DE	8
Sustituye a			
Pagina			
Fecha			

### Identificación

**Puesto:** Secretaria

**Clave:** AO.SEC.002.18

**Entorno de operación:** Nivel ejecutivo

### Relaciones

**Jefe Inmediato:** Gerente

**Subordinados:** Sin apoyo

**Dependencia:** Gerente General

**Objetivo del puesto:** Receptor, clasificar y archivar los documentos empresariales.

### Funciones generales:

- Clasificar y archivar toda la documentación de la empresa.
- Call Center
- Auxiliar Contable

### Funciones específicas:

- Elaborar todo tipo de documentación como solicitudes, oficios etc.
- Realizar una agenda de actividades del gerente general
- Atender y orientar a los clientes que solicite información sobre el producto de una manera amable.

**Responsabilidad:** Administrativa.

### Comunicación:

- **Ascendente:** Gerente
- **Externa:** Contadora

### Especificaciones del puesto

**Experiencia:** 1 año

**Estudios:** Bachillerato - Organización y gestión de la secretaria

**Cursos:** Auxiliar contable, Atención al cliente, Call center.

**Personalidad:** Eficiente organizado con el registro y archivo de la documentación, relaciones interpersonales.

Elaboro: Jenny Naranjo	Reviso: Ing Luis Chimborazo	Autorizo:
------------------------	-----------------------------	-----------

	American Organic
	Manual de Funciones

Fecha	08/01/2018		
Pagina	3	DE	8
Sustituye a			
Pagina			
Fecha			

### Identificación

**Puesto:** Contador

**Clave:** AO.CON.003.18

**Entorno de operación:** Departamento Administrativo

### Relaciones

**Jefe Inmediato:** Gerente

**Subordinados:** Auxiliar Contable

**Dependencia:** Gerente

**Objetivo del puesto:** Llevar correctamente los registros de contabilidad y sus respaldos.

**Funciones generales:** Asegurar el registro, centralización y consolidación de las operaciones contables de la empresa.

**Funciones específicas:**

- Análisis financiero de la elaboración y comercialización de ropa deportiva de fibra biodegradable de algodón orgánico.
- Elaborar y presentar informes sobre la situación financiera de la empresa.
- Desarrollo de presupuestos anuales.
- Asesoría al gerente general
- Puntualidad en el cumplimiento de las obligaciones fiscales

**Responsabilidad :**Financiera de la empresa

**Comunicación:**

**Ascendente:** Gerente

**Descendente:** Secretaria

**Experiencia:**2años en cargos similares

**Estudios:**Ing. Contabilidad y Auditoria.

**Cursos:** Tributación, NIF, Sistemas contables, Compras Publicas.

**Personalidad:** Líder activo, amable y comprometido con su trabajo.

Elaboro: Jenny Naranjo	Reviso: Ing Luis Chimborazo	Autorizo:
------------------------	-----------------------------	-----------

	American Organic
	Manual de Funciones

Fecha	08/01/2018		
Pagina	4	De	8
Sustituye a			
Pagina			
Fecha			

### Identificación

**Puesto:** Jefe de producción

**Clave:** AO.PRO.004.18

**Entorno de operación:** Departamento de producción.

### RELACIONES

**Jefe Inmediato:** Gerente

**Subordinados:** Operarios

**Dependencia:** Gerente

**Objetivo del puesto:** Supervisar los procesos de producción vayan marchando con normalidad.

**Funciones generales:** Organizar y dirigir los procesos productivos.

**Funciones específicas:**

- Comunicación permanente con el gerente general
- Elaborar presupuesto de producción
- Impulsar al trabajo eficiente en el área de producción.
- Analizar y controlar la producción.

**Responsabilidad:** Productividad en la empresa.

**Comunicación:**

- **Ascendente:** Gerente
- **Descendente:** Operarios

### Especificaciones del puesto

**Experiencia:** 2 años de experiencia en procesos de producción.

**Estudios:** Ing. Industrial

**Cursos:** Planificación y supervisión de la producción, Inventarios.

**Personalidad:** Líder, sociable.

Elaboro: Jenny Naranjo	Reviso: Ing Luis Chimborazo	Autorizo:
------------------------	-----------------------------	-----------

	American Organic
	Manual de Funciones

Fecha	08/01/2018		
Pagina	5	De	8
Sustituye a			
Pagina			
Fecha			

### Identificación

**Puesto:** Operario

**Clave:** AO.OPE.005.18

**Entorno de operación:** Departamento de Producción

### RELACIONES

**Jefe Inmediato:** Jefe de producción

**Subordinados:** Ninguno

**Dependencia:** Jefe de producción

**Objetivo del puesto:** Realizar de manera inmediata la transformación de materia prima.

**Funciones generales:** Desempeñarse con eficiencia en el proceso productivo

**Funciones específicas:**

- Mantener un registro ordenado de las prendas deportivas
- Controlar el desperdicio de materiales y la calidad de los mismos
- Evitar errores en la confección de las prendas deportivas.

**Responsabilidad:** Entregar las prendas deportivas en el tiempo establecido -Producción

**Comunicación:**

- **Ascendente:** Jefe de producción

### Especificaciones del puesto

**Experiencia:** 1 año en trabajos afines

**Estudios:** Sastre

**Cursos:** Corte y confección.

**Personalidad:** Trabajo bajo presión.

Elaboro: Jenny Naranjo	Reviso: Ing Luis Chimborazo	Autorizo:
------------------------	-----------------------------	-----------

	American Organic
	Manual de Funciones

Fecha	08/01/2018		
Pagina	6	De	8
Sustituye a			
Pagina			
Fecha			

### Identificación

**Puesto:** Bodeguero

**Clave:** AO.BOD.006.18

**Entorno de operación:** Bodega

### RELACIONES

**Jefe Inmediato:** Gerente

**Subordinados:** Ninguno

**Dependencia:** Departamento de ventas y producción.

**Objetivo del puesto:** Almacenamiento de materia prima adecuada al área de producción, evitando el exceso de inventario.

**Funciones generales:** Almacenar en bodega los materiales y productos terminados para su posterior distribución al cliente.

**Funciones específicas:**

- Registrar y verificar el estado de la materia prima que el departamento solicite.
- Manejo de kardex para el registro de entrada y salida de materiales.
- Inspeccionar el stock
- Supervisar el ingreso de materiales.

**Responsabilidad:** Manejo de bodega

**Comunicación:** Jefe de Comercialización

**Ascendente:** Gerente General.

### Especificaciones del puesto

**Experiencia:** 2 años en manejo de bodega

**Estudios:** Bachillerato

**Cursos:** Logística, y almacenamiento de productos.

**Personalidad:** Responsabilidad, Puntualidad.

Elaborado: Jenny Naranjo	Reviso: Ing Luis Chimborazo	Autorizo:
--------------------------	-----------------------------	-----------

	American Organic
	Manual de Funciones

Fecha	08/01/2018		
Página	7	De	8
Sustituye a			
Página			
Fecha			

### Identificación

**Puesto:** Jefe de ventas

**Clave:** AO.JVE.007.18

**Entorno de operación:** Departamento de ventas.

### RELACIONES

**Jefe Inmediato:** Gerente

**Subordinados:** Vendedores

**Dependencia:** Gerente General

**Objetivo del puesto:** Incrementar la cartera de clientes, diseñando estrategias de ventas.

**Funciones generales:** Gestionar el proceso de comercialización de prendas deportivas, supervisar actividades operativas de comercialización.

**Funciones específicas:**

- Realizar un estudio de mercado para ampliar el mercado.
- Establecer relaciones a largo plazo con los clientes.
- Determinar precios.
- Motivar e Incentivar al personal de ventas.

**Responsabilidad:** Departamento de ventas.

**Comunicación:**

- **Ascendente:** Gerente
- **Descendente:** Vendedor

### Especificaciones del puesto

**Experiencia:** 1 año en trabajos afines

**Estudios:** Ing. Marketing y Gestión de Negocios

**Cursos:** Mercadotecnia, Recursos Humanos, Atención al cliente

**Personalidad:** Trabaje bajo presión, poder de liderazgo.

Elaboro: Jenny Naranjo	Reviso: Ing Luis Chimborazo	Autorizo:
------------------------	-----------------------------	-----------

	American Organic
	Manual de Funciones

Fecha	08/01/2018		
Página	8	De	8
Sustituye a			
Página			
Fecha			

### Identificación

**Puesto:** Vendedor

**Clave:** AO.VEN.007.18

**Entorno de operación:** Departamento de ventas

### RELACIONES

**Jefe Inmediato:** Jefe de ventas

**Subordinados:** Ninguno

**Dependencia:** Jefe de ventas, Departamento de producción, Bodega.

**Objetivo del puesto:** Vender y llevar un control adecuado de las ventas.

**Funciones generales:**

Informe mensual a la gerencia sobre el nivel de ventas.

**Funciones específicas:**

- Establecer un vínculo entre el cliente y la empresa.
- Administrar el mercado
- Desarrollo de un estudio de mercado

**Responsabilidad:** Ventas.

**Comunicación:**

- **Ascendente:** Jefe de ventas
- **Horizontal:** Jefe Comercial

### Especificaciones del puesto

**Experiencia:** 2 años de experiencia en ventas

**Estudios:** Ing. Comercial

**Cursos:** Técnicas de ventas, servicio al cliente

**Personalidad:** Empatía.

Elaborado: Jenny Naranjo	Reviso: Ing Luis Chimborazo	Autorizo:
--------------------------	-----------------------------	-----------

## Capítulo VI.

### Objetivo General

- Analizar la factibilidad de la elaboración y comercialización de ropa deportiva a base de fibra biodegradable que contribuya al cuidado del medio ambiente en la provincia de Tungurahua.

### Objetivos específicos

- Establecer inversiones de activos tangibles e intangibles siendo necesarios para la organización.
- Realizar presupuestos de gastos e ingresos que permita conocer la situación financiera actual y proyectada de la empresa.
- Determinar indicadores financieros que reflejen la situación financiera de la empresa.
- Calcular la TMAR , VAN, TIR, PRI, RCB, observando la rentabilidad presente de la empresa.

#### 6.1. Inversiones en activos fijos tangibles

Son bienes que una empresa utiliza de manera continua y son de presencia física que permanecerá a largo tiempo como los terrenos, edificios, maquinaria , equipos informáticos y vehículos, los mismo que son necesarios para llevar el giro habitual de una determinada organización.(*Contabilidad financiera*, 2005, p. 68; Eslava, 2016, p. 19)

**Tabla 57: Activos fijos tangibles**

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
<b>Equipo</b>			<b>4250</b>
Recta	1	800	800
Cortadora	1	450	450
Recubridora	1	1600	1600
Overlock	1	1400	1400
<b>Herramientas</b>			<b>57,4</b>
Juego de reglas	1	15	15
Tiza sastre	24	0,1	2,4
Tijeras	4	10	40
Pulidores	5	1	5
<b>Equipos de Oficina</b>			<b>1632</b>
Computadora	2	700	1400
Impresora	2	70	140
Calculadora	4	15	60
Grapadora	4	4	16
Perforadora	4	4	16
<b>Muebles y enseres</b>			<b>570</b>
Escritorio	1	150	150
Sillas	4	60	240
Mesas de trabajo	4	45	180
<b>Vehículo</b>			<b>16000</b>
Chevrolet Dimax 2003	1	16000	16000
<b>TOTAL</b>			<b>22509,4</b>

Elaborado por: Naranjo Jenny

Fuente: Estudio Financiero

**6.2. Inversiones en activos fijos intangibles**

Son bienes de la organización que no tienen presencia física pero representan derechos de carácter permanente en la empresa como las marcas patentes. (Eslava, 2016, p. 19)

Un activo intangible es de naturaleza inmaterial, generando futuros beneficios económicos.

**Tabla 58: Activos fijos intangibles**

ACTIVOS FIJOS INTAGIBLES	COSTO
Permiso	\$ 105
Patente	\$ 35
Registro de marca	\$ 240
Adecuaciones	\$ 7.000
TOTAL	\$ 7.380

Elaborado por: Naranjo Jenny

Fuente: Estudio Financiero

### 6.3. Inversiones en activos circulantes o capital de trabajo

El capital de trabajo se refiere a la inversión en activos circulantes, se puede decir que es la diferencia entre los activos circulantes menos los pasivos circulantes.

Esto ayuda al éxito de la empresa encaminada entre el equilibrio y el rendimiento de la misma.(Castro, Castro, & Martínez, 2014, p. 50)

Para determinar el capital de trabajo de la elaboración y comercialización de ropa deportiva de fibra biodegradable se resta los activos corrientes con los pasivos corrientes.

#### **Activo Corriente:**

Se trata de efectivo que se espera realizar o se mantener para la venta o consuno en el transcurso del ciclo normal de la explotación de la empresa manteniéndose como fines de negociación.(Eslava & Marín, 2013)

#### **Cuentas por cobrar**

Ventas: 446.040

Periodo : 15días a crédito

$$\text{Cuentas por cobrar} = \frac{\text{Ventas (ingresos brutos)}}{360} * \text{periodo}$$

$$\text{Cuentas por cobrar} = \frac{446040}{360} * 15$$

$$\text{Cuentas por cobrar} = 18.585$$

#### **Inversión**

Para el cálculo de inversión se utiliza la siguiente formula :

Insumo : 76680+3192 ( MATERIALES DIRECTOS + INDIRECTOS)

$$\text{Inventario} = \frac{\text{Insumos}}{12}$$

$$\text{Inventario} = \frac{79872}{12}$$

$$\text{Inventario} = 6.656$$

**Tabla 59: Activo Corriente**

Caja-Bancos	\$ 500,00
Cuentas por cobrar	\$ 18.585,00
Inventarios de insumos	\$ 6.656,00
<b>Total activo corriente</b>	<b>\$ 25.741,00</b>

Elaborado por: Naranjo Jenny

Fuente: Estudio Financiero

### **Pasivo Corriente**

Se refiere a todas las deudas y obligaciones a corto plazo que ha contraído la empresa.

Para calcular debemos conocer el valor del activo y el de la tasa circulante.

**Activo corriente:** \$ 25.741,00

**Tasa circulante:** 2.50%

$$\text{Pasivo corriente} = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Tasa circulante}}$$

$$\text{Pasivo corriente} = \frac{25.741}{2,5\%}$$

$$\text{Pasivo corriente} = \$ 10.296,00$$

Para la empresa de elaboración y comercialización de ropa deportiva de fibra biodegradable el pasivo corriente es de \$ 10.296,00 representando el valor de endeudamiento que debe cubrir la empresa en corto plazo.

### **Capital de trabajo**

Obteniendo el activo y pasivo corriente aplicamos la siguiente función

$$\text{Capital de trabajo} = \text{Activo corriente} - \text{Pasivo Corriente}$$

$$\text{Capital de trabajo} = \$ 25.741,00 - 10.296,00$$

$$\text{Capital de trabajo} = \$ 15.445,00$$

La inversión que se tendrá la empresa para la elaboración y comercialización de ropa deportiva a base de fibra biodegradable con algodón orgánico es de 15.445,00 cifra que la empresa tendrá para el funcionamiento después de finalizar sus deudas a corto plazo.

#### 6.4. Resumen de las Inversiones.

**Tabla 60: Resumen de inversiones**

Inversiones en activos fijos tangibles	\$ 22.509,40	77,95
Inversiones en activos fijos intangibles	\$ 7.380,00	14,02
Capital de trabajo	\$ 15.445,00	8,03
<b>TOTAL DE INVERSION</b>	<b>\$ 45.334,40</b>	<b>100</b>

**Elaborado por:** Naranjo Jenny

**Fuente:** Estudio Financiero

La inversión total que se proyecta para la empresa de elaboración y comercialización de ropa deportiva a base de fibra biodegradable como el algodón orgánico es de \$45.334,40.

#### 6.5. Financiamiento.

**Tabla 61: Financiamiento**

<b>Fuente</b>	<b>%</b>	<b>Monto</b>
Capital Propio	20%	\$ 5.500,00
Capital Prestado	80%	\$ 20.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>\$ 25.500,00</b>

**Elaborado por:** Naranjo Jenny

**Fuente:** Estudio Financiero

De acuerdo con la inversión inicial la empresa dispone de un capital propio del 20% , por consiguiente la diferencia del 80 % se realizó un financiamiento en la cooperativa de ahorro y crédito Ocus Ltda, manteniendo una cuenta corriente con una tasa efectiva de 18.90% para un periodo de 3 años.

#### 6.6. Plan de Inversiones

El plan de inversiones de la empresa de ropa deportiva de fibra biodegradable de algodón orgánico, tiene como propósito guiar las inversiones hacia un camino más seguro, disminuyendo riesgos al momento de invertir. Por consiguiente se determina un capital el cual se va desembolsar como un motivo de inversión inicial, a continuación observamos la siguiente tabla.

**Tabla 62: Plan de Inversiones**

<b>ACTIVO FIJO TANGIBLE</b>	<b>TOTAL</b>
Equipo	\$ 4.250,00
Herramientas	\$ 57,40
Equipos de oficina	\$ 1.632,00
Muebles y enseres	\$ 570,00
Vehículo	\$ 16.000,00
<b>TOTAL ACTIVOS TANGIBLES O DIFERIDO</b>	<b>\$ 22.509,40</b>
<b>ACTIVO FIJO INTANGIBLE</b>	
Permiso	\$ 105,00
Patente	\$ 35,00
Registro de marca	\$ 240,00
Adecuaciones	\$ 7.000,00
<b>TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES</b>	<b>\$ 7.380,00</b>
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	
Capital	\$ 15.445,00
<b>TOTAL DE CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>\$ 15.445,00</b>
<b>TOTAL INVERSION</b>	<b>\$ 45.334,40</b>

Elaborado por: Naranjo Jenny

Fuente: Estudio Financiero

Mediante el plan de inversiones se manifiesta que la inversión inicial de la empresa de elaboración y comercialización de ropa deportiva de fibra biodegradable de algodón orgánico es **de \$45.334,40**

### **6.7. Presupuesto de Gastos e Ingresos**

Presupuesto es la determinación anticipada por los ingresos, costos, gastos y utilidades de una organización en un periodo determinado.

Por otro lado el presupuesto de gastos depende de diversos factores como el cambio de volumen de ventas y otras actividades de costos que influyen directamente en gastos operativos (Horngren, Sundem, & Stratton, 2007)

#### **Costo de producción**

Es el importe de distintos elementos de los toques ocasiona para dejar un artículo disponible para la venta o para un proceso de fabricación, destacándose los costos de materia prima, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación. (Rodríguez, 2005, p. 91)

**Tabla 63: Costo de materia prima directa**

<b>MATERIA PRIMA</b>				
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad Anual</b>	<b>Metros 50 C/ ROLLO</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Precio Total</b>
Tela Algodón	360	18000	\$ 4,26	\$ 76.680,00
<b>TOTAL</b>		<b>18000</b>		<b>\$ 76.680,00</b>

Elaborado por: Naranjo Jenny

Fuente: Estudio Financiero

El costo de adquisición de la tela de fibra biodegradable de algodón orgánico se relaciona con el precio unitario que se estableció según el kilo de cada rollo de tela fijando \$4.26 por metro obteniendo un total de **\$ 76.680**

**Tabla 64: Costo de mano de obra directa**

<b>Descripción</b>		<b>Sueldo Mensual</b>	<b>Sueldo Anual</b>
maquilador 1	1	\$ 400,00	\$ 4.800,00
maquilador 2	1	\$ 400,00	\$ 4.800,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 800,00</b>	<b>\$ 9.600,00</b>

Elaborado por: Naranjo Jenny

Fuente: Estudio Financiero

**Tabla 65: Costo de mano de obra indirecta**

<b>Descripción</b>		<b>Sueldo Mensual</b>	<b>Sueldo Anual</b>
Cortador	1	\$ 450,00	\$ 5.400,00
Jefe de Producción	1	\$ 550,00	\$ 6.600,00
Jefe de Ventas	1	\$ 550,00	\$ 6.600,00
Bodeguero	1	\$ 450,00	\$ 5.400,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 1.350,00</b>	<b>\$ 24.000,00</b>

Elaborado por: Naranjo Jenny

Fuente: Estudio Financiero

**Tabla 66: Costo de materiales indirectos de fabricación**

Descripción	Cantidad Anual	Precio Unitario	Precio Total
CEDA	240	3,80	912
HILOS	240	2,50	600
CIERRE	2400	0,20	480
CORDONES	2400	0,10	240
ETIQUETAS	2400	0,10	240
FUNDAS	2400	0,05	120
TALLAS	2400	0,10	240
MARCAS	2400	0,15	360
	14880		3192

Elaborado por: Naranjo Jenny

Fuente: Estudio Financiero

**Tabla 67: Mantenimiento de equipo**

MANTENIMIENTO DE EQUIPOS			
Descripción	Frecuencia de mantenimiento	Costo	Costo Total
Recta	1	\$ 7,50	\$ 7,50
Recubridora	1	\$ 5,00	\$ 5,00
Overlock	1	\$ 5,00	\$ 5,00
Cortadora	1	\$ 5,00	\$ 5,00
<b>TOTAL MANTENIMIENTO</b>			<b>\$ 22,50</b>

Elaborado por: Naranjo Jenny

Fuente: Estudio Financiero

### Depreciación

“Es la transferencia periódica del coste de adquisición a gastos, a bienes de activo fijo como los edificios, maquinaria, equipo, muebles y enseres”.(Brock & Palmer, 1987, p. 247)

#### Formula:

$$D = \frac{P - F}{N}$$

**D:** Depreciación

**P:** Precio (activo fijo tangible)

**F:** Valor de recuperación

**N:** Tiempo de vida útil

**Tabla 68: Depreciación de activos fijos**

Descripción	Precio Unitario	Tiempo de vida útil	Valor de recuperación	Depreciación
Equipo			Precio de vida útil	(Precio-Valor de recuperación)/ vida útil
Recta	\$ 800,00	10 años	\$ 80,00	\$ 72,00
Cortadora	\$ 450,00	10 años	\$ 45,00	\$ 40,50
Recubridora	\$ 1.600,00	10 años	\$ 160,00	\$ 144,00
Overlock	\$ 1.400,00	10 años	\$ 140,00	\$ 126,00
<b>Total depreciación equipo</b>				<b>\$ 382,50</b>
<b>Herramientas</b>				
Juego de reglas	\$ 15,00	10 años	\$ 1,50	\$ 1,35
Tiza sastre	\$ 0,10	10 años	\$ 0,01	\$ 0,01
Tijeras	\$ 10,00	10 años	\$ 1,00	\$ 0,90
Pulidores	\$ 1,00	10 años	\$ 0,10	\$ 0,09
<b>Total depreciación herramientas</b>				<b>\$ 2,35</b>
<b>Equipos de Oficina</b>				
Computadora	\$ 700,00	3 años	\$ 233,33	\$ 155,56
Impresora	\$ 70,00	3 años	\$ 23,33	\$ 15,56
Calculadora	\$ 15,00	5 años	\$ 3,00	\$ 2,40
Grapadora	\$ 4,00	5 años	\$ 0,80	\$ 0,64
Perforadora	\$ 4,00	5 años	\$ 0,80	\$ 0,64
<b>Total depreciación equipos de oficina</b>				<b>\$ 174,79</b>
<b>Muebles y enseres</b>				
Escritorio	\$ 150,00	10 años	\$ 15,00	\$ 13,50
Sillas	\$ 60,00	10 años	\$ 6,00	\$ 5,40
Mesas de trabajo	\$ 45,00	10 años	\$ 4,50	\$ 4,05
<b>Total depreciación muebles y enseres</b>				<b>\$ 22,95</b>
<b>Vehículo</b>				
Chevrolet Dimax 2003	\$ 16.000,00	5 años	\$ 3.200,00	\$ 2.560,00
<b>Total depreciación vehículo</b>				<b>\$ 2.560,00</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 21.324,10</b>			<b>\$ 3.142,59</b>

Elaborado por: Naranjo Jenny

Fuente: Estudio Financiero

La depreciación acumulada que tendrán los activos fijos de la empresa de ropa deportiva de fibra biodegradable de algodón orgánico es de \$ **3.142,59**

## Amortización de activos intangibles

“Por lo general los bienes intangibles como las patentes y derechos de autor tienen un periodo legal y útil limitada, su coste de adquisición debe distribuirse a un periodo corto”.(Brock & Palmer, 1987, p. 247)

**Tabla 69: Amortización de activos intangibles**

ACTIVOS INTAGIBLES	COSTO	VIDA UTIL	AMORTIZACION
Permiso	\$ 105,00	5 años	\$ 21,00
Patente	\$ 35,00	5 años	\$ 7,00
Registro de marca	\$ 240,00	5 años	\$ 48,00
Adecuaciones	\$ 7.000,00	5 años	\$ 1.400,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 7.380,00</b>		<b>\$ 1.476,00</b>

Elaborado por: Naranjo Jenny

Fuente: Estudio Financiero

**Tabla 70: Costo indirecto de fabricación**

COSTO INDIRECTO DE FABRICACION	
Costo de mano de obra indirecta	\$ 24.000,00
Costo de materiales indirectos	\$ 3.192,00
Mantenimiento	\$ 22,50
Depreciación de maquinaria y herramientas	\$ 3.142,60
Amortización acumulada	\$ 1.476,00
<b>TOTAL CIF</b>	<b>\$ 31.833,10</b>

Elaborado por: Naranjo Jenny

Fuente: Estudio Financiero

Los costos indirectos de fabricación que incurrirá la empresa de ropa deportiva de fibra biodegradable de algodón orgánico por sus procedimientos en el primer año serán de **\$31.833,10**

**Tabla 71: Costo Total de producción**

COSTO TOTAL DE PRODUCCION	
Costo de materiales directos	\$ 76,680
Costo de mano de obra directa	\$ 9.600,00
Costo indirecto de fabricación	\$ 24.753,10
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>\$ 34.429,78</b>

Elaborado por: Naranjo Jenny

Fuente: Estudio Financiero

El costo total de producción que la empresa de ropa deportiva de fibra biodegradable de algodón orgánico necesitara para elaborar las prendas es de **\$ 34.429,78**

## Gastos Administrativos

Costo de administrar y controlar un negocio, incluyendo los honorarios, sueldos, servicios básicos, servicios contables excluyendo los costos de manufactura de venta o distribución. (Barrow, 2002, p. 176)

**Tabla 72: Servicios Básicos**

Servicio	Consumo Mensual	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	Valor Anual
Luz	442 kWh	0,15	\$ 66,75	\$ 801,00
Agua potable	20 m3	0,34	\$ 6,74	\$ 80,88
Teléfono	575 minutos	0,04	\$ 23,00	\$ 276,00
Internet	2000 mg	0,01	\$ 22,00	\$ 264,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 1.421,88</b>

Elaborado por: Naranjo Jenny

Fuente: Estudio Financiero

**Tabla 73: Sueldos y Salarios Administrativos**

PERSONAL ADMINISTRATIVO							
Descripción	Sueldo	Aporte IESS	Décimo tercero	Décimo Cuarto	TOTAL BENEFICIO	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL
Secretaria	\$ 450,00	\$42,53	\$ 37,50	\$ 31,25	\$ 26,22	\$ 476,22	\$ 5.714,64
Gerente	\$ 650,00	\$61,43	\$ 54,17	\$ 31,25	\$ 23,99	\$ 673,99	\$ 8.087,88
Contador	\$ 500,00	\$47,25	\$ 41,67	\$ 31,25	\$ 25,67	\$ 525,67	\$ 6.308,04
<b>TOTAL</b>							<b>\$ 20.110,56</b>

Elaborado por: Naranjo Jenny

Fuente: Estudio Financiero

**Tabla 74: Suministros de oficina**

<b>Suministros de oficina</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad Anual</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Precio Total</b>
Resmas de papel	3	\$ 5,00	\$ 15,00
Esferos	6	\$ 0,50	\$ 3,00
Borrador	4	\$ 0,25	\$ 1,00
Lápiz	6	\$ 0,50	\$ 3,00
Folders	6	\$ 2,50	\$ 15,00
Resaltador	6	\$ 0,70	\$ 4,20
Calculadora	6	\$ 6,00	\$ 36,00
Grapadora	6	\$ 5,00	\$ 30,00
Cinta adhesiva	10	\$ 0,80	\$ 8,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 115,20</b>

**Elaborado por:** Naranjo Jenny

**Fuente:** Estudio Financiero

**Tabla 75: Suministros de limpieza**

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad Anual</b>	<b>P.V.P unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Papel higiénico	10	\$ 2,00	\$ 20,00
Jabón líquido	4	\$ 1,70	\$ 6,80
Escobas	3	\$ 2,00	\$ 6,00
Trapeadores	3	\$ 3,00	\$ 9,00
Desinfectante	4	\$ 4,00	\$ 16,00
Fundas	6	\$ 1,00	\$ 6,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 63,80</b>

**Elaborado por:** Naranjo Jenny

**Fuente:** Estudio Financiero

**Tabla 76: Mantenimiento de equipo de oficina**

Equipo de oficina	Frecuencia anual	Valor unitario	Precio total
Computadora	2	\$ 30,00	\$ 60,00
Impresora	2	\$ 15,00	\$ 30,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 90,00</b>

Elaborado por: Naranjo Jenny

Fuente: Estudio Financiero

**Tabla 77: Gastos Administrativos**

Servicios Básicos	\$ 1.421,88
Suministros de oficina	\$ 115,20
Sueldos y salarios administrativos	\$ 20.110,56
Suministros de limpieza	\$ 63,80
Mantenimiento de equipo de computo	\$ 90,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 21.801,44</b>

Elaborado por: Naranjo Jenny

Fuente: Estudio Financiero

## Gastos de ventas

Surge como actividades ordinarias de la organización, toman la forma de una salida o depreciación de activos como por ejemplo el efectivo y partidas equivalentes al efectivo, existencias o inmovilizado material.(Enrique & Virginia, 2014)

**Tabla 78: Sueldos y Salarios del personal de ventas**

<b>PERSONAL DE VENTAS</b>			
Descripción	Cantidad	Sueldo Mensual	Sueldo Anual
Vendedor	2	\$ 400,00	\$ 4.800,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 400,00</b>	<b>\$ 4.800,00</b>

Elaborado por: Naranjo Jenny

Fuente: Estudio Financiero

**Tabla 79: Transporte del producto**

DESCRIPCION	CANTIDAD ANUAL	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Transporte de Tela	360	\$ 5,00	\$ 1.800,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1.800,00</b>

Elaborado por: Naranjo Jenny

Fuente: Estudio Financiero

**Tabla 80: Mantenimiento de vehículo**

DESCRIPCION	CANTIDAD ANUAL	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Mantenimiento de vehículos	6	\$ 40,00	\$ 240,00
Extra	2000	\$ 1,19	\$ 2.380,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 2.620,00</b>

Elaborado por: Naranjo Jenny

Fuente: Estudio Financiero

**Tabla 81: Gasto de Ventas**

GASTOS DE VENTAS	
Transporte del producto	\$ 1.800,00
Mantenimiento de vehículos	\$ 2.620,00
Sueldos y salarios de ventas	\$ 4.800,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 9.220,00</b>

Elaborado por: Naranjo Jenny

Fuente: Estudio Financiero

**Gasto financiero**

Se calcula el interés que se gastara por el financiamiento externos de la entidad financiera en este caso se calculara en base al crédito bancario realizado en la Cooperativa de ahorro y crédito Oscus Ltda. , el gasto financiero en los 3 años es de \$ 5.435,98 como observamos en la tabla de amortización.

**Tabla 82: Tabla de Amortización**

TABLA DE AMORTIZACION				
Nº. DE PAGO (AÑOS)	CUOTA	INTERES	CAPITAL	SALDO CAPITAL
1	\$ 8.516,95	\$ 2.866,50	\$ 5.547,54	\$ 20.000,00
2	\$ 8.515,56	\$ 1.852,65	\$ 6.561,39	\$ 14.452,46
3	\$ 8.709,15	\$ 716,83	\$ 7.891,07	\$ 7.891,07
<b>TOTALES</b>	<b>\$ 25.741,66</b>	<b>\$ 5.435,98</b>	<b>\$ 20.000,00</b>	

Elaborado por: Naranjo Jenny

Fuente: Estudio Financiero

### 6.7.1. Situación financiera actual

El balance general es el estado financiero que muestra la situación financiera de un empresa a una fecha determinada, el mismo que esta estructurado por el activo, pasivo y patrimonio, con la finalidad de tomar decisiones a través de normas y procedimientos que permiten un control de todas sus operaciones. (Avila Macedo Juan Jose, 2007, p. 16)

**Tabla 83: Situación Financiera Actual**

<b>ACTIVO</b>		<b>PASIVO</b>	
<b>ACTIVO CIRCULANTE</b>		Pasivo Circulante	\$ 10.296,00
Caja-Bancos	\$ 500,00	<b>TOTAL PASIVO CIRCULANTE</b>	<b>\$ 10.296,00</b>
Cuentas por Cobrar	\$ 18.585,00		
Inventarios	\$ 6.656,00	<b>Largo Plazo</b>	
<b>TOTAL ACTIVO CIRCULANTE</b>	<b>\$ 25.741,00</b>	Préstamo bancario	\$ 20.000,00
<b>ACTIVO TANGIBLE</b>		<b>TOTAL PASIVO LARGO PLAZO</b>	<b>\$ 20.000,00</b>
Equipo	\$ 4.250,00	<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>\$ 30.296,00</b>
Herramientas	\$ 57,40		
Equipos de oficina	\$ 1.632,00	<b>PATRIMONIO</b>	
Muebles y enseres	\$ 570,00	CAPITAL	\$ 20.715,81
Vehículo	\$ 16.000,00	<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 20.715,81</b>
(-) Depreciación Acumulada	\$ 3.142,59		
<b>TOTAL ACTIVOS TANGIBLES O DIFERIDOS</b>	<b>\$ 19.366,81</b>	<b>TOTAL (PASIVO +PATRIMONIO)</b>	<b>\$ 51.011,81</b>
<b>ACTIVOS FIJOS INTAGIBLES</b>			
Permiso	\$ 105,00		
Patente	\$ 35,00		
Registro de marca	\$ 240,00		
Adecuaciones	\$ 7.000,00		
(-) Amortización acumulada	\$ 1.476,00		
<b>TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES</b>	<b>\$ 5.904,00</b>		
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 51.011,81</b>		

**Elaborado por:** Naranjo Jenny

**Fuente:** Estudio Financiero

## 6.7.2. Situación financiera proyectada

**Tabla 84: Situación Financiera**

EMPRESA AMERICAN ORGANIC					
BALANCE GENERAL PROYECTADO					
ACTIVO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>ACTIVO CIRCULANTE</b>					
Caja-Bancos	\$ 500,00	\$ 516,90	\$ 534,37	\$ 552,43	\$ 571,11
Cuentas por Cobrar	\$ 18.585,00	\$ 19.213,00	\$ 19.862,00	\$ 20.533,00	\$ 21.227,00
Inventarios	\$ 6.656,00	\$ 6.881,00	\$ 7.114,00	\$ 7.354,00	\$ 7.603,00
<b>TOTAL ACTIVO CIRCULANTE</b>	<b>\$ 25.741,00</b>	<b>\$ 26.610,90</b>	<b>\$ 27.510,37</b>	<b>\$ 28.439,43</b>	<b>\$ 29.401,11</b>
<b>ACTIVO TANGIBLE</b>					
Equipo	\$ 4.250,00	\$ 4.393,65	\$ 4.542,16	\$ 4.695,69	\$ 4.854,40
Herramientas	\$ 57,40	\$ 59,00	\$ 61,00	\$ 63,00	\$ 65,00
Equipos de oficina	\$ 1.632,00	\$ 1.687,00	\$ 1.744,00	\$ 1.803,00	\$ 1.864,00
Muebles y enseres	\$ 570,00	\$ 589,00	\$ 609,00	\$ 630,00	\$ 651,00
Vehículo	\$ 16.000,00	\$ 16.541,00	\$ 17.100,00	\$ 17.678,00	\$ 18.276,00
(-) Depreciación Acumulada	\$ 3.142,59	\$ 3.249,00	\$ 3.359,00	\$ 3.473,00	\$ 3.590,00
<b>TOTAL ACTIVOS TANGIBLES O DIFERIDOS</b>	<b>\$ 19.366,81</b>	<b>\$ 20.020,65</b>	<b>\$ 20.697,16</b>	<b>\$ 21.396,69</b>	<b>\$ 22.120,40</b>
<b>ACTIVOS FIJOS INTAGIBLES</b>					
Permiso	\$ 105,00	\$ 108,55	\$ 112,22	\$ 116,01	\$ 119,93
Patente	\$ 35,00	\$ 36,18	\$ 37,40	\$ 38,66	\$ 39,97
Registro de marca	\$ 240,00	\$ 248,11	\$ 256,50	\$ 265,17	\$ 274,13
Adecuaciones	\$ 7.000,00	\$ 7.237,00	\$ 7.482,00	\$ 7.735,00	\$ 7.996,00
(-) Amortización acumulada	\$ 1.476,00	\$ 1.526,00	\$ 1.578,00	\$ 1.631,00	\$ 1.686,00
<b>TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES</b>	<b>\$ 5.904,00</b>	<b>\$ 6.103,84</b>	<b>\$ 6.310,12</b>	<b>\$ 6.523,84</b>	<b>\$ 6.744,03</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 51.011,81</b>	<b>\$ 52.735,39</b>	<b>\$ 54.517,65</b>	<b>\$ 56.359,96</b>	<b>\$ 58.265,54</b>
<b>PASIVO</b>					
Pasivo Circulante	\$ 10.296,00	\$ 10.644,00	\$ 11.004,00	\$ 11.376,00	\$ 11.761,00
<b>TOTAL PASIVO CIRCULANTE</b>	<b>\$ 10.296,00</b>	<b>\$ 10.644,00</b>	<b>\$ 11.004,00</b>	<b>\$ 11.376,00</b>	<b>\$ 11.761,00</b>
<b>Largo Plazo</b>					
Préstamo bancario	\$ 20.000,00	\$ 14.452,46	\$ 7.891,07	\$ -	\$ -
<b>TOTAL PASIVO LARGO PLAZO</b>	<b>\$ 20.000,00</b>	<b>\$ 14.452,46</b>	<b>\$ 7.891,07</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>\$ 30.296,00</b>	<b>\$ 25.096,46</b>	<b>\$ 18.895,07</b>	<b>\$ 11.376,00</b>	<b>\$ 11.761,00</b>
<b>PATRIMONIO</b>					
CAPITAL	\$ 20.715,81	\$ 21.416,00	\$ 22.140,00	\$ 22.888,00	\$ 23.662,00
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 20.715,81</b>	<b>\$ 21.416,00</b>	<b>\$ 22.140,00</b>	<b>\$ 22.888,00</b>	<b>\$ 23.662,00</b>
<b>TOTAL (PASIVO +PATRIMONIO)</b>	<b>\$ 51.011,81</b>	<b>\$ 46.512,46</b>	<b>\$ 41.035,07</b>	<b>\$ 34.264,00</b>	<b>\$ 35.423,00</b>

Elaborado por: Naranjo Jenny  
Fuente: Estudio Financiero

La situación financiera proyectada se realizó con el balance general, utilizando la inflación del año 2017 de 3.38% observando una situación económica sustentable durante los 5 años futuros.

### 6.7.3. Presupuesto de ingresos

Controla los ingresos, gastos e inversiones y poder identificar así los diferentes tipos de inconvenientes con una determinada antelación. Obliga a pensar rigurosamente sobre las consecuencias de la planificación de las diferentes actividades.

Para el cálculo tomamos en cuenta nuestro principal producto que vamos a ofertar en el mercado como es la ropa deportiva de fibra biodegradable de algodón orgánico.

(Muñiz & González, 2009, p. 44)

Están representadas con el número de prendas que se producirá y el precio está determinado en la pregunta número 11 de las encuestas realizadas dando como resultado \$ 30.

**Tabla 85:** Presupuesto de ingresos

<b>INGRESOS DE TELA DE FIBRA BIODEGRADABLE ALGODÓN ORGANICO</b>			
<b>DESCRIPCION</b>	<b>DPI REAL</b>	<b>PRECIO</b>	<b>INGRESOS ANUAL</b>
Tela Algodón	14868	\$ 30,00	\$ 446.040,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 446.040</b>

**Elaborado por:** Naranjo Jenny

**Fuente:** Estudio Financiero

**Tabla 86:** *Ingresos Proyectados*

<b>INGRESOS PROYECTADOS</b>		
<b>AÑOS</b>	<b>INGRESO</b>	<b>INFLACION</b>
AÑO 1	\$ 446,040	3,38%
AÑO 2	\$ 461,116	3,38%
AÑO 3	\$ 476,702	3,38%
AÑO 4	\$ 492,815	3,38%
AÑO 5	\$ 509,472	3,38%

**Elaborado por:** Naranjo Jenny

**Fuente:** Estudio Financiero

Los ingresos que se consideran obtener en el 1er año de funcionamiento es de \$ 446.040,00 mientras que para el año 5 de funcionamiento contaremos con una inflación del 3.38% incrementándose en \$509.472,00

#### 6.7.4. **Estado de resultados proyectados**

Condesa las proyecciones presupuestarias que se han realizado dando una visión integral en los cuales serán los posibles resultados de la organización para los próximos 5 años , estando pendiente el resultado final de todos los presupuestos operativos que se ha venido preparando como los ingresos, producción, mercadeo y ventas, administración y financieros.(Levia Bonilla, 2007, p. 102)

Para la proyección del estado de resultados proyectado se tomó en cuenta la tasa de inflación del 3.38%

Tabla 87: Estado de Resultados Proyectado

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos	\$ 446.040,00	\$ 461.116,00	\$ 476.702,00	\$ 492.815,00	\$ 509.472,00
<b>(-) Costo de producción</b>	<b>\$ 118.113,09</b>	<b>\$ 122.105,00</b>	<b>\$ 126.232,00</b>	<b>\$ 130.499,00</b>	<b>\$ 134.910,00</b>
Materia Prima	\$ 76.680,00	\$ 79.272,00	\$ 81.951,00	\$ 84.721,00	\$ 87.585,00
Materiales Indirectos	\$ 3.192,00	\$ 3.300,00	\$ 3.412,00	\$ 3.527,00	\$ 3.646,00
Mano de obra directa e indirecta	\$ 33.600,00	\$ 34.736,00	\$ 35.910,00	\$ 37.124,00	\$ 38.379,00
Mantenimiento Máquinas y Herramientas	\$ 22,50	\$ 23,00	\$ 24,00	\$ 25,00	\$ 26,00
Depreciación y Amortización	\$ 4.618,59	\$ 4.775,00	\$ 4.936,00	\$ 5.103,00	\$ 5.275,00
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>\$ 327.926,91</b>	<b>\$ 339.011,00</b>	<b>\$ 350.470,00</b>	<b>\$ 362.316,00</b>	<b>\$ 374.562,00</b>
<b>(-) Gasto Administrativo</b>	<b>\$ 21.801,44</b>	<b>\$ 22.631,37</b>	<b>\$ 23.396,31</b>	<b>\$ 24.187,09</b>	<b>\$ 25.004,61</b>
Servicios básicos	\$ 1.421,88	\$ 1.469,94	\$ 1.519,62	\$ 1.570,98	\$ 1.624,08
Suministros de oficina	\$ 115,20	\$ 119,09	\$ 123,12	\$ 127,28	\$ 131,58
Sueldos y salarios administrativos	\$ 20.110,56	\$ 20.790,30	\$ 21.493,01	\$ 22.219,47	\$ 22.970,49
Suministros de limpieza	\$ 63,80	\$ 65,96	\$ 68,19	\$ 70,49	\$ 72,87
Mantenimiento de equipo de computo	\$ 90,00	\$ 186,08	\$ 192,37	\$ 198,87	\$ 205,59
<b>(-) Gasto de Ventas</b>	<b>\$ 11.740,00</b>	<b>\$ 12.136,82</b>	<b>\$ 12.547,04</b>	<b>\$ 12.971,12</b>	<b>\$ 13.409,54</b>
Transporte de productos e insumos	\$ 4.320,00	\$ 4.466,02	\$ 4.616,97	\$ 4.773,02	\$ 4.934,35
Mantenimiento de vehículo	\$ 2.620,00	\$ 2.708,56	\$ 2.800,11	\$ 2.894,75	\$ 2.992,59
Sueldos y salarios de ventas	\$ 4.800,00	\$ 4.962,24	\$ 5.129,96	\$ 5.303,35	\$ 5.482,60
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>\$ 294.385,47</b>	<b>\$ 304.242,81</b>	<b>\$ 314.526,65</b>	<b>\$ 325.157,79</b>	<b>\$ 336.147,85</b>
<b>(-) Gastos financieros</b>	<b>\$ 2.866,50</b>	<b>\$ 1.852,65</b>	<b>\$ 716,83</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>
Interés Bancario	\$ 2.866,50	\$ 1.852,65	\$ 716,83	\$ -	\$ -
<b>(=) UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION</b>	<b>\$ 291.518,97</b>	<b>\$ 302.390,16</b>	<b>\$ 313.809,82</b>	<b>\$ 325.157,79</b>	<b>\$ 336.147,85</b>
(-) Participación de trabajadores (15%)	\$ 43.728,85	\$ 45.359,00	\$ 47.071,00	\$ 48.774,00	\$ 50.422,00
<b>(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA</b>	<b>\$ 247.790,12</b>	<b>\$ 257.031,16</b>	<b>\$ 266.738,82</b>	<b>\$ 276.383,79</b>	<b>\$ 285.725,85</b>
(-) Impuesto a la renta (22%)	\$ 54.513,83	\$ 56.547,00	\$ 58.683,00	\$ 60.804,00	\$ 62.860,00
<b>(=) UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 193.276,29</b>	<b>\$ 200.484,16</b>	<b>\$ 208.055,82</b>	<b>\$ 215.579,79</b>	<b>\$ 222.865,85</b>

Elaborado por: Naranjo Jenny  
Fuente: Estudio Financiero

### 6.7.5. Flujo de caja.

Se caracteriza por las entradas y salidas efectivas de dinero, mediante las cuales se comparan. (Guzman Castro, 2004, p. 17)

De la misma forma se proyectó con la tasa de inflación del 3.38%

*Tabla 88: Flujo de caja*

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos	\$ 446.040,00	\$ 461.116,00	\$ 476.702,00	\$ 492.815,00	\$ 509.472,00
<b>(-) Costo de producción</b>	\$ 118.113,09	\$ 122.105,00	\$ 126.232,00	\$ 130.499,00	\$ 134.910,00
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$ 327.926,91</b>	<b>\$ 339.011,00</b>	<b>\$ 350.470,00</b>	<b>\$ 362.316,00</b>	<b>\$ 374.562,00</b>
<b>(-) Gasto Administrativo</b>	\$ 21.801,44	\$ 22.631,37	\$ 23.396,31	\$ 24.187,09	\$ 25.004,61
<b>(-) Gasto de Ventas</b>	\$ 11.740,00	\$ 12.136,82	\$ 12.547,04	\$ 12.971,12	\$ 13.409,54
<b>(-) Gastos financieros</b>	\$ 2.866,50	\$ 1.852,65	\$ 716,83	\$ -	\$ -
<b>(=) UTILIDAD PARTICIPACION TRABAJADORES</b>	<b>\$ 286.900,38</b>	<b>\$ 297.615,16</b>	<b>\$ 308.873,82</b>	<b>\$ 320.054,79</b>	<b>\$ 330.872,85</b>
(-) Participación trabajadores (15%)	\$ 43.035,00	\$ 147.406,64	\$ 152.652,64	\$ 142.350,82	\$ 142.350,82
<b>(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO</b>	<b>\$ 243.865,38</b>	<b>\$ 150.208,52</b>	<b>\$ 156.221,18</b>	<b>\$ 177.703,97</b>	<b>\$ 188.522,03</b>
(-) Impuesto a la renta (22%)	\$ 53.650,00	\$ 78.393,53	\$ 81.183,45	\$ 96.973,12	\$ 96.973,12
<b>(=) UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 190.215,38</b>	<b>\$ 71.814,99</b>	<b>\$ 75.037,73</b>	<b>\$ 80.730,85</b>	<b>\$ 91.548,91</b>
<b>(+) Depreciación y amortización</b>	\$ 4.618,59	\$ 4.775,00	\$ 4.936,00	\$ 5.103,00	\$ 5.275,00
(-) Pagos de capital	\$ 5.547,54	\$ 6.561,39	\$ 7.891,07	\$ -	\$ -
<b>FLUJO DE CAJA NETO</b>	<b>\$ 189.286,43</b>	<b>\$ 70.028,60</b>	<b>\$ 72.082,66</b>	<b>\$ 85.833,85</b>	<b>\$ 96.823,91</b>

Elaborado por: Naranjo Jenny

Fuente: Estudio Financiero

### 6.8. Punto de equilibrio.

Para (Keat & Young, 2004, p. 448) es una simplificación del análisis económico que mide el efecto en el cambio de la cantidad de un producto, sobre las utilidades de la empresa. Es el nivel de producción en el que la empresa no incurre en pérdidas pero tampoco en utilidades.

**Tabla 89: Gastos Fijos y Variables**

DETALLE	GASTOS FIJOS	VALOR	GASTOS VARIABLES	VALOR
<b>GASTOS OPERATIVOS</b>		\$	Mano de obra directa	\$ 9.600,00
	Mantenimiento	22,50	Materia prima	\$ 76.680,00
	Depreciaciones y Amortizaciones	\$ 4.618,59	Materiales Indirectos	\$ 3.192,00
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	Servicios básicos	\$ 1.421,88		
	Suministros de oficina	\$ 115,20		
	Sueldos y salarios administrativo	\$ 20.110,56		
	Suministros de limpieza	\$ 63,80		
	Mantenimiento de equipo de computo	\$ 90,00		
<b>GASTOS DE VENTAS</b>	Mantenimiento de vehículos	\$ 2.840,00	Transporte de insumos y producto	\$ 4.320,00
			Sueldo y Salarios de ventas	\$ 4.800,00
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>	Interés préstamo	\$ 5.547,54		
<b>TOTAL</b>	<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	\$ 34.830,07	<b>TOTAL COSTOS VARIABLES</b>	\$ 98.592,00

**Elaborado por:** Naranjo Jenny

**Fuente:** Estudio Financiero

Cantidad	14868
Precio venta unitario	30
Ingresos Totales (ventas totales)	446040
Costos fijos	\$ 34.830,07
Costos variables	\$ 98.592,00
Costo variable unitario	6,63
Costo total	\$ 133.422,07

**Elaborado por:** Naranjo Jenny

**Fuente:** Estudio Financiero

El punto de equilibrio se calcular en unidades como en ventas y se utilizara las siguientes formulas:

Fórmula para unidades:

**CF:** Costo fijo

**PV:** Precio venta unitario

**CV:** Costo variable unitario = Costo variable / Cantidad

$$PE 1 = \frac{CF}{PV - CV}$$

$$PE 1 = \frac{\$ 34.830,07}{\$ 30 - 6.63}$$

$$PE 1 = 1.514$$

El punto de equilibrio en unidades es de 1.514 prendas deportivas de fibra biodegradable de algodón orgánico

**Fórmula para ventas:**

**CF:** Costo fijo

**PV:** Precio venta unitario

**CVT:** Costo variable unitario total ( CV/CANT)

**VT:** Ventas totales

$$PE 2 = \frac{CF}{1 - CVt} \cdot VT$$

$$PE 2 = \frac{\$ 34.830,07}{1 - 6.63} \cdot 14868$$

$$PE 2 = \$35.181,88$$

El punto de equilibrio en ventas es de \$ 35.181.880 lo que la empresa deberá que mantener este margen de ventas, permitiendo existir un superávit.

### **6.9. Tasa de descuento y criterios alternativos para la evaluación de proyectos.**

Inversión financiera a la tasa mínima de retorno a la cual va asociada el riesgo de la pérdida de inversión. (Guzman Castro, 2004, p. 16)

**TMAR** : Tasa mínima de aceptación de retorno

**I**: riesgo país acumulado 7.67%

**F**: Inflación 3.38%

$$\mathbf{TMAR1 = i + f}$$

$$\mathbf{TMAR1 = 0.0767 + 0,0338}$$

$$\mathbf{TMAR1 = 0.1105 * 100}$$

$$\mathbf{TMAR1 = 11.05 \%}$$

### **Calculo TMAR2 sin financiamiento**

$$\mathbf{TMAR 2 = i + f (2)}$$

$$\mathbf{TMAR2 = 0.1105 + (0,0338 * 2)}$$

$$\mathbf{TMAR2 = 0.1781 * 100}$$

$$\mathbf{TMAR2 = 17.81 \%}$$

### **6.10. Valor presente neto o valor actual neto (VAN)**

Es un indicador de evaluación que suma todos los flujos de efectivo futuros de una inversión, a una tasa de interés y un periodo determinado con el fin de comparar este valor con la inversión actual. (Wilson, 2005, p. 172)

El valor actual neto encuentra la diferencia entre el valor de flujos y de inversiones. La tasa se utiliza para deducir los flujos que es de rendimiento mínimo aceptable de la empresa. (Jimenez Boulanger, Espinoza Gutierrez, & Foncesa Retana, 2007, p. 81)

El valor actual neto se calculara con la siguiente formula

$$VAN1 = - Inversion\ inicial + \frac{FNE1}{(1+i)^1} + \frac{FNE2}{(1+i)^2} + \frac{FNE3}{(1+i)^3} + \frac{FNE4}{(1+i)^4} + \frac{FNE5}{(1+i)^5}$$

$$VAN1 = - 45.334,40 + \frac{\$189.282,43}{(1+0.1105)^1} + \frac{70.028,60}{(1+0.1105)^2} + \frac{72.082,66}{(1+0.1105)^3} + \frac{85.833,85}{(1+0.1105)^4} + \frac{96.823,91}{(1+0.1105)^5}$$

$$VAN1 = - 45.334,40 + 170.447,93 + 56.786,61 + 52.635,06 + 56.439,65 + 57.331,04$$

$$VAN1 = - 45.334,40 + 393.640,29$$

$$VAN1 = 348.305,89$$

### Valor Actual Neto año 2

$$VAN2 = \frac{FNE1}{(1+i)^1} + \frac{FNE2}{(1+i)^2} + \frac{FNE3}{(1+i)^3} + \frac{FNE4}{(1+i)^4} + \frac{FNE5}{(1+i)^5}$$

$$VAN2 = - 45.334,40 + \frac{\$189.282,43}{(1+0.1781)^1} + \frac{70.028,60}{(1+0.1781)^2} + \frac{72.082,66}{(1+0.1781)^3} + \frac{85.833,85}{(1+0.1781)^4} + \frac{96.823,91}{(1+0.1781)^5}$$

$$VAN2 = - 45.334,40 + 160.667,54 + 50.455,80 + 44.084,34 + 44.558,44 + 42.665,01$$

$$VAN2 = - 45334,40 + 342.431,13$$

$$VAN2 = 297.096,73$$

El valor actual neto demuestra que los flujos de efectivo en los 5 años de inversión del proyecto es positivo obteniendo el VAN 1 de \$ 348.305,89y el VAN 2 de \$297.096,73existiendo un proyecto factible y viable económicamente.

## 6.11. Indicadores Financieros

Analizar el comportamiento de la empresa en uno o distintos periodos, es posible que tengamos un gran número de relaciones o proporciones entre cuentas del balance general y de los estados de resultados e incluso cruzar información de ambos balances.

### Indicadores de liquidez

Mide la capacidad que tienen las empresas para cancelar sus obligaciones de corto plazo y así poder conocer la facilidad o dificultad que presenta una empresa para cancelar sus pasivos corrientes y convertidos en efectivo los activos corrientes. (*Diccionario de Economía*, s. f., p. 190)

#### 1.- Razón corriente

$$RC = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

$$RC = \frac{25.741,00}{10.296,00}$$

$$RC = 2,5$$

Los 2.50 muestra la capacidad que la empresa tiene para enfrentar sus cuentas por pagar a corto plazo evitando posteriores problemas de insolvencia en la empresa.

#### Razón de liquidez o prueba acida

$$PA = \frac{\text{Activo corriente} - \text{Inventarios}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

$$PA = \frac{25.741,00 - 6.656,00}{10.296,00}$$

$$PA = 1.85$$

En cuestión que la empresa no liquide sus inventarios tiene una solvencia de pago de \$ 1.85 por cada dólar de deuda en el corto plazo.

## **Indicadores Endeudamiento**

Miden la participación de terceros en las instituciones y el impacto que los costos de financiación tienen sobre las utilidades del periodo. (Malagón-Londoño, Morera, & Laverde, 2006, p. 504)

### **1.- Nivel de endeudamiento**

$$RE = \frac{\textit{Total de pasivos con terceros}}{\textit{Total de Activos}} * 100$$

$$RE = \frac{30.296,00}{51.011,81} * 100$$

$$RE = 59.39 \%$$

El 53.39% del total de activos que tiene la empresa es por el financiamiento a instituciones financieras para solventar los activos.

### **2.- Concentración de endeudamiento en el corto plazo**

$$CECP = \frac{\textit{Pasivo Corriente}}{\textit{Pasivo total con terceros}} * 100$$

$$CECP = \frac{10.296,00}{30.296,00} * 100$$

$$CECP = 33.98$$

El total de las deudas que tiene la empresa el 33.98% se debe cumplir en el corto plazo el cual se debe disminuir las deudas, gracias al dinero que se obtiene de las cuentas de activos.

## **Indicador de la actividad**

Miden la eficiencia de una empresa al emplear sus activos y la velocidad de recuperación de valor es aplicados en ellos. (Diccionario de Economía, s. f., p. 189)

### 1.- Rotación de cartera

$$CECP = \frac{Ventas}{Cuentas\ por\ cobrar}$$

$$CECP = \frac{446.040,00}{18.585,00}$$

$$CECP = 24$$

El 24 es el promedio de veces que las cuentas por cobrar retornaran en operaciones de la empresa es decir que a 24 clientes se cobrara para ser eficientes en cuentas por cobrar.

### 3. Rotación de ventas

$$MUB = \frac{Ventas}{Activo\ Total}$$

$$MUB = \frac{446.040,00}{51.011,81}$$

$$MUB = 8.74$$

Por cada dólar invertido la empresa obtiene una recuperación de ventas de \$8.74 la misma que mantendrá el volumen de ingresos garantizando solvencia y éxito empresarial.

### Indicadores de Rentabilidad

Muestran las utilidades de la organización con activos , ingresos, patrimonio liquido, el mercado y demás indicando la capacidad de la empresa para producir beneficios permitiendo continuidad en la organización.(Muñiz & González, 2009, p. 141)

#### 1.- Rentabilidad de las operaciones

$$RO = \frac{Utilidad\ Neta}{Ventas} * 100$$

$$RO = \frac{193.276,29}{446.040,00} * 100$$

$$RO = 43.33$$

Por cada dólar invertido se adquiere un margen de ganancia del 43.33% .

## 6.12. Tasa beneficio – costo

$$RCB = \frac{Ventas}{Costo\ proyecto}$$

$$RCB = \frac{446.040,00}{45.334,40}$$

$$RCB = 9.83$$

Por cada dólar invertido obtenemos una ganancia de \$9.83 de costo beneficio para el proyecto.

## 6.13 Periodo de recuperación de la inversión

Establece la cantidad de periodos requeridos para recuperar los fondos invertidos de la organización. (Mondino & Pendas, 2007, p. 255)

**I.I**= Inversión (45.334,40)

**N**= Numero de periodos

**FNE**= 514055.45 Suma del FNC

$$PRI = \frac{I.I}{TOTAL\ FNE / N}$$

$$PRI = \frac{121.008,05}{514.055,45/3}$$

$$PRI = 1.17$$

1 = 1 años

0.17\* 12 meses = **2.04** meses

0.7\*30= 21 días

La inversión se recuperara en 1 año, 2 meses y 21 días.

## 6.14 Tasa interna de retorno

Es un instrumento para calcular el rendimiento de una inversión determinado con flujos de fondos netos hace que el valor actual de entrada y salida de fondos sean iguales. Representa el máximo costo al cual un inversionista podría tomar dinero prestado con su producción sin obtener pérdidas. (Herrera, Velasco, Denen, & Radulovich, 1994, p. 54)

Es la tasa que descuenta los flujos asociados con un proyecto hasta un valor exactamente de cero. (Jiménez Boulanger et al., 2007, p. 84)

**Formula:**

$$TIR = TMAR1 + (TMAR2 - TMAR1) \frac{VAN1}{VAN1 - VAN2}$$

**Datos:**

$$TMAR1 = 11.05\% \quad TMAR2 = 17.81\%$$

$$VAN1 = 348.305,89$$

$$VAN2 = 297.096,73$$

$$TIR = 0.1105 + (0.1781 - 0.1105) \frac{348.305,89}{348.305,89 - 297.096,73}$$

$$TIR = 0.1105 + (0.0676)6.80$$

$$TIR = 0.1105 + 0.46$$

$$TIR = 0.5701$$

$$TIR = 57.01\%$$

Al finalizar la vida útil del proyecto se obtendrá un TIR de 57.01% obteniendo rentabilidad, para concluir se puede decir que el proyecto es factible debido a que supera la TMAR (r) que es de 11.05%.

## 6.15 Análisis de sensibilidad

(Bodie & Merton, 2003, p. 173) consiste en probar si el proyecto valdrá o no la pena cuando incluso las variables subyacentes resulten ser diferentes.

El análisis de sensibilidad se lo realizo comparando 3 escenarios real, optimista, pesimista.

**Tabla 90: Análisis de sensibilidad**

SENSIBILIDAD		PESIMISTA	REAL		OPTIMISTA
Ingresos	-5	\$ 423,74	\$ 446.040,00	5	\$ 468,34
Gastos Operativos	5	\$ 309.104,74	\$ 294.385,47	-5	\$ 279.666,20
Gastos Administrativos	5	\$ 22.891,51	\$ 21.801,44	-5	\$ 20.711,37
Gastos de venta	5	\$ 12.327,00	\$ 11.740,00	-5	\$ 11.153,00
Gastos Financieros		\$ 2.866,50	\$ 2.866,50		\$ 2.866,50

**Elaborado por:** Naranjo Jenny

**Fuente:** Estudio Financiero

ANALISIS DE SENSIBILIDAD			
	PESIMISTA	REAL	OPTIMISTA
<b>VAN</b>	\$ 330.890,60	\$ 348.305,89	\$ 365.721,18
<b>TIR</b>	\$ 54,16	\$ 57,01	\$ 59,86
<b>PRI</b>	\$ 1,11	\$ 1,17	\$ 1,23

**Elaborado por:** Naranjo Jenny

**Fuente:** Estudio Financiero

Para el cálculo del análisis de sensibilidad se utilizó los valores de flujo de caja, las variables de ingresos incrementando en un 5% y gastos reduciendo un 5% para el escenario optimista y para el escenario pesimista los ingresos se sujetan en un 5% y los gastos aumentan el 5%.

## Capítulo VII

### 7. Conclusiones y Recomendaciones

#### 7.1. Conclusiones

Mediante el estudio de mercado se determinó el segmento de mercado para la elaboración y comercialización de ropa deportiva a base de fibra biodegradable como el algodón orgánico que es el 70% hombres y 30% mujeres de las edades comprendidas 20 a 50 años con ingresos de \$ 419 relegando una demanda potencial insatisfecha de 696 prendas con un precio de \$30 accesible tanto para las empresas como para el consumidor, demostrando la factibilidad para la creación de la nueva empresa. Además la provincia de Tungurahua se caracteriza por la gran parte de empresas y microempresas dedicadas a la fabricación de ropa y textiles el cual los ha convertido en un sector netamente productivo.

En el estudio técnico nos permitió identificar los factores necesarios para el tamaño óptimo del proyecto obteniendo el DPI Real, otro punto importante es determinar la ingeniería del proyecto en el cual está la selección del proceso productivo de las prendas deportivas con maquinaria adecuada.

En el estudio financiero se determinó una inversión de \$ 45.334,40 obteniendo ingresos por prenda deportiva de \$ 446.040 en el primer año, generando un VAN positivo de \$ 348.305,89 y un TIR de 57.01% que al cabo de 5 años se desarrollara una rentabilidad de dicho porcentaje siendo un proyecto viable ya que la TIR supera la TMAR de 11.05%, recalcando que el periodo de retorno de la inversión se da en 1 años 2 meses y 21 días.

Este proyecto contribuye al cuidado medio ambiente a través de prendas deportivas elaboradas a base de la tela de fibra biodegradable de algodón orgánico, incentivando a una moda diferente con prendas de calidad que no dañen el ecosistema y cuide la salud de la sociedad.

## **7.2 Recomendaciones**

- Se recomienda a los productores y comercializadores de prendas deportivas acogerse a los nuevos textiles orgánicos que impulsa el Ministerio del Medio Ambiente.
- Incentivar a la ciudadanía a conocer sobre este tipo de emprendimientos que contribuyen al cuidado del medio ambiente a través de la moda ecológica vistiéndose de verde.
- Se recomienda analizar y evaluar constantemente los indicadores de evaluación financiera tanto en presente y futuro, de tal manera determinar la situación económica en caso de algún desequilibrio para poder tomar decisiones inmediatas.

## BIBLIOGRAFÍA

- AITE I Industria. (s. f.). Recuperado 4 de julio de 2017, a partir de <http://www.aite.com.ec/industria.html>
- Análisis de mercados*. (2008). Editorial Vértice.
- Análisis Y Planeamiento*. (s. f.). EUNED.
- Armesto, M., & Esteve, A. (2013). *Empresa en el aula Ed. 2013*. Editex.
- Avila Macedo Juan Jose. (2007). *Introducción a la Contabilidad*. Ediciones Umbral.
- Barrow, C. (2002). *Administre sus finanzas*. Pearson Educación.
- Bodie, Z., & Merton, R. C. (2003). *Finanzas*. Pearson Educación.
- Brock, H. R., & Palmer, C. E. (1987). *Contabilidad: principios y aplicaciones*. Reverte.
- Bur, A. (2013). Marketing sustentable: Utilización del marketing sustentable en la industria textil y de la indumentaria. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos*, (45), 133–142.
- canales de comercializacion. (s. f.). Recuperado 7 de noviembre de 2017, a partir de <https://es.scribd.com/doc/59101334/canales-de-comercializacion>
- Castro, A. M., Castro, J. A. M., & Martínez, F. R. A. (2014). *Administración Financiera*. Grupo Editorial Patria.
- Corrillo Machicado, F., & Gutiérrez Quiroga, M. (2016). Estudio de localizacion de un proyecto. *Revista Ventana Científica*, 29.
- Desbordes, M., Ohl, F., & Tribou, G. (2001). *ESTRATEGIAS DEL MARKETING DEPORTIVO. Análisis del consumo deportivo*. Editorial Paidotribo.
- Diccionario de Economía*. (s. f.). U. Cooperativa de Colombia.
- Duque, E. B. (2013). *Diseño organizacional centrado en el cliente*. Ecoe Ediciones.
- Enrique, C. R., & Virginia, B. V. (2014). *NORMAS DE CONTABILIDAD EN LA UNION EUROPEA*. Editorial UNED.
- Eslava, J. de J. (2016). *La rentabilidad: análisis de costes y resultados*. ESIC Editorial.
- Eslava, J. de J., & Marín, I. de J. (2013). *Las claves de la nueva contabilidad para las pymes*. ESIC.
- Fuente, F. G. de la, & Estallo, M. de los Á. G. (2014). *La organización de empresas: Hacia un modelo de futuro*. ESIC Editorial.
- González, V., Hernández-Marin, M., & Lorig, K. (2013). *Tomando control de su salud: Una guía para el manejo de las enfermedades del corazón, diabetes, asma, bronquitis, enfisema y otros problemas crónicos*. Bull Publishing Company.

- Guzman Castro, F. (2004). *Introducción a la Ingeniería Económica*. Univ. Nacional de Colombia.
- Horngren, C. T., Sundem, G. L., & Stratton, W. O. (2007). *Contabilidad administrativa*. Pearson Educación.
- Industria textil - Revista Gestión. (s. f.). Recuperado 17 de agosto de 2017, a partir de <http://studylib.es/doc/4809541/industria-textil---revista-gesti%C3%B3n>
- Jimenez Boulanger, F., Espinoza Gutierrez, C. L., & Foncesa Retana, L. (2007). *Ingeniería Económica*. Editorial Tecnológica de CR.
- Karthik, T., & Gopalakrishnan, D. (2014). Environmental Analysis of Textile Value Chain: An Overview. En *Roadmap to Sustainable Textiles and Clothing* (pp. 153–188). Springer, Singapore. [https://doi.org/10.1007/978-981-287-110-7\\_6](https://doi.org/10.1007/978-981-287-110-7_6)
- Leonas, K. K. (2017). The Use of Recycled Fibers in Fashion and Home Products. En S. S. Muthu (Ed.), *Textiles and Clothing Sustainability* (pp. 55–77). Springer Singapore. [https://doi.org/10.1007/978-981-10-2146-6\\_2](https://doi.org/10.1007/978-981-10-2146-6_2)
- Levia Bonilla, J. C. (2007). *Los emprendedores y la creación de empresas*. Editorial Tecnológica de CR.
- Lopez, R. (s. f.). Que es la ingeniería de proyectos. Recuperado a partir de [http://www.academia.edu/9066846/Que\\_es\\_la\\_ingenier%C3%ADa\\_de\\_proyectos](http://www.academia.edu/9066846/Que_es_la_ingenier%C3%ADa_de_proyectos)
- Malagón-Londoño, G., Morera, R. G., & Laverde, G. P. (2006). *Garantía de calidad en salud*. Ed. Médica Panamericana.
- Martín, F. A. (2011). *La encuesta: una perspectiva general metodológica*. CIS.
- Miranda, J. J. M. (2010). *Gestión de Proyectos*. MMEditores.
- Mondino, D., & Pendas, E. (2007). *Finanzas para empresas competitivas*. Ediciones Granica S.A.
- Muñiz, L., & González, L. M. (2009). *Control presupuestario: Planificación, elaboración, implantación y seguimiento del presupuesto*. Profit Editorial.
- Nam, C., Dong, H., & Lee, Y.-A. (2017). Factors influencing consumers' purchase intention of green sportswear. *Fashion and Textiles*, 4(1), 2. <https://doi.org/10.1186/s40691-017-0091-3>
- Namakforoosh, M. N. (2000). *Metodología de la investigación*. Editorial Limusa.
- Normalización, S. E. de. (s. f.). La Institución | Servicio Ecuatoriano de Normalización. Recuperado 19 de julio de 2017, a partir de <http://www.normalizacion.gob.ec/la-institucion/>
- Objetivo 10. Impulsar la transformación de la matriz productiva - Plan Nacional 2013 - 2017. (s. f.). Recuperado 19 de julio de 2017, a partir de <http://www.buenvivir.gob.ec/objetivo-10.-impulsar-la-transformacion-de-la-matriz-productiva>

- Olano, O. (2013). *Acopios De Comunicación*. Lulu.com.
- Parres, G. S. (2015). *Gestión de un pequeño comercio (2015)*. Editex.
- programa de transferencia de tecnología para la mujer y familia rural*. (s. f.). IICA.
- Rendón, O. H. P. (2014). *Modelo del Plan de Negocios: Para Micro y Pequeña Empresa*. Grupo Editorial Patria.
- Rodríguez, J. F. H. (2005). *Costo de Ventas*. Ediciones Fiscales ISEF.
- Sanchez, L. (s. f.). Vestirse de verde, 229. Recuperado a partir de [http://www.revistagestion.ec/wp-content/uploads/2013/10/229\\_005.pdf](http://www.revistagestion.ec/wp-content/uploads/2013/10/229_005.pdf)
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2005). *Comportamiento del consumidor*. Pearson Educación.
- Subsecretaría MIPYMES Y Artesanías – Ministerio de Industrias y Productividad. (s. f.). Recuperado 19 de julio de 2017, a partir de <http://www.industrias.gob.ec/subsecretaria-mipymes-y-artesantias/>
- Talaya, Á. E., & Romero, C. L. (2013). *Dirección comercial*. ESIC Editorial.
- Tovar, J. K. (2000). *Manual del Empresario Exitoso*. Juan Carlos Martínez Coll.
- Villegas Marín, C., & González Monroy, B. (2013). FIBRAS TEXTILES NATURALES SUSTENTABLES Y NUEVOS HÁBITOS DE CONSUMO. *Revista Legado de Arquitectura y Diseño*, (13). Recuperado a partir de <http://www.redalyc.org/resumen.oa?id=477947372003>
- Wilson, M. H. (2005). *Formulación y evaluación de proyectos tecnológicos empresariales aplicados*. Convenio Andres Bello.

ANEXO



UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO

CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE MARKETING Y GESTION DE NEGOCIOS



**Objetivo:** Recopilar información acerca del grado de aceptación de la elaboración y comercialización de ropa deportiva a base de fibra biodegradable.

**Instructivo:** Lea detenidamente y marque con una X la respuesta acorde a opinión

**1. Edad**

15 a 25 años	<input type="checkbox"/>
26 a 36 años	<input type="checkbox"/>
37 a 47 años	<input type="checkbox"/>
48 en adelante	<input type="checkbox"/>

**2. Genero**

<input type="checkbox"/>	Masculino
<input type="checkbox"/>	Femenino

**3. Usted prefiere adquirir ropa deportiva?**

<input type="checkbox"/>	Importada
<input type="checkbox"/>	Nacional

**4. Con que frecuencia adquiere ropa deportiva?**

Mensual	<input type="checkbox"/>
Trimestral	<input type="checkbox"/>
Anual	<input type="checkbox"/>

**5. Cuáles son los factores primordiales que usted busca en la ropa deportiva?**

<input type="checkbox"/>	Marca
<input type="checkbox"/>	Diseño
<input type="checkbox"/>	Confort
<input type="checkbox"/>	Precio

**6. Satisface sus expectativas en cuanto a la calidad y precio de las prendas deportivas que ofrece el mercado?**

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

Siempre

Casi siempre

A veces

Nunca

**7. Ha escuchado acerca de la ropa deportiva ecológica?**

Si

No

**8. Considera usted que deberían elaborar prendas deportivas a base de fibra biodegradable como una forma de contribuir el medio ambiente?**

Siempre

Casi siempre

A veces

Nunca

**9. A través de qué medios desearía recibir información de las prendas deportivas de fibra biodegradable?**

Redes Sociales

Radio

Periódico

Vallas Publicitarias

**10. En qué lugar le gustaría comprar ropa deportiva de fibra biodegradable?**

Centros comerciales

Revisa de Catalogo

Ferias

Internet

**11. Cuanto estaría dispuesto a pagar por la prenda deportiva elaborada con fibra biodegradable?**

20 dólares

30 dólares

40 dólares

**12. Del siguiente listado ¿Cuál de estos nombres preferiría para la marca de ropa deportiva de fibra biodegradable?**

ECO – AMERICAN

ORANGE ECO

AMERICAN ORGANIC

