

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 de Empresas

TEMA: “Creación de una nueva línea de producción en la empresa AM Sport, exclusiva para gimnasio en tela microfibra antibacterial”

AUTORA: Adriana Elizabeth Amancha Punina

TUTOR: Ing. MBA. Iván Fernando Silva Ordóñez

AMBATO – ECUADOR

Diciembre 2017



APROBACIÓN DEL TUTOR

Ing. MBA. Iván Fernando Silva Ordóñez

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “**Creación de una nueva línea de producción en la empresa AM Sport, exclusiva para gimnasio en tela microfibras antibacterial**” presentado por la señorita **Adriana Elizabeth Amancha Punina**, para optar por el título de Ingeniera de Empresas, **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, 29 de septiembre del 2017.

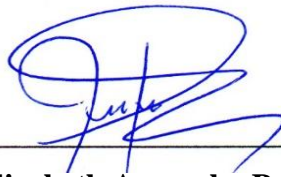


Ing. MBA. Iván Fernando Silva Ordóñez

C.I. 1802490548

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, **Adriana Elizabeth Amancha Punina** declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniera en Empresas, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.




Adriana Elizabeth Amancha Punina
C.I. 180524044-5

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.

f) 

Dra. Mg. Alicia Giovanna Ortiz Morales
C.I. 1802340248

f) 

Eco. Mg. Ángel Enrique Chico Frías
C.I. 1802645828

Ambato, 30 de Diciembre del 2017

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.

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Adriana', written over a horizontal line.

Adriana Elizabeth Amancha Punina
C.I. 1805240445

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento infinito a **Dios**, por ser la luz que guio mi camino, por llenarme de mucha fortaleza, sabiduría y bendecirme en cada momento de mi vida, porque gracias a Él he podido cumplir esta tan anhelada meta.

A mi querida madre **Teresita Punina** quien fue pilar fundamental en mi trayecto de formación profesional, a mi hermana **Fanny Amancha** quien confió en mí y me dio la oportunidad de crecer profesionalmente y a toda mi hermosa familia quienes estuvieron ahí brindándome su apoyo incondicional, gracias por sus palabras, consejos y experiencias que han servido mucho en mi para culminar esta bendecida y maravillosa etapa de mi vida.

A la **Universidad Técnica de Ambato**, de manera especial a mi querida **Facultad de Ciencias Administrativas**, donde aprendí muchas cosas buenas, conocí personas maravillosas y me dio la oportunidad de vivir experiencias inolvidables.

A mis estimados **Docentes** quienes me compartieron sus conocimientos profesionales en el trayecto de la carrera, especialmente al ingeniero **Fernando Silva**, quien fue mi tutor de tesis gracias por la paciencia el tiempo y el apoyo profesional que me brindo a lo largo de este proceso.

A mis **amigas/os** por estar conmigo siempre demostrándome su apoyo, su cariño, su confianza y su lealtad como personas.

Adriana Amancha P.

DEDICATORIA

A mi **Dios**, porque Él me permitió llegar hasta aquí, me ha regalado salud, vida y fortaleza para mantenerme de pie a lo largo de este camino.

A mi querida madre **Teresita Punina** por ser una mujer ejemplar, luchadora y valiente, por educarme con principios y valores, dedicarme todo su tiempo y enseñarme cada día a ser mejor persona, gracias mami por el apoyo incondicional que me brinda en todas las noches de desvelos y por estar conmigo siempre cada momento de mi vida, este triunfo se lo dedico a usted por ser la mejor mamá que Dios me pudo dar.

A toda mi hermosa **familia** que de igual manera estuvieron conmigo siempre, el apoyo que me brindaron fue importante a lo largo de mi carrera, gracias por acompañarme en todo este tiempo de preparación académica y por ayudarme a cumplir esta anhelada meta.

“El temor del Señor es el principio del conocimiento; los necios desprecian la sabiduría y la disciplina”

Proverbios 1:7.

ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

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
ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS.....	VIII
RESUMEN EJECUTIVO.....	XVIII
ABSTRACT.....	XIX
CAPITULO I.....	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.1. Definición de problema de investigacion.....	1
1.1.1. Árbol de Problemas.....	2
1.2. Análisis de Problemas.....	3
1.3. Análisis de Involucrados.....	4
1.4. Árbol de Objetivos.....	6
1.5. Alternativas de solucion.....	7
CAPITULO II.....	8
DESCRIPCION DEL EMPRENDIMIENTO.....	8
2.1. Nombre del emprendimiento.....	8
2.2. Localización Geografica.....	8
2.3. Justificacion.....	8
2.4. Objetivos.....	12

2.4.1. Objetivo	
General.....	12
2.4.2. Objetivo Especifico.....	12
2.5. Beneficiarios.....	13
2.6. Resultados a alcanzar.....	13
CAPITULO III.....	14
ESTUDIO DE MERCADO.....	14
3.1. Descripción de producto, características y usos.....	14
3.2. Segmentación de mercado.....	15
3.3. Estudio de la demanda.....	34
3.3.1. Estudio de demanda en personas.....	34
3.3.2. Estudio de demanda en productos.....	36
3.4. Estudio de la oferta.....	37
3.3. Estudio de la oferta en personas.....	38
3.4.2. Estudio de la oferta en productos.....	39
3.5. Mercado potencial para el proyecto.....	41
3.5.1. Precio.....	43
3.7. Canales de comercializacion.....	46
3.9. Estrategias de comercializacion.....	49
CAPITULO IV.....	51
ESTUDIO TECNICO.....	51
4.1. Tamaño del emprendimiento.....	51
4.1.1. Factores determinantes del tamaño.....	51
4.1.2. Tamaño óptimo del proyecto.....	52
4.2. Localizacion.....	54
4.2.1. Localización Óptima del proyecto.....	54
4.2.2. Macrolocalizacion.....	55
4.2.3. Microlocalizacion.....	56

4.3. Ingeniería del Proyecto.....	57
CAPITULO V.....	71
ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....	71
5.1. Aspectos Generales.....	71
5.2. Diseño Organizacional.....	71
5.3. Estructura Organizativa.....	75
5.4. Estructura Funcional.....	76
CAPITULO VI.....	87
ESTUDIO FINANCIERO.....	87
6.1. Inversión en activos tangibles.....	87
6.2. Inversión en activos intangibles.....	90
6.3. Inversión en activos circulantes o capital de trabajo.....	91
6.3.1. Activo corriente o circulante.....	91
6.3.2. Pasivo corriente.....	93
6.3.3. Capital de trabajo.....	93
6.4. Resumen de Inversiones.....	93
6.5. Financiamiento.....	94
6.6. Plan de Inversiones.....	95
6.7. Presupuesto de gastos e ingresos.....	95
6.7.1. Situación financiera actual.....	102
6.7. 2. Situación financiera proyectada.....	104
6.7.3. Presupuestos de ingresos.....	105
6.7.4. Estado de Resultados proyectado.....	107
6.7.5. Flujo de caja.....	108
6.8. Punto de equilibrio.....	109
6.8.1. Punto de equilibrio en unidades monetarias.....	110
6.8.2. Punto de equilibrio en unidades de producción.....	110
6.8.3. Punto de equilibrio graficado.....	111

6.9. Tasa de descuento y criterios alternativos para la evaluación de proyectos.....	111
6.9.1. Calculo de la Tmar1 sin Financiamiento.....	111
6.9.2. Calculo de la Tmar1 global mixto.....	112
6.10. Valor presente neto VAN.....	113
6.10.1. Calculo VAN 1.....	113
6.11. Indicadores financieros.....	113
6.11.1. Índice de solvencia.....	113
6.11.2. Índice de liquidez.....	114
6.11.3. Índice de endeudamiento.....	114
6.11.4. Índice de apalancamiento.....	114
6.12. Tasa beneficio/costo.....	114
6.13. Periodo de recuperación de la inversion.....	116
6.14. Tasa interna de retorno.....	116
6.15. Análisis de sensibilidad.....	117
6.15.1. Escenario Optimista +20%.....	118
6.15.2. Escenario Pesimista -20%.....	122
6.15.3. Cuadro de Sensibilidad.....	125
CAPITULO VII.....	126
7.1. Conclusiones.....	126
7.2. Recomendaciones.....	127
8. Bibliografía.....	128

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Matriz de Involucrados.....	4
Tabla 2: Matriz de beneficiarios directos e indirectos.....	13
Tabla 3: Segmentación de Mercado.....	16
Tabla 4: Tasa de crecimiento poblacional para el año 2022.....	16
Tabla 5: Pregunta 1.....	19
Tabla 6: Pregunta 2.....	20
Tabla 7: Pregunta 3.....	21
Tabla 8: Pregunta 4.....	22
Tabla 9: Pregunta 5.....	23
Tabla 10: Pregunta 6.....	24
Tabla 11: Pregunta 7.....	25
Tabla 12: Pregunta 8.....	26
Tabla 13: Pregunta 9.....	27
Tabla 14: Pregunta 10.....	28
Tabla 15: Pregunta 11.....	29
Tabla 16: Pregunta 12.....	30
Tabla 17: Pregunta 13.....	31
Tabla 18: Pregunta 14.....	32
Tabla 19: Pregunta 15.....	33
Tabla 20 Demanda en personas 2017.....	34
Tabla 21: Explicación demanda en personas.....	34
Tabla 22: Calculo demanda en personas.....	35
Tabla 23: Calculo demanda en productos.....	36
Tabla 24: Proyección demanda en productps.....	36
Tabla 25: Oferta en personas 2017.....	38
Tabla 26: Explicación oferta en personas.....	38

Tabla 27: Proyección oferta en personas.....	39
Tabla 28: Calculo Oferta en productos.....	40
Tabla 29: Oferta e productos.....	40
Tabla 30: Calculo de la DPI.....	41
Tabla 31: Precio.....	43
Tabla 32: Precio 2.....	44
Tabla 33: Precio 3 y 4.....	45
Tabla 34: FODA.....	48
Tabla 35: FODA ESTRATEGIAS.....	49
Tabla 36: Demanda potencial insatisfecha real.....	53
Tabla 37: Tabla valorización de impacto.....	54
Tabla 38: Matiz de factores determinantes.....	55
Tabla 39: Proceso de Produccion.....	58
Tabla 40: Materia prima.....	60
Tabla 41: Materiales directos de fabricacion.....	60
Tabla 42: Insumos.....	61
Tabla 43: Simbología normativa ASME.....	62
Tabla 44: Diagrama flujo de produccion.....	63
Tabla 45: Capacidad de producción.....	64
Tabla 46: Maquinaria.....	65
Tabla 47: Equipo y software.....	67
Tabla 48: Herramientas.....	67
Tabla 49: Muebles y enseres.....	68
Tabla 50: Distribución de planta.....	70
Tabla 51: Matriz axiologica.....	73
Tabla 52: Maquinaria.....	87
Tabla 53: Equipo de cómputo.....	89
Tabla 54: Herramientas.....	89
Tabla 55: Muebles y enseres.....	89
Tabla 56: Vehiculos.....	89
Tabla 57: Total Activos Fijos.....	89

Tabla 58: Total Activos Diferido.....	90
Tabla 59: Total Activos Circulante.....	92
Tabla 60: Financiamiento.....	94
Tabla 61: Cuadro comparativo instituciones financieras.....	94
Tabla 62: Plan de Inversion.....	95
Tabla 63: Materia prima.....	95
Tabla 64: Materiales Indirectos.....	96
Tabla 65: Insumos.....	96
Tabla 66: Cargo de depreciación.....	96
Tabla 67: Mantenimiento maquinaria y equipo.....	97
Tabla 68: Mano de obra directa e indirecta.....	98
Tabla 69: Total costos de producción.....	98
Tabla 70: Servicios Basicos.....	99
Tabla 71: Sueldos y salarios.....	99
Tabla 72: Suministros de oficina.....	99
Tabla 73: Total Costos Administrativos.....	100
Tabla74: Sueldos y salarios.....	100
Tabla 75: Transporte.....	100
Tabla 76: Total Costos de Ventas.....	101
Tabla 77: Préstamo Bancario.....	101
Tabla78: Presupuesto de Costos e Ingresos.....	102
Tabla 79: Presupuesto de Ingresos.....	105
Tabla 80: Costos Fijos y Costos Variables.....	109
Tabla 81: Tmar1 Global Mixto con financiamiento.....	112
Tabla 82: Cuadro comparativo de sensibilidad.....	125

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Grafico 1: Árbol de Problemas.....	2
Grafico 2: Árbol de Objetivos.....	6
Grafico 3: Localizacion.....	8
Grafico 4: Ropa exclusiva para gimnasio en tela microfibra antibacterial.....	15
Grafico 5: Pregunta 1.....	19
Grafico 6: Pregunta 2.....	20
Grafico 7: Pregunta 3.....	21
Grafico 8: Pregunta 4.....	22
Grafico 9: Pregunta 5.....	23
Grafico 10: Pregunta 6.....	24
Grafico 11: Pregunta 7.....	25
Grafico 12: Pregunta 8.....	26
Grafico 13: Pregunta 9.....	27
Grafico 14: Pregunta 10.....	28
Grafico 15: Pregunta 11.....	29
Grafico 16: Pregunta 12.....	30
Grafico 17: Pregunta 13.....	31
Grafico 18: Pregunta 14.....	32
Grafico 19: Pregunta 15.....	33
Grafico 20: Demanda en personas.....	35
Grafico 21: Demanda en productos.....	37
Grafico 22: Oferta en personas.....	39
Grafico 23: Oferta en productos.....	40
Grafico 24: Demanda Potencial Insatisfecha.....	42
Grafico 25: Precio 1.....	43
Grafico 26: Precio 2.....	44
Grafico 27: Precio 3 y 4.....	45
Grafico 28: Canal productor-consumidor.....	46
Grafico 29: Canal productor-mayorista -consumidor.....	47

Grafico 30: Estrategias.....	50
Grafico 31: DPI Real.....	53
Grafico 32: Macrolocalizacion.....	56
Grafico 33: Microlocalizacion.....	56
Grafico 34: Distribución de planta.....	69
Grafico 35: Organigrama organizacional empresa AM Sport.....	75
Grafico 36: Organigrama funcional empresa AM Sport.....	76
Grafico 37: Manual de funciones gerente general.....	77
Grafico 38: Manual de funciones asesor legal.....	78
Grafico 39: Manual de funciones jefe de producción.....	79
Grafico 40: Manual de funciones jefe financiero.....	80
Grafico 41: Manual de funciones jefe recursos humanos.....	81
Grafico 42: Manual de funciones jefe comercial.....	82
Grafico 43: Manual de funciones contador.....	83
Grafico 44: Manual de funciones asistente administrativo.....	84
Grafico 45: Manual de funciones obreros.....	85
Grafico 46: Manual de funciones vendedor.....	86
Grafico 47: Estado Situación Inicial.....	103
Grafico 48: Estado Situación Inicial Proyectada.....	104
Grafico 49: Estado de Resultados Proyectado.....	107
Grafico 50: Flujo de Caja.....	108
Grafico 51: Punto de Equilibrio.....	111
Grafico 52: Flujo de Caja Escenario Optimista +20%.....	118
Grafico 52: Flujo de Caja Escenario Pesimista -20%.....	122

ÍNDICE DE ECUACIONES

Ecuación 1: Muestra.....	18
Ecuación 2: Punto de Equilibrio en unidades monetarias.....	110
Ecuación 3: Punto de Equilibrio en unidades de producción.....	110
Ecuación 5: Calculo VAN.....	113
Ecuación 6: Índice de Solvencia.....	113
Ecuación 7: Liquidez Corriente.....	114
Ecuación 8: Endeudamiento.....	114
Ecuación 9: Apalancamiento.....	115
Ecuación 10: Relación Costo Beneficio.....	115
Ecuación 11: Periodo de Recuperación de la Inversión.....	119
Ecuación 12: VAN escenario optimista +20%.....	119
Ecuación 13: Relación Beneficio Costo escenario optimista +20%.....	119
Ecuación 14: Periodo de recuperación de inversión escenario optimista+ 20%.....	120
Ecuación 15: Tasa Interna de Retorno escenario optimista +20%.....	123
Ecuación 16: VAN escenario pesimista-20%.....	123
Ecuación 17: Relación beneficio/ costo escenario pesimista-20%.....	123
Ecuación 18: Periodo de recuperación de inversión escenario pesimista-20%.....	124
Ecuación 27: Tasa Interna de Retorno escenario pesimista-20%.....	125

RESUMEN EJECUTIVO

AM Sport es una empresa que piensa en las necesidades de aquellas personas que les gusta hacer ejercicio a través de la creación de un nuevo producto elaborado con los más altos estándares de calidad en la ciudad de Ambato.

El presente proyecto tiene como objetivo estimular con nuestra participación tanto a las empresas como a la sociedad, aprovechar positivamente todos los recursos existentes y de esa forma efectuar proyectos exitosos que corroboren el mejoramiento continuo.

Mediante el desarrollo del estudio de mercado se establece la demanda y la oferta, con el método de recolección de datos (encuesta), el precio, la proyección en base a la tasa de inflación y todas aquellas estrategias de comercialización establecidas. Dentro del estudio técnico se establece la localización más óptima para el proyecto, tamaño óptimo de la planta y la estructura jerárquica que la compone. Finalmente, en el estudio económico se desarrolla y principalmente se analiza toda la información de carácter monetario la misma que nos permitirá conocer la factibilidad del mismo, con la implementación de la nueva línea de producción en la empresa AM Sport.

En base a estos aspectos se realiza el proyecto de emprendimiento mediante la creación de una nueva línea de producción exclusiva para gimnasio en tela microfibra antibacterial el mismo que procura cubrir el mayor porcentaje de la demanda potencial insatisfecha logrando así gran participación en el mercado y reconocimiento de la marca. Dicho proceso se ajustará a una evaluación económica con el cálculo de los indicadores financieros en tiempo presente y futuro con los cuales se podrá conocer la rentabilidad del emprendimiento.

PALABRAS CLAVES: EMPRENDIMIENTO, PRODUCCIÓN, INDUSTRIA TEXTIL, MICROFIRA ANTIBACTERIAL.

AM Sport is a company that thinks about the needs of those people who like to exercise through the creation of a new product elaborated with the highest quality standards in the city of Ambato.

The present project aims to stimulate with our participation both companies and society, take advantage of all existing resources and in this way to carry out successful projects that corroborate the continuous improvement.

Through the development of the market study, demand and supply are established, with the method of data collection (survey), the price, the projection based on the inflation rate and all those marketing strategies established. Within the technical study is established the most optimal location for the project, optimal size of the plant and the hierarchical structure that composes it. Finally, in the economic study is developed and mainly all the monetary information is analyzed, which will allow us to know the feasibility of the same, with the implementation of the new production line in the company AM Sport.

Based on these aspects, the entrepreneurship project is carried out through the creation of a new exclusive production line for gymnasium in microfiber antibacterial fabric that seeks to cover the highest percentage of potential unsatisfied demand, thus achieving great market participation and recognition of brand. Said process will be adjusted to an economic evaluation with the calculation of financial indicators in present and future time with which it will be possible to know the profitability of the enterprise.

KEY WORDS: ENTREPRENEURSHIP, PRODUCTION, TEXTILE INDUSTRY, ANTIBACTERIAL MICROFIBRE.

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Definición del problema de investigación

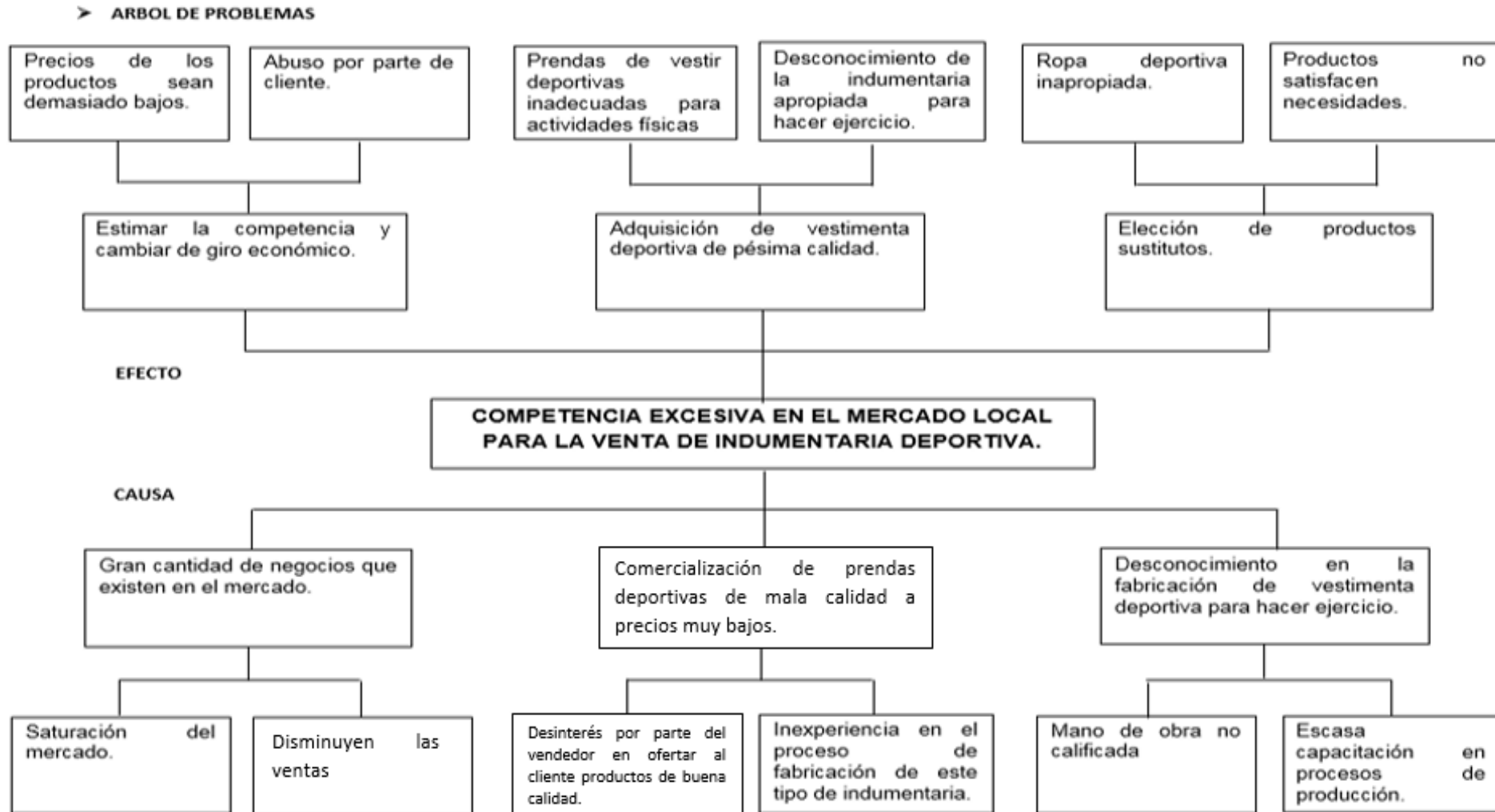
AM Sport en los últimos años ha tenido pérdidas considerables debido a que la producción y comercialización de ropa deportiva ha sido muy excesiva en el mercado, pues la venta de este tipo de prendas deportivas no han sido grandes ingresos para la empresa y por ende el reconocimiento de marca ha sido muy escaso.

En la actualidad la competencia del mercado de ropa deportiva es excesiva, esto se ha convertido en un problema para la empresa AM Sport, pues es una de las causas por lo que la empresa no ha tenido mayores porcentajes de ventas, esto afecta directamente a la productividad y a la actividad económica de la misma. La intervención de productos deportivos similares a precios muy bajos ha incrementado mucha participación en el mercado ya que las personas prefieren comprar estos sin importar la calidad y la durabilidad que la empresa AM Sport ofrece.

Por todo lo expuesto anteriormente el proyecto de emprendimiento analizará el estudio correspondiente a fin de que la empresa AM Sport pueda ganar participación en el mercado, reconocimiento de marca y ser la primera opción de compra por parte de sus clientes.

1.1.1. Árbol de problema

Grafico 1: Árbol de Problemas



Elaborado por: Adriana Amancha
Fuente: Investigación de Campo

1.2. Análisis de problemas

El problema detectado en el proyecto es la competencia excesiva en el mercado local para la venta de indumentaria deportiva por parte de los productores de ropa deportiva de la ciudad de Ambato, se origina a causa de la gran cantidad de negocios de este tipo que existen en el mercado y por ende ocasiona la saturación del producto.

El precio del producto es está muy por debajo del precio normal en el mercado local, lo cual significa una gran pérdida para la empresa debido a que no cubre ni siquiera los costos de producción.

La comercialización de prendas deportivas de mala calidad a precios muy bajos, el desinterés por parte de los vendedores en ofertar un producto de buena calidad y el desconocimiento en el proceso de fabricación de dicho producto es otra de las causas por la que existe demasiada competencia en el mercado.

Lo que da como efecto que las personas adquieran productos de pésima calidad los cuales no satisfacen sus necesidades y se sientan inconformes con estos.

Y finalmente otra de las causas por que se origina este problema es el poco interés que los productores de ropa deportiva le prestan a la fabricación de este tipo de indumentaria importante y apropiada para realizar actividad física.

1.3. Análisis de Involucrados

Tabla 1: Matriz de Involucrados

GRUPOS	INTERÉSES	PROBLEMAS PERCIBIDOS	RECURSOS Y MANDATOS
Productores de ropa deportiva	<ul style="list-style-type: none"> - Fabricar ropa deportiva adecuada para realizar ejercicio. - Satisfacer las necesidades de los deportistas. 	<ul style="list-style-type: none"> - No todas las personas utilizan la indumentaria adecuada para realizar actividad física. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ministerio de Industrias y Productividad. (MIPRO).
El Gobierno	<ul style="list-style-type: none"> - Aportar al cambio de la matriz productiva de la provincia y del país. 	<ul style="list-style-type: none"> - Muchos proyectos no contribuyen al cambio de la matriz productiva. 	<ul style="list-style-type: none"> - Plan Nacional del Buen Vivir (PNBV). - Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES).
GAD Ambato	<ul style="list-style-type: none"> - Dar cumplimiento a las nuevas reformas en lo que refiere a todos los permisos legales de funcionamiento designado a cada tipo de negocio. 	<ul style="list-style-type: none"> - Demora en los procesos para la obtención de permisos de funcionamiento. 	<ul style="list-style-type: none"> - Código orgánico de organización territorial, autonomía y descentralización.
Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO)	<ul style="list-style-type: none"> - Industria textil contribuya al crecimiento del sector manufacturero con valiosos aportes. - Edificar estrategias de desarrollo y competencia que permita modificar criterios de producción en el sector textil. 	<ul style="list-style-type: none"> - Escasa protección para actividades sujetas a la competencia desleal. - Escases de políticas de apoyo para mejorar el costo del país. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ministerio de Industrias y Productividad. (MIPRO). - Boletín mensual de análisis sectorial MIPYMES. - Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)
Competencia	<ul style="list-style-type: none"> - Elaborar productos similares los mismos que tengan acogida en el mercado. 	<ul style="list-style-type: none"> - Desvalorización del producto en el mercado 	<ul style="list-style-type: none"> - Ley Orgánica de Regulación y Control de Poder de Mercado.
Empleados	<ul style="list-style-type: none"> - Remuneración justa - Retribuciones justas. - Estabilidad laboral - Crecimiento profesional. 	<ul style="list-style-type: none"> - Inestabilidad laboral. - Crisis económica del país - Crecimiento de la tasa de desempleo. - Explotación laboral - Discriminación 	<ul style="list-style-type: none"> - Ley Orgánica para la Justicia Laboral y reconocimiento del trabajo en el hogar. Art. 34, 284, 326, 328, 331. - Código de Trabajo; Art. 2, 3, 4, 5, 7.
Clientes	<ul style="list-style-type: none"> - Adquirir productos con altos estándares de 	<ul style="list-style-type: none"> - Oferta de productos de mala calidad. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ley Orgánica de Defensa del

	calidad.		Consumidor Art. 23 numeral 7, Art. 92, 244 numeral 8.
--	----------	--	---

Autor: Adriana Amancha

Fuente: Ministerio de Industrias y Productividad, Plan Nacional del Buen Vivir, Análisis sectorial MIPYMES Ley Orgánica para la Justicia Laboral, Código de Trabajo, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, Ley Orgánica de Defensa del Consumidor

Análisis de involucrados:

En el proyecto de creación de una nueva línea de producción exclusiva para gimnasio en tela microfibra antibacterial intervienen los siguientes involucrados:

Productores de ropa deportiva de la ciudad de Ambato: el interés por parte de estos es fabricar indumentaria apropiada para realizar ejercicio, el problema es que no todos los deportistas suelen utilizar la vestimenta adecuada y por ende desconocen la importancia que tiene esta.

El gobierno: su único interés es que el proyecto que está en marcha, sea un aporte positivo al cambio de la matriz productiva, ya que muchos de ellos no contribuyen con el progreso del país, por ello el gobierno ha inculcado a grandes empresarios a que den cumplimiento a esta disposición.

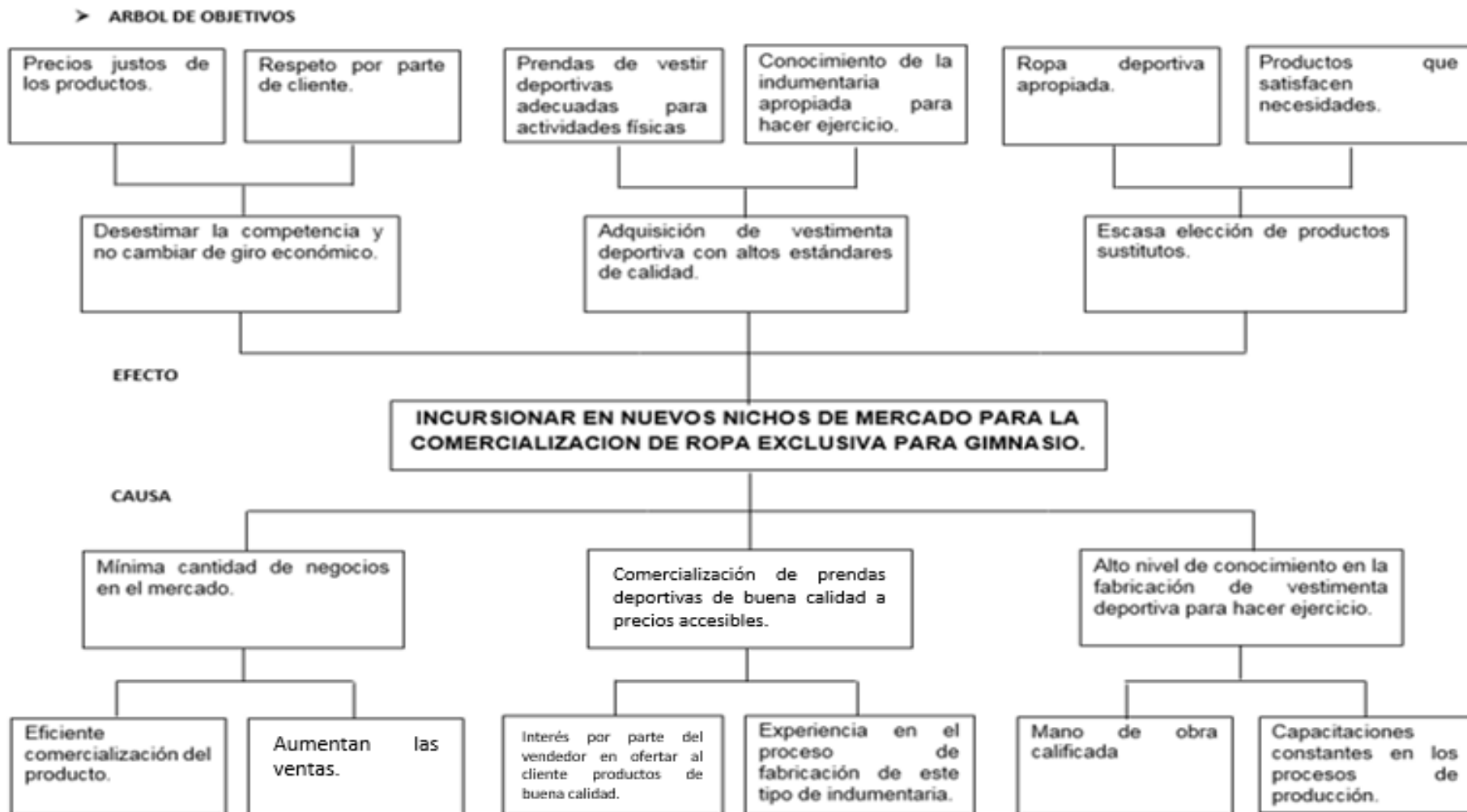
Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO): su principal interés es que el sector textil edifique estrategias de competencia y desarrollo las cuales permitan modificar criterios de producción, y de esta manera contribuya positivamente al crecimiento del sector manufacturero.

Empleados: el interés de estos es tener estabilidad laboral, remuneración y retribución justa y que tenga oportunidad de superación, no obstante en la mayoría de casos existe explotación laboral, discriminación y maltrato, todos se merecen un empleo digno y lleno de oportunidades.

Clientes: el interés que tienen es únicamente adquirir productos con altos estándares de calidad, los mismos que puedan satisfacer sus gustos y necesidades.

1.4. Árbol de objetivos

Grafico 2: Árbol de Objetivos



Elaborado por: Adriana Amancha
Fuente: Investigación de Campo

Análisis árbol de objetivos

Incursionar en nuevos nichos de mercado para la comercialización de ropa exclusiva para gimnasio en tela microfibra, es posible con el alto conocimiento en los procesos de producción y el gran interés por fabricar este tipo de indumentaria deportiva.

Como efecto tendremos clientes que adquieran productos con altos estándares de calidad, rigiéndonos con las normas de calidad establecida y calificada las mismas que son controladas por los entes reguladores los cuales vigilan constantemente para que los productos sean elaborados bajo sus estrictas políticas.

La comercialización de prendas deportivas de buena calidad a precios accesibles, el interés por parte de los vendedores en ofertar productos de buena calidad y el conocimiento en el proceso de fabricación ayuda positivamente a obtener un buen producto.

Lo que significa que tendremos un producto de calidad que satisfaga los más exigentes gustos del cliente a un precio justo y accesible.

Con la experiencia, el alto conocimiento, el interés en el proceso de fabricación de la indumentaria deportiva, y las capacitaciones constantes se elaborará un producto competitivo y garantizado el mismo que esté al alcance de los consumidores, y por ende que lo encuentren en almacenes deportivos de nuestra ciudad y provincia.

1.5. Alternativas de Solución

Como alternativas de solución para dicho proyecto tenemos las siguientes:

- Crear una nueva línea de producción en la empresa AM Sport exclusiva para gimnasio en tela microfibra antibacterial
- Registrar marca al producto
- Ofertar gran variedad de productos y diseños.
- Precios accesibles para el consumidor.
- Realizar alianzas estratégicas con empresas relacionadas.

CAPITULO II

DESCRIPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO

2.1. Nombre del emprendimiento

Creación de una nueva línea de producción en la empresa AM Sport, exclusiva para gimnasio en tela microfibra antibacterial.

2.2. Localización geográfica

2.2.1. Localización geográfica

Provincia: Tungurahua

Cantón: Ambato

Ciudad: Ambato

Parroquia: La Merced; Calle Vicente Rocafuerte y Maldonado



Grafico 3.: Localización

Fuente: <https://www.google.com.ec/maps>

2.3. Justificación

(Ministerio del Deporte. 2014-2017)

El deporte y la actividad física tienen profundos impactos en nuestro país, desde la perspectiva física aseguran un desarrollo saludable de cuerpo y mente, desde la perspectiva económica son uno de los sectores con mayor crecimiento a nivel internacional generando desde la mirada amplia del sector un gran número de oportunidades de generación de ingresos y contribuyéndose en verdaderas industrias promotoras de crecimiento. Sin embargo, el impacto más profundo y quizás el más importante para un desarrollo sostenible en el Ecuador, es un impacto social, el deporte y la actividad física se han constituido en una de las principales herramientas de

generación de capital social, integración, identidad, disciplina y confianza. El deporte es un factor que influye en la economía y en la generación de empleo. (Ministerio del Deporte. 2014-2017).

“La rapidez del desarrollo del deporte y la actividad física se ha convertido en uno de los elementos más característicos de nuestra sociedad, en la medida en que estos se transformen objeto de atención de los poderes públicos sometiéndose a la acción política”. (Cornejo 2015), el deporte y la actividad física, al ser objeto de planificación social, exigen más que nunca el conocimiento de su realidad social, de las interrelaciones entre las principales variables del sistema deportivo, de los mecanismos que explican los cambios de la población con respecto al deporte y a los hábitos de una actividad física recreativa. Las dificultades que ocasiona el atender criterios de cantidad y calidad a las demandas crecientes por parte de la población de más actividades físico deportivas, obligan a introducir criterios cada vez más rigurosos de racionalización y planificación en la gestión pública y privada, de los equipamientos deportivos en general de los recursos materiales que se dedican a la promoción del deporte. (Pg. 85).

“La política deportiva es responsabilidad del estado, la primera obligación de un estado activo en colaboración y complementación con los sectores público y privado (organizaciones deportivas libres), es elaborar un modelo deportivo abarcativo, que incluya el deporte para todos, al deporte escolar, al deporte de alta competición, al deporte aficionado y al deporte recreativo” (F. Rodriguez 2015) que determine los modos de realizar la formación deportiva de base, la detección de talentos y la formación de recursos humanos (técnicos y árbitros) .(Pg. 92).

La constitución de la República del Ecuador considera, al deporte y la actividad física como derechos de los ecuatorianos, así también garantiza que el Gobierno preservará, comenzará las actividades físicas, refiriéndose a las actividades que aporten a la salud y desarrollo sistémico de todas las personas. Irreversiblemente el ejercicio físico y todo deporte son estrategias generadoras del buen vivir, es por esto que la importancia que tiene su promoción, cuidado, desarrollo desde el estado. Por lo que las políticas propuestas para el sector deportivo pretenden lograr una mejora cualitativa y cuantitativa

en calidad de vida de la población. El Ministerio del Deporte se encuentra en la obligación de dirigir sus acciones a contribuir la mejora de la vida de la ciudadanía, a través de la implementación de políticas, programas y proyectos para el deporte y la activación deportiva. (Ministerio del Deporte. 2014-2017).

Además, (Ministerio del Deporte. 2014-2017), tiene como objetivo: lograr que la práctica de la Actividad Física y el Deporte, responda al desarrollo nacional e internacional de acuerdo a la realidad socio-económico-político y cultural del país, incentivando a la toma de conciencia sobre la importancia que tiene la actividad física y el deporte para el desarrollo de los diferentes grupos sociales.

Cambio de la matriz productiva

Ecuador ha evidenciado un importante crecimiento de la industria durante 2012 (6,8%), lo cual es un síntoma saludable para la economía nacional, la industria ecuatoriana está constituida en un 68% por la industria de alimentos y textiles, básicamente cadenas tradicionales. Sin embargo, es necesario avanzar en el cambio de la matriz productiva que aporten a la construcción del sistema económico social, solidario y sostenible. La producción textil se ubica en alrededor de los 116 millones de dólares anuales y su crecimiento ha sido del 48% desde 2005.

(<http://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/revista4.pdf>).

Se han identificado 14 sectores productivos para el proceso de cambio de la matriz productiva del Ecuador tenemos: Bienes; Alimentos frescos, Biotecnología, Confecciones y calzado, Industria farmacéutica, Metalmecánica, Petroquímica, Productos forestales de madera, Servicios; ambientales, Tecnología –hardware-software, Vehículos, Transporte, Turismo y Construcción (Latinoamericana 2016).

Con el estudio realizado anteriormente se puede ver que el proyecto de fabricación y comercialización de ropa exclusiva para gimnasio está dentro de uno de los sectores productivos que son tomados en cuenta para el cambio de la matriz productiva, lo cual se puede considerar como una gran oportunidad para crear dicha línea de producción

dentro de la empresa AM Sport ya que como tal contribuirá al desarrollo del país y de la sociedad.

Según (Leon 2015) la mayoría de la gente sabe que hacer ejercicio es una parte esencial de un estilo de vida sano, ya que ayuda a quemar calorías, reducir el riesgo de obesidad, proteger al corazón y tener un buen aspecto físico. El gimnasio es uno de los lugares donde la gente puede concentrarse únicamente en trabajar su cuerpo para lucirlo después, pero a la hora de adentrarse en un centro deportivo, muchas de las personas no toman en cuenta que se debe contar con la indumentaria adecuada para realizar cualquier tipo de actividad física.

Según (Heredia 2015) actualmente está de moda asistir al gimnasio con el fin de ser fit o estar fitness lo cual ayuda a vivir una vida saludable, pero existe un problema, puesto que las personas no utilizan la vestimenta adecuada para realizar ejercicio. Existen personas que piensan o consideran que los conjuntos deportivos, shorts, licras o cualquier camiseta que ya no utilizan para vestir sirven para ir al gimnasio lo cual no es así, porque hay ropa específica y apropiada para este tipo de actividad pero muchas de ellas no toman mucho en cuenta este tipo de indumentaria.

Ir al gimnasio a entrenar no es razón para olvidarnos de lucir hermosas existen varios tips para poder marcar nuestro estilo; por ejemplo: cambio de zapato, una chaqueta, una licra o camiseta. (Junco 2015).

Según (Simon y Bendelow 2013), (Crossley 2014) (Cortázar 2013) dicen que todas las personas en el gimnasio pausan temporalmente ese hábito de dejar la actividad en el momento en el que sienten dolor o cuando les hace falta aire.

Ir al gimnasio y la preocupación por el entrenamiento es visto como una tendencia y práctica que constituye una herramienta para la resistencia. El gimnasio es entendido como un lugar donde todos se apoyan de acuerdo con el entrenamiento metódico, lo relevante para muchas personas es el sentido ético de hacer algo por ellos mismos. (Maguire 2013).

Según (Hedblom 2013), transformación dice que la cultura del gimnasio son aquellas técnicas de ejercitación, transformación y cuidado del cuerpo.

(Sassatelli 2013) , menciona que los gimnasios son espacios especializados para el dolor físico y el cansancio.

(Markula y Pringle 2014), en el gimnasio todos os movimientos corporales son aprendidos poco a poco.

(Jackson y Mihaly Csikszentmihalyi 2013) , el gimnasio y el entrenamiento es la percepción del dolor y cansancio.

Se ha visto que el problema está relacionado con la inexistencia del producto en el mercado local. En la actualidad existen muchos productores y comercializadores de ropa deportiva en la ciudad de Ambato, no obstante ninguno satisface totalmente las necesidades de las personas que asisten al gimnasio, es decir; en el mercado local existen numerosos almacenes de ropa deportiva que ofrecen; conjuntos deportivos, licras, shorts, camisetas, bividís etc., de cierta forma confundiendo al cliente al indicar que cualquiera de estas prendas es la adecuada para hacer ejercicio. Los pequeños locales e incluso los grandes a nivel nacional no tienen una zona que sea exclusivamente de ropa para gimnasio en la que el cliente pueda adquirirlas. (<http://www.ecuabuscador>).

Por esta razón, nace la idea de crear una nueva línea de producción exclusiva para gimnasio en tela microfibra antibacterial en la empresa AM Sport, la cual pueda cubrir y satisfacer las necesidades y expectativas de todas las personas que les gusta hacer actividad física; por lo que surge la oportunidad de aprovechar que en los últimos años gran parte de las personas que asisten al gimnasio le han dado vital importancia a la ropa ya sea por verse y sentirse bien o por estar cómodos a la hora de realizar ejercicio.

El emprendimiento se diferencia porque está enfocado a orientar al cliente, a utilizar la vestimenta apropiada para hacer ejercicio, y además reemplazar la cultura que tienen las personas al pensar que la ropa vieja o que ya no utilizan es apta para ir al gimnasio.

Pues así como las personas acostumbran comprar ropa para cualquier tipo de festividades o para la playa también deberían comprar ropa para hacer ejercicio, tomando en cuenta que elegir los colores, utilizar shorts tres cuartos o a la mitad de la rodilla, utilizar licras muy justas o una sudadera sin mangas dependerá de las características y proporciones físicas de cada persona. (Gutierrez 2016).

2.4. Objetivos

2.4.1. Objetivo General

Crear una nueva línea de producción de ropa exclusiva para gimnasio en tela microfibra antibacterial en la empresa AM Sport.

2.4.2. Objetivos específicos

- Diagnosticar el nivel de aceptación que tiene la ropa exclusiva para gimnasio.
- Determinar la existencia de competidores en el mercado de productos similares.
- Proponer la creación de una nueva línea de producción de ropa exclusiva para gimnasio en la empresa AM Sport.

2.5. Beneficiarios

La empresa como tal, aportara con la sociedad y el país de la siguiente manera:

- El Servicio de Rentas Internas: cumpliendo con el pago responsable de todos los impuestos establecidos.
- Empleados: creando fuentes de empleo estable y de calidad, logrando así la igualdad de oportunidades y fomentando la actividad social empresarial.
- Medio Ambiente: siendo responsable en el proceso de fabricación del producto ya que no se utiliza ningún tipo de sustancia tóxica que contamine o dañe a este.

De esta manera se pretende contribuir con la sociedad y el país para mejorar la situación actual del mismo.

A continuación el detalle de los beneficiarios directos e indirectos de este emprendimiento:

Tabla 2: Matriz de Beneficiarios Directos e Indirectos

EMPRENDIMIENTO	BENEFICIARIOS DIRECTOS	BENEFICIARIOS INDIRECTOS
“Creación de una nueva línea de producción en la empresa AM Sport, exclusiva para gimnasio en tela microfibrá antibacterial”.	<ul style="list-style-type: none"> - Empleados - Clientes - Deportistas - Comercializadores - Servicios externos de sublimado y bordado 	<ul style="list-style-type: none"> - Gimnasios - Puntos de venta de los gimnasios. - Proveedores

*Elaborado por: Adriana Amancha
Fuente: Investigación propia*

2.6. Resultados a alcanzar

El resultado a alcanzar con la creación de la nueva línea de producción en la empresa AM Sport, exclusiva para gimnasio en tela microfibrá antibacterial es instruir al cliente a utilizar la indumentaria adecuada para gimnasio. Además el proyecto se realizará con la finalidad de que las personas que les gusta hacer ejercicio acostumbren a comprar y por ende utilizar ropa adecuada para realizar de mejor manera sus actividades físicas.

Por otra parte, también se espera lograr que las personas utilicen este tipo de ropa no solo con el afán de verse bien sino también de sentirse cómodos y a gusto con la vestimenta que lleven puesto. Y finalmente que el producto tenga acogida por parte de las personas que hacen deporte logrando así reconocimiento de marca en el mercado local aprovechando la inexistencia de dicho producto.

CAPITULO III

ESTUDIO DE MERCADO

Es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos que se ejecutan para conocer la respuesta del mercado (demanda y proveedores) y la competencia de un producto. (Grajales 2014).

3.1. Descripción de producto, características y usos

Producto

Ropa exclusiva para gimnasio en tela microfibra antibacterial.

Según (Dougherty 2014) la ropa para gimnasio es específicamente creada para realizar actividades físicas, tanto por los materiales y tecnologías empleadas como por el diseño, proporcionando al deportista comodidad, seguridad y un mayor rendimiento. Además, la ropa exclusiva para gimnasio actualmente es un producto de gran consumo y su uso va más allá de la práctica deportiva, incorporándose plenamente al mercado de la moda.

La ropa exclusiva para gimnasio es una gran opción para los deportistas, ya que ayuda a mejorar el desempeño en sus ejercicios físicos, aumentando las propiedades del cuerpo humano, gracias a la tecnología que ha incursionado en este mercado perfeccionando los tejidos, modificando el peso y materia prima con la que es fabricada.

La ropa exclusiva para gimnasio no solo es una excelente herramienta para los fisicoculturistas de alto rendimiento, sino también para personas que quieren verse y sentirse bien al momento de hacer ejercicio. (Monróy 2015)

Características

- *Transpirabilidad:* es transpirable y capaz de transferir el sudor hacia el exterior alejándolo de la piel.
- *Secado:* prendas de secado rápido, procedentes del sudor.
- *Comodidad:* al momento de realizar cualquier ejercicio ya que se ajusta a su medida.
- *Ligereza:* para no sobrecargar al deportista con peso innecesario.
- *Flexibilidad:* para al hacer cualquier tipo de movimiento.

Usos

- Realizar ejercicio

- Hacer deporte
- Actividades Físicas
- Actividades fisicoculturistas

Grafico 4: Ropa exclusiva para gimnasio en tela microfibra antibacterial



Fuente: AM Sport

3.2. Segmentación de Mercado

Es un proceso de división del mercado en subgrupos homogéneos, con la finalidad de llevar a cabo una estrategia comercial diferenciada para cada uno de ellos, la cual permita satisfacer efectivamente sus necesidades y alcanzar los objetivos comerciales de la empresa. (Stanton 2014).

Parte clave de la estrategia de marketing que consiste en dividir el mercado en una serie de subgrupos o segmentos homogéneos respecto a una o varias variables que permitan satisfacer de forma más efectiva las necesidades de sus miembros y los objetivos de la empresa. (Armstrong 2015).

Es un proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos, su objetivo es conocer realmente a los consumidores. Uno de los elementos decisivos del éxito de una empresa es su capacidad de segmentar adecuadamente su mercado. (Jones 2015).

Segmentación de mercado: dividir en diferentes partes al mercado y conformar pequeños grupos que compartan las mismas características como los gustos, con el objetivo de que la empresa trabaje en ese mercado evitando gastos innecesarios.

Tabla 3: Segmentación de mercado

Variable de Segmentación	Variable	Dato Cuantitativo	Fuente	Año
Geográfica	Zona 3	696.102	INEC	2010
Geográfica	Provincia de Tungurahua	504.583	INEC	2010
Demográfica	Cantón Ambato (Parroquias) 65,37%	329.856	ECUADOR EN CIFRAS	2010
Demográfica	Ciudad de Ambato 35.38%	178.538	ECUADOR EN CIFRAS	2010
Demográfica	AMBATO Zona URB (clase media) 50,1%	89.448	ECUADOR EN CIFRAS	2010
Demográfica	PEA. Ambato 60.00%	53.669	ECUADOR EN CIFRAS	2010
Demográfica	Hombres y Mujeres de 18 a 45 años 34,10%	18.301	INEC	2010

*Elaborado por: Adriana Amancha
Fuente: Ecuador en cifras 2010, INEC 2010*

Tabla 4: Tasa de crecimiento poblacional para el año 2022

Año	Mercado objetivo	Tasa de crecimiento Poblacional
2017	18.301	1,56%
2018	18.586	285
2019	18.876	290
2020	19.171	294

2021	19.470	299
2022	19.774	304

Elaborado por: Adriana Amancha
Fuente: <http://countrymeters.info/es/Ecuador>

Investigación de mercado

Problema: Competencia excesiva en el mercado local para la venta de indumentaria deportiva.

Planteamiento de la Información

Fuente Primaria: aquellas que contienen información original no abreviada ni traducida tesis, libros, monografías, artículos de revista, manuscritos. (Garza 2015).

Fuente Primaria: contienen información original, que ha sido publicada por primera vez que no ha sido filtrada, interpretada o evaluada. (Gallardo 2014).

Fuente Primaria:

Es una fuente documental considerada como material proveniente de alguna fuente del fenómeno que se desea investigar.

Fuentes de Información

- **Fuentes primarias**

Se utilizarán encuestas mediante un banco de preguntas llamado también cuestionario dirigidas a hombres y mujeres entre los 18 a 45 años, con el objetivo de conocer estados de opinión y estimar la demanda del producto (cuántas personas desean nuestro producto, cuántas estarían dispuestas o serían capaces de adquirirlo).

Mediante la técnica de observación podremos visualizar el comportamiento y necesidades de las personas, para tal técnica se manipulara fichas de observación.

Fuentes Secundarias: Son textos basados en hechos reales, es un comentario o análisis de una fuente primaria. (Dvoskin 2015).

Fuentes Secundarias: representan el primer paso en el proceso de búsqueda de información, en particular cuando no se tiene una buena idea sobre cuáles son las

revistas, libros, documentos, etc. que pueden ser de utilidad para construir nuestro trabajo de investigación. (Quintanar 2014).

Fuentes Secundarias:

Interpretan y analizan fuentes primarias, son textos basados en fuentes primarias e implican generalización, análisis, interpretación o evaluación.

- **Fuentes secundarias**

Se utilizarán dichas fuentes para obtener información externa plasmada en libros, revistas, internet y monografías. Sobre el proceso de la elaboración de ropa exclusiva para gimnasio en tela microfibra antibacterial.

POBLACIÓN Y MUESTRA

Población: conjunto total de individuos, objetos o medidas que poseen algunas características comunes observables en un lugar y en un momento determinado.

Muestra: la muestra es un subconjunto fielmente representativo de la población

Población Finita

Ecuación 1: Muestra

$$n = \frac{Z^2PQN}{Z^2PQ + Ne^2}$$

n = Tamaño de la muestra

Z = Nivel de Confianza

P = Probabilidad de Ocurrencia a Favor

Q = Probabilidad de Ocurrencia en Contra

N = Mercado Objetivo 2017

e = Nivel de Error

b. Cálculo de la muestra

$$n = \frac{Z^2PQN}{Z^2PQ + Ne^2}$$
$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)(18.301)}{(1,96)^2(0,5)(0,5) + 18.301 (0,05)^2}$$
$$n = \frac{17.576}{46,71}$$

19

$$n = 376$$

$$n = 376$$

Con el resultado de la muestra de nuestro mercado objetivo es de 376 personas las mismas que serán encuestadas en la ciudad de Ambato.

Análisis e Interpretación de Resultados

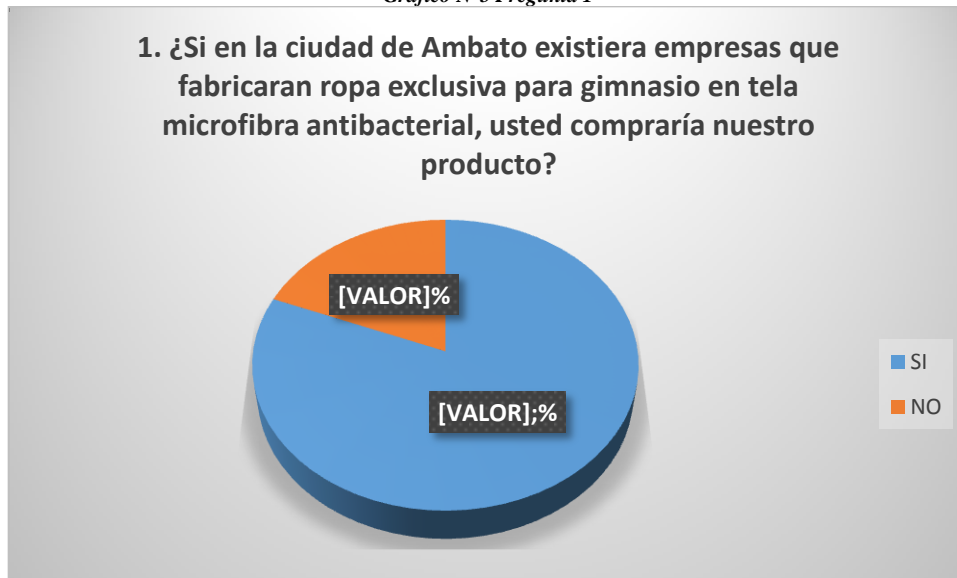
1. ¿Si en la ciudad de Ambato existiera empresas que fabricaran ropa exclusiva para gimnasio en tela microfibra antibacterial, usted compraría nuestro producto?

Tabla 5: Pregunta 1

Repuestas	Frecuencia Muestral	Frecuencia M. Objetivo	Porcentaje
SI	305	14845	81,12
NO	71	3456	18,88
TOTAL	376	18301	100

Elaborado por: Adriana Amancha

Grafico N°5 Pregunta 1



Elaborado por: Adriana Amancha

Análisis e Interpretación

De 18.301 que es el 100% de nuestro mercado objetivo, el 81,12% que es 14845 personas dicen que si estarían de acuerdos en comprar nuestros productos, mientras que el 18,88% que es 3456 personas dicen que no comprarían nuestros productos Dándonos esto una alta perspectiva de que la mayoría de la población compraría nuestros productos en la ciudad de Ambato.

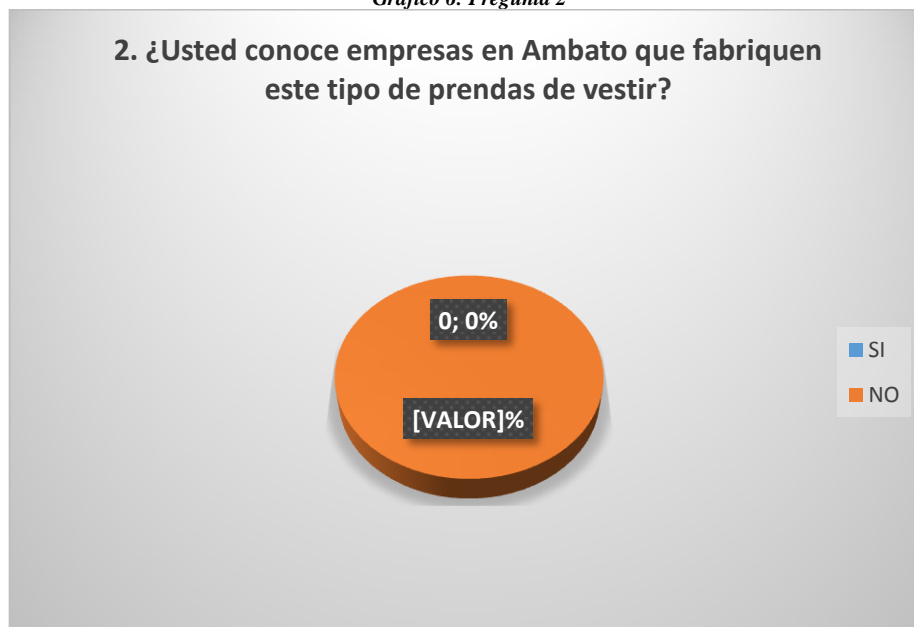
2. ¿Usted conoce empresas en Ambato que fabriquen este tipo de prendas de vestir?

Tabla 6: Pregunta 2

Repuestas	Frecuencia Muestral	Frecuencia M. Objetivo	Porcentaje
SI	0	0	0
NO	376	18301	100
TOTAL	376	18301	100

Elaborado por: Adriana Amancha

Grafico 6: Pregunta 2



Elaborado por: Adriana Amancha

Análisis e Interpretación

De 18.301 que es el 100% de nuestro mercado objetivo, el 100% que es 18.301 personas dicen que no han visto empresas que fabriquen estos productos en la ciudad de Ambato. Dándonos esto una alta perspectiva de oportunidad para el desarrollo de la empresa en la ciudad de Ambato

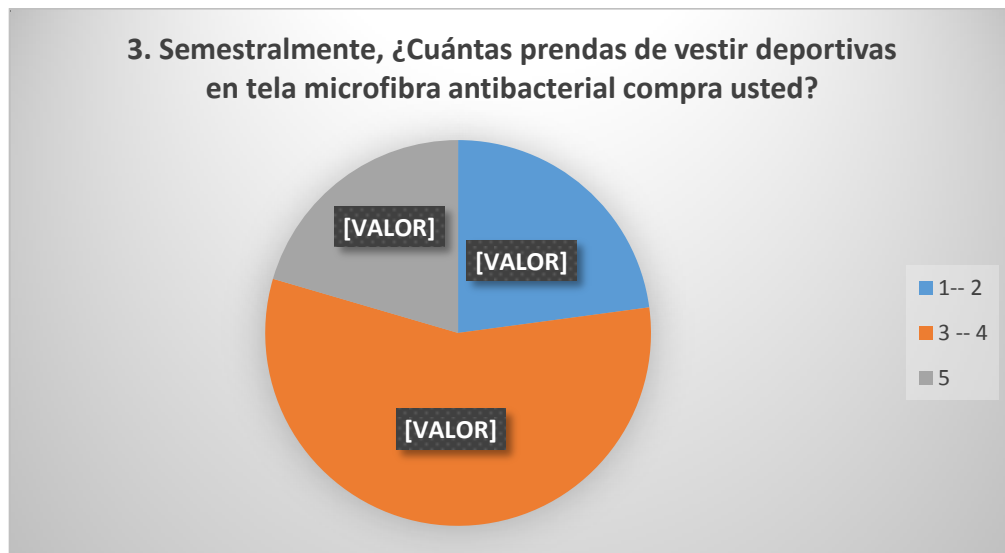
3. Semestralmente, ¿Cuántas prendas de vestir deportivas en tela microfibrá antibacterial compra usted?

Tabla 7: Pregunta 3

Repuestas	Frecuencia Muestral	Frecuencia M. Objetivo	Porcentaje
1 2	86	4186	22,88
3 4	213	10367	56,65
5	77	3748	20,47
TOTAL	376	18301	100

Elaborado por: Adriana Amancha

Grafico N°7: Pregunta 3



Elaborado por: Adriana Amancha

Análisis e Interpretación

De 18.301 que es el 100% de nuestro mercado objetivo, el 56,65% que es 10.367 personas dicen que compran de 1 a 2 prendas deportivas en tela microfibrá antibacterial semestralmente, el 22,88% que es 4186 dicen que compran de 3 a 4 prendas y mientras

que el 20,47% que es 3748 dicen que adquieren 5 prendas deportivas en la ciudad de Ambato. Con los resultados obtenidos me da un valor representativo de que las personas compran de 1 a 2 prendas deportivas en tela microfibra antibacterial semestralmente en la ciudad de Ambato.

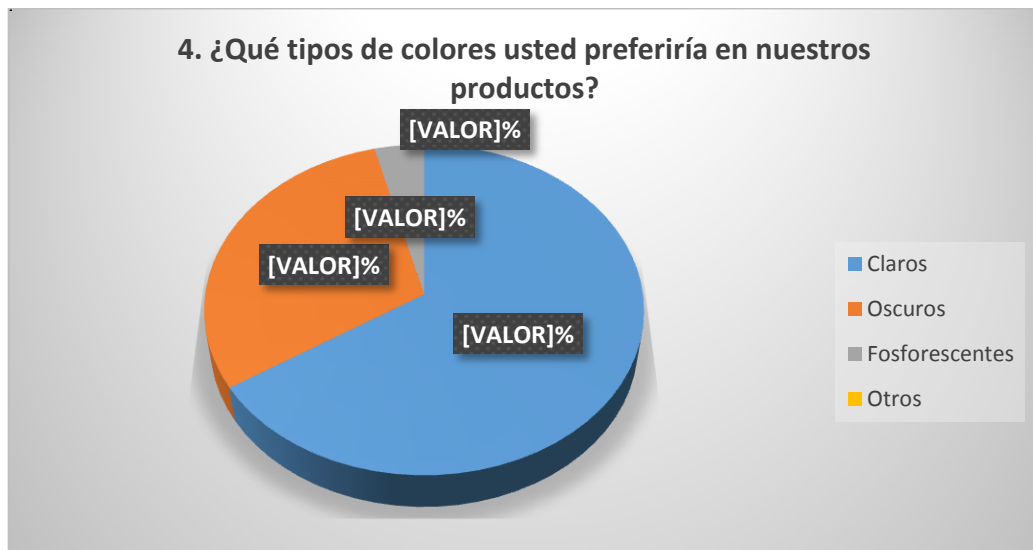
4. ¿Qué tipos de colores usted preferiría en nuestros productos?

Tabla 8: Pregunta 4

Repuestas	Frecuencia Muestral	Frecuencia M. Objetivo	Porcentaje
Claros	248	12071	65,96
Oscuros	113	5500	30,05
Fosforescentes	15	730	3,99
Otros	0	0	0,00
TOTAL	376	18301	100

Elaborado por: Adriana Amancha

Grafico 8: Pregunta 4



Elaborado por: Adriana Amancha

Análisis e Interpretación

De 18.301 que es el 100% de nuestro mercado objetivo, el 65,96% que es 12.071 personas dicen que les gustaría que nuestro producto sea de colores claros, el 30,05% que es 5.500 dicen que preferirían que nuestros productos sean de colores oscuros, y mientras que el 3,99% que es 730 dicen que los colores deberían ser fosforescentes en la ciudad de Ambato. Con los resultados obtenidos me da un valor representativo de que a las personas les gustaría que nuestros productos sean de colores claros obteniendo así mayor acogida en la ciudad de Ambato

5. ¿Cuánto usted estaría dispuesto/a a pagar por una prenda exclusiva para gimnasio en tela microfibra antibacterial?

Tabla 9: Pregunta 5

Respuestas							Frecuencia Muestral	Frecuencia Mercado Objetivo	Porcentaje
Top y Short	\$ 20.00	32	\$ 25.00	47	\$ 30.00	24	103	5013	27,39
Top y Licra	\$ 25.00	28	\$ 30.00	34	\$ 35.00	23	85	4137	22,61
BVD y Licra	\$ 30.00	21	\$ 35.00	53	\$ 40.00	19	93	4527	24,74
Camiseta y Licra	\$ 30.00	37	\$ 35.00	42	\$ 45.00	16	95	4624	25,27
TOTAL							376	18301	100

Elaborado por: Adriana Amancha

Grafico 9: Pregunta 5



Elaborado por: Adriana Amancha

Análisis e Interpretación

De 18.301 que es el 100% de nuestro mercado objetivo, el 27,39% que es 5.013 personas dicen que estarían dispuestos a pagar por un top y short por un valor entre \$25 a \$45.00, el 25,27% que es 4.624 personas están dispuestas a pagar por una camiseta y licra por un valor entre \$35.00 a \$50.00, el 24,74% que es 4.527 personas están dispuestos a pagar por un BVD y licra por un valor entre \$40.00 a \$60.00 y el 22,61% que es 4.137 personas.

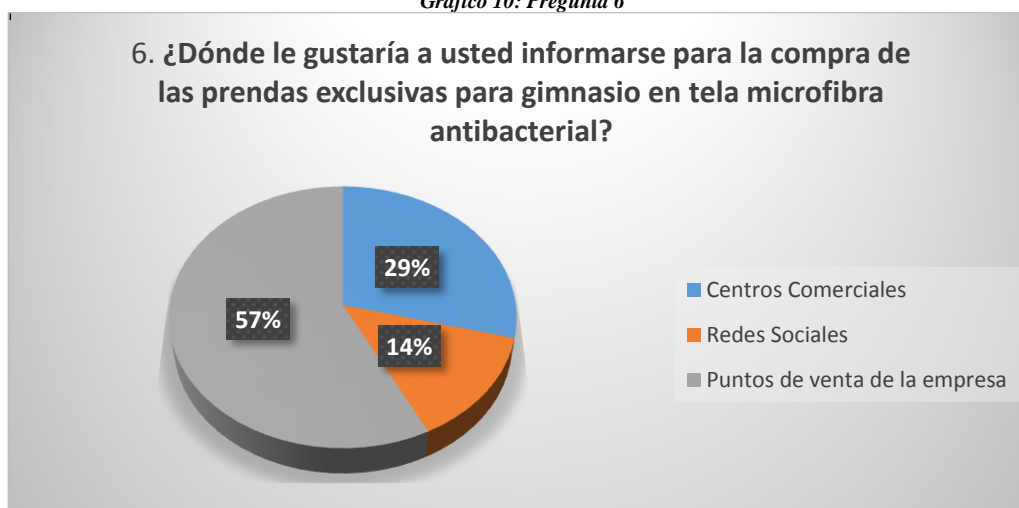
6. ¿Dónde le gustaría a usted informarse para la compra de las prendas exclusivas para gimnasio en tela microfibra antibacterial?

Tabla 10: Pregunta 6

Repuestas	Frecuencia Muestral	Frecuencia M. Objetivo	Porcentaje
Centros Comerciales	109	5305	28,99
Redes Sociales	51	2482	13,56
Puntos de venta de la empresa	216	10513	57,45
TOTAL	376	18301	100,00

Elaborado por: Adriana Amancha

Grafico 10: Pregunta 6



Elaborado por: Adriana Amancha

Análisis e Interpretación

De 18.301 personas que es el 100% de nuestro mercado objetivo, el 57,45% que es 10.513 personas dicen que les gustaría informarse sobre nuestros productos en puntos de venta de la empresa, el 28,99% que es 5.305 dicen que prefieren informarse sobre nuestros productos en centros comerciales, y mientras que el 13,56% que es 2.482 dicen que prefieren informarse en las redes sociales en la ciudad de Ambato. Con los resultados obtenidos me da un valor representativo de que a las personas prefieren

informarse en puntos de venta de la empresa sobre nuestros productos en la ciudad de Ambato.

7. ¿Por cuál de estos medios publicitarios le gustaría que promocionemos nuestros productos?

Tabla 11: Pregunta 7

Repuestas	Frecuencia Muestral	Frecuencia M. Objetivo	Porcentaje
Redes Sociales	233	11341	61,97
Radio	93	4527	24,73
Televisión	50	2434	13,30
TOTAL	376	18301	100,00

Elaborado por: Adriana Amancha

Grafico 11: Pregunta 7



Elaborado por: Adriana Amancha

Análisis e Interpretación

De 18.301 personas que es el 100% de nuestro mercado objetivo, el 61,97% que es 11.341 personas dicen que les gustaría que promocionemos nuestros productos por medio de redes sociales, el 24,73% que es 4.527 dicen que prefieren que promocionemos nuestros productos a través de la radio, y mientras que el 13,30% que es 2.434 dicen que prefieren que promocionemos nuestros productos por televisión en la ciudad de Ambato.

Con los resultados obtenidos me da un valor representativo de que a las personas prefieren que promocionemos nuestros productos por medio de redes sociales en la ciudad de Ambato.

8. ¿Por la compra de una prenda exclusiva para gimnasio en tela microfibrá antibacterial que le gustaría recibir?

Tabla 12: Pregunta 8

Repuestas	Frecuencia Muestral	Frecuencia M. Objetivo	Porcentaje
Top	175	8518	46,54
Short	91	4429	24,20
BVD	110	5354	29,26
TOTAL	376	18301	100,00

Elaborado por: Adriana Amancha

Grafico 12: Pregunta 8



Elaborado por: Adriana Amancha

Análisis e Interpretación

De 18.301 personas que es el 100% de nuestro mercado objetivo, el 46,54% que es 8.518 personas les gustaría recibir un top por la compra de nuestros productos el 29,26% que es 5.354 dicen que prefieren un BVD por la compra de nuestros y mientras que el 24,20% que es 4.429 dicen que prefieren un short por la compra de nuestros productos en la ciudad de Ambato. Con los resultados obtenidos me da un valor representativo de que a las personas prefieren un top por la compra de nuestros productos por medio de redes sociales en la ciudad de Ambato.

9. ¿Además de la ropa exclusiva para gimnasio en tela microfibrá antibacterial que otros productos le gustaría que fabriquemos?

Tabla 13: Pregunta 9

Repuestas	Frecuencia Muestral	Frecuencia M. Objetivo	Porcentaje
Medias	63	3066	16,76
Guantes	232	11292	61,70
Zapatillas	81	3943	21,54
TOTAL	376	18301	100

Elaborado por: Adriana Amancha

Grafico 13: Pregunta 9



Elaborado por: Adriana Amancha

Análisis e Interpretación

De 18.301 personas que es el 100% de nuestro mercado objetivo, el 61,70% que es 11.292 personas les gustaría que además de fabricar ropa exclusiva para gimnasio en tela microfibrá antibacterial elaboremos guantes, el 21,54% que es 3.943 dicen que prefieren que elaboremos zapatillas y mientras que el 16,76% que es 3.066 dicen que prefieren que fabriquemos medias en la ciudad de Ambato.

Con los resultados obtenidos me da un valor representativo de que a las personas prefieren les gustaría que además de fabricar ropa exclusiva para gimnasio con tela microfibrá antibacterial también elaboremos guantes en la ciudad de Ambato.

10. ¿Usted cuando adquiere prendas deportivas para gimnasio de que procedencia prefiere?

Tabla 14: Pregunta 10

Repuestas	Frecuencia Muestral	Frecuencia M. Objetivo	Porcentaje
Nacional	287	13969	76,33
Extranjera	89	4332	23,67
TOTAL	376	18301	100

Elaborado por: Adriana Amancha

Grafico 14: Pregunta 10



Elaborado por: Adriana Amancha

Análisis e Interpretación

De 18.301 personas que es el 100% de nuestro mercado objetivo, el 76,33% que es 13.969 personas adquieren prendas deportivas para gimnasio de procedencia nacional, mientras que el 23,67% que es 4.332 dicen que prefieren de procedencia extranjera en la ciudad de Ambato.

Con los resultados obtenidos me da un valor representativo de que a las personas prefieren ropa para gimnasio de procedencia nacional en la ciudad de Ambato.

11. ¿Cuál es la razón por la que usted adquiriría nuestro producto?

Tabla 15: Pregunta 11

Repuestas	Frecuencia Muestral	Frecuencia M. Objetivo	Porcentaje
Comodidad	215	10465	57,18
Ligereza	118	5743	31,38
Confort	43	2093	11,44
TOTAL	376	18301	100

Elaborado por: Adriana Amancha

Grafico N°15: Pregunta 11



Elaborado por: Adriana Amancha

Análisis e Interpretación

De 18.301 personas que es el 100% de nuestro mercado objetivo, el 57,18% que es 10.465 personas dicen que la razón por la cual adquirirían nuestro producto es por la comodidad, el 31,38% que es 5.743 personas adquirirían nuestros productos por ligereza, y mientras que el 11,44% que es 2.093 dicen que los adquirirían por confort en la ciudad de Ambato.

Con los resultados obtenidos me da un valor representativo de que a las personas adquirirían nuestros productos por comodidad en la ciudad de Ambato.

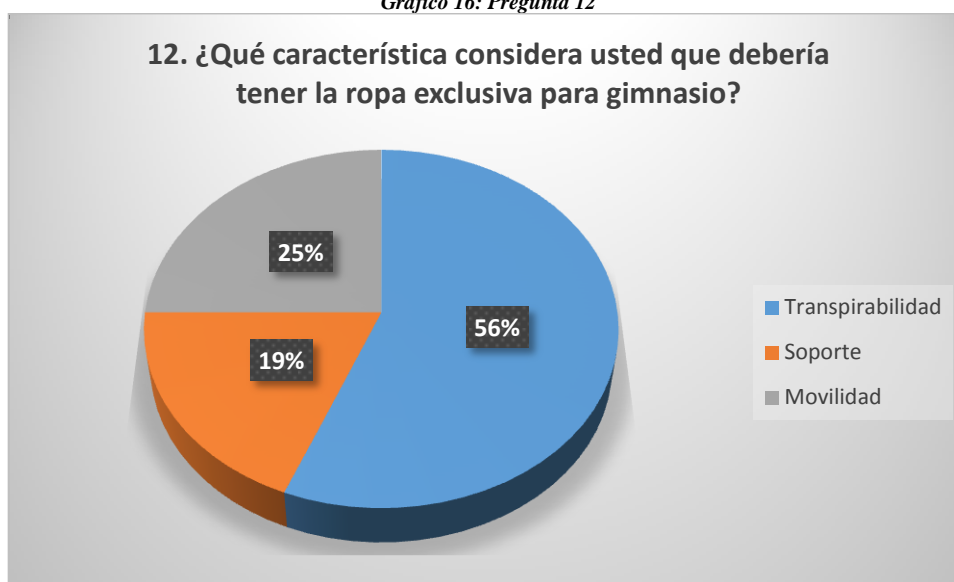
12. ¿Qué característica considera usted que debería tener la ropa exclusiva para gimnasio?

Tabla 16: Pregunta 12

Repuestas	Frecuencia Muestral	Frecuencia M. Objetivo	Porcentaje
Transpirabilidad	211	10270	56,12
Soporte	71	3456	18,88
Movilidad	94	4575	25,00
TOTAL	376	18301	100

Elaborado por: Adriana Amancha

Grafico 16: Pregunta 12



Elaborado por: Adriana Amancha

Análisis e Interpretación

De 18.301 personas que es el 100% de nuestro mercado objetivo, el 56,12% que es 10.270 personas dicen que la característica que debería tener la ropa exclusiva para gimnasio es transpirabilidad, el 25% que es 4.575 personas dicen que la característica para la ropa exclusiva para gimnasio, y mientras que el 18,88% que es 3.456 personas dicen que soporte en la ciudad de Ambato.

Con los resultados obtenidos me da un valor representativo de que la característica principal que las personas consideran que debe tener la ropa exclusiva para gimnasio es transpirabilidad en la ciudad de Ambato.

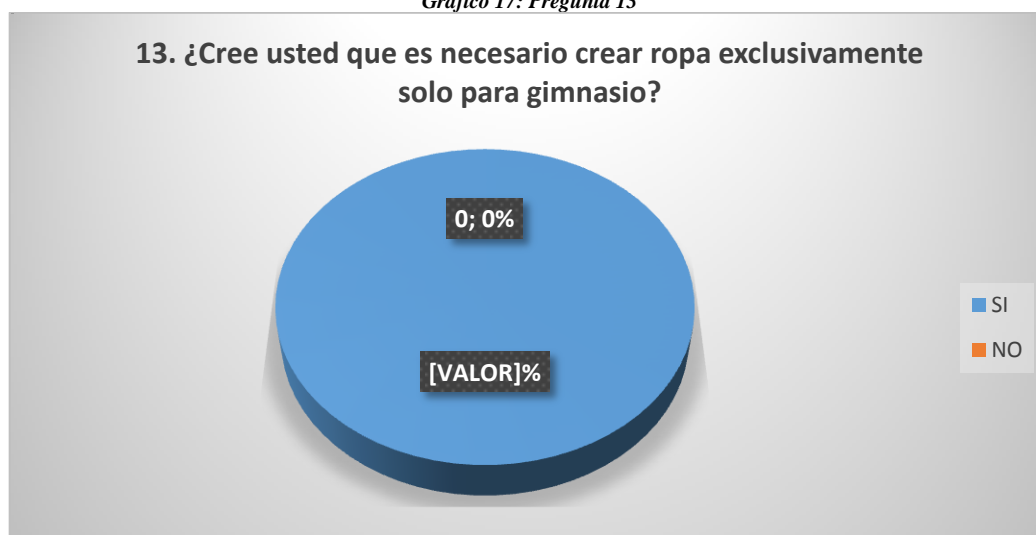
13. ¿Cree usted que es necesario crear ropa exclusivamente solo para gimnasio?

Tabla 17: Pregunta 13

Repuestas	Frecuencia Muestral	Frecuencia M. Objetivo	Porcentaje
SI	376	18301	100
NO	0	0	0
TOTAL	376	18301	100

Elaborado por: Adriana Amancha

Grafico 17: Pregunta 13



Elaborado por: Adriana Amancha

Análisis e Interpretación

De 18.301 personas que es el 100% de nuestro mercado objetivo, el 100% que es 18.301 personas dicen que si es necesario crear ropa exclusivamente solo para gimnasio en la ciudad de Ambato.

Con los resultados obtenidos me da un valor representativo de que la totalidad del mercado objetivo considera que si es necesario crear ropa solo para gimnasio en la ciudad de Ambato.

14. ¿Por qué considera usted que es importante utilizar ropa exclusivamente para gimnasio?

Tabla 18: Pregunta 14

Repuestas	Frecuencia Muestral	Frecuencia M. Objetivo	Porcentaje
Flexibilidad	142	6912	37,77
Comodidad	110	5354	29,26
Ligereza	124	6035	32,98
TOTAL	376	18301	100

Elaborado por: Adriana Amancha

Grafico 18: Pregunta: 14



Elaborado por: Adriana Amancha

Análisis e Interpretación

De 18.301 personas que es el 100% de nuestro mercado objetivo, el 37,77% que es 6.912 personas dicen que es importante utilizar ropa exclusivamente para gimnasio por la flexibilidad, el 32,98% que es 6.035 es importante utilizar ropa exclusivamente para gimnasio por la ligereza, y mientras que el 29,26% que es 5.354 personas dicen es importante utilizar ropa exclusivamente para gimnasio por la comodidad en la ciudad de Ambato. Con los resultados obtenidos me da un valor representativo de que las personas consideran que es importante utilizar ropa exclusivamente para gimnasio por la flexibilidad en la ciudad de Ambato.

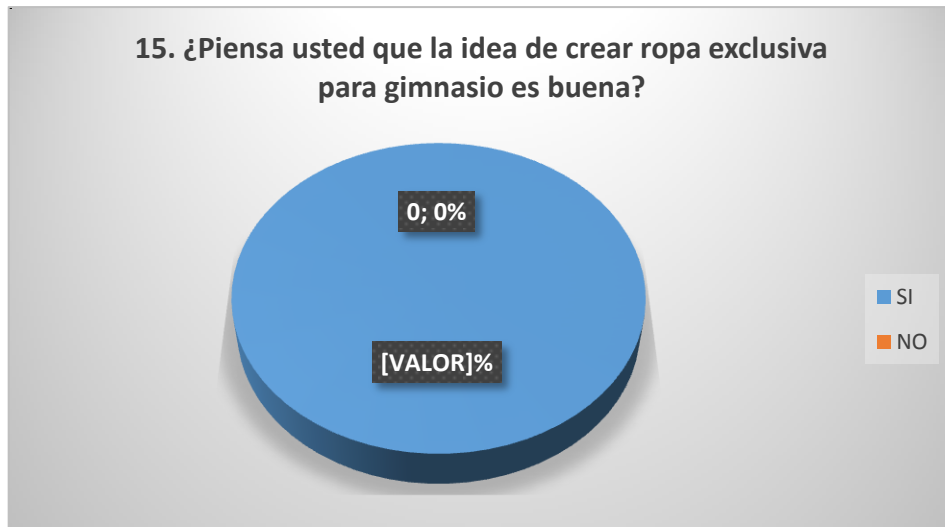
15. ¿Piensa usted que la idea de crear ropa exclusiva para gimnasio es buena?

Tabla 19: Pregunta 15

Repuestas	Frecuencia Muestral	Frecuencia M. Objetivo	Porcentaje
SI	376	18301	100
NO	0	0	0
TOTAL	376	18301	100

Elaborado por: Adriana Amancha

Grafico 19: Pregunta 15



Elaborado por: Adriana Amancha

Análisis e Interpretación

De 18.301 personas que es el 100% de nuestro mercado objetivo, el 100% que es 18.301 personas dicen que la idea de crear ropa exclusiva para gimnasio SI es buena en la ciudad de Ambato.

Con los resultados obtenidos me da un valor representativo de que la totalidad del mercado objetivo considera que la idea de crear ropa exclusiva para gimnasio SI es buena en la ciudad de Ambato.

3.3. Estudio de la demanda

Determinar y medir cuáles son las fuerzas que pueden afectar los requerimientos del mercado con respecto a un bien o servicio, así también determinar la posibilidad de participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda. (P. G. Keat 2015).

La demanda es función de una serie de factores, como son la necesidad real que se tiene del bien o servicio, precio, el nivel de ingreso de la población, y otros, por lo que en cualquier estudio se tendrá que tomar en cuenta información proveniente de fuentes primarias y secundarias. (Rionda 2014).

3.3.1 Estudio de Demanda en Personas

Producto o servicio que el mercado requiere para cubrir sus necesidades.

Tabla 20: Demanda en Personas 2017

Repuestas	Frecuencia Muestral	Frecuencia M. Objetivo	Porcentaje
SI	305	14845	81,12
NO	71	3456	18,88
TOTAL	376	18301	100

De acuerdo a los estudios realizados la demanda en personas para la empresa AM SPORT para el año 2017 es **14.845** correspondiente al **81,12%**.

Demanda en personas proyectada:

a) Explicación:

El valor periódico se lo obtiene a través de la totalidad de la proyección del mercado meta para el año 2022 establecido:

Tabla 21: Explicación demanda en personas

(1) AÑO	(2) MERCADO META	(3) % ACEPT	(4) DEMANDA PERSONAS
2022	19.774	81,12%	16.040

*Elaborado por: Adriana Amancha
Fuente: Investigación Propia*

- (1). Año de proyección establecido.
- (2). El Mercado Meta proyectado al año 2022
- (3). Porcentaje de aceptación.

Este porcentaje se obtiene tabulada en la encuesta específicamente en la pregunta 1 en la que 305 personas correspondientes a los 81,12% encuestados dijeron que SI a la siguiente pregunta: ¿Si en la ciudad de Ambato existieran empresas que fabricaran ropa exclusiva para gimnasio en tela microfibra antibacterial, usted compraría nuestro producto?

- (4). Este valor se obtiene al multiplicar el mercado meta proyectado (19774) para el porcentaje de aceptación (81,12%).

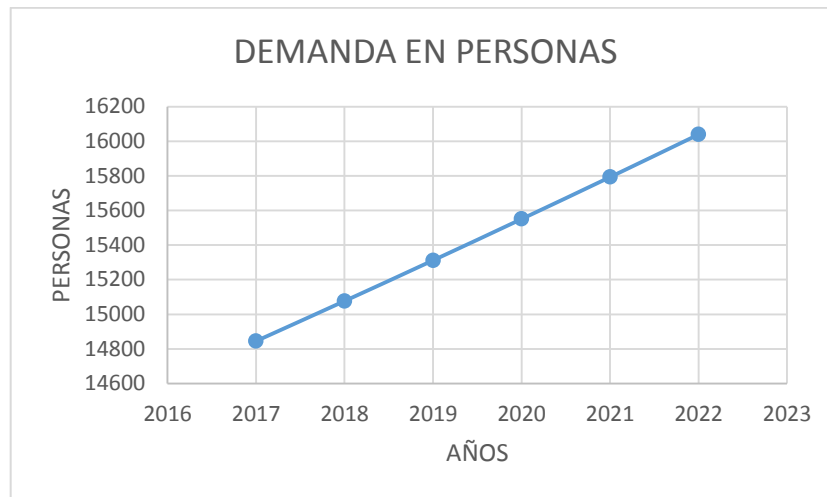
b) Calculo:

Tabla 22: Calculo demanda en personas

AÑO	DEMANDA PERSONAS	TCP
2017	14845	1,56%
2018	15077	232
2019	15312	235
2020	15551	239
2021	15793	243
2022	16040	246

*Elaborado por: Adriana Amancha
Fuente: Investigación Propia*

Grafico 20: Demanda en personas



Elaborado por: Adriana Amancha

Análisis:

Una vez realizado todos los cálculos correspondientes entre el porcentaje de aceptación del producto y el mercado meta del año 2017, podemos decir que 14.845 personas dispuestas a adquirir ropa exclusiva para gimnasio en tela microfibra antibacterial que la empresa AM Sport va ofertar para el año 2017 mientras que después la proyección con la tasa de crecimiento poblacional para el año 2022 se tendrá una demanda de 16.040 personas.

3.3.2. Estudio de Demanda en Producto

a) Explicación

Se basa en la pregunta número 3 de la encuesta realizada, Semestralmente, ¿Cuántas prendas de vestir deportivas en tela microfibra antibacterial compra usted?

Para lo cual se multiplica la demanda de personas para el año 2017 (14.845) con el porcentaje correspondiente en cada alternativa obteniendo así el valor de proporcionalidad. Multiplicamos por el promedio de las alternativas y establecemos finalmente el total.

b) Calculo

Tabla 23: Calculo demanda en productos

DEMANDA	CANTIDAD	%	POBLACION	CANTIDAD PROMEDIO	SEMESTRES	TOTAL	CANT DE COMPRA
14.845	1 -- 2	22,88%	3397	2	2	4	13586
	3 -- 4	56,65%	8410	4	2	8	67278
	5	20,47%	3039	5	2	10	3049
			TOTAL 2017				83912

Elaborado por: Adriana Amancha

Fuente: Investigación Propia

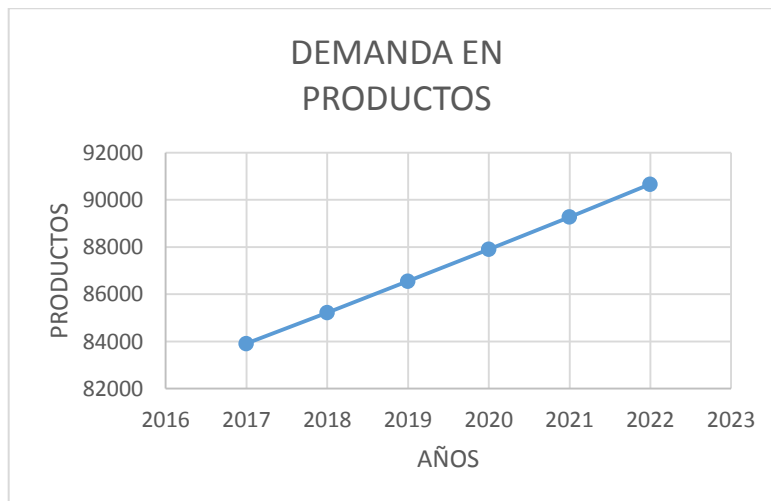
Tabla 24: Proyección demanda en productos

AÑO	DEMANDA EN PRODUCTOS	TCP
2017	83912	1,56%
2018	85221	1309
2019	86550	1329
2020	87901	1350
2021	89272	1371
2022	90665	1393

Elaborado por: Adriana Amancha

Fuente: Investigación Propia

Grafico 21: Demanda en productos



Elaborado por: Adriana Amancha

Análisis:

Una vez realizado todos los cálculos correspondientes entre el porcentaje de aceptación del producto y el mercado meta del año 2017, podemos decir que existirá una demanda de productos de 83.912 conjuntos deportivos exclusivos para gimnasio en tela microfibra antibacterial que la empresa AM Sport oferta en el año 2017 mientras que después de la proyección con la tasa de crecimiento poblacional para el año 2022 se tendrá una demanda de 90.665 conjuntos deportivos.

3.4. Estudio de la oferta

Cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a vender bajo determinadas condiciones de mercado. (Parking 2014).

Aquella cantidad de bienes y servicios que los ofertantes están dispuestos a poner a la venta en el mercado a unos precios concretos. (Krugman 2015).

Oferta

Cantidad de productos o servicios que el productor u ofertante ponen a disposición del mercado para cubrir necesidades.

3.4.1 Estudio de la oferta de personas

Tabla 25: Oferta en Personas 2017

Repuestas	Frecuencia Muestral	Frecuencia M. Objetivo	Porcentaje
SI	305	14845	81,12
NO	71	3456	18,88
TOTAL	376	18301	100

De acuerdo a los estudios realizados la oferta en personas para la empresa AM SPORT para el año 2017 es de **3.456** correspondiente al **18.88%**.

Oferta en personas proyectada:

a) Explicación

Este valor periódico se obtiene a través de la totalidad de la proyección del mercado meta para el año 2017 establecido anteriormente:

Tabla 26: Explicación oferta en personas

AÑO	MERCADO META	% ACEPT	OFERTA PERSONAS
2022	19.774	18,88%	3733

Elaborado por: Adriana Amancha

Fuente: Investigación Propia

(1). Es el año de proyección establecido.

(2). Mercado Meta proyectado al año 2022.

(3). Porcentaje de aceptación.

Este porcentaje se obtiene de la información tabulada en la encuesta específicamente en la pregunta número 1 en la que 71 personas correspondientes a los 18,88% encuestados dieron una respuesta negativa a la siguiente pregunta: ¿Si en la ciudad de Ambato existieran empresas que fabricaran ropa exclusiva para gimnasio en tela microfibra antibacterial, usted compraría nuestro producto?

(4). Este valor se obtiene al multiplicar el mercado meta proyectado (19774) para el porcentaje de no aceptación (18,88%).

b) Calculo

Tabla 27: Proyección oferta en personas

AÑO	OFERTA EN PERSONAS	TCP
2017	3456	1,56%
2018	3510	54
2019	3565	55
2020	3620	56
2021	3677	56
2022	3733	57

Elaborado por: Adriana Amancha

Fuente: Investigación Propia

Grafico 22: Oferta en personas



Elaborado por: Adriana Amancha

Análisis:

Una vez realizado todos los cálculos correspondientes entre el porcentaje de no aceptación del producto y el mercado meta del año 2017, podemos decir que 3456 personas no están dispuestas a adquirir las prendas deportivas exclusivas para gimnasio en tela microfibra antibacterial que la empresa AM Sport oferta en el año 2017 mientras que después de la proyección con la tasa de crecimiento poblacional para el año 2022 se tendrá una oferta de 3733 personas.

3.4.2 Estudio de la oferta de Productos

a) Explicación

Se basa en la pregunta número 3 de la encuesta realizada, Semestralmente, ¿Cuántas prendas de vestir deportivas en tela microfibra antibacterial compra usted?

Para lo cual se multiplica la oferta de personas para el año 2017 (3.456) con el porcentaje correspondiente en cada alternativa obteniendo así el valor de proporcionalidad. Multiplicamos por el promedio de las alternativas y establecemos finalmente el total.

b) Calculo

Tabla 28: Calculo de la oferta en productos

OFERTA	CANTIDAD	%	POBLACION	CANTIDAD PROMEDIO	SEMESTRES	TOTAL	CANT DE COMPRA
3456	1 -- 2	22,88%	791	2	2	4	3163
	3 -- 4	56,65%	1958	4	2	8	15663
	5	20,47%	707	5	2	10	7074
			TOTAL 2017				25900

Elaborado por: Adriana Amancha

Fuente: Investigación Propia

Tabla 29: Oferta en productos

AÑO	OFERTA EN PRODUCTOS	TCP
2017	25900	1,56%
2018	26304	404
2019	26714	410
2020	27131	417
2021	27554	423
2022	27984	430

Elaborado por: Adriana Amancha

Fuente: Investigación Propia

Grafico 23: Oferta en productos



Elaborado por: Adriana Amancha

Análisis:

Una vez realizado todos los cálculos correspondientes según la compra y el mercado meta del año 2017, podemos decir que existirá una oferta de productos de 25.900 prendas exclusivas para gimnasio en tela microfibra antibacterial mientras que después la proyección con la tasa de crecimiento poblacional para el año 2022 se tendrá 27.984 productos.

3.5. Mercado potencial para el proyecto

DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA

Definición

Según (Blivar 2014) se llama demanda potencial insatisfecha a la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado compre en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo.

Según (Colorado 2014) se le llama demanda potencial insatisfecha a la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, ningún producto podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo.

Según (Salinas 2014) es aquella demanda que no ha sido cubierta en el mercado y que pueda ser cubierta, al menos en parte, por el proyecto

Demanda Potencial Insatisfecha

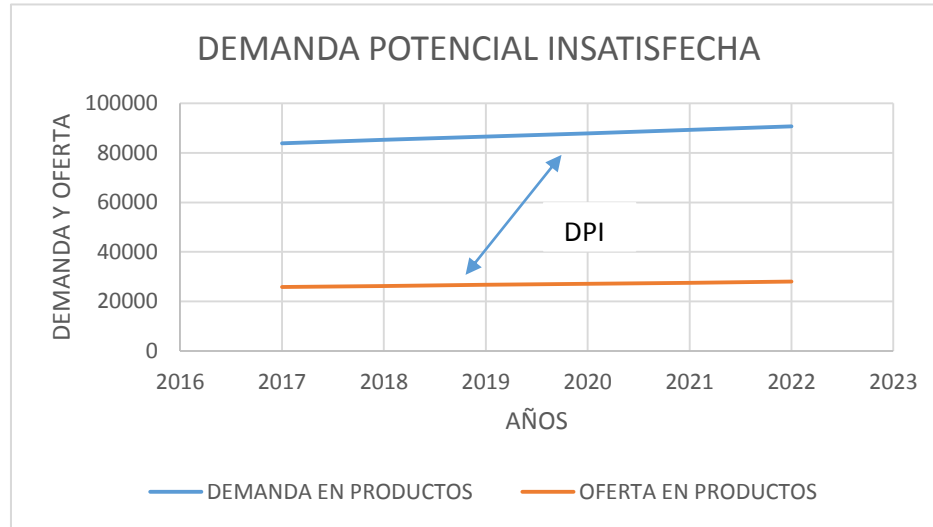
Es la cantidad de los productos que posiblemente serán consumidos en el mercado, cuando la demanda es mayor que la oferta.

Tabla 30: Calculo de la DPI

AÑO	DEMANDA EN PRODUCTOS	OFERTA EN PRODUCTOS	DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA
2017	83912	25900	58012
2018	85221	26304	58917
2019	86550	26714	59836
2020	87901	27131	60770
2021	89272	27554	61718
2022	90665	27984	62681

Elaborado por: Adriana Amancha
Fuente: Investigación Propia

Grafico 24: Demanda Potencial Insatisfecha



Elaborado por: Adriana Amancha

Análisis:

En base a los datos obtenidos se puede determinar que la demanda potencial insatisfecha es de 58.012 para el año 2017 ofertando ropa exclusiva para gimnasio en tela microfibra antibacterial de la empresa AM Sport, y con una proyección de mercado que se pretenderá cubrir hasta el año 2002 de 62.681 prendas deportivas exclusivas para gimnasio en tela microfibra antibacterial.

3.5.1. Precios

Análisis de precios

Precio: Es la cantidad monetaria que se le asigna a un producto. Precio es igual a cantidades de producción más el porcentaje de la utilidad.

Existen tres formas para calcular el precio

1. Precio promedio
2. Precio de otro real
3. Precio en relación al cuestionario

Se calcula el precio en relación a la encuesta debido a que no tenemos competencia que oferte los mismos productos y teniendo como referencia que nuestro precio solo será una proyección.

Precio 2017

1 Short y Top fabricados en tela microfibra antibacterial

\$25.00

Proyección de Precio año 2022

Tabla 31: PRECIO

AÑOS	PRECIO
2017	\$ 25,00
2018	\$ 25,28
2019	\$ 25,55
2020	\$ 25,83
2021	\$ 26,12
2022	\$ 26,41

*Elaborado por: Adriana Amancha
Fuente: Investigación Propia*

Grafico 25: PRECIO 1



Elaborado por: Adriana Amancha

Análisis:

El precio por un short y un top exclusivamente para gimnasio fabricadas con tela microfibra antibacterial tendrá un precio de 26,41 dólares para el año 2022.

2. Top y licra fabricados en tela microfibra antibacterial

\$30.00

Proyección de Precio año 2022

Tabla 32: PRECIO 2

AÑOS	PRECIO
2017	\$ 30,00
2018	\$ 30,33
2019	\$ 30,66
2020	\$ 31,00
2021	\$ 31,34
2022	\$ 31,69

*Elaborado por: Adriana Amancha
Fuente: Investigación Propia*

Grafico 26: PRECIO 2



Elaborado por: Adriana Amancha

Análisis:

El precio por un top y una licra exclusivamente para gimnasio fabricadas con tela microfibra antibacterial tendrá un precio de 31,69 dólares para el año 2022.

3. BVD y licra fabricados en tela microfibra antibacterial
Camiseta y licra en tela microfibra antibacterial.

\$35.00

Proyección de Precio año 2022

Tabla 33: PRECIO 3 y 4

AÑOS	PRECIO
2017	\$ 35,00
2018	\$ 35,39
2019	\$ 35,77
2020	\$ 36,17
2021	\$ 36,57
2022	\$ 36,97

Elaborado por: Adriana Amancha
Fuente: Investigación Propia

Grafico 27: PRECIO 3 y 4



Elaborado por: Adriana Amancha

Análisis:

El precio por un BVD y una licra exclusivamente para gimnasio fabricadas con tela microfibra antibacterial tendrá un precio de 36,97 dólares para el año 2022.

3.7. Canales de comercialización

Comercialización

Conjunto de formas y maneras de llegar los productos al consumidor final utilizando los canales de distribución, caminos y diferentes medios.

Canales de comercialización:

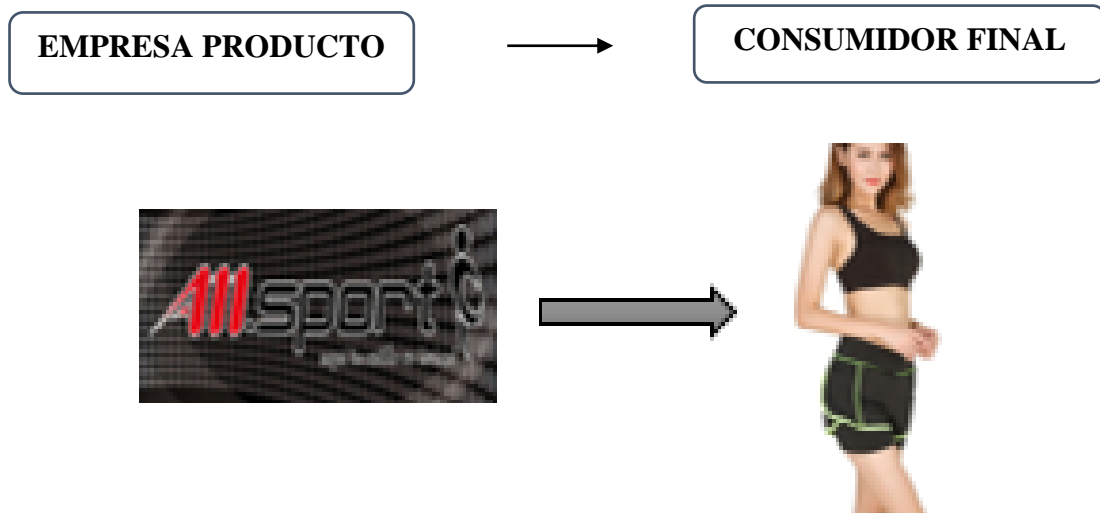
Los tipos de canales de distribución son:

- Cortos
- Medianos
- Largos

Se utilizara los canales de distribución cortos y medianos debido a que nosotros fabricaremos carteras y tendremos nuestro punto de venta como también la venta a otras empresas.

Camino Corto

Grafico 28: Canal Productor - Consumidor



*Elaborado por: Adriana Amancha
Fuente: AM Sport*

Ventajas del camino corto de comercialización:

- Contacto directo con el consumidor
- No sufre alteraciones en el precio
- Tiene un máximo y exigente control en los productos

Desventajas del camino corto de comercialización:

- Mayor inversión de activos
- El producto no será reconocido en otros lugares

Camino Mediano

Grafico 29: Canal Productor – Mayorista - Consumidor



*Elaborado por: Adriana Amancha
Fuente: AM Sport*

Ventajas del camino mediano de comercialización:

- Producto conocido en otros lugares
- Crecimiento en el mercado

Desventajas del camino mediano de comercialización:

- Producto tiene un precio adicional
- No existe un control total en las diferentes áreas de distribuciones.

3.9. Estrategias de comercialización

Tabla 34: FODA

MATRIZ FODA	
FORTALEZA	DEBILIDADES
<ol style="list-style-type: none">1. Calidad en fabricación de los productos2. Innovación constante de los productos3. Precios competitivos4. Escases de competencia nivel local	<ol style="list-style-type: none">1 Comercialización solo a nivel local2 Desconocimiento de las personas acerca de productos exclusivos para gimnasio.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ol style="list-style-type: none">1. Innovación tecnológica2. Aumento de consumo por habitante3. Preferencia de las personas por vestir ropa adecuada para hacer ejercicio	<ol style="list-style-type: none">1. Entrada de nuevos competidores locales2. Productos sustitutos3. Productos similares a bajo precio

Elaborado por: Adriana Amancha

--	--	--

<p>ESTRATEGIAS</p>	<p>FORTALEZAS-F</p> <p>F1 Calidad en fabricación de los productos</p> <p>F2 Innovación constante de los productos</p> <p>F3 Precios competitivos</p> <p>F4 Escases de competencia a nivel local</p>	<p>DEBILIDADES-D</p> <p>D1 Comercialización solo a nivel local</p> <p>D2 Desconocimiento de las personas acerca de productos exclusivos para gimnasio</p>
<p>OPORTUNIDADES</p> <p>O1 Innovación tecnológica</p> <p>O2 Aumento de consumo por habitante</p> <p>O3 Preferencia de las personas por vestir ropa adecuada para gimnasio.</p>	<p>ESTRATEGIAS-FO</p> <p>F2, O1, O3. Ofertar productos con nuevas características, beneficios funciones, utilidades y usos mediante la innovación tecnológica con el fin de satisfacer las necesidades de todas las personas que les gusta verse y sentirse bien cuando hacen ejercicio.</p>	<p>ESTRATEGIAS-DO</p> <p>D1, O1. Crear un plan de comercialización a nivel local con gran variedad de productos, los mismos que satisfagan necesidades y preferencias de las personas.</p>
<p>AMENAZAS</p>	<p>ESTRATEGIAS FA</p>	<p>ESTRATEGIAS-DA</p>
<p>A1 Entrada de nuevos competidores locales.</p> <p>A2 Productos sustitutos.</p> <p>A3 Productos similares a bajo precio</p>	<p>F4, F1, F3, A1, A2, A3 Aprovechar la escases de competencia a nivel local, y fabricar productos de calidad a precios competitivos evitando así la entrada de nuevos competidores con productos similares o sustitutos.</p>	<p>D2, A1. Crear un Plan de Marketing, dirigido a un segmento de mercado específico, y captar la atención del cliente con el fin de evitar que las personas adquieran productos similares.</p>

3.9.1. Estrategias de comercialización

Tabla 35: Matriz FODA ESTRATEGIAS DO-DA, FO-FA

Elaborado por: Adriana Amancha

Estrategias:

1. Ofertar productos con nuevas características, beneficios funciones, utilidades y usos mediante la innovación tecnológica con el fin de satisfacer las necesidades de todas las personas que les gusta verse y sentirse bien cuando hacen ejercicio.
2. Crear un plan de comercialización a nivel local con gran variedad de productos, los mismos que satisfagan necesidades y preferencias de las personas.
3. Aprovechar la escasez de competencia a nivel local, y fabricar productos de calidad a precios competitivos evitando así la entrada de nuevos competidores con productos similares o sustitutos.
4. Crear un Plan de Marketing, dirigido a un segmento de mercado específico, y captar la atención del cliente con el fin de evitar que las personas adquieran productos similares.

Grafico 30: Estrategias



Elaborado por: Adriana Amancha

Fuente: AM Sport

CAPÍTULO IV.

ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Tamaño del emprendimiento.

Es la capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales a la máxima rentabilidad económica (Parkin 2015).

El tamaño de un proyecto está dado por su “capacidad instalada de producción de bienes, y además por su capacidad de generar un número determinado de servicios en un tiempo dado”. (Mankiw 2014), la capacidad de producción es expresada en términos de productos elaborados por ciclo, turno, año, según el sistema adoptado para trabajar (jornada laboral) en la empresa.

Con el tamaño del proyecto nos estamos refiriendo a la “capacidad de producción instalada que se tendrá, ya sea diaria, semanal, por mes o por año” (Gómez. 2014) depende del equipo que se posee, así será nuestra capacidad de producción en la empresa. (Pg. 45)

El tamaño del proyecto se define por la capacidad física o real de la producción, de una determinada cantidad de productos ya sea por unidad de tiempo, peso, volumen valor, elaborados en un ciclo de operación.

4.1.1. Factores determinantes del tamaño

Los Factores que determinan o condicionan el tamaño de una nueva línea de producción que se implementará con la propuesta del proyecto se los toma del libro Proyectos de inversión en ingeniería, (Erossa 2015) “es una tarea limitada por las relaciones recíprocas que existen entre el tamaño y la demanda, la disponibilidad de las materias primas, la tecnología, los equipos y el financiamiento”.

Todos estos factores contribuyen a simplificar el proceso de aproximaciones sucesivas, y las alternativas de tamaño entre las cuáles se puede escoger, se van reduciendo a medida

que se examinan los factores condicionantes mencionados, y que detallaremos a continuación.

a) Demanda Potencial Insatisfecha

La demanda potencial insatisfecha como mencionamos anteriormente es la cantidad de bienes o servicios que probablemente el mercado consuma en años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo. El principal factor determinante del tamaño es la DPI, ya que al momento de calcularla no tomamos muy en cuenta que nuestros posibles clientes puedan adquirir otro tipo de productos que satisfagan sus necesidades, tomando en cuenta este posible error se elaboraría estrategias que ayuden a solucionar este problema, de ser el caso.

b) Disponibilidad del Capital

La disponibilidad de capital para poner en marcha un proyecto es otro factor muy importante del tamaño, es la capacidad económica con la que cuentan las empresas para su desarrollo y por ende para su crecimiento productivo. Se realizara un estudio de ingeniería de proyecto para la instalación de una nueva línea de producción en una empresa.

c) Tecnología

La tecnología ha permitido incrementar ingresos, mejorar procesos e implementar nuevas herramientas dentro de la empresa. Sin embargo, la implementación de la misma no es un lujo, o una inversión sino más bien una necesidad que la empresa “AM Sport” requiere ya sea en la maquinaria y en el equipo tecnológico con la que cuenta ya que gracias a estos, se puede elaborar productos de calidad los mismos que satisfacen las necesidades y los más exigentes gustos de nuestros clientes.

d) Insumos

La empresa “AM Sport” cuenta con todos los insumos necesarios tales como: materia prima, materiales, mano de obra directa e indirecta, etc., los cuales son importantes para la fabricación de todos nuestros productos, la disponibilidad de estos no son

considerados limitantes debido a que existe varios lugares relacionados en los que podemos encontrar sin ningún inconveniente.

4.1.2. Tamaño Óptimo del Proyecto

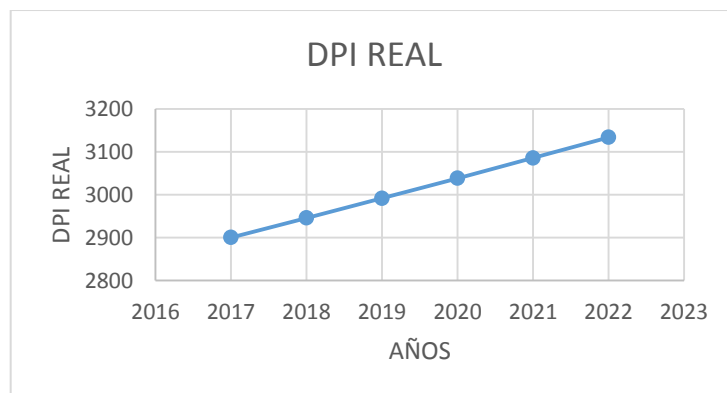
Haciendo referencia el número de tamaño óptimo, el proyecto está basado en la capacidad de producción, es decir que la demanda potencial insatisfecha se logra cubrir el 5%, que da un equivalente a 2900 conjuntos exclusivos para gimnasio en tela microfibra antibacterial. Este valor se refleja en la producción diaria de la empresa AM SPORT de 9 conjuntos deportivos diarios y de 242 conjuntos deportivos mensuales.

Tabla 36: Demanda Potencial Insatisfecha Real

AÑO	DPI	ESTIMACION	DPI REAL	PRODUCCION DIARIA
2017	58012	5%	2901	9
2018	58917	5%	2946	9
2019	59836	5%	2992	9
2020	60770	5%	3039	9
2021	61718	5%	3086	9
2022	62681	5%	3134	9

*Elaborado por: Adriana Amancha
Fuente: AM SPORT*

Grafico 31: DPI REAL



Elaborado por: Adriana Amancha

Análisis

Existe una demanda insatisfecha claramente visible esto es debido a que como se tratará de un producto nuevo en el mercado, el mismo no será producido de manera mayorista hasta establecer de manera delimitada el mercado en el cual y para el cual está dirigido.

Esta brecha ira cerrándose más con el paso de los años, con el aumento de la demanda del producto por parte de la población.

La estrategia para combatir esta demanda insatisfecha será la publicidad que se realizará con el fin de que el producto se dé a conocer y de esta manera tener pedidos con eso podremos controlar el flujo de cuanto se puede ofrecer y establecer los límites de tiempo para cumplir con los pedidos.

4.2 Localización

4.2.1 Localización Óptima del Proyecto

Persigue determinar la ubicación más adecuada teniendo en cuenta la situación de los puntos de venta o mercados de consumidores. Puntos de abastecimientos para el suministro de materias primas o la interacción con otras posibles plantas. (Vallhonrat 2015).

A continuación, realizaremos la localización más óptima para el proyecto utilizando el método cualitativo por puntos el cual consiste en asignar factores cuantitativos los mismos que se consideren relevantes para la localización.

Tabla 37: Tabla Valorización de Impacto

Escala	Impacto
3	Alto
2	Medio
1	Bajo

Elaborado por: Adriana Amancha

Fuente: (Vallhonrat 2015)

Determinar la ubicación más óptima para el proyecto

Posibles Ubicaciones

- En la misma área de producción
- En un área diferente de producción
- Fuera del área de producción.

Tabla 38: Matriz de factores determinantes

FACTORES RELEVANTES	PESO PONDERADO	Misma área de producción de la empresa		En un área diferente de producción de la empresa		Fuera del área de producción de la empresa	
Infraestructura	10	3	30	2	20	2	20
Iluminación	12	3	36	3	36	2	24
Distribución de espacio Físico	8	3	24	2	16	1	8
Seguridad	10	3	30	2	20	1	10
Aire Acondicionado o ventilación	10	3	30	1	10	2	20
Punto de venta directo	8	3	24	2	16	2	16
Fácil adquisición materia prima	10	3	30	1	30	2	20
Comodidad	10	3	30	2	20	3	20
Buen ambiente de trabajo	12	3	36	1	12	2	24
Producción eficiente	10	3	30	1	10	2	20
TOTAL	100	33		17		19	

*Elaborado por: Adriana Amancha
Fuente: AM Sport*

Multiplicar el peso por el impacto

Este paso se lo realiza con la finalidad de conocer el resultado de la localización más óptima para el proyecto.

Análisis e interpretación

De acuerdo a los estudios ejecutados la ubicación más óptima para realizar el proyecto es en la misma área de producción ya que al estar ubicados dichos espacios contaremos con una gran infraestructura, iluminación, un adecuado espacio físico, seguridad y

ventilación, con el fin de ejecutar eficientemente todas las actividades productivas.

4.2.2. Macro localización

País: Ecuador

Zona: 3

Provincia: Tungurahua

Cantón: Ambato

Mapa

Grafico 32: Macro localización



Fuente: <https://www.google.com.ec/search?q=mapa+de+ecuador+tungurahua+ambato>

4.2.3. Micro localización

Cantón: Ambato

Parroquia: La Matriz

Sector: La Merced

Avenida: Vicente Rocafuerte y Manuela Cañizares

Grafico 33: Micro localización



Fuente: <https://www.google.com.ec/search?q=mapa+de+ecuador+tungurahua+ambato>

La empresa AM SPORT está ubicada en una zona muy buena ya que cuenta con una infraestructura adecuada para la producción de ropa exclusiva para gimnasio, excelentes vías de acceso, comunicación directa con los clientes, todos los servicios básicos correspondientes y disponibilidad de espacios para ofertar los productos.

4.3. Ingeniería de Proyecto.

Se refiere a aquella parte del estudio que se “relaciona con su fase técnica, es decir, con la participación de los ingenieros en las etapas de estudio e instalación”, (Vela 2014), puesta en marcha y funcionamiento del proyecto

Es una “actividad cíclica y única para tomar decisiones”, (Hernandez 2015), en la que el conocimiento de las bases de la ciencia de ingeniería, la habilidad matemática y la experimentación se conjugan para poder transformar los recursos naturales en sistemas y mecanismos que satisfacen las necesidades humanas

Determinar la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para la producción del bien o servicio deseado (Sotelo 2015).

Son etapas dentro de la formulación de un proyecto de inversión donde se definen todos los recursos necesarios para llevar a cabo el proyecto.

Distingue los aspectos técnicos y de infraestructura que permita el proceso de fabricación del producto así tenemos.

- Tecnología
- Proceso productivo
- Infraestructura
- Recursos Humanos

a) Producto – Proceso

La ropa exclusiva para gimnasio está fabricada a base de tela microfibra antibacterial, posee excelentes estándares de calidad ya que cuenta con mano de obra calificada y especializada en el área, lo cual nos permite tener originalidad en cada prenda diseñada y fabricada.

Tabla 39: Proceso de Producción

N°	ACTIVIDAD	DESCRIPCION	TIEMPO MINUTOS	RECURSOS INTERVENCION
1	Compra de Materia Prima	Adquisición de materiales e insumos para la elaboración del producto.	35	<ul style="list-style-type: none"> • Tela microfibrá antibacterial.
2	Diseño del Modelo	Se dibuja el patrón del modelo que se va diseñar en la tela microfibrá antibacterial, se prueba el molde de cartón en el tendido de tela.	25	<ul style="list-style-type: none"> • Cartón • Moldes • Diseñador • Tizas
3	Control	Se prueban las piezas con el fin de verificar que estas estén acorde al diseño.	15	<ul style="list-style-type: none"> • Jefe de producción • Cortador • Modelo
4	Tizado de los diseños	Sobre la tela se dibuja todos los diseños antes realizados	15	<ul style="list-style-type: none"> • Cortadora • Moldes • Diseñadora • Tizas
5	Llevar el corte a las operarias.	Llevar las piezas de cada prenda de la mesa de cortado hasta las operarias.	5	<ul style="list-style-type: none"> • Cortadora.
6	Cortado	Se procede a cortar las piezas dibujadas en el tendido de tela.	40	<ul style="list-style-type: none"> • Cortadora • Diseñadora
7	Coser	Una vez que tenemos el	240	<ul style="list-style-type: none"> • Costureras

		<p>corte se procede a coser las prendas y a obtener el producto.</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Maquinarias • Hilos • Agujas • Elásticos
8	Pulir	<p>Una vez que las piezas están totalmente unidas, procedemos a pulir los hilos sobrantes de la prenda</p>	90	<ul style="list-style-type: none"> • Pulidoras • Tijeritas
9	Llevar las prendas al área de empacado.	<p>Llevar respectivamente las prendas terminadas para que sean empacadas</p>	5	<ul style="list-style-type: none"> • Pulidoras
10	Empacado	<p>Sacudir los hilos sobrantes, dar vuelta, doblar las prendas y empacarlos en cartones o fundas.</p>	90	<ul style="list-style-type: none"> • Fundas • Cajas
11	Almacenado	<p>Se traslada las prendas deportivas a la bodega y se almacena respectivamente por modelos, tallas y pedidos.</p>	60	<ul style="list-style-type: none"> • Cartones • Cinta de embalaje

*Elaborado por: Adriana Amancha
Fuente AM Sport*

b) Balance de Materiales

Estado Inicial del proyecto

- Características de materiales e Insumos

Materia prima directa y materiales indirectos

La materia prima son los elementos extraídos de la naturaleza que es la fuente de aprovisionamiento de todos los elementos que son necesarios para satisfacer necesidades humanas o convertirse en el primer elemento del costo para las empresas.

Se llama así los elementos que fueron sometidos a uno o varios procesos de transformación por otra empresa, los cuales serán sometidos a otros procesos de transformación hasta convertirlos en un producto acabado apto para satisfacer las necesidades humanas.

Tabla 40: Materia Prima

Descripción	Cantidad Anual	Unidad de Medida	Fuente
Tela microfibra antibacterial.	420	Rollos	Import Buenaño Textiles padilla.

*Elaborado por: Adriana Amancha
Fuente: AM SPORT*

Tabla 41: Materiales Indirectos de fabricación

Descripción	Cantidad Anual	Unidad de Medida	Fuente
Fundas plásticas 16*18	37068	Unidades	Doplim
Cajas de cartón con logotipo	25000	Unidades	Servicarton CL
Etiquetas plásticas	37068	Unidades	Etiflex
Etiquetas en tela	37068	Unidades	Etiflex

*Elaborado por: Adriana Amancha
Fuente: AM SPORT*

Insumos

Es un “término aplicado en el ámbito más que todo económico y de marketing”, (P. Keat 2015), pero básicamente se puede decir que un insumo es cualquier elemento que represente una fracción en la elaboración de un producto.

Un insumo es todo “aquel material empleado en la manufactura de algo mayor, con una regulación estándar de cada uno de sus componentes”, (Javeriana 2014), un insumo es considerado como parte de un todo.

Es un concepto económico que permite nombrar a un bien que se emplea en la producción de otros bienes

Tabla 42: Insumos

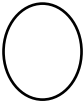
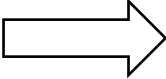

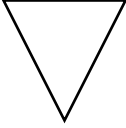

Descripción	Cantidad Anual	Unidad de Medida	Fuente
Elástico	180	Rollos	Elásticos Ambato
Vivo	80	Rollos	Import Buenaño
Forro	150	Metros	Import Buenaño
Hilos Poliéster	80	Cajas	Doplim
Cordón	1000	Metros	Etiflex
Cierres	1500	Unidades	Doplim
Estampes	1000	Unidades	Etiflex
Sedas	80	Pacas	Maquinas
Tizas	150	Unidades	Ambato

*Elaborado por: Adriana Amancha
Fuente: AM SPORT*

- **Diagrama de flujo**

Se realiza el diagrama de flujo de la empresa “AM Sport” según el proceso de producción establecido de acuerdo a la normativa ASME (American Society of Mechanical), con el objetivo de realizar una actividad dentro de la empresa, cada paso del proceso es representado por un símbolo diferente que contiene una breve descripción de la etapa de proceso, los símbolos gráficos del flujo del proceso están unidos entre sí con flechas que indican la dirección de flujo del proceso. (Viquez 2014).

Tabla 43: Simbología Normativa ASME

SIMBOLOGIA	REPRESENTACION	DESCRIPCION
	Operación	Cambio de características de un objeto, ensamblaje con otro, preparación para transporte, inspección o almacenamiento.
	Transporte	Movimiento de un objeto de un lugar a otro sin que ello forme parte de una operación o inspección.
	Inspección	Examen de un objeto para comprobar su calidad y/o calidad.
	Almacenamiento	Bajo condiciones controladas, de un objeto.
	Demora	Las circunstancias no permiten la realización del siguiente paso.

Elaborado por: Adriana Amancha

Fuente: AM SPOR

Fuente Formato: Administración de Empresas

Tabla 44: Diagrama del Flujo de producción de la empresa AM Sport

AM SPORT									
DIAGRAMA DE FLUJO									
Producto: Ropa exclusiva para gimnasio					Inicia: Compra de materiales e insumos				
Fabrica: AM Sport					Termina en: Almacenamiento				
Método: Vertical normativa ASME					Elaborado por: Adriana Amancha				
Fecha: 4 de agosto de 2017									
N°	ACTIVIDAD	TIEMPO Minutos	Distancia Metros	○	□	⇒	D	▽	OBSERV.
1	Compra de Materia Prima	35		●					
2	Diseño del Modelo	25		●					
3	Control	15		●					
4	Tizado de los diseños	15		●					
5	Llevar el corte a las operarias	5	100						
6	Cortado	40		●					
7	Coser	240		●					
8	Pulir	90		●					
9	Llevar las prendas al área de empacado	5	20						
10	Empacado	90							
11	Almacenado	60							

c) Periodo operacional estimado de la planta

Se lo define como aquel período económico del proyecto o vida y es el tiempo que define todas las proyecciones, la vida útil del proyecto se establece en forma práctica, de acuerdo con la vida útil estimada de los equipos más costosos de la empresa o de acuerdo con el plazo al cual se conoce o se estima conseguir el préstamo. (Sullivan 2014), de acuerdo al estudio realizado anteriormente el tiempo considerado para el desarrollo y funcionamiento futuro de la empresa AM Sport es de cinco años de acuerdo con los datos estadísticos proyectados obtenidos de la investigación realizada.

d) Capacidad de Producción

Se basa principalmente en la demanda potencial insatisfecha, la cual obtuvimos mediante la estimación del porcentaje establecido, en este proyecto es del 9%, es el valor que representará las unidades de producción de la empresa AM Sport podrá cubrir anualmente.

La capacidad de producción o capacidad productiva es el máximo nivel de actividad que puede alcanzarse con una estructura productiva dada. El estudio de la capacidad es “fundamental para la gestión empresarial” (Muñoz 2015) en cuanto permite analizar el grado de uso que se hace de cada uno de los recursos en la organización y así tener oportunidad de optimizarlos.

En referencia al número de tamaño óptimo el emprendimiento está basado principalmente en la capacidad de producción calculada en cifras anuales, mensuales y diarias, es decir que la demanda potencial insatisfecha se alcanza a cubrir el 9% equivalente a 5221 conjuntos deportivos exclusivas para gimnasio. Dicho valor se ve reflejado en la producción diaria de la Empresa AM Sport 16 conjuntos deportivos diarios y alrededor de 435 conjuntos mensuales.

Tabla 45: Capacidad de producción



PRODUCCION DIARIA	PRODUCCION MENSUAL	PRODUCCION ANUAL	DPI REAL
16	435	5221	9%





*Elaborado por: Adriana Amancha
Fuente: AM SPORT*


e) Distribución de maquinaria y equipo (Lay-out)

- Detalle de maquinarias y equipos

Tabla 46: MAQUINARIA



DESCRIPCIÓN	CANTIDAD CONSUMO	FUENTE	GRÁFICA
<p>Recta marca JACK</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lubricación automática • Atraque • Puntada N° 7 • Volante grande • Crochet grande • Motor ½ HP, 2850 RPM 	2 unidad	Investigación Propia	
<p>Overlock 3 hilos tanque marca KANSA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lubricación automática • Regulador de diferencial • Regulación largo • Enfriador de agujas • Motor ½ HP, 2850 RPM • 5000 PPM 	3 unidad	Investigación Propia	

<p>Elasticadora Marca KANSA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fácil ajuste de largo de puntada • Devanador de bobina integrado • Sistema de avance o arrastre simple con retroceso • Motor de embrague de baja velocidad de 1/3 hp • Fácil ajuste de largo de puntada. 220V 	<p>1 unidad</p>	<p>Investigación Propia</p>	
<p>Máquina pegadora de tira marca TYPICAL</p> <p>Enfriador de agujas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Siliconador de hilos • Motor ½ HP, 2850 RPM • 5000 PPM 	<p>1 unidad</p>	<p>Investigación Propia</p>	
<p>Máquina cortadora de cuellos marca TYPICAL</p> <p>Enfriador de agujas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Siliconador de hilos • Motor ½ HP, 2850 RPM • 5000 PPM 	<p>1 unidad</p>	<p>Investigación Propia</p>	
<p>Máquina Bordadora marca RICOMA CHT Industrial de 12 hilos</p> <p>Compatible con múltiples formatos de diseño como DST, DSB y mucho más. •</p>	<p>1 unidad</p>	<p>Investigación Propia</p>	

<p>Máquina Sublimadora sismatex 7050 una bandeja</p> <p>Máquina sublimadora automática de una bandeja frontal.</p> <p>Dimensiones del plato 70x50 cms.</p>	1 unidad	Investigación Propia	
--	----------	----------------------	---


Elaborado por: Adriana Amancha
Fuente: AM SPORT

Tabla 47: Equipo y Software

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD CONSUMO	FUENTE	GRÁFICA
<p>Computador HP</p> <ul style="list-style-type: none"> • Procesador Intel Dual Core a 60 GHz • Memoria RAM DE 1GB • DICO DURO DE 160GB 	2 unidad	Investigación Propia	
<p>MONICA 9</p> <ul style="list-style-type: none"> • FACTURACION • Inventarios • Cuentas por pagar • Cuentas por Cobrar • Contabilidad 	1	Investigación Propia	


Elaborado por: Adriana Amancha
Fuente: AM SPORT

Tabla 48: Herramientas

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD CONSUMO	FUENTE	GRÁFICA
<ul style="list-style-type: none"> • Tijeras • Pulidoras • Desarmadores de la maquinaria 	8 unidad	Investigación Propia	

*Elaborado por: Adriana Amancha
Fuente: AM SPORT*

Tabla 49: Muebles y Enseres

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD CONSUMO	FUENTE	GRÁFICA
<ul style="list-style-type: none"> • Mesa de diseño • Mesa de Cortado 	2	Investigación Propia	

*Elaborado por: Adriana Amancha
Fuente: AM SPORT*

- Distribución de planta Lay-out

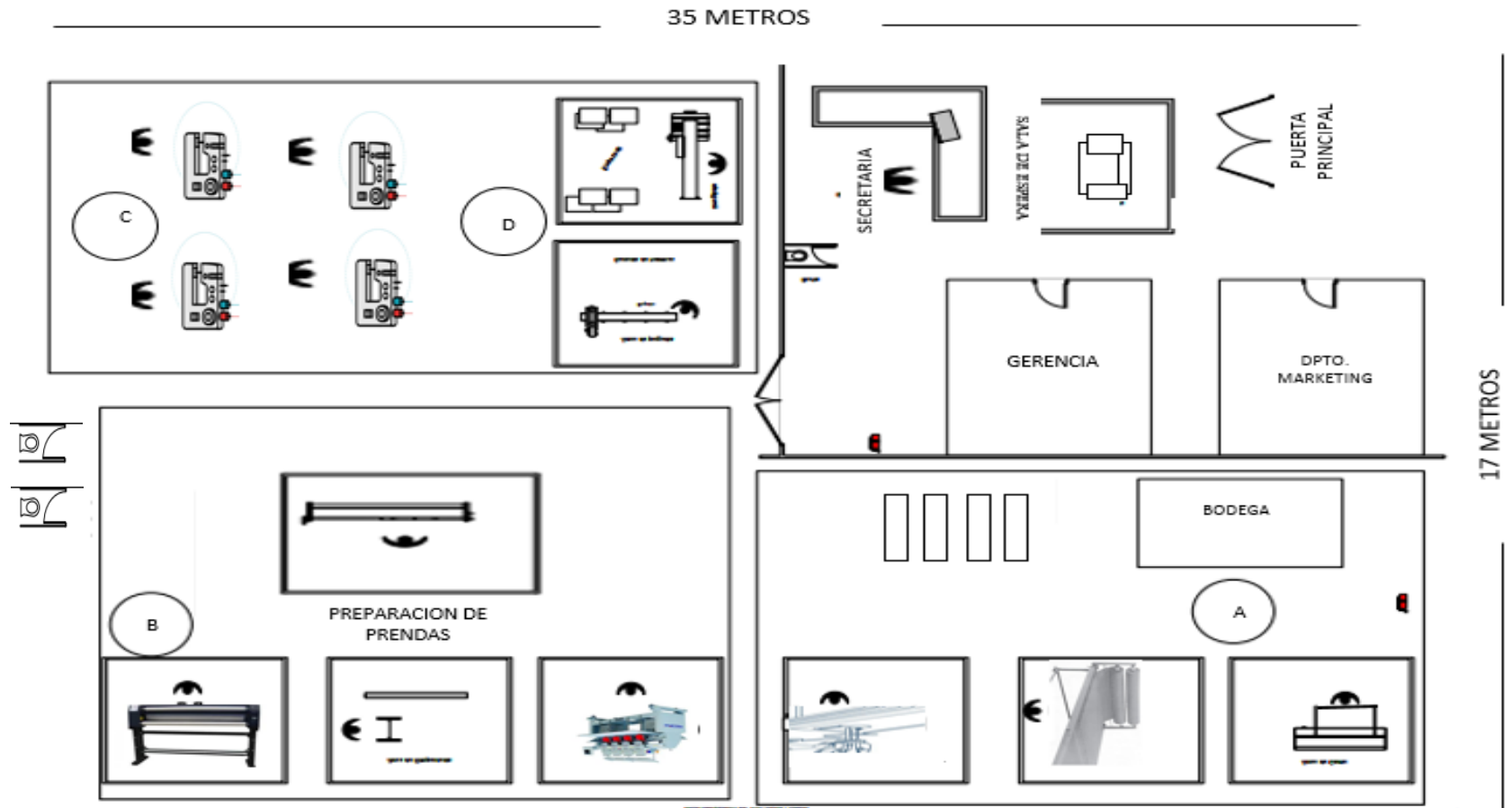
La adecuada distribución de planta dentro de la empresa permite que las condiciones de trabajo sean eficientes y eficaces. La distribución de la empresa AM Sport necesita el ordenamiento físico de todos los recursos que la comprenden con el objetivo de optimar tiempos y eliminar los cuellos de botella.

Es la ordenación física de los elementos que constituyen una instalación sea industrial o de servicios. Ésta ordenación “comprende los espacios necesarios para los movimientos, el almacenamiento”, (Fuente 2014) los colaboradores directos o indirectos y todas las actividades que tengan lugar en dicha instalación.

La distribución de planta es la manera en que se distribuyen las máquinas, equipos, herramientas, operadores, mobiliario, etc., en una instalación industrial. La distribución de planta determina la ruta que el producto en proceso sigue desde que entra al sistema de producción como materia prima hasta que sale como producto terminado. (Vallhonrrat 2014).

La decisión de distribución en planta comprende determinar la ubicación de los departamentos, de las estaciones de trabajo, de las máquinas y de los puntos de almacenamiento de una instalación.

Grafico 34: Distribución de la planta



Elaborado por: Ing. William Amancha

Fuente: AM SPORT

Tabla 50: Grafico de referencias de distribución de planta

GRAFICO	REFERENCIA	GRAFICO	REFERENCIA
	Sala de Espera		Cortado
	Puerta principal		Bordado
	Oficinas Administrativas		Tendido de prendas
	Escritorio secretaria Operarios		Sublimado
	Diseñado		Coser
	Tendido		Almacenamiento
	Extintores		Servicio Higiénico

*Elaborado por: Adriana Amancha
Fuente: AM SPORT*

CAPÍTULO V.

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

5.1. Aspectos generales

“AM Sport” es una empresa dedicada a la fabricación de ropa deportiva, creada en el año 2009 el 18 de febrero, sin embargo gracias al desarrollo y crecimiento en la producción y maquinaria se considera una MIPYME – pequeña, cuenta con la planta de producción ubicada en la Av. Vicente Rocafuerte y Manuela Cañizares.

La empresa en la actualidad cuenta con el señor Luis Armando Amancha Punina como Gerente General y como Jefe de Producción con la Sra. Alicia Pomboza, quienes son los fundadores del taller de producción, que desde el año 2009 han venido trabajando constantemente para sacar adelante dicho emprendimiento, fabricando siempre productos de calidad los mismos que han logrado satisfacer las necesidades de sus clientes. En sus primeros años utilizaban materiales de calidad pero al transcurrir el tiempo han ido mejorando cada vez más para poner a disposición de su clientela productos innovadores que llame su atención y de esa manera puedan adquirirlo.

La demanda de ropa deportiva tuvo gran acogida en el mercado, por lo que fue necesario la contratación de personal calificado, de esa manera inicia con 15 operarias para todas las secciones de la empresa. La tecnología ha jugado un papel muy importante ya que con el pasar del tiempo han implementado maquinaria la cual ha permitido optimizar tiempos y recursos.

Por todo lo expuesto anteriormente la empresa AM Sport en la actualidad cuenta con 18 operarios calificados los mismos que fabrican productos innovadores y de calidad que satisfacen los más exigentes gustos de sus clientes.

5.2. Diseño Organizacional

Niveles jerárquicos

Son los diversos escalones o posiciones que ocupan en la estructura organizacional los cargos o las personas que los ejercen y que tienen suficiente autoridad y responsabilidad para dirigir o controlar una o más unidades administrativas. (A. Reyes 2014).

- Nivel Directivo:

Las funciones principales son; legislar políticas, crear y normas procedimientos que debe seguir la organización. Así como también realizar reglamentos, decretar resoluciones que permitan el mejor desenvolvimiento administrativo y operacional de la empresa.

Junta General de Accionistas

Ejecutivo:

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

Gerencia, Asesor

Auxiliar:

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

Secretaria

Departamentos: Financiero, Producción y Ventas.

Operativos:

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

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

Vendedores, Costureras y Pulidores.

Preguntas directrices Visión:

¿Cómo seremos en el futuro?, ¿Qué haremos en el futuro?, ¿Qué actividades desarrollaremos en el futuro?

Preguntas directrices Misión:

¿Qué buscamos?, ¿Dónde lo hacemos?, ¿Por qué lo hacemos?, ¿Para quién trabajamos?

Visión:

Para el año 2022, ser la empresa líder a nivel nacional en la producción y comercialización de ropa exclusiva para gimnasio en tela microfibra antibacterial a precios competitivos.

Misión:

Vestir a nuestros clientes con ropa exclusiva para gimnasio elaborada con tela microfibra antibacterial personalizada de calidad y con diseños innovadores satisfaciendo las necesidades y los más exigentes gustos de los mismos.

Tabla 51: MATRIZ AXIOLOGICA

INVOLUCRADOS VALORES	Sociedad	Estado	Clientes	Proveedores	Colaboradores	Competencia
Responsabilidad	X	X	X	X	X	X
Honestidad	X	X	X	X	X	X
Justicia			X	X	X	X
Equidad	X		X		X	
Ética			X		X	X
Respeto	X	X	X	X	X	X

Elaborado por: Adriana Amancha

Fuente: AM SPORT

Análisis:

La empresa AM Sport es responsable con:

- La Sociedad porque, permite a sus trabajadores mejorar la forma sostenible de condición de vida.
- El estado porque, contribuye de manera positiva al cambio de la matriz productiva.
- Los clientes porque, ofrece productos con los más altos estándares de calidad.
- Los proveedores porque, sus pagos son puntuales.

- Los Colaboradores porque, brinda estabilidad laboral y una remuneración justa.
- La Competencia porque, elabora productos de calidad a precios competitivos sin dañar el mercado.

La empresa AM Sport es honesto con:

- La Sociedad porque, da a conocer su trabajo.
- El estado porque, el trabajo es honesto.
- Los clientes porque, vende un producto de calidad.
- Los proveedores porque, la forma de trabajo es correcta.
- Los Colaboradores porque, son parte de la empresa.
- La Competencia porque, reconoce el trabajo de los demás.

La empresa AM Sport es justo con:

- Los clientes porque, los precios de los productos son accesibles.
- Los proveedores porque, ofrecen materia prima de calidad.
- Los Colaboradores porque, ofrece una remuneración acorde a sus capacidades.
- La Competencia porque, no desmerece el trabajo de ninguno.

La empresa AM Sport es equitativo con:

- La Sociedad porque, brinda un trato igual a todas las personas.
- Los clientes porque, vende su producto a un mismo precio.
- Los Colaboradores porque, ofrece el trabajo según sus capacidades.

La empresa AM Sport es ético con:

- Los clientes porque, vende un producto de calidad.
- Los Colaboradores porque, forman parte de la empresa.
- La Competencia porque, reconoce el trabajo de los demás.

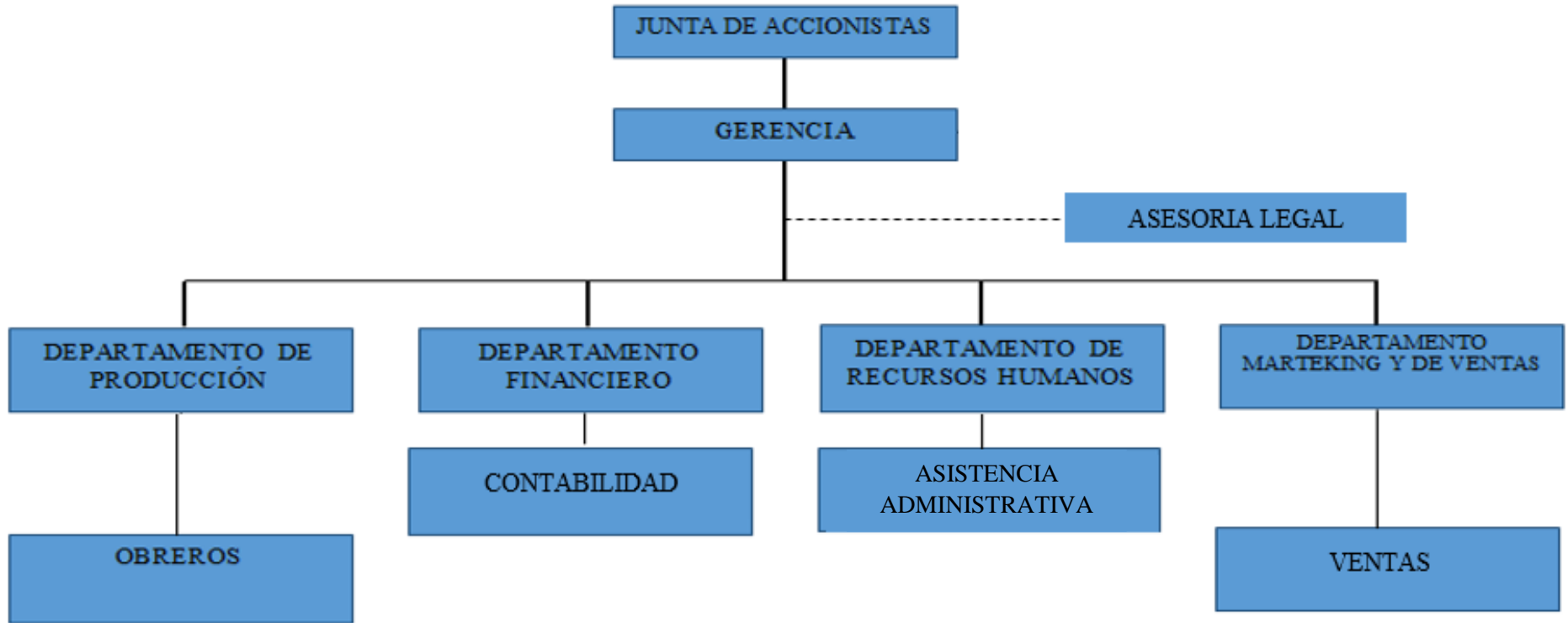
La empresa AM Sport es respetuoso con:

- La Sociedad porque, respeta a todas las personas.
- El estado porque, respeta la forma en que trabaja.

- Los clientes porque, son la razón de ser de la empresa.

5.3. Estructura Organizativa

GRAFICO 35: ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA “AM SPORT”

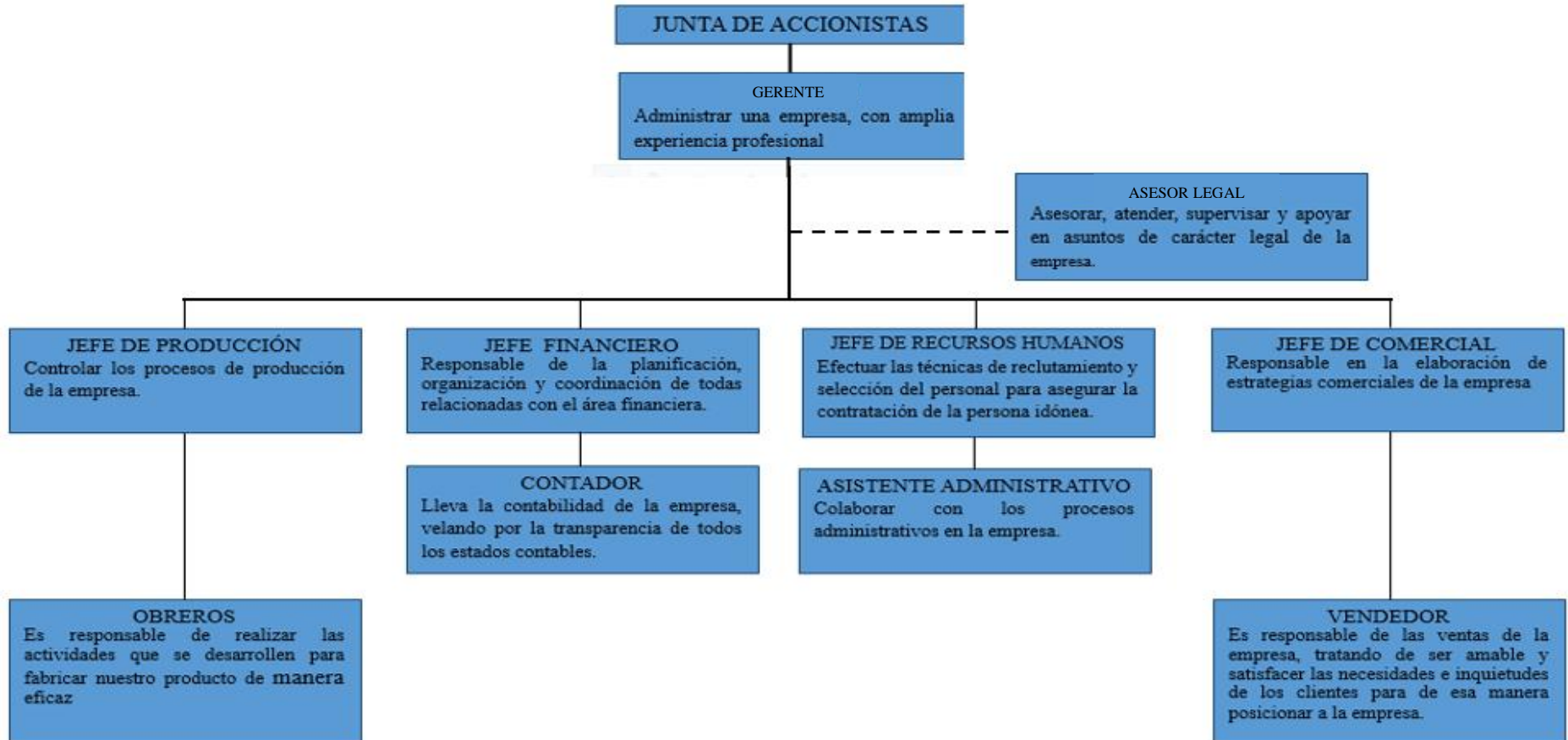


LÍNEA	DESCRIPCIÓN
—————	Autoridad o mando del nivel superior sobre el inferior
—————	Coordinación
-----	Apoyo

Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:	Fecha de Elaboración
Adriana Amancha	Ing. MBA Fernando Silva	Ing. MBA Fernando Silva	10 de mayo, 2017

5.4. Estructura Funcional

GRAFICO 36: ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA EMPRESA “AM SPORT”



LÍNEA	DESCRIPCIÓN
_____	Autoridad o mando del nivel superior sobre el inferior
_____	Coordinación
-----	Apoyo

Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:	Fecha de Elaboración
Adriana Amancha	Ing. MBA Fernando Silva	Ing. MBA Fernando Silva	10 de mayo, 2017


Gráfico 37: Manual de funciones Gerente General

	AM SPORT		Fecha		12/07/2017	
	Manual de Funciones (General)		Pagina		1	DE 10
			Sustituye			
			Pagina			
		Fecha				
DESCRIPCIÓN DE PUESTOS						
Identificación y relaciones						
A. Identificación						
1. Nombre del puesto:		Gerente General				
2. Clave:		G.G.				
3. Ubicación:		Nivel Ejecutivo				
4. Ámbito de Operación:		Administrativo				
RELACION						
B. Relaciones de autoridad						
5. Jefe Inmediato:						
6. Subordinados Directos:		Director de Producción, Financiero, de Recursos Humanos y Comercial.				
7. Dependencia Funcional:		Gerente General.				
<p>Propósito del puesto: planificar, organizar, dirigir, controlar, coordinar, analizar, calcular y deducir el trabajo de la empresa, además de contratar al personal adecuado, efectuando esto durante la jornada de trabajo.</p>						
<p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Administrar una empresa, con amplia experiencia profesional • Representar a la empresa ante terceros personas y ante toda clase de autoridad del orden administrativo y jurisdiccional. • Proponer y llevar a cabo todos los Planes de Desarrollo de la empresa. • Vigilar que los activos de la empresa estén siempre debidamente salvaguardados. • Dirigir, controlar y evaluar la política presupuestal de la Empresa 						
<p>Comunicación: Descendente</p>						
<p>Especificaciones:</p> <p>Conocimientos: Administrativos, Financieros, Desarrollo Gerencial.</p> <p>Experiencia: Experiencia mínima 5 años en Gerencia Administrativas o cargos similares.</p> <p>Personalidad: Emprendedor, Liderazgo, Responsable, Innovador, Critico y Analítico.</p>						
Elaboro: Adriana Amancha		Reviso: Ing. Fernando Silva		Autorizo: Sr. Luis Amancha		
Clave: G.G.						

Elaborado por: Adriana Amancha

Fuente: AM SPORT


Grafico 38: Manual de Funciones Asesor Legal

	AM SPORT		Fecha		12/07/2017	
	Manual de Funciones (General)		Pagina		2	DE 10
	Sustituye					
			Pagina			
			Fecha			
DESCRIPCION DE PUESTOS						
Identificación y relaciones						
A. Identificación						
1. Nombre del puesto:		Asesor Legal				
2. Clave:		A. L				
3. Ubicación:		Nivel Ejecutivo				
4. Ámbito de Operación:		Administrativo				
RELACION						
B. Relaciones de autoridad						
5. Jefe Inmediato:		Gerente General				
6. Subordinados Directos:		No				
7. Dependencia Funcional:		Asesoramiento				
<p>Propósito del puesto: Asesorar, atender, supervisar y apoyar en asuntos de carácter legal de la empresa.</p>						
<p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> Asesorar a la gerencia general y a todas las áreas de la empresa en los asuntos de carácter legal. Analizar y emitir opinión sobre los dispositivos legales que tengan incidencia en aspectos operativos y de gestión empresarial, comunicando sus contenidos en detalle a las dependencias involucradas. 						
<p>Comunicación: Ascendente</p>						
<p>Especificaciones:</p> <p>Conocimientos: Asesoramiento administrativos, Judiciales.</p> <p>Experiencia: Experiencia mínima 3 años en Asesoramiento legal administrativo.</p> <p>Personalidad: Responsable, Critico.</p>						
Elaboro: Adriana Amancha		Reviso: Ing. Fernando Silva		Autorizo: Sr. Luis Amancha		
Clave: A.L.						

Elaborado por: Adriana Amancha


Grafico 39: Manual de Funciones Jefe de Producción

Fuente: AM SPORT

	AM SPORT	Fecha	12/07/2017		
	Manual de Funciones (General)	Pagina	3	DE	10
		Sustituye			
		Pagina			
		Fecha			
DESCRIPCION DE PUESTOS					
Identificación y relaciones					
A. Identificación					
1. Nombre del puesto: Jefe de Producción					
2. Clave: J.P.					
3. Ubicación: Nivel Operativo					
4. Ámbito de Operación: Operativo – Producción					
RELACION					
B. Relaciones de autoridad					
5. Jefe Inmediato: Gerente General					
6. Subordinados Directos: Operarios.					
7. Dependencia Funcional: Departamento de Producción					
Propósito del puesto: Controlar los procesos de producción de la empresa.					
Funciones:					
<ul style="list-style-type: none"> • Mantener un buen nivel de inventarios y una adecuada rotación del mismo. • Verificar la producción diaria del producto para la confirmación de pedidos y ventas. • Supervisar todo el proceso de producción y reporta al administrador cualquier problema o necesidad que surja. • supervisar a diario la calidad del producto que este saliendo al momento. • Hacer informes sobre los avances del proceso de producción. • Coordinar la mano de obra, los materiales, herramientas y las instalaciones para mejorar en lo mejor posible la producción. 					
Comunicación: Ascendente, Descendente y Horizontal.					
Especificaciones:					
Conocimientos: Administrativos, Financieros, Desarrollo Gerencial.					
Experiencia: Experiencia mínima 4 años en Jefe de Producción.					
Personalidad: Comunicativo, llevar a cabo sus funciones, conocer a profundidad los procesos de producción, solucionar problemas.					
Elaboro: Adriana Amancha		Reviso: Ing. Fernando Silva		Autorizo: Sr. Luis Amancha	
Clave: J.P.					


Elaborado por: Adriana Amancha

Grafico 40: Manual de funciones Jefe Financiero

	AM SPORT		Fecha	12/07/2017	
	Manual de Funciones (General)		Pagina	3	10
			Sustituye		
			Pagina		
			Fecha		
DESCRIPCION DE PUESTOS					
Identificación y relaciones					
A. Identificación					
1. Nombre del puesto: Jefe Financiero					
2. Clave: J.F.					
3. Ubicación: Nivel					
4. Ámbito de Operación: Financiero					
RELACION					
B. Relaciones de autoridad					
5. Jefe Inmediato: Gerente General					
6. Subordinados Directos: Director de Producción, Financiero, de Recursos Humanos y Comercial.					
7. Dependencia Funcional: Gerente General.					
<p>Propósito del puesto: planificar, organizar, dirigir, controlar, coordinar, analizar, calcular y deducir el trabajo de la empresa, además de contratar al personal adecuado, efectuando esto durante la jornada de trabajo.</p>					
<p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Administrar una empresa, con amplia experiencia profesional • Representar a la empresa ante terceros personas y ante toda clase de autoridad del orden administrativo y jurisdiccional. • Proponer y llevar a cabo todos los Planes de Desarrollo de la empresa. • Vigilar que los activos de la empresa estén siempre debidamente salvaguardados. • Dirigir, controlar y evaluar la política presupuestal de la Empresa 					
<p>Comunicación: Ascendente, Descendente y Horizontal.</p>					
<p>Especificaciones:</p> <p>Conocimientos: Administrativos, Financieros, Desarrollo Gerencial.</p> <p>Experiencia: Experiencia mínima 5 años en Gerencia Administrativas o cargos similares.</p> <p>Personalidad: Emprendedor, Liderazgo, Responsable, Innovador, Critico y Analítico.</p>					
Elaboro: Adriana Amancha		Reviso: Ing. Fernando Silva		Autorizo: Sr. Luis Amancha	
Clave: J.F.					

Elaborado por: Adriana Amancha

Grafico 41: Manual de Funciones Jefe de Recursos Humanos

	AM SPORT		Fecha	12/07/2017	
	Manual de Funciones (General)		Página	1	5 E 10
			Sustituye		
			Página		
			Fecha		
DESCRIPCION DE PUESTOS					
Identificación y relaciones					
A. Identificación					
1. Nombre del puesto:		Jefe de Recursos Humanos			
2. Clave:		J.RR.HH.			
3. Ubicación:		Nivel			
4. Ámbito de Operación:		Recursos Humanos			
RELACION					
B. Relaciones de autoridad					
5. Jefe Inmediato:		Gerente General			
6. Subordinados Directos:		Asistente Administrativo.			
7. Dependencia Funcional:		Departamento de Recursos Humanos.			
<p>Propósito del puesto: efectuar las técnicas de reclutamiento y selección del personal para asegurar la contratación de la persona adecuada para desempeñar un puesto o plaza.</p>					
<p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Planificación, organización y desarrollo estratégico del capital humano. • Proponer rotaciones funcionales de personal y/o de puestos en la organización. • Planificar y organizar plantillas. • Movilidad geográfica del personal. 					
<p>Comunicación: Ascendente, Descendente y Horizontal.</p>					
<p>Especificaciones: Conocimientos: Administrativos, Financieros, Desarrollo Gerencial. Experiencia: Experiencia mínima 5 años en Gerencia Administrativas o cargos similares. Personalidad: Emprendedor, Liderazgo, Responsable, Innovador, Critico y Analítico.</p>					
Elaboro: Adriana Amancha		Reviso: Ing. Fernando Silva O.		Autorizo: Sr. Luis Amancha	
Clave: J.RR.HH.					

Elaborado por: Adriana Amancha

Grafico 42: Manual de Funciones Jefe Comercial




	AM SPORT	Fecha	12/07/2017
	Manual de Funciones (General)	Pagina	1 6 10
		Sustituye	
		Pagina	
		Fecha	
DESCRIPCION DE PUESTOS			
Identificación y relaciones			
A. Identificación			
1. Nombre del puesto:	Jefe Comercial		
2. Clave:	J.C.		
3. Ubicación:	Nivel		
4. Ámbito de Operación:	Marketing y Ventas		
RELACION			
B. Relaciones de autoridad			
5. Jefe Inmediato:	Gerente General		
6. Subordinados Directos:	Vendedores		
7. Dependencia Funcional:	Dirección Comercial		
Propósito del puesto: responsable en la elaboración de estrategias comerciales de la empresa.			
Funciones:			
<ul style="list-style-type: none"> • Planificar las acciones de las diferentes áreas a su cargo, tomando en cuenta los recursos necesarios y disponibles para llevar a cabo dichos planes y presupuestos. • Proponer, desarrollar e implementar metas y objetivos con las áreas de su responsabilidad a través de la ejecución de programas y planes de acción dirigidos a alcanzar los objetivos propuestos, así como la definición de estándares de desempeño. • Determinar el tamaño y la estructura de la fuerza de ventas así como su perfil de competencia y su sistema de remuneración e incentivos. 			
Comunicación: Descendente, Ascendente y Horizontal.			
Especificaciones:			
Conocimientos: Marketing y Ventas			
Experiencia: Experiencia mínima 4 años Marketing y Ventas, Publicidad.			
Personalidad: Crear valor para los productos, dirigirse a una nueva base de clientes.			
Elaboro: Adriana Amancha	Reviso: Ing. Fernando Silva	Autorizo: Sr. Luis Amancha	
Clave: J.C.			
<i>Elaborado por: Adriana Amancha</i>			

Grafico 43: Manual de Funciones Contador

	AM SPORT		Fecha	12/07/2017	
	Manual de Funciones (General)		Pagina	1	7
			Sustituye		
			Pagina		
			Fecha		
DESCRIPCION DE PUESTOS					
Identificación y relaciones					
A. Identificación					
1. Nombre del puesto: Contador					
2. Clave: C.					
3. Ubicación: Nivel					
4. Ámbito de Operación: Contabilidad					
RELACION					
B. Relaciones de autoridad					
5. Jefe Inmediato: Gerente General					
6. Subordinados Directos: No					
7. Dependencia Funcional: Departamento de Contabilidad					
<p>Propósito del puesto: lleva la contabilidad de la empresa, velando por la transparencia de todos los estados contables.</p>					
<p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elaborar estados financieros en fechas requeridas con información oportuna y verídica. • Llevar la contabilidad de la empresa. • Verificar y corregir las cuentas contables erróneas. • Controlar el correcto registro de los auxiliares de contabilidad. 					
<p>Comunicación: Ascendente y Horizontal.</p>					
<p>Especificaciones: Conocimientos: Contabilidad y Auditoría, Finanzas. Experiencia: Experiencia mínima 4 en Contabilidad y Auditoría o cargos similares. Personalidad: Responsable, Analítico, Crítico.</p>					
Elaboro: Adriana Amancha		Reviso: Ing. Fernando Silva		Autorizo: Sr. Luis Amancha	
Clave: C.					


Elaborado por: Adriana Amancha

Grafico 44: Manual de Funciones Asistente Administrativo

	AM SPORT	Fecha	12/07/2017		
	Manual de Funciones (General)	Pagina	1	8	10
		Sustituye			
		Pagina			
		Fecha			
DESCRIPCION DE PUESTOS					
Identificación y relaciones					
A. Identificación					
1. Nombre del puesto: Asistente Administrativos					
2. Clave: A.A.					
3. Ubicación: Nivel					
4. Ámbito de Operación: Administrativo					
RELACION					
B. Relaciones de autoridad					
5. Jefe Inmediato: Gerente General					
6. Subordinados Directos: No					
7. Dependencia Funcional: Asistente Administrativos.					
Propósito del puesto: Colaborar con los procesos administrativos en la empresa.					
Funciones:					
<ul style="list-style-type: none"> • Participa en el estudio y análisis de nuevos procedimientos y métodos de trabajo. • Realiza seguimiento a los pagos para su cancelación oportuna. • Realiza solicitudes de dotación de equipos y materiales para la dependencia. • Controla los avances a justificar, otorgados a las dependencias para cubrir gastos de urgencias. 					
Comunicación: Ascendente y Horizontal.					
Especificaciones:					
Conocimientos: Administración, Finanzas.					
Experiencia: Experiencia mínima 4 años Administración.					
Personalidad: Analítico, Responsable.					
Elaboro: Adriana Amancha		Reviso: Ing. Fernando Silva		Autorizo: Sr. Luis Amancha	
Clave: A.A.					


Elaborado por: Adriana Amancha

Grafico 45: Manual de Funciones Obreros

	AM SPORT	Fecha	12/07/2017
	Manual de Funciones (General)	Pagina	1 de 9 de 10
		Sustituye	
		Pagina	
		Fecha	
DESCRIPCION DE PUESTOS			
Identificación y relaciones			
A. Identificación			
1. Nombre del puesto:	Obreros		
2. Clave:	O.		
3. Ubicación:	Nivel		
4. Ámbito de Operación:	Operario		
RELACION			
B. Relaciones de autoridad			
5. Jefe Inmediato:	Gerente General		
6. Subordinados Directos:	No		
7. Dependencia Funcional:	Operativo.		
Propósito del puesto: Realizar las actividades que se desarrollen para fabricar nuestro producto de manera eficaz.			
Funciones:			
Comunicación: Descendente y Horizontal.			
<ul style="list-style-type: none"> • Efectuar las tareas asignadas con esmero y dedicación. • Canaliza ante la dirección de la empresa de posibles soluciones ante problemas de cualquier índole. • Recibe y registra informaciones. 			
Especificaciones:			
Conocimientos: Fabricación de prendas deportivas en tela microfibra antibacterial.			
Experiencia: Experiencia mínima 3 años fabricación de ropa deportiva.			
Personalidad: Emprendedor, Innovador, responsable.			
Elaboro: Adriana Amancha	Reviso: Ing. Fernando Silva	Autorizo: Sr. Luis Amancha	
Clave: O.			

Elaborado por: Adriana Amancha

Grafico 46: Manual de Funciones Vendedor

		AM SPORT		10			
		Manual de Funciones (General)		Fecha	12/07/2017		
				Pagina	1	DE	10
				Sustituye			
				Pagina			
		Fecha					
DESCRIPCION DE PUESTOS							
Identificación y relaciones							
A. Identificación							
1. Nombre del puesto:	Vendedor						
2. Clave:	V.						
3. Ubicación:	Nivel						
4. Ámbito de Operación:	Marketing y Ventas						
RELACION							
B. Relaciones de autoridad							
5. Jefe Inmediato:	Gerente General						
6. Subordinados Directos:	No						
7. Dependencia Funcional:	Ventas.						
<p>Propósito del puesto: responsable de las ventas de la empresa, tratando de ser amable y satisfacer las necesidades e inquietudes de los clientes para de esa manera posicionar a la empresa.</p>							
<p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Evaluar las necesidades de consumo de los clientes activos. • Realizar un seguimiento de consumos por cada cliente. • Preparar pronósticos de venta en función del área asignada para ser evaluados por la supervisión. • Definir las necesidades de material promoción. • Programar el trabajo en su área, anticipando los objetivos de cada gestión. • Crear oportunidades y facilitar la llegada del personal de promoción técnica al cliente. 							
<p>Comunicación: Descendente y horizontal.</p>							
<p>Especificaciones: Conocimientos: Ventas. Experiencia: Experiencia mínima 3 años en Ventas. Personalidad: Critico, Responsable, entusiasta.</p>							
Elaboro: Adriana Amancha		Reviso: Ing. Fernando Silva		Autorizo: Sr. Luis Amancha			
Clave: V.							

Elaborado por: Adriana Amancha

CAPÍTULO VI

ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero es una “parte fundamental de la evaluación de un proyecto de inversión, el cual puede analizar un nuevo emprendimiento, una organización en marcha, o bien una nueva inversión para una empresa”, (Mar. 2015) como puede ser la creación de una nueva área de negocios, la compra de otra empresa o una inversión en una nueva planta de producción. (Pg. 85).

El estudio económico financiero conforma la tercera etapa de los proyectos de inversión, en el que figura de manera sistemática y ordenada la información de carácter monetario, en resultado a la investigación y análisis efectuado en la etapa anterior el estudio técnico siempre será muy útil en la evaluación de la rentabilidad económica del proyecto (Urbina. 2015).

Es el proceso donde el emprendedor determina si el proyecto es rentable, es decir que el dinero invertido le va a entregar un rendimiento esperado.

6.1. Inversiones en activos tangibles

Activos fijos tangibles:

Son aquellos “bienes tangibles que adquiere una empresa para hacer uso constante de ellos: en la producción comercialización o administración”, (Roca 2016) son activos que contribuyen en la explotación económica de la empresa.

Son aquellos bienes tangibles que adquiere una empresa para hacer uso constante de ellos por ejemplo en la producción comercialización o administración, (Fierro 2015) son activos que contribuyen en la explotación económica de la empresa.

Representan propiedades físicamente tangibles que han de utilizarse por un período largo en las operaciones regulares de la entidad y que normalmente no se destinan a la venta.

Tabla 52: Maquinaria

Descripción	Consumo Anual	Valor Unitario	Valor Total
<p>Recta marca JACK</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lubricación automática • Atraque • Puntada N° 7 • Volante grande • Crochet grande • Motor ½ HP, 2850 	1	1800,00	1800,00
<p>Overlock 3 hilos tanque marca KANSA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lubricación automática • Regulador de diferencial • Regulación largo • Enfriador de agujas 	1	2100,00	2100,00
<p>Elasticadora Marca KANSA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fácil ajuste de largo de puntada • Devanador de bobina integrado • Sistema de avance o arrastre simple con retroceso • Motor de embrague de baja velocidad de 1/3 hp 	1	1500,00	1500,00
<p>Pegadora de tira marca TIPICAL</p> <p>Enfriador de agujas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Siliconador de hilos • Motor ½ HP, 2850 RPM • 5000 PPM. 	1	1200,00	1200,00
<p>cortadora de cuellos marca TIPICAL</p> <p>Enfriador de agujas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Siliconador de hilos • Motor ½ HP, 2850 RPM 	1	500,00	500,00
<p>Bordadora marca RICOMA CHT Industrial de 12 hilos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Compatible con múltiples formatos de diseño 	1	2100,00	2100,00

Sublimadora sismatex 7050 una bandeja • Máquina sublimadora automática de una bandeja frontal.	1	2300,00	2300,00
TOTAL		\$ 11500,00	\$ 11500,00

*Elaborado por: Adriana Amancha
Fuente: AM SPORT*

Tabla 53: Equipo de Computo

DESCRIPCION	CONSUMO ANUAL	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computador HP • Procesador Intel Dual Core a 60 GHz • Memoria RAM DE 1GB • DICO DURO DE 160GB • Windows Vista Home.	1	\$ 750,00	\$ 750,00
TOTAL		\$ 750,00	\$ 750,00

*Elaborado por: Adriana Amancha
Fuente: AM SPORT*

Tabla 54: Herramientas

DESCRIPCION	CONSUMO ANUAL	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Pulidoras	6	\$ 1,50	\$ 9,00
Tijeras	7	\$ 10,00	\$ 70,00
TOTAL			\$ 79,00

*Elaborado por: Adriana Amancha
Fuente: AM SPORT*

Tabla 55: Muebles y Enseres

DESCRIPCION	CONSUMO ANUAL	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Mesa de Diseño	1	\$ 60,00	\$ 60,00
Mesa de corte	1	\$ 60,00	\$ 60,00
TOTAL		\$ 120,00	\$ 120,00

*Elaborado por: Adriana Amancha
Fuente: AM SPORT*

Tabla 56: Vehículos

DESCRIPCION	CONSUMO ANUAL	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Vehículo	1	\$ 7.500,00	\$ 7.500,00
TOTAL		\$ 7.500,00	\$ 7.500,00

*Elaborado por: Adriana Amancha
Fuente: AM SPORT*

Tabla 57: Total Activos Fijos

ACTIVO FIJO	VALOR
Maquinaria	\$ 11.500,00
Equipo de Computo	\$ 750,00
Herramientas	\$ 79,00
Muebles y enseres	\$ 120,00
Vehículo	\$ 7.500,00
TOTAL	\$ 19.949,00

*Elaborado por: Adriana Amancha
Fuente: AM SPORT*

Análisis e interpretación

La inversión en activos fijos tangibles de la empresa AM Sport será principalmente en maquinaria y equipo ya que requiere de estos para poder fabricar la nueva línea de producción deportiva así como la recta, overlock, Elasticadora, pegadora de tira, cortadora de cuellos, bordadora, sublimadora con un total de \$ 11,500; seguido de vehículo con \$ 7,500; equipo de cómputo \$ 750,00; muebles y enseres \$120,00 y finalmente en herramientas con \$ 79,00. La mayor inversión de la empresa AM Sport es destinada a la maquinaria.

6.2. Inversiones en activos intangibles

“Los activos intangibles son bienes que posee la empresa y que no pueden ser percibidos físicamente”. (Garcia 2014). Sin embargo, se consideran activos porque ayudan a que la empresa produzca un rendimiento económico a través de ellos.

Los activos intangibles son uno de los elementos de mayor importancia en las empresas. Influyen en el día a día de la empresa, en sus procesos, (Kaplan 2014) pero también en su valoración económica.

Son activos no monetarios sin apariencia física susceptibles de valoración económica.

Tabla 58: Total de Activo Diferido

ACTIVOS DIFERIDOS	
Publicidad y propaganda	\$ 3800,00
Software para diseño de ropa Deportiva INVERSE	\$ 1000,00
TOTAL ACTIVO DIFERIDO	\$ 4800,00

*Elaborado por: Adriana Amancha
Fuente: AM SPORT*

Análisis e interpretación

La inversión en activos fijos intangibles de la empresa AM Sport será para publicidad ya que el proyecto atraerá clientes con las estrategias de marketing mix planteadas anteriormente esto tendrá un valor de \$ 3800,00 y además un sistema de diseño de prendas deportivas para gimnasio Inverse versión 1.0 con un valor de \$1000. La mayor inversión en activos intangibles de la empresa AM Sport será en publicidad.

6.3. Inversiones en activos circulantes o capital de trabajo

6.3.1. Activo Corriente o Circulante

- Caja – Bancos

Comprende los fondos que se encuentran en poder de la empresa y los depositados en bancos con libre disponibilidad. Son aquellos activos que poseen poder cancelatorio legal ilimitado y otros con similares características de liquidez, certeza y efectividad. (Guerrero 2014).

Representa el dinero en efectivo que la empresa debe disponer para cubrir todo tipo de gastos.

El valor que dispone en liquidez la empresa AM Sport es de \$ 1800,00

- Inventario

El modelo que la empresa AM Sport utiliza para el cálculo respectivo es el Lote económico, basado principalmente en todos los costos más el inventario con el que cuenta, transporte y finalmente costo de compra de materia prima.

$$\text{Inventario} = \text{Lote Económico} * \text{Precio}$$

$$\text{Inventario} = 214,15 * 35,45$$

$$\text{Inventario} = \$ 7.591,62$$

- Lote económico

$$\text{Lote económico} = \sqrt{\frac{2 * F * U}{C * P}}$$

Donde:

LE: cantidad óptima en metros que se requiere de materia prima anual.

2: Consumo

F: Costo de colocar y recibir una orden de compra

U: Consumo anual de unidades de materia prima

C: tasa pasiva referencial (4,96% Banco Central del Ecuador Agosto 31, 2017).

P: Precio Unitario de compra. P.U Materia Prima

$$LE = \sqrt{\frac{2 * 96 * 420}{0,0496 * 35,45}}$$

$$LE = \sqrt{\frac{80.640,00}{1.7583}}$$

$$LE = \sqrt{45.862,48}$$

$$LE = 214,15$$

$$LE = 214,15 \text{ Cantidad requerida de materia prima}$$

- **Cuentas por cobrar**

$$\text{Cuentas por cobrar} = \frac{168.149,52}{360} * \text{periodo promedio de recuperacion}$$

$$\text{Cuentas por cobrar} = 467,08 * 30$$

$$\text{Cuentas por cobrar} = \$ 14,012.46$$

El promedio de recuperación se obtiene mediante el número de días que la empresa AM Sport recupera el crédito otorgado a todos sus clientes, calculándolo mediante la suma de y 15, 30 y 45 días, de la siguiente manera;

$$\text{PPR} = (15+30+45) / 3 = 30 \text{ días.}$$

Tabla 59: Total de Activo Circulante

ACTIVO CIRCULANTE	
Caja –Bancos	\$ 1.800,00
Inventario	\$ 7.591,62
Cuentas por Cobrar	\$ 14.012,46
TOTAL ACTIVO CIRCULANTE	\$ 23.404,08

*Elaborado por: Adriana Amancha
Fuente: AM SPORT*

Análisis e interpretación

Los activos circulantes de la empresa AM Sport está conformada por Caja-Bancos \$1.800,00, este es el efectivo disponible con el cual la empresa cuenta para cubrir y afrontar ciertos gastos y necesidades que se presenten, el inventario disponible en almacenamiento y con el que cuenta \$ 7.591,62 y finalmente las cuentas por cobrar \$ 14.012,46 valores que la empresa tiene que cobrar a sus deudores, tomando en cuenta que estas son el mayor activo circulante con el que cuenta la misma.

6.3.2. Pasivo Corriente

$$\text{Tasa Circulante} = \frac{\text{Activo Corriente o Circulante}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

$$2,5 = \frac{\text{Activo Corriente o Circulante}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

$$\text{Pasivo Corriente} = \frac{\$ 23.404,08}{2,5}$$

$$\text{Pasivo Corriente} = \$ 9.361,63$$

Tasa circulante (2,5) es considerada como un valor referencial oficializado por el Banco Central en función de la información proporcionada por las instituciones financieras.

Análisis e interpretación

El pasivo circulante de la empresa AM Sport es de \$ 9.361,63 obteniendo el cálculo a través de la división del activo corriente con la tasa circulante es decir \$ 26.207,82 dividido para el 2,5 considerando dichos valores deduce que la empresa no contrae valores adeudados a terceras personas.

6.3.3. Capital de Trabajo

Capital de Trabajo

= Total Activo Corriente o Circulante

– Total Pasivo Ciculante

Capital de Trabajo = \$ 23.404,08 – \$ 9.361,63

Capital de Trabajo = \$ 14.042,45

Análisis e interpretación

Los recursos económicos con los que cuenta la empresa AM Sport para operar con normalidad en todas sus actividades productivas son \$ 14.042,45 valores considerados a corto plazo.

6.4. Resumen de las Inversiones.

Inversion Inicial = Activo Fijo + Activo Diferido + Capital de Trabajo

Inversion Inicial = \$ 19.949,00 + \$ 4800,00 + \$ 14.042,45

Inversion Inicial = \$ 38.791,45

La empresa AM Sport presenta una inversión inicial de \$ 31.978,76 por sus activos fijos, diferidos y capital de trabajo correspondiente.

6.5. Financiamiento.

El financiamiento para la empresa AM Sport será determinado a través del capital propio con el que cuenta la empresa tanto en efectivo como bienes y capital ajeno

denominándolo como préstamo e una institución financiera, con el objetivo de llevar a cabo la inversión inicial de dicho emprendimiento, para lo cual analizaremos las posibles ofertas de las instituciones financieras como son la tasa de interés, plazo, garantes, cuotas y todas las facilidades crediticias.

Tabla 60: Financiamiento

PROYECTO DE FINANCIAMIENTO	MONTO	% DE APORTACION A LAS FUENTES
Capital Propio	\$ 18.000,00	46,40%
Institución Financiera	\$ 20.791,45	53,60%
TOTAL	\$ 38.791,45	100%

*Elaborado por: Adriana Amancha
Fuente: AM SPORT*

La empresa AM Sport cuenta con \$ 18.000,00 como inversión de recursos propios equivalente a 46,40% mientras que el proyecto necesitara un crédito financiero de \$20.791,45 equivalente a 53,60% del total de la inversión.

Tabla 61: Cuadro comparativo Instituciones Financieras

INSTITUCIONNES FINANCIERAS	MONTO	TASA DE INTERES	MESE PLAZO	GARANTES	BASE
Produbanco	\$ 20.791,45	10,20%	36	2	\$ 4.500,00
Banco del Pacifico	\$ 20.791,45	11,23%	48	3	\$ 3.500,00
Banco del Austro	\$ 20.791,45	9,33%	48	1	\$ 3.000,00

Elaborado por: Adriana Amancha

Fuente: AM SPORT

www.aplicacionesbp.com.ec:4443/simulador-credito-web/faces/TablaAmortizacion

Una vez realizado el respectivo análisis de la mejor opción para financiamiento, tomamos en cuenta ciertos parámetros con el cual la empresa este en la capacidad de producir de esta manera podemos ver que el Banco del Pacifico nos ofrece un crédito de \$ 20.791,45 a una tasa de interés del 11,23% a 48 meses plazo, un garante y con base de \$1.000,00 el Produbanco nos ofrece a una tasa del 10,20% a 36 meses plazo con dos garantes y una base de 3000 y finalmente el Banco del Austro nos ofrece a una tasa de 9,33% a 48 meses plazo un garante y \$3000 de base, optamos por este porque la empresa está en capacidad de cubrir este crédito.

6.6. Plan de Inversiones.

La empresa AM Sport de acuerdo al financiamiento durante el desarrollo del proyecto en el Banco del Pacifico, se detalla a continuación la siguiente inversión:

Tabla 62: Plan de Inversión

INVERSION	VALOR (USD)	VALOR (%)
Activo Fijo	\$ 19.949,00	51,43%
Activo Diferido	\$ 4.800,00	12,37%
Capital de Trabajo	\$ 14.042,45	36,20%
TOTAL DE INVERSION	\$ 38.791,45	100%
Financiamiento Recursos Propios	\$ 18.000,00	46,40%
Financiamiento Institución Financiera	\$ 20.791,45	53,60%
TOTAL DE FINANCIAMIENTO	\$ 38.791,45	100%

*Elaborado por: Adriana Amancha
Fuente: Investigación Propia*

La empresa AM Sport presenta una inversión del 51,43% en sus activos fijos, el 12,37% en activos diferidos y 36,20% el capital de trabajo, los mismos que serán financiados con el 46,40% recursos propios y el 53,60% con financiamiento de la institución bancaria.

6.7. Presupuesto de Gastos e Ingresos

- **Costos de producción**

Los costos de producción (también llamados costos de operación) son los gastos necesarios para mantener un proyecto, línea de procesamiento o un equipo en funcionamiento. (E. Reyes 2015).

Los costos se definen como el valor sacrificado para que una organización mantenga y consiga los recursos necesarios para la producción de bienes y servicios que necesariamente generan un beneficio futuro. (Montalvo 2014).

Los costos de producción es una valoración monetaria de los gastos incurridos y aplicados en la obtención de un bien.

Tabla 63: Materia Prima

DESCRIPCION	CANTIDAD ANUAL	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Tela microfibra antibacterial	420	Rollos	\$ 35,45	\$ 14.889,00
TOTAL				\$ 14.889,00

*Elaborado por: Adriana Amancha
Fuente: AM Sport*

Tabla 64: Materiales Indirectos

DESCRIPCION	CANTIDAD ANUAL	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
-------------	----------------	------------------	-----------------	--------------

Fundas plásticas 16*18	350	Paquetes	\$ 1,50	\$ 525,00
Cajas de cartón	150	Unidades	\$ 0,75	\$ 112,50
Etiquetas plásticas	10000	Unidades	\$ 0,03	\$ 300,00
Etiquetas tela	10000	Unidades	\$ 0,02	\$ 200,00
TOTAL			\$ 2,28	\$ 937,50

Elaborado por: Adriana Amancha
Fuente: AM Sport

Tabla 65: Insumos

DESCRIPCION	CANTIDAD ANUAL	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Elástico	180	Rollos	\$ 8,90	\$ 1.602,00
Vivo	80	Rollos	\$ 1,50	\$ 120,00
Forro	150	Metros	\$ 0,75	\$ 112,50
Hilos Poliéster	80	Cajas	\$ 4,50	\$ 360,00
Cordón	1000	Metros	\$ 0,25	\$ 250,00
Cierre	1500	Unidades	\$ 0,15	\$ 225,00
Estampes	1000	Unidades	\$ 0,05	\$ 50,00
Sedas	80	Pacas	\$ 5,80	\$ 464,00
Tizas	150	Unidades	\$ 0,20	\$ 30,00
TOTAL			\$ 4,65	\$ 3.213,50

Elaborado por: Adriana Amancha
Fuente: AM Sport

Tabla 66: Cargo de depreciación y amortización

CARGO DE DEPRECIACION Y AMORTIZACION		
DEPRECIACION		
DETALLE	VALOR	VALOR DEPRECIACION
Maquinaria	\$ 11.500,00	\$ 2.300,00
Equipo de computo	\$ 750,00	\$ 150,00
Herramientas	\$ 79,00	\$ 15,80
Muebles y enseres	\$ 120,00	\$ 24,00
Vehículo	\$ 7.500,00	\$ 1.500,00
TOTAL DEPRECIACION	\$ 19.949,00	\$ 3.989,80

AMORTIZACION		
DETALLE	VALOR	VALOR DEPRECIACION
Publicidad y Propaganda	\$ 3.800,00	\$ 760,00
Software	\$ 1.000,00	\$ 200,00
TOTAL AMORTIZACION	\$ 4.800,00	\$ 960,00

TOTAL DEPRECIACION Y AMORTIZACION		\$	4.949,98
--	--	-----------	-----------------

*Elaborado por: Adriana Amancha
Fuente: AM Sport*

El cálculo de depreciación se realiza a través del método de línea recta es decir que se toma el valor del bien y se lo divide para la duración proyectada del proyecto, ya que este tiene una vida útil de cinco años por ende todos los bienes tienen que ser divididos para 5 años no tomando en cuenta el valor del bien final.

Tabla 67: Mantenimiento de maquinaria y equipo

MANTENIMIENTO DE MAQUINARIA Y EQUIPO			
DESCRIPCION	CONSUMO ANUAL	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Laptop	2	\$ 30,00	\$ 60,00
Recta marca JACK vc * Lubricación automática • Puntada N° 7 • Volante grande • Crochet grande • Motor ½ HP, 2850	4	\$ 20,00	\$ 80,00
Overlock 3 hilos tanque marca KANSA • Lubricación automática • Regulación largo • Enfriador de agujas • Motor ½ HP, 2850 RPM	4	\$ 20,00	\$ 80,00
Elasticadora Marca KANSA • Fácil ajuste de largo de puntada • Devanador de bobina integrado • Sistema de avance o arrastre simple con retroceso	3	\$ 20,00	\$ 60,00
Máquina pegadora de tira marca TYPICAL Enfriador de agujas • Siliconador de hilos • Motor ½ HP, 2850 RPM • 5000 PPM	2	\$ 20,00	\$ 40,00
Máquina cortadora de cuellos marca TYPICAL * Enfriador de agujas • Siliconador de hilos • Motor ½ HP, 2850 RPM • 5000 PPM	2	\$ 20,00	\$ 40,00
Máquina Bordadora marca RICOMA CHT Industrial de 12 hilos Compatible con múltiples formatos de diseño como DST, DSB y mucho más. •	2	\$ 20,00	\$ 40,00

Sublimadora sismatex 7050 una bandeja Máquina sublimadora automática de una bandeja frontal. Dimensiones del plato 70x50 cms.	2	\$ 20,00	\$ 40,00
TOTAL MANTENIMIENTO MAQUINARIA Y EQUIPO			\$ 440,00

*Elaborado por: Adriana Amancha
Fuente: AM Sport*

El mantenimiento de maquinaria y equipo de la empresa AM Sport se lo estima de manera semestral para la computadora y maquinaria es decir se le dará mantenimiento dos veces al año mientras que para la maquinaria se lo hará trimestralmente 4 veces al año ya que estas requieren de más cuidados.

Tabla 68: Mano de obra directa e indirecta

MANO DE OBRA DIRECTA			
DESCRIPCION	CONSUMO ANUAL	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Operarias	2	\$ 375,00	\$ 9.000,00
Cortadora	1	\$ 430,00	\$ 5160 ,00
			\$ 14.160,00
MANO DE OBRA INDIRECTA			
Diseñador	1	\$ 400,00	\$ 4.800,00
TOTAL M.O.I.		\$ 400,00	\$ 4.800,00
TOTAL M.O.D e I.			\$ 18.960,00

*Elaborado por: Adriana Amancha
Fuente: AM Sport*

Tabla 69: Total Costo de producción

COSTOS DE PRODUCCION	
Materia Prima	\$ 14.889,00
Materiales Indirectos	\$ 937,50
Insumos	\$ 3.213,50
Cargo de amortización y Depreciación.	\$ 4.949,80
Mantenimiento maquinaria y equipo	\$ 440,00
Mano de obra directa e indirecta	\$ 18.960,00
TOTAL COSTOS DE PRODUCCION	\$ 43.389,80

*Elaborado por: Adriana Amancha
Fuente: AM Sport*

- **Costos Administrativos**

“Los costos administrativos son los recursos necesarios para las operaciones y manejos dentro de una empresa”, (Horngren 2015) son los gastos o costos que la empresa aplica para la realización de trámites y movimientos internos.

Son recursos indispensables para todas las operaciones dentro de una organización, gastos que la empresa tiene para el movimiento de la misma. (Pacheco 2016).

Costos que la empresa requiere para realizar ciertos movimientos.

Tabla 70: Servicios Básicos

Descripción	Cantidad Anual	Precio Unitario	Precio Total
Luz eléctrica	1440KWH	\$ 1.90	\$ 22.80
Agua Potable	294.36m3	\$ 0.43	\$ 10.55
Teléfono	7.200minutos	\$ 0.18	\$ 108
Internet	Ilimitado	\$ 20.00	\$ 240
TOTAL			\$ 681,35

*Elaborado por: Adriana Amancha
Fuente: AM Sport*

Tabla 71: Sueldos y salarios

Descripción	Consumo Anual	Sueldo	Precio Total
Asistente Administrativo	1	\$ 450,00	\$ 5400,00
TOTAL			\$ 5400,0

*Elaborado por: Adriana Amancha
Fuente: AM Sport*

Tabla 72: Suministros de oficina

Descripción	Consumo Anual	Precio Unitario	Precio Total
Archivadores	8 unidades	\$ 2,00	\$ 16,00
Papel Bond 4 ^a	12 resmas	\$ 6,00	\$ 72,00
Engrapadora Stanley Bostitch P6C-8	1 unidad	\$ 2,00	\$ 2,00
Perforadora	1 unidad	\$ 1,50	\$ 1,50
Agenda	3 unidades	\$ 1,75	\$ 5,25
Esferos	2 cajas	\$ 0,25	\$ 0,50
Cinta de Escritorio	2 unidades	\$ 0,30	\$ 0,60
Borrador	4 unidades	\$ 0,15	\$ 0,60
Resaltador	3 unidades	\$ 0,20	\$ 0,60
Grapas	4 cajas	\$ 1,25	\$ 5,00
Lapiceros	2 cajas	\$ 1,75	\$ 3,50
Sacapuntas	2 unidades	\$ 0,20	\$ 0,40

Saca grapas	1 unidad	\$ 0,24	\$ 0,24
Clips Mariposa	1 caja	\$ 1,50	\$ 1,50
TOTAL			\$ 112,69

*Elaborado por: Adriana Amancha
Fuente: AM Sport*

Tabla 73:

Total

Costos	COSTOS ADMINISTRATIVOS	
	Servicios básicos	\$ 681,35
	Sueldos y salarios	\$ 5.400,00
	Suministros de oficina	\$ 112,89
	TOTAL COSTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 6.194,24

Administrativos

*Elaborado por: Adriana Amancha
Fuente: AM Sport*

- **Costo de ventas**

El costo de ventas es el gasto o el “costo de producir de todos los artículos vendidos durante un período contable” (Peterson 2014) , cada unidad vendida tiene un costo de ventas o costo de los bienes vendidos.

Los costos de ventas es el esfuerzo económico que se debe realizar para lograr un objetivo operativo. (E. Reyes 2015).

El costo de venta es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio.

Tabla 74: Sueldos y salarios

Descripción	Consumo Anual	Sueldo	Precio Total
Vendedor	1	\$ 375,00	\$ 4500,00
TOTAL			\$ 4500,00

*Elaborado por: Adriana Amancha
Fuente: AM Sport*

Tabla 75: Transporte

Descripción	Consumo Anual	Valor Unitario	Precio Total
Transporte de producto	12	\$ 10,00	\$ 120,00
Flete y Estibaje	24 (2 pedidos mensuales)	\$ 4,00	\$ 96,00
TOTAL			\$ 216,00

*Elaborado por: Adriana Amancha
Fuente: AM Sport*

Tabla 76:
de Venta

Total Costo

COSTOS DE VENTA	
Sueldos y salarios	\$ 4.500,00
Transporte	\$ 216,00
TOTAL COSTOS DE VENTA	\$ 4.716,00

*Elaborado por: Adriana Amancha
Fuente: AM Sport*

- **Costos Financieros**

Los costos financieros son los que se “originan por la obtención de recursos ajenos que la empresa necesita para su desenvolvimiento y funcionamiento operativo” (Peterson 2014), el costo financiero es un esfuerzo, consumo de factores, para alcanzar un resultado, un producto.

Son aquellos que “se integra por los gastos derivados de allegarse fondos de financiamiento por lo cual representa las erogaciones destinadas a cubrir en moneda nacional o extranjera, los intereses, comisiones y gastos que deriven de un título de crédito o contrato respectivo” (E. Reyes 2015), donde se definen las condiciones específicas y los porcentajes pactados; se calculan sobre el monto del capital y deben ser cubiertos durante un cierto periodo de tiempo. Incluye las fluctuaciones cambiarias y el resultado de la posición monetaria.

Costo financiero son recursos ajenos que toda empresa necesita para producir un bien y para el desarrollo de la misma.

Tabla 77: Préstamo Bancario

Descripción	Interés Total
Interés por préstamo tasa activa	\$ 4.079,76
TOTAL	\$ 4.079,76

Elaborado por: Adriana Amancha

Fuente: AM Sport <https://www.aplicacionesbp.com.ec:4443/simulador-credito-web/faces/TablaAmortizacio>

- **Resumen Presupuesto de Costos**

Tabla 78: Presupuesto de Costos e Ingresos

COSTOS DE PRODUCCION	
Materia Prima	\$ 14.889,00
Materiales Indirectos	\$ 937,50
Insumos	\$ 3.213,50
Cargo de amortización y Depreciación.	\$ 4.949,80
Mantenimiento maquinaria y equipo	\$ 440,00
Mano de obra directa e indirecta	\$ 18.960,00
TOTAL COSTOS DE PRODUCCION	\$ 43.389,80
COSTOS ADMINISTRATIVOS	
Servicios básicos	\$ 681,35
Sueldos y salarios	\$ 5.400,00
Suministros de oficina	\$ 112,89
TOTAL COSTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 6.194,24
COSTOS DE VENTA	
Sueldos y salarios	\$ 4.500,00
Transporte	\$ 216,00
TOTAL COSTOS DE VENTA	\$ 4.716,00
COSTO FINANCIERO	
Interés por préstamo tasa activa	\$ 4.079,76

TOTAL COSTOS DE VENTA	\$ 4.079,76
TOTAL COSTOS DEL PROYECTO	\$ 58.379,80

*Elaborado por: Adriana Amancha
Fuente: AM Sport*

6.7.1. Situación financiera actual

El estado de situación inicial actual de la empresa AM Sport se representa mediante el Balance General definido como: estado financiero de una empresa en un momento determinado. Para poder reflejar dicho estado, el balance muestra contablemente los activos (lo que organización posee), los pasivos (sus deudas) y la diferencia entre estos (el patrimonio neto). (Peterson 2014). Todas las cuentas detalladas y mencionadas anteriormente Activo, Pasivo y Capital se representan a través del presente estado de situación inicial:

“AM SPORT”

BALANCE GENERAL

ACTIVOS		PASIVOS			
ACTIVO CORRIENTE O CIRCULANTE		PASIVO CORRIENTE			
Caja-Bancos	\$ 1.800,00	Pasivo Corriente	\$ 9.361,63		
Cuentas por Cobrar	\$ 7.591,62	TOTAL PASIVO CORRIENTE	\$ 9.361,63		
Inventario	\$ 14.012,46	PASIVO LARGO PLAZO			
TOTAL ACTIVO CORRIENTE O CIRC.	\$ 23.404,08	Prestamo Bancario	\$ 20.971,45		
ACTIVOS TANGIBLES		TOTAL PASIVO L.P.	\$ 20.971,45		
Maquinaria	\$ 11.500,00	TOTAL PASIVO	\$ 30.333,08		
Equipo de computo	\$ 750,00				
Herramientas	\$ 79,00				
Muebles y enseres	\$ 120,00				
Vehiculo	\$ 7.500,00				
(-) Deprec acumulada neta	\$ (3.989,80)				
TOTAL ACTIVOS TANGIBLES	\$ 15.959,20				
ACTIVOS INTANGIBLES				CAPITAL	
Publicidad y propaganda	\$ 3.800,00			Capital	\$ 12.870,20
Software Inverse	\$ 1.000,00			TOTAL PATRIMONIO	\$ 12.870,20
(-) Amort. Acumulada neta	\$ (960,00)			TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO \$ 43.203,28	
TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES	\$ 3.840,00				
TOTAL ACTIVOS	\$ 43.203,28				

Gerente General
Sr. Luis Armando Amancha

Jefe Administrativo
Ing. Gabriela Amancha

Gráfico 47: Estado de Situación Inicial

Elaborado por: Adriana Amancha

Fuente: AM Sport

6.7.2. Situación financiera proyectada

La proyección de los valores en el estado de situación inicial se realiza en base a la inflación del 1,10% según el Banco Central del Ecuador del año 1 (2018) al año 5 (2022).

“AM SPORT”

ESTADO DE SITUACION PROYECTADA

ACTIVOS	2018	2019	2020	2021	2022
Circulantes	\$ 23.404,08	\$ 23.661,52	\$ 23.921,80	\$ 24.184,94	\$ 24.450,98
Caja-Bancos	\$ 1.800,00	\$ 1.819,80	\$ 1.839,82	\$ 1.860,06	\$ 1.880,52
Cuentas por Cobrar	\$ 7.591,62	\$ 7.675,13	\$ 7.759,55	\$ 7.844,91	\$ 7.931,20
Inventario	\$ 14.012,46	\$ 14.166,60	\$ 14.322,43	\$ 14.479,98	\$ 14.639,26
TANGIBLES	\$ 15.959,20	\$ 16.134,75	\$ 16.312,23	\$ 16.491,67	\$ 16.673,08
Maquinaria	\$ 11.500,00	\$ 11.626,50	\$ 11.754,39	\$ 11.883,69	\$ 12.014,41
Equipo de computo	\$ 750,00	\$ 758,25	\$ 766,59	\$ 775,02	\$ 783,55
Herramientas	\$ 79,00	\$ 79,87	\$ 80,75	\$ 81,64	\$ 82,53
Muebles y enseres	\$ 120,00	\$ 121,32	\$ 122,65	\$ 124,00	\$ 125,37
Vehiculo	\$ 7.500,00	\$ 7.582,50	\$ 7.665,91	\$ 7.750,23	\$ 7.835,49
(-) Deprec acumulada neta	\$ (3.989,80)	\$ (3.989,80)	\$ (3.989,80)	\$ (3.989,80)	\$ (3.989,80)
INTANGIBLES	\$ 3.840,00	\$ 3.882,24	\$ 3.924,94	\$ 8.262,01	\$ 8.352,89
Publicidad y propaganda	\$ 3.800,00	\$ 3.841,80	\$ 3.884,06	\$ 3.926,78	\$ 3.969,98
Software Inverse	\$ 1.000,00	\$ 1.011,00	\$ 1.022,12	\$ 1.033,36	\$ 1.044,73
(-) Amort. Acumulada neta	\$ (960,00)	\$ (960,00)	\$ (960,00)	\$ (960,00)	\$ (960,00)
TOTAL ACTIVOS	\$ 43.203,28	\$ 43.678,52	\$ 44.158,98	\$ 44.644,73	\$ 45.135,82
PASIVOS					
CIRCULANTE	\$ 9.361,63	\$ 9.464,61	\$ 9.568,72	\$ 9.673,97	\$ 9.780,39
Pasivo Ciculante	\$ 9.361,63	\$ 9.464,61	\$ 9.568,72	\$ 9.673,97	\$ 9.780,39
LARGO PLAZO	\$ 20.971,45	\$ 15.728,59	\$ 10.485,73	\$ 5.242,87	\$ 0,01
Prestamo Bancario	\$ 20.971,45	\$ 15.728,59	\$ 10.485,73	\$ 5.242,87	\$ 0,01
TOTAL PASIVO	\$ 30.333,08	\$ 30.666,74	\$ 31.004,08	\$ 31.345,12	\$ 9.780,39
PATRIMONIO					
Capital	\$ 12.870,20	\$ 13.011,77	\$ 13.154,90	\$ 13.299,61	\$ 13.445,90
TOTAL PATRIMONIO	\$ 12.870,20	\$ 13.011,77	\$ 13.154,90	\$ 13.299,61	\$ 13.445,90
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 43.203,28	\$ 43.678,52	\$ 44.158,98	\$ 44.644,73	\$ 45.135,82

Gerente General
Sr. Luis Armando Amancha

Jefe Administrativo
Ing. Gabriela Amancha

Gráfico 48: Estado de Situación Inicial Proyectado
Elaborado por: Adriana Amancha
Fuente: AM Sport

6.7.3. Presupuesto de ingresos

Tabla 79: Presupuesto de Ingresos

AÑO	DPI REAL	PRECIO	INGRESOS MENSUALES	INGRESOS ANUALES
2017	2901	\$ 30,00	\$ 7.252,50	\$ 87.030,00
2018	2946	\$ 30,33	\$ 7.446,02	\$ 89.352,18
2019	2992	\$ 30,66	\$ 7.644,56	\$ 91.734,72
2020	3039	\$ 31,00	\$ 7.850,75	\$ 94.209,00
2021	3086	\$ 31,34	\$ 8.059,60	\$ 96.715,24
2022	3134	\$ 31,69	\$ 8.276,37	\$ 99.316,46

*Elaborado por: Adriana Amancha
Fuente: AM Sport*

El presupuesto de ingresos para la empresa AM Sport en el año 1 será de \$ 89.352,18 calculado mediante la multiplicación de la DPI Real por el precio estimado del producto, detallando todos los ingresos mensuales y anuales proyectados desde el año 2017 hasta el año 2022.

**EMPRESA “AM SPORT”
ESTADO DE RESULTADOS**

Ingresos	\$ 57.436,85	
(-) Costos de Producción	\$ 28.026,10	
(=) Utilidad Bruta	\$ 29.410,75	
(-) Costos Administrativos	\$ 4.675,04	
(-) Costo Financiero	\$ 2.039,88	
(-) Costo de Venta	\$ 4.656,00	
(=) Utilidad Antes de Impuesto	\$ 18.039,83	
Impuesto a la renta MIPYME		
(-) 25%	\$ 4.509,96	
(=) Utilidad después de Impuesto	\$ 13.529,87	
(-) Reparto utilidad a trabajadores 15%	\$ 2.029,48	
(=) Utilidad Neta	\$ 11.500,39	
(+) Cargo Depreciación y Amortización	\$ 4.949,98	
	\$ 5.197,86	
(-) Pago a principales		
(=) Flujo Neto de Efectivo	\$ 11.252,51	

*Elaborado por: Adriana Amancha
Fuente: AM Sport*

Análisis:

La empresa AM SPORT en el Balance de Resultados del año 2017, se puede observar que tiene un flujo neto de efectivo de \$ **11.252,51** y para el año 2018 será de \$ **19.497,01** este resultado se tiene previsto con la producción de la nueva línea de ropa exclusiva para gimnasio en tela microfibra antibacterial, la cual en base a todos los estudios realizados podemos conocer que el nuevo producto que se implementara a la empresa tendrá una gran acogida en el mercado.

6.7.4. Estado de resultados proyectados

“AM SPORT” ESTADO DE RESULTADOS

	2018	2019	2020	2021	2022
	\$	\$	\$	\$	\$
Ingresos	89.352,18	91.734,72	94.209,00	96.715,24	\$ 99.316,46
(-) Costos de Producción	43.389,80	43.867,09	44.349,63	44.837,47	\$ 45.330,68
(=) Utilidad Bruta	45.962,38	47.867,63	49.859,37	51.877,77	\$ 53.985,78
(-) Costos Administrativos	6.194,24	6.262,38	6.331,26	6.400,91	\$ 6.471,32
(-) Costo Financiero	4.079,76	3.059,82	2.039,88	1.019,94	\$ -
(-) Costo de Venta	4.716,00	4.767,88	4.820,32	4.873,35	\$ 4.926,95
(=) Utilidad Antes de Impuesto	30.972,38	33.777,56	36.667,91	39.583,58	\$ 42.587,51
Impuesto a la renta MIPYME	\$	\$	\$	\$	
(-) 25%	7.743,10	8.444,39	9.166,98	9.895,89	\$ 10.646,88
(=) Utilidad después de Impuesto	23.229,29	25.333,17	27.500,93	29.687,68	\$ 31.940,63
Reparto utilidad a	\$	\$	\$	\$	
(-) trabajadores 15%	3.484,39	3.799,98	4.125,14	4.453,15	\$ 4.791,09
(=) Utilidad Neta					

		\$	\$	\$	\$	\$	27.149,54
		19.744,89	21.533,19	23.375,79	25.234,53		
(+)	Cargo Depreciación y Amortización	\$	\$	\$	\$		
		4.949,98	4.949,98	4.949,98	4.949,98	\$	4.949,98
(-)	Pago a principales	\$	\$	\$	\$		
		5.197,86	5.197,86	5.197,86	5.197,86		
(=)	Flujo Neto de Efectivo	\$	\$	\$	\$		
		19.497,01	21.285,31	23.127,91	24.986,65	\$	32.099,52

Gráfico 49: Estado de Resultados
Elaborado por: Adriana Amancha
Fuente: AM Sport

6.7.5. Flujo de caja.

“AM SPORT” FLUJO DE CAJA						
DESCRIPCION	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS OPERACIONALES	\$ 38.791,45	\$ 89.352,18	\$ 91.734,72	\$ 94.209,00	\$ 96.715,24	\$ 99.316,46
(+) Recursos Propios	\$ 18.000,00	\$ 89.352,18				
(+) Recursos ajenos	\$ 20.791,45					
(+) Ingresos por ventas		\$ 89.352,18	\$ 91.734,72	\$ 94.209,00	\$ 96.715,24	\$ 99.316,46
(-) EGRESOS OPERACIONALES	-	\$ 64.340,24	\$ 65.047,98	\$ 65.763,51	\$ 66.486,91	\$ 67.218,27
(+) Costos Operacionales		\$ 53.430,00	\$ 54.017,73	\$ 54.611,93	\$ 55.212,66	\$ 55.820,00
(+) Costo de venta		\$ 4.716,00	\$ 4.767,88	\$ 4.820,32	\$ 4.873,35	\$ 4.926,95
(+) Costo administrativos		\$ 6.194,24	\$ 6.262,38	\$ 6.331,26	\$ 6.400,91	\$ 6.471,32
(=) FLUJO OPERACIONAL	\$ 38.791,45	\$ 25.011,94	\$ 26.686,74	\$ 28.445,49	\$ 30.228,33	\$ 32.098,19
(=) INGRESOS NO OPERACIONALES						
(+) Creditos a contratarse a corto plazo		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) EGRESOS NO OPERACIONALES	-	\$ 4.079,76	\$ 3.059,82	\$ 2.039,88	\$ 1.019,94	\$ -
(+) Interes pago de creditos a largo plazo		\$ 4.079,76	\$ 3.059,82	\$ 2.039,88	\$ 1.019,94	\$ -
Otros egresos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=) FLUJO NO OPERACIONAL		\$ 4.079,76	\$ 3.059,82	\$ 2.039,88	\$ 1.019,94	\$ -
(=) FLUJO NETO DE CAJA	\$ 38.791,45	\$ 20.932,18	\$ 23.626,92	\$ 26.405,61	\$ 29.208,39	\$ 32.098,19

Gerente General
Sr. Luis Armando Amancha

Jefe Administrativo
Ing. Gabriela Amancha

Gráfico 50: Flujo de Caja
Elaborado por: Adriana Amancha
Fuente: AM Sport

6.8. Punto de equilibrio.

Es aquel “punto de actividad en el cual los ingresos totales son exactamente equivalentes a los costos totales asociados con la venta o creación de un producto” (Jurado 2016) es decir, es aquel punto de actividad en el cual no existe utilidad, ni pérdida.

Punto de equilibrio es un concepto de las finanzas que hace referencia al nivel de ventas donde los costos fijos y variables se encuentran cubiertos, se supone que la empresa, en su punto de equilibrio, tiene un beneficio que es igual a cero (no gana dinero, pero tampoco pierde). (E. Reyes 2015).

El punto de equilibrio, en términos de contabilidad de costos, es aquel punto de actividad (volumen de ventas) en donde los ingresos son iguales a los costos, es decir, es el punto de actividad en donde no existe utilidad ni pérdida.

Tabla 80: Costos Fijos y Costos Variables

DETALLE	COSTOS FIJOS	VALOR	COSTO VARIABLE	VALOR
COSTOS DE PRODUCCION	Cargo Amortización y Depreciación	\$ 4.949,98	Materia Prima	\$ 14.889,00
	Mantenimiento maquinaria y equipo	\$ 440,00	Materiales Indirectos	\$ 937,50
	Mano de Obra Directa e Indirecta	\$ 18.960,00	Insumos	\$ 3.213,50
COSTOS ADMINISTRATIVOS	Servicios Básicos	\$ 681,35	Suministros de oficina	\$ 112,69
	Sueldos y Salarios	\$ 5.400,00		
COSTOS DE VENTA	Sueldos y Salarios	\$ 4.500,00	Transporte	\$ 216,00
COSTOS FINANCIERO	INTERES PRESTAMO BANCARIO	\$ 4.079,76		

TOTAL	COSTOS FIJOS	\$ 39.011,09	COSTOS VARIABLES	\$ 19.368,69
-------	--------------	--------------	------------------	--------------

Elaborado por: Adriana Amancha
Fuente: AM Sport

6.8.1 Punto de equi

Ecuación 2: Punto de Equilibrio en unidades monetarias

$$PE = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ventas}}}$$

En donde:

PE: Punto de Equilibrio

CF: Costos Fijos

CV: Costos Variables

V: Ventas

$$PE = \frac{39.011,09}{1 - \frac{19.368,69}{89.352,18}}$$

$$PE = \frac{39.011,39}{1 - 0.2167}$$

$$PE = \$49.803,89$$

Análisis:

El punto de equilibrio de la empresa AM Sport en unidades monetarias es de **\$49.803,89** siendo el valor referencial de ventas que deberá lograr la empresa para recuperar la inversión y de esa manera no tener perdida alguna en el desarrollo de su actividad productiva y económica.

6.8.2 Punto de equilibrio en unidades de producción

Ecuación 3: Punto de Equilibrio en unidades de producción

$$PE = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{PVU} - \text{CVU}}$$

En donde:

PE: Punto de Equilibrio

CF: Costos Fijos

CVU: Costos Variables Unitario

PVU: Precio de venta unitario

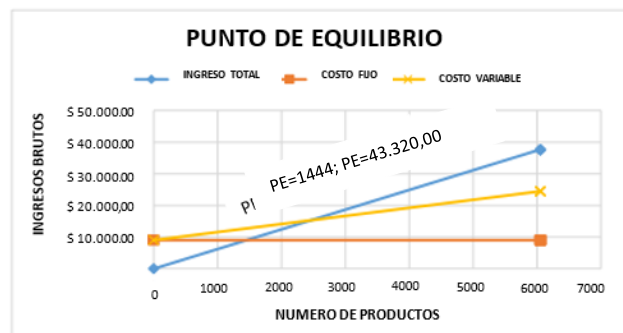
$$PE = \frac{39.011,09}{30 - 6,50}$$

PE = 1660 unidades.

El punto de equilibrio de la empresa AM Sport en unidades físicas o de producción es de 1660 unidades siendo el valor referencial de número prendas deportivas que se debe fabricar con la finalidad de que la empresa recupere su inversión y no presente pérdida alguna en su actividad productiva y económica.

6.8.3. Punto de equilibrio graficado

Grafico 51: Punto de Equilibrio



*Elaborado por: Adriana Amancha
Fuente: AM Sport*

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

La Tasa mínima de rentabilidad requerida sobre una inversión en un análisis de flujo de efectivo descontado, tasa en la cual resulta aceptable un proyecto. (Van 2015).

Es uno de los elementos esenciales para la evaluación financiera de un proyecto de inversión es decir para el cálculo del VAN, TIR y B/C se requieren de todos los ingresos y egresos.

Tasa del 1 al 10= Riesgo Bajo

Tasa del 11 al 20= Riesgo Medio

Tasa de mayor a 20= Riesgo Alto

6.9.1. Calculo de la Tmar1 sin Financiamiento

Ecuación 4: Tmar 1 sin financiamiento

En donde:

$$Tmar\ 1 = i + f$$

Tmar: tasa mínima aceptable de rendimiento

i: riesgo país (6,48% Agosto 2017 BCE)

F: Inflación (1,10% BCE Abril 2017)

$$Tmar\ 1 = 0.0648 + 0.011$$

$$Tmar\ 1 = 0.0758$$

$$Tmar\ 1 = 7,58\%$$

La tasa de rendimiento del proyecto de emprendimiento de la empresa AM Sport es de 7,58%, siendo la tasa atractiva para los accionistas.

6.9.2. Calculo de la Tmar1 global mixto

Tabla 81: Tmar1 Global Mixto con Financiamiento

PORYECTO CON FINANCIAMIENTO	MONTO	% DE APORT. A LA FUENTE	TMAR ANUAL	PONDERACION
CAPITAL PROPIO	\$18.000,00	0,464	0,0758	0,0351712
INVERSION FINANCIERA	\$20.791,45	0,536	0,0933	0,0500088
TOTAL	\$38.791,45	1	0,1691	0,08518
			%	8,52%

Elaborado por: Adriana Amancha
Fuente: AM Sport

Análisis:

La tasa mínima aceptable de rendimiento global para el proyecto con financiamiento de la empresa AM Sport es de 8,52% para los inversionistas, es decir que debe ganar por lo

menos \$ 3.305,03 para poder afrontar intereses de los propietarios de la empresa con 0,0758% y el 0,0933% por intereses de créditos en instituciones financieras.

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

Indicador financiero que sirve para determinar la viabilidad de un proyecto, es el valor actual del flujo de caja o beneficio neto proyectado, que ha sido actualizado mediante una tasa de descuento. (Fernandez 2014).

6.10.1 Calculo (VAN)

Para el siguiente cálculo se tomará como referencia la tasa aceptable mínima de rendimiento con financiamiento 1 (Tmar golba1) es decir 8,52%.

Ecuación 5: Calculo VAN

$$\begin{aligned}
 \text{VAN} &= -I_0 + \frac{FNE1}{(1+i)^1} + \frac{FNE2}{(1+i)^2} + \frac{FNE3}{(1+i)^3} + \frac{FNE4}{(1+i)^4} + \frac{FNE5}{(1+i)^5} \\
 \text{VAN} &= -38.791,45 + \frac{20.932,18}{(1+0.0852)^1} + \frac{23.626,92}{(1+0.0852)^2} + \frac{26.405,61}{(1+0.0852)^3} \\
 &\quad + \frac{29.208,39}{(1+0.0852)^4} + \frac{32.098,19}{(1+0.0852)^5} \\
 \text{VAN} &= -38.791,45 + 19.288,77 + 20.062,61 + 20.661,73 + 21.060,49 \\
 &\quad + 21.327,09 \\
 \text{VAN} &= \$63.609,26
 \end{aligned}$$

Análisis:

El Valor Actual Neto obtenido mediante el cálculo es mayor a cero, lo cual quiere decir que el emprendimiento es factible, el proyecto tiene la capacidad de recuperar el valor invertido y generar utilidad con una tasa de rendimiento del 8,52%.

6.11. Indicadores Financieros

6.11.1 Índices de Solvencia

Ecuación 6: Índice de Solvencia

$$Solvencia = \frac{\text{Activo Total}}{\text{Pasivo Total}}$$

$$Solvencia = \frac{43.203,28}{30.333,08}$$

$$Solvencia = \$1,42$$

Análisis:

La empresa AM Sport según el indicador de solvencia está en la capacidad de recuperar \$1,42 por cada dólar invertido, una vez que se dividió su activo total para el pasivo total.

6.11.2 Índices de Liquidez

Ecuación 7: Liquidez Corriente

$$Liquidez Corriente = \frac{\text{Activo Ciculante}}{\text{Pasivo Ciculante}}$$

$$Liquidez Corriente = \frac{23.404,08}{9.361,63}$$

$$Liquidez Corriente = 2,5$$

Análisis:

La empresa AM Sport según el indicador de liquidez cuenta con \$2,50, para respaldar sus obligaciones de pago por cada dólar en deuda a corto plazo, una vez que se ha dividido sus valores correspondientes al activo y pasivo circulante.

6.11.3 Índices de Endeudamiento

Ecuación 8: Endeudamiento

$$Endeudamiento = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}} * 100$$

$$\text{Endeudamiento} = \frac{30.333,08}{43.203,28} * 100$$

$$\text{Endeudamiento} = 70,21\%$$

Análisis:

El porcentaje de participación de los acreedores de la empresa AM Sport sobre el total de activos es del 70,21%, según el indicador de endeudamiento obtenido a través de la división del pasivo y activo total.

6.11.4 Índices de Apalancamiento

Ecuación 9: Apalancamiento

$$\text{Apalancamiento} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Patrimonio}}$$

$$\text{Apalancamiento} = \frac{30.333,08}{12.870,20}$$

$$\text{Apalancamiento} = 2,36 \text{ veces}$$

Análisis:

El porcentaje de compromiso con los acreedores de la empresa AM Sport es mayor a 1, es decir que es conveniente financiar la actividad de la empresa mediante deuda en vista que produce una utilidad superior a lo que se adeuda.

6.12. Tasa beneficio – costo

CONCEPTOS

B/C>1= Proyecto aceptable

B/C=0 = Proyecto postergado

B/C < 0 = Proyecto no Aceptable

Ecuación 10: Relación beneficio costo

$$Relación\ beneficio/costo = \frac{\sum Ingresos\ Brutos}{\sum Costos\ Totales\ del\ Proyecto}$$

$$Relación\ B/C = \frac{471.327,60}{287.738,67}$$

$$Relación\ B/C = 1,64$$

Análisis:

La empresa AM Sport según la relación beneficio/costo tiene \$ 1,64 de recuperación y beneficio por cada dólar invertido, cifra obtenida mediante la suma total de sus ingresos brutos dividido para la suma total de sus costos.

6.13. Periodo de recuperación de la inversión.

Se toma el concepto del libro Los Estados Financieros como el tiempo en años que tarda en recuperar el monto de la inversión inicial de un proyecto. (Espinoza 2015).

El periodo de recuperación de la inversión se lo conoce también como back, pay-off periodo que se tarda en recuperar la inversión del proyecto. (Dvoskin 2015).

El PRI es el periodo de recuperación de inversión, tiempo que demora en recuperar toda la inversión inicial de nuestro proyecto.

Ecuación 11: Periodo de Recuperación de Inversión

$$PRI = \frac{Inversion\ Inicial}{\frac{\sum FNE}{\# DE AÑOS}}$$

$$PRI = \frac{38.791,45}{\frac{120.996,40}{5}}$$

$$PRI = \frac{38.791,45}{24.199,28}$$

$$PRI = 1,60$$

1 año

$0,60 * 12 \text{ mese} = 7,2$

$0,2 * 30 \text{ días} = 6 \text{ días}$

El periodo de recuperación de la inversión del proyecto de emprendimiento de la empresa AM Sport es de **1 año, 7 meses y 6 días**.

6.14. Tasa interna de retorno.

Porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá una inversión.

Ecuación 12: Tasa Interna de Retorno

$$Tasa \text{ Interna de Rendimiento} = 0,55 * 100 = 55\%$$

$$VAN = \frac{FNE2}{(1+i)^1} + \frac{FNE2}{(1+i)^2} + \frac{FNE3}{(1+i)^3} + \frac{FNE4}{(1+i)^4} + \frac{FNE5}{(1+i)^5} - I_0$$
$$0 = \frac{20.932,18}{(1+0,55)^1} + \frac{23.626,92}{(1+0,55)^2} + \frac{26.405,61}{(1+0,55)^3} + \frac{29.208,39}{(1+0,55)^4} + \frac{32.098,19}{(1+0,55)^5} - 38.791,45$$

$$VAN = 13504,63 + 9834,31 + 7090,90 + 5060,35 + 3301,75 - 38.791,45$$

$$0 = 0$$

Análisis:

El porcentaje de rendimiento futuro para la empresa AM Sport es del 55% siendo mayor que la tasa mínima aceptable de rendimiento lo cual podemos ver la factibilidad económica del emprendimiento de la empresa AM Sport. Con todos los resultados obtenidos se puede decir que los inversionistas pueden invertir en dicho proyecto ya que la rentabilidad y utilidades que se generara son muy atractivos.

6.15. Análisis de sensibilidad.

Término financiero, muy utilizado en las empresas para tomar decisiones de inversión, que consiste en calcular los nuevos flujos de caja y el VAN (en un proyecto, en un negocio, etc.), al cambiar una variable (la inversión inicial, la duración, los ingresos. (Coss 2014).

Para poder identificar cuáles serían los riesgos y las utilidades que se pueden dar en nuestro proyecto de emprendimiento de la empresa AM Sport se considerara un 20% para un escenario positivo y un decremento del 20% para un escenario pesimista en el flujo de caja calculado anteriormente.

6.15.1 Escenario Optimista +20%

“AM SPORT” FLUJO DE CAJA

DESCRIPCION	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS OPERACIONALES	\$ 38.791,45	\$ 107.222,62	\$ 110.081,66	\$ 113.050,80	\$ 116.058,29	\$ 116.058,29
(+) Recursos Propios	\$ 18.000,00	\$ 89.352,18				
(+) Recursos ajenos	\$ 20.791,45					
(+) Ingresos por ventas		\$ 107.222,62	\$ 110.081,66	\$ 113.050,80	\$ 116.058,29	\$ 116.058,29
(-) EGRESOS OPERACIONALES	-	\$ 64.340,24	\$ 65.047,98	\$ 65.763,51	\$ 66.486,91	\$ 67.218,27
(+) Costos Operacionales		\$ 53.430,00	\$ 54.017,73	\$ 54.611,93	\$ 55.212,66	\$ 55.820,00
(+) Costo de venta		\$ 4.716,00	\$ 4.767,88	\$ 4.820,32	\$ 4.873,35	\$ 4.926,95
(+) Costo administrativos		\$ 6.194,24	\$ 6.262,38	\$ 6.331,26	\$ 6.400,91	\$ 6.471,32
(=) FLUJO OPERACIONAL	\$ 38.791,45	\$ 42.882,38	\$ 45.033,68	\$ 47.287,29	\$ 49.571,38	\$ 48.840,02
(=) INGRESOS NO OPERACIONALES						
(+) Creditos a contratarse a corto plazo		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) EGRESOS NO OPERACIONALES	-	\$ 4.079,76	\$ 3.059,82	\$ 2.039,88	\$ 1.019,94	\$ -
(+) Interes pago de creditos a largo plazo		\$ 4.079,76	\$ 3.059,82	\$ 2.039,88	\$ 1.019,94	\$ -
Otros egresos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=) FLUJO NO OPERACIONAL		\$ 4.079,76	\$ 3.059,82	\$ 2.039,88	\$ 1.019,94	\$ -
(=) FLUJO NETO DE CAJA	\$ 38.791,45	\$ 38.802,62	\$ 41.973,86	\$ 45.247,41	\$ 48.551,44	\$ 48.840,02

Gerente General
Sr. Luis Armando Amancha

Jefe Administrativo
Ing. Gabriela Amancha

Gráfico 52: Flujo de Caja Escenario Optimista +20%
Elaborado por: Adriana Amancha
Fuente: AM Sport

- **Valor Actual Neto**

Valor presente neto o valor actual neto (VAN)

Ecuación 12: VAN 1 escenario optimista +20%

$$VAN1 = -I_0 + \frac{FNE1}{(1+0.)^1} + \frac{FNE2}{(1+i)^2} + \frac{FNE3}{(1+i)^3} + \frac{FNE4}{(1+i)^4} + \frac{FNE5}{(1+i)^5}$$

$$VAN = -38.791,45 + \frac{38.802,62}{(1+0.0852)^1} + \frac{41.973,86}{(1+0.0852)^2} + \frac{45.247,41}{(1+0.0852)^3} + \frac{48.551,44}{(1+0.0852)^4} + \frac{48.840,02}{(1+0.0852)^5}$$

$$VAN = -38.791,45 + 35.756,19 + 35.641,77 + 35.404,98 + 35.007,65 + 32.450,91$$

$$VAN = \$135.470,05$$

Análisis:

El Valor Actual Neto obtenido mediante el cálculo es mayor a cero, lo cual quiere decir que el emprendimiento es factible, el proyecto tiene la capacidad de recuperar el valor invertido y generar utilidad con una tasa de rendimiento del 8,52%.

Tasa beneficio – costo

B/C > 1 = Proyecto aceptable

B/C = 0 = Proyecto postergado

B/C < 0 = Proyecto no Aceptable

Ecuación 13: Relación Beneficio Costo escenario optimista+ 20%

$$Relación\ beneficio/costo = \frac{\sum Ingresos\ Brutos}{\sum Costos\ Totales\ del\ Proyecto}$$

$$Relación\ B/C = \frac{565.593,12}{345.286,40}$$

$$Relación\ B/C = 1,64$$

Análisis:

La empresa AM Sport según la relación beneficio/costo tiene \$1,64 de recuperación y beneficio por cada dólar invertido, cifra obtenida mediante la suma total de sus ingresos brutos para la suma total de sus costos.

- **Periodo de recuperación de la inversión.**

Ecuación 14: Periodo de recuperación de inversión escenario optimista+ 20%

$$\text{Periodo de Recuperacion de Inversion} = \frac{\text{Inversion Inicial}}{\frac{\sum FNE}{\# \text{ DE AÑOS}}}$$

$$PRI = \frac{38.791,45}{\frac{223.415,35}{5}}$$

$$PRI = \frac{38.791,45}{44.683,07}$$

$$PRI = 0,86$$

0 años

0,86 * 12 meses = 10,32

0,32 * 30 días = 10 días

El periodo de recuperación de la inversión del proyecto de emprendimiento de la empresa AM Sport es de **0 años, 10 meses y 10 días.**

- **Tasa interna de retorno.**

Ecuación 15: Tasa Interna de Retorno escenario optimista +20%

$$TIR = 1,04 * 100 = 104\%$$

Análisis:

El porcentaje de rendimiento futuro para la empresa AM Sport es del 2,70% siendo mayor que la tasa mínima aceptable de rendimiento lo cual podemos ver la factibilidad económica del emprendimiento de la empresa AM Sport. Con todos los resultados obtenidos se puede decir que los inversionistas pueden invertir en dicho proyecto ya que la rentabilidad y utilidades que se generara son muy atractivos.

6.15.2 Escenario Pesimista -20%

“AM SPORT” FLUJO DE CAJA

DESCRIPCION	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS OPERACIONALES	\$ 38.791,45	\$ 71.481,74	\$ 73.387,78	\$ 75.367,20	\$ 77.372,19	\$ 77.372,19
Recursos Propios	\$ 18.000,00	\$ 89.352,18				
Recursos ajenos	\$ 20.791,45					
Ingresos por ventas		\$ 71.481,74	\$ 73.387,78	\$ 75.367,20	\$ 77.372,19	\$ 77.372,19
EGRESOS OPERACIONALES	-	\$ 64.340,24	\$ 65.047,98	\$ 65.763,51	\$ 66.486,91	\$ 67.218,27
Costos Operacionales		\$ 53.430,00	\$ 54.017,73	\$ 54.611,93	\$ 55.212,66	\$ 55.820,00
Costo de venta		\$ 4.716,00	\$ 4.767,88	\$ 4.820,32	\$ 4.873,35	\$ 4.926,95
Costo administrativos		\$ 6.194,24	\$ 6.262,38	\$ 6.331,26	\$ 6.400,91	\$ 6.471,32
FLUJO OPERACIONAL	\$ 38.791,45	\$ 7.141,50	\$ 8.339,79	\$ 9.603,69	\$ 10.885,28	\$ 10.153,93
INGRESOS NO OPERACIONALES						
Creditos a contratarse a corto plazo		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
EGRESOS NO OPERACIONALES	-	\$ 4.079,76	\$ 3.059,82	\$ 2.039,88	\$ 1.019,94	\$ -
Interes pago de creditos a largo plazo		\$ 4.079,76	\$ 3.059,82	\$ 2.039,88	\$ 1.019,94	\$ -
Otros egresos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
FLUJO NO OPERACIONAL		\$ 4.079,76	\$ 3.059,82	\$ 2.039,88	\$ 1.019,94	\$ -
FLUJO NETO DE CAJA	\$ 38.791,45	\$ 3.061,74	\$ 5.279,97	\$ 7.563,81	\$ 9.865,34	\$ 10.153,93

Gerente General
Sr. Luis Armando Amancha

Jefe Administrativo
Ing. Gabriela Amancha

Gráfico 53: Flujo de Caja Escenario Pesimista
Elaborado por: Adriana Amancha
Fuente: AM Sport

- **Valor Actual Neto (VAN)**

Valor presente neto o valor actual neto (VAN)

Ecuación 16: VAN 1 escenario pesimista-20%

$$VAN = -I_0 + \frac{FNE1}{(1+i)^1} + \frac{FNE2}{(1+i)^2} + \frac{FNE3}{(1+i)^3} + \frac{FNE4}{(1+i)^4} + \frac{FNE5}{(1+i)^5}$$

$$VAN = -38.791,45 + \frac{3.061,74}{(1+0,0852)^1} + \frac{5.279,97}{(1+0,0852)^2} + \frac{7.563,81}{(1+0,0852)^3} + \frac{9.865,34}{(1+0,0852)^4} + \frac{10.153,93}{(1+0,0852)^5}$$

$$VAN = -38.791,45 + 2821,36 + 4483,44 + 5.918,49 + 7.113,33 + 6.746,60$$

$$VAN = \$ - 11.708,23$$

Análisis:

El valor actual obtenido es menor a cero, lo que podemos decir que el emprendimiento no es factible. Debido a que el proyecto no tiene la capacidad de recuperar el valor invertido y por ende no generar utilidad.

Tasa beneficio – costo

B/C > 1 = Proyecto aceptable

B/C = 0 = Proyecto postergado

B/C < 0 = Proyecto no Aceptable

Ecuación 17: Relación beneficio/ costo escenario pesimista-20%

$$Relación\ beneficio/costo = \frac{\sum Ingresos\ Brutos}{\sum Costos\ Totales\ del\ Proyecto}$$

$$Relación\ B/C = \frac{377.062,08}{242.854,98}$$

$$Relación\ B/C = 1,55$$

Análisis:

La empresa AM Sport según la relación beneficio/costo tiene \$1,55 de recuperación y beneficio por cada dólar invertido, cifra obtenida mediante la suma total de sus ingresos brutos para la suma total de sus costos.

- **Periodo de recuperación de la inversión.**

Ecuación 18: Periodo de recuperación de inversión escenario pesimista-20%

$$PRI = \frac{\text{Inversion Inicial}}{\frac{\sum FNE}{\# \text{ DE AÑOS}}}$$

$$PRI = \frac{38.791,45}{\frac{35.924,80}{5}}$$

$$PRI = \frac{38.791,45}{7.184,96}$$

$$PRI = 5,42$$

5 años

0,42 * 12 meses = 5,04

0,04 * 30 días = 1

El periodo de recuperación de la inversión del proyecto de emprendimiento de la empresa AM Sport es de **5 años, 5 meses y 1 día.**

- **Tasa interna de retorno.**

Ecuación 19: Tasa Interna de Retorno escenario pesimista-20%

$$TIR = -0,02 * 100 = -2\%$$

Análisis:

El porcentaje de rendimiento futuro para la empresa AM Sport es del 2,01% siendo mayor que la tasa mínima aceptable de rendimiento lo cual podemos ver la factibilidad económica del emprendimiento de la empresa AM Sport. Con todos los resultados obtenidos se puede decir que los inversionistas pueden invertir en dicho proyecto ya que la rentabilidad y utilidades que se generara son muy atractivos.

6.15.3 Cuadro de Sensibilidad

Tabla 82: Cuadro comparativo de sensibilidad

VARIACIONES	ESCENARIO OPTIMISTA	VALOR	ESCENARIO REAL	ESCENARIO PESIMISTA	VALOR
VAN	(+) 20%	\$ 135.470,06	\$ 63.609,26	(-) 20%	\$ (11.708,22)
R B/C	(+) 20%	\$ 1,64	\$ 1,64	(-) 20%	\$ 1,55
PRI	(+) 20%	10 mese 10 días	1 año 7 meses 6 d	(-) 20%	5 años 5 meses 1 días
TIR	(+) 20%	104,00%	55%	(-) 20%	-2,00%

*Elaborado por: Adriana Amancha
Fuente: AM Sport*

Una vez que hemos realizado el análisis podemos concluir que el VAN del proyecto del emprendimiento en el escenario optimista podrán recuperar inversionistas y también una cantidad considerable de utilidades por medio de su factibilidad, mientras que en el escenario pesimista los inversionistas no podrán recuperar su inversión

La TIR en el escenario optimista es el 104% siendo mayor a cero y al TMAR del proyecto, porcentajes que la empresa AM Sport requiere para recuperar la inversión. y mientras en el escenario pesimista es el -2,00% es menor a 0.

La RB/C en el escenario optimista es de \$ 1,64 lo que quiere decir que se obtendrán ganancia por cada dólar invertido y el escenario pesimista es igual \$ 1,55 y el PRI en

el escenario optimista es de 10 meses 10 días, y en el pesimista es de 5 años 5 meses 1 día.

CAPÍTULO VII.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. Conclusiones

La creación de una nueva línea de producción de ropa exclusiva para gimnasio en tela microfibrá antibacterial permitirá el progreso potencial en nuevos mercados mediante la variedad de diseños y nuevos estilos de ropa deportiva, satisfaciendo principalmente los gustos y necesidades de aquellas personas que quieren verse y sentirse bien a la hora de hacer ejercicio, sin duda alguna es una gran oportunidad y esto dará lugar a una mayor participación en el mercado y por ende al reconocimiento de la marca. Estos resultados se demuestran con la factibilidad del estudio realizado anteriormente en dicho proyecto de emprendimiento-

En base a la producción la empresa AM Sport aporta al cambio de la matriz productiva, lo cual es una gran oportunidad para las personas que necesitan un trabajo digno, este proyecto será un gran aporte al país,

La factibilidad de mercado del proyecto del emprendimiento se determina mediante una investigación profunda de campo con una encuesta en la cual las personas demuestran la aceptación e interés por el producto ropa exclusiva para gimnasio en tela microfibrá antibacterial en la empresa AM Sport, a un precio accesible de \$25,00 y con variedad de diseños y colores a gusto del cliente.

Todas las estrategias de comercialización que la empresa AM Sport planteo anteriormente se puntualizan de acuerdo a los canales de distribución, gustos y preferencias del mercado definiendo así una publicidad que ayude a la empresa a que su nuevo producto sea reconocido por su marca calidad.

En la empresa AM Sport la factibilidad técnica se basa en la capacidad operativa para cubrir la estimación del 10% del total DPI en el mercado es decir 5459 personas

anuales lo cual define la ingeniería del proyecto en base a una producción diaria de 21 prendas deportivas exclusiva para gimnasio en tela microfibra antibacterial y 455 prendas mensuales, todos los recursos con los que debe contar para el logro de todos los objetivos planteados.

El análisis económico se lo demuestra mediante la evaluación en tiempo presente y futuro con todos los indicadores que indican que la empresa está en capacidad de cubrir todos los costos que implicara su aplicabilidad a través de un rendimiento del 45,49% recuperando la inversión en aproximadamente 4 meses y aun considerando un escenario pesimista la TIR sería de 11,62% convenciendo de alguna forma a los inversionistas que el proyecto es factible, considerando también el flujo neto de efectivo a pesar del nivel de endeudamiento que la empresa AM Sport presenta rentabilidad en toda su actividad económica.

7.2. Recomendaciones

Crear nueva línea de producción de ropa exclusiva para gimnasio en tela microfibra antibacterial mejorando la calidad, basándose principalmente en las necesidades, el poder adquisitivo del cliente, y además considerando la capacidad productiva de la empresa AM Sport.

Contribuir al cambio de la matriz productiva en la provincia de Tungurahua la cual beneficia la producción y comercialización de ropa deportiva.

Realizar un estudio de mercado en diferentes estaciones del año con el fin de conocer los gustos y necesidades versátiles que tienen los clientes en lo que se refiere a la ropa deportiva, además identificar los gustos y preferencias más exigentes de las personas que tienen gusto por verse y sentirse bien cuando realizan ejercicio con la finalidad de llenar sus perspectivas.

Ofertar productos con los más altos estándares de calidad, los mismos que satisfagan los más exigentes gustos de los clientes y por ende ser la primera opción de compra en el mercado.

Bibliografía

- Armstrong, Kotler y. *Fundamentos del Marketing*. Mexico: Trebol, 2015.
- Blivar, N. *Apuntes de la materia de Preparacion y Evaluacion de Proyectos. OBTENIDO DE LA DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA*. Mexio: RIMISP, 2014.
- Colorado, L. *Estudio de Mercado*. Mexico: Trebol, 2014.
- Cornejo, Melgarejo, y Mellado. «Las políticas públicas y su relación con el desarrollo de la actividad fisico-deportiva.» *LIBERABIT*, Octubre 2015: 89.
- Cortázar, Francisco Javier. «"Cuerpos perfectos: sociología de la construcción corporal en reinas de belleza y físico-culturistas".» *Scielo*, 2013: pp. 95-114. .
- Coss, Raul. *Analisis y evaluacion de proyectos de inversion*. Mexico: Pearson Education, 2014.
- Crossley, Nick,. «"The Circuit Trainer's Habitus: Reflexive Body Techniques and the Sociality of the Workout", en *Body and Society*, vol.10.» *Scielo*, 2014: 36-69.
- Dougherty, Neil. *Educacion Fisica y Deporte*. Barcelona: REVERTÉ S.A., 2014.
- Dvoskin, Roberto. *Fundamentos de Marketing*. Buenos Aires: Granica S.A., 2015.
- Erossa, Victoria. *Proyectos de Inversion en Ingenieria*. Mexico: LImusa, 2015.
- Espinoza, Carlos. *Estados Financieros*. Mexico: Mexicana, 2015.
- Fernandez, Loreto. *La practica de las finanzas en la empresa*. Mexico: Pearson, 2014.
- Fierro, Angel Maria. *Contabilidad de Activos con enfoque NIIF para las Pymes*. Bogota: Ecoe Ediciones, 2015.
- Fuente, David de la. *Distribucion en Planta*. Mexico: Mexicana, 2014.
- Gallardo, Helio. *Elementos de Investigacion Academica*. Universidad Estatal a Distancia: Costa Rica, 2014.
- Garcia, Juan. *Activos Intangibles y sus retos*. Buenos Aires: Claccso, 2014.
- Garza, Ario. *Manual de Tecnicas de Investigacion*. Mexico: Alianza Editorial, 2015.
- Gómez., Vicente. *Inicie su Negocio*. Mexico: Trebol, 2014.
- Grajales, Guillermo. *Estudio de Mercado y Comercializacion*. España: Santillana, 2014.
- Guerrero, Claudio. *Contabilidad*. Mexico: Mexicana, 2014.
- Gutierrez, Humberto. *Imagen Publica Estrategica y Reputacion Online*. 24 de Abril de 2016. <http://humbertogutierrez.com/authorhumbertogutierrez/>.

- Hedblom, Christina. «The Body is Made to Move. Gym and Fitness in Sweden, Stockholm Universitet, Estocolmo.» *Scielo*, 2013.
- Heredia, Juan. *Manual del entrenador personal, fitness*. Vol. 5. Barcelona: Paidotribo, 2015.
- Hernandez, Daniel Mayorga. *Rama de la Ingeniería*. Mexico: LUMINISA S.A. de C.V., 2015.
- Horngren. *Contabilidad Administrativa*. Mexico: PEARSON Education, 2015.
- Jackson, Susan, y Mihaly Csikszentmihalyi. «Flow in Sports. The Keys to Optimal Experiences and Performances, Human Kinetics, Illinois.» *Scielo*, 2013.
- Javeriana, Pontificia Universidad. *Estrategias de Produccion y Mercado*. Bogota, 2014.
- Jones, Hill y. *Administración Estratégica un Enfoque Integrado*. Barcelona: Mc Graw Hill Interamericana, 2015.
- Junco, Belen. *Vestir Bien y con estilo*. Editado por LID Editorial Emprearial. Monterrey: Notmusa, 2015.
- Jurado, J. *Punto de Equilibrio*. Nueva York: ATRIA, 2016.
- Kaplan, Robert. *Activos Intangibles En resultados Tangibles*. Mexico: Mac Graw Hill, 2014.
- Keat, Paul. *Economía de Empresas*. Mexico: Mexicana, 2015.
- Keat, Paul G. *Economía de empresas*. Mexico: Mexicana, 2015.
- Krugman, Paul. *Introduccion a la Macroeconomía*. España: REBERTÉ, 2015.
- Latinoamericana, Observatorio Economía. *CAMBIO DE LA MATRIZ PRODUCTIVA EN EL ECUADOR, PERCEPCIÓN EMPRESARIAL*. 16 de Febrero de 2016. (http://www.planificacion.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2013/01/matriz_productiva_WEBtodo.pdf).
- Leon, Maria. *Vestir con estilo*. 8va. Barcelona: LID Editorial Empresarial, S.L., 2015.
- Lloret, Mario. *Actividad física y deporte*. 8va. Barcelona: PAIDOTRIBO, 2015.
- Maguire, Jennifer. «Fit for Consumption. Sociology and the Business of Fitness, Routledge, Londres. .» *Scielo*, 2013.
- Mankiw. *Fundamentos de Economía*. Barcelona: Española, 2014.
- Mar., F.G. Pennance Ediciones. Villassar del. *Diccionario de Economía*. España: Española, 2015.
- Marin, Bernardo. *La Actividad Física y el Deporte en la Sociedad Actual*. 6ta. Mexico: NOTMUSA, 2015.
- Markula, Pirkko, y Richard Pringle. «Foucault, Sport and Exercise. Power, Knowledge and Transforming the Self, Routledge, Londres.» *Scielo*, 2014.

- Marquez, Sara. *Actividad Fisica y Salud*. 8va. Madrid: XPLORA, 2014.
- Ministerio del Deporte. *Actividad fisica de la poblacion ecuatoriana, demanda y habitos de consumo deportivo*. Quito: Ministerio del Deporte, 2012.
- Ministerio del Deporte. *Plan Estrategico Institucional*. Quito: Ministerio del Deporte, 2014-2017.
- Monr6y, Antonio. *Historia del Deporte*. Espa1a: DEPORTIVA S.L., 2015.
- Montalvo, Bayron. *Costos d eproduccion*. Mexico: LIMUSA S.A., 2014.
- Mu1oz, David. *Administracion de Operaciones*. Mexico: Cengage Learning, 2015.
- Pacheco, Carlos. *La Informacion Financiera y Administrativa*. Mexico: LIMUSA S.A., 2016.
- Parkin, Michael. *Economía*. Mexico: Trebol, 2015.
- Parking, Michael. *Macroeconomia*. Mexico: Mexicana, 2014.
- Parlebas, Pierre. *Deporte, Juegos, y sociedad*. 6ta. Barcelona: PAIDOTRIBIO, 2014.
- Peterson, Gaston. *Contabilidad de Costos por Procesos*. Mexico: Mexicali B.C., 2014.
- Preobrayensky, Irene. *Actividad Fisica: Nuevas Perspectivas*. 40-43. Vol. 8. Buenos Aires: DUNKEN, 2016.
- Quintanar, Enrique. *Metodos de Investigacion*. Mexico: PRENTICE HALL, 2014.
- Reyes, Agustin. *Administracion de Empresas*. Mexico: Limusa, 2014.
- Reyes, E. *Contabilidad de Costos*. Mexico: LIMUSA S.A. de V.C., 2015.
- Reyes, Ernesto. *Contabilidad de costos*. Mexico: LIMUSA, 2015.
- Rionda, Jorge. *Microeconomía*. Mexico: Mexicana, 2014.
- Roca, Calixto Mendoza. *Contabilidad Financiera para Contaduria y Administracion*. Colombia: Universidad del Norte, 2016.
- Rodriguez, Alvaro. *El deporte en la construccion del espacio social*. 7ma. Madrid: IC EDITORIAL, 2015.
- Rodriguez, F. «Estado y deporte.» *LIBERABIT*, Julio 2015: 92.
- Salinas, L. *Análisis de la oferta y la demanda, cálculo de la demanda potencial insatisfecha*. Barcelona: Los Andes, 2014.
- Sassatelli, Roberta,. «Fitness Culture. Gyms and the Commercialisation of Discipline and Fun, Palgrave Macmillan, Londres. .» *Scielo*, 2013.
- Simon, Williams, y Bendelow. «"Pain and the Mind-Body Dualism: A Sociological Approach" en *Body & Society*, vol. 1.,» *Scielo*, 2013: núm. 2, 83-103.
- Sotelo, Marco Llanos. *Estudio Técnico*. Mexico: LUMINISA S.A., 2015.

- Stanton, Etzel y Walker. *Fundamentos del Marketing*. Barcelona: Mc Graw Hill, 2014.
- Sullivan, William. *Ingenieria Economica*. Mexico: Mexicana, 2014.
- Urbina., G. BOCA. *Evaluación de Proyectos, Análisis Administrativo del Riesgo*. Mexico: Trebol, 2015.
- Vallhonrat, Josep. *Localizacion y distribucion en planta*. España: Marcombo S.A., 2015.
- Vallhonrrat, Josep. *Localizacion distribucion en planta*. España : Marcombo S.A, 2014.
- Van, James. *Fundamentos de Administracion Financiera*. Mexico: Pearson, 2015.
- Vela, Rossana Valeriani. *Estudio de Ingeniería*. Mexico: LUMINISA S.A. de C..V., 2014.
- Viquez, Jesus. *Programacion de Operaciones*. Costa Rica: Universidad Estatal a Distancia, 2014.
- Welneck, Jurgen. *Salud, ejercicio y deporte*. 7ma. Barcelona: PAIDOTRIBO, 2015.

ANEXOS

Presupuesto de Gastos e Ingresos

- Costos de producción

Tabla 1: Materia Prima

DESCRIPCION	CANTIDAD ANUAL	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Tela Vioto	220	Rollos	\$ 35,45	\$ 7799,00
TOTAL				\$ 7799,00

*Elaborado por: Adriana Amancha
Fuente: AM Sport*

Tabla 2: Materiales Indirectos

DESCRIPCION	CANTIDAD ANUAL	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Fundas plásticas 16*18	150	Paquetes	\$ 1,50	\$ 225,00
Cajas de cartón	75	Unidades	\$ 0,75	\$ 56,25
Etiquetas plásticas	5000	Unidades	\$ 0,03	\$ 150,00
Etiquetas tela	5000	Unidades	\$ 0,02	\$ 100,00
TOTAL			\$ 2,28	\$ 531,25

*Elaborado por: Adriana Amancha
Fuente: AM Sport*

Tabla 3: Insumos

DESCRIPCION	CANTIDAD ANUAL	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Elástico	90	Rollos	\$ 8,90	\$ 801,00
Vivo	40	Rollos	\$ 1,50	\$ 60,00
Forro	75	Metros	\$ 0,75	\$ 56,25
Hilos Poliéster	40	Cajas	\$ 4,50	\$ 180,00
Cordón	500	Metros	\$ 0,25	\$ 125,00
Cierre	750	Unidades	\$ 0,15	\$ 112,50
Estampes	750	Unidades	\$ 0,05	\$ 37,50
Sedas	40	Pacas	\$ 5,80	\$ 232,00
Tizas	75	Unidades	\$ 0,20	\$ 15,00
TOTAL			\$ 4,65	\$ 1.619,25

*Elaborado por: Adriana Amancha
Fuente: AM Sport*

Tabla 4: Cargo de depreciación y amortización

CARGO DE DEPRECIACION Y AMORTIZACION		
DEPRECIACION		
DETALLE	VALOR	VALOR DEPRECIACION

Maquinaria	\$ 9.500,00	\$ 1.900,00
Equipo de computo	\$ 550,00	\$ 110,00
Herramientas	\$ 50,00	\$ 10,00
Muebles y enseres	\$ 80,00	\$ 16,00
Vehículo	\$ 5.500,00	\$ 1.100,00
TOTAL DEPRECIACION	\$ 15.680,00	\$ 3.136,00
AMORTIZACION		
DETALLE	VALOR	VALOR DEPRECIACION
Publicidad y Propaganda	\$ 1.800,00	\$ 360,00
Software	\$ 500,00	\$ 100,00
TOTAL AMORTIZACION	\$ 4.800,00	\$ 460,00
TOTAL DEPRECIACION Y AMORTIZACION		\$ 3.596,60

*Elaborado por: Adriana Amancha
Fuente: AM Sport*

Tabla 5: Mantenimiento de maquinaria y equipo

MANTENIMIENTO DE MAQUINARIA Y EQUIPO			
DESCRIPCION	CONSUMO ANUAL	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Laptop	2	\$ 30,00	\$ 60,00
Recta marca JACK vc * Lubricación automática • Atraque • Puntada N° 7 • Volante grande • Crochet grande • Motor ½ HP, 2850	4	\$ 20,00	\$ 80,00
Overlock 3 hilos tanque marca KANSA • Lubricación automática • Regulador de diferencial • Regulación largo • Enfriador de agujas • Motor ½ HP, 2850 RPM	4	\$ 20,00	\$ 80,00
Elasticadora Marca KANSA • Fácil ajuste de largo de puntada • Devanador de bobina integrado • Sistema de avance o arrastre simple con retroceso	3	\$ 20,00	\$ 60,00
Máquina Bordadora marca RICOMA CHT Industrial de 12 hilos Compatible con múltiples formatos de diseño como DST, DSB y mucho más. •	2	\$ 20,00	\$ 40,00
TOTAL MANTENIMIENTO MAQUINARIA Y EQUIPO			\$ 320,00

*Elaborado por: Adriana Amancha
Fuente: AM Sport*

Tabla 6: Mano de obra directa e indirecta

MANO DE OBRA DIRECTA			
DESCRIPCION	CONSUMO ANUAL	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Operarias	2	\$ 375,00	\$ 9.000,00
Cortadora	1	\$ 430,00	\$ 5160 ,00
TOTAL M.O.D			\$ 14.160,00

*Elaborado por: Adriana Amancha
Fuente: AM Sport*

Tabla 7: Total Costo de producción

COSTOS DE PRODUCCION	
Materia Prima	\$ 7.799,00
Materiales Indirectos	\$ 531,25
Insumos	\$ 1.619,25
Cargo de amortización y Depreciación.	\$ 3596,80
Mantenimiento maquinaria y equipo	\$ 320,00
Mano de obra directa e indirecta	\$ 14.160,00
TOTAL COSTOS DE PRODUCCION	\$ 28.026,30

*Elaborado por: Adriana Amancha
Fuente: AM Sport*

- Costos Administrativos**

Tabla 8: Servicios Básicos

Descripción	Cantidad Anual	Precio Unitario	Precio Total
Luz eléctrica	1440KWH	\$ 1.90	\$ 22.80
Agua Potable	294.36m3	\$ 0.43	\$ 10.55
Teléfono	7.200minutos	\$ 0.18	\$ 108
Internet	Ilimitado	\$ 20.00	\$ 240
TOTAL			\$ 381,35

*Elaborado por: Adriana Amancha
Fuente: AM Sport*

Tabla 9: Sueldos y salarios

Descripción	Consumo Anual	Sueldo	Precio Total
Asistente Administrativo	1	\$ 350,00	\$ 4200,00
TOTAL			\$ 4200,0

*Elaborado por: Adriana Amancha
Fuente: AM Sport*

Tabla 10: Suministros de oficina

Descripción	Consumo Anual	Precio Unitario	Precio Total
Archivadores	8 unidades	\$ 2,00	\$ 16,00
Papel Bond 4 ^a	12 resmas	\$ 6,00	\$ 72,00
Engrapadora Stanley Bostitch P6C-8	1 unidad	\$ 2,00	\$ 2,00
Perforadora	1 unidad	\$ 1,50	\$ 1,50
Agenda	3 unidades	\$ 1,75	\$ 5,25
Esferos	2 cajas	\$ 0,25	\$ 0,50
Cinta de Escritorio	2 unidades	\$ 0,30	\$ 0,60
Borrador	4 unidades	\$ 0,15	\$ 0,60
Resaltador	3 unidades	\$ 0,20	\$ 0,60
Grapas	4 cajas	\$ 1,25	\$ 5,00
Lapiceros	2 cajas	\$ 1,75	\$ 3,50
Sacapuntas	2 unidades	\$ 0,20	\$ 0,40
Saca grapas	1 unidad	\$ 0,24	\$ 0,24
Clips Mariposa	1 caja	\$ 1,50	\$ 1,50
TOTAL			\$ 93,69

*Elaborado por: Adriana Amancha
Fuente: AM Sport*

Tabla 11:**Total Costos**

COSTOS ADMINISTRATIVOS	
Servicios básicos	\$ 381,35
Sueldos y salarios	\$ 4.200,00
Suministros de oficina	\$ 93,69
TOTAL COSTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 4.675,54

Administrativos

*Elaborado por: Adriana Amancha
Fuente: AM Sport*

- **Costo de ventas**

Tabla 12: Sueldos y salarios

Descripción	Consumo Anual	Sueldo	Precio Total
Vendedor	1	\$ 375,00	\$ 4500,00
TOTAL			\$ 4500,00

Elaborado por: Adriana Amancha

Fuente: AM Sport

Tabla 13: Transporte

Descripción	Consumo Anual	Valor Unitario	Precio Total
Transporte de producto	12	\$ 10,00	\$ 120,00
Flete y Estibaje	12 (1 pedidos mensuales)	\$ 3,00	\$ 36,00
TOTAL			\$ 156,00

Elaborado por: Adriana Amancha

Fuente: AM Sport

Tabla 14:

Total Costo de

Venta

COSTOS DE VENTA	
Sueldos y salarios	\$ 4.500,00
Transporte	\$ 156,00
TOTAL COSTOS DE VENTA	\$ 4.656,00

Elaborado por: Adriana Amancha

Fuente: AM Sport

- **Costos Financieros**

Tabla 15: Préstamo Bancario

Descripción	Interés Total
Interés por préstamo tasa activa	\$ 2039,88
TOTAL	\$ 2039,88

Elaborado por: Adriana Amancha

Fuente: AM Sport

<https://www.aplicacionesbp.com.ec:4443/simulador-credito-web/faces/TablaAmortizacio>

- **Resumen Presupuesto de Costos**

Tabla 16: Presupuesto de Costos e Ingresos

COSTOS DE PRODUCCION	
Materia Prima	\$ 7.799,00
Materiales Indirectos	\$ 531,25
Insumos	\$ 1.619,25
Cargo de amortización y Depreciación.	\$ 3.596,80
Mantenimiento maquinaria y equipo	\$ 320,00
Mano de obra directa e indirecta	\$ 14.160,00
TOTAL COSTOS DE PRODUCCION	\$ 28.026,30
COSTOS ADMINISTRATIVOS	
Servicios básicos	\$ 381,35
Sueldos y salarios	\$ 4.200,00
Suministros de oficina	\$ 93,69

TOTAL COSTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 4.675,04
Sueldos y salarios	\$ 4.500,00
Transporte	\$ 156,00
TOTAL COSTOS DE VENTA	\$ 4.656,00
COSTO FINANCIERO	
Interés por préstamo tasa activa	\$ 2.039,88
TOTAL COSTOS FINANCIEROS	\$ 2.039,88
Total Costo del Proyecto	\$ 39.397,22

Elaborado por: Adriana Amancha

Fuente:

Mega

Sport

ENCUESTA



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRACIÓN
CARRERAS DE ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS



Objetivo: Identificar la aceptación o rechazo por parte de las personas de la ciudad de Ambato en cuanto a la fabricación de ropa exclusiva para gimnasio en tela microfibra antibacterial.

Instructivo: Responda y marque con una X en la respuesta.

1. **¿Si en la ciudad de Ambato existiera empresas que fabricaran ropa exclusiva para gimnasio en tela microfibra antibacterial, usted compraría nuestros productos?**

Si.....

No.....

¿Por qué?.....

2. **¿Usted conoce empresas en Ambato que fabriquen este tipo de prendas de vestir?**

Si.....

No.....

¿Cuál?.....

3. **Semestralmente, ¿Cuántas prendas de vestir deportivas en tela microfibra antibacterial compra usted?**

1 - 2.....

3 - 4.....

5 - más.....

4. **¿Qué tipos de colores usted preferiría en nuestros productos?**

Claros.....

Oscuros.....

Fosforescentes.....

Otros, ¿Cuál?

5. ¿Cuánto usted estaría dispuesto/a a pagar por una prenda exclusiva para gimnasio en tela microfibra antibacterial?

Top y Short	\$ 20.00		\$ 25.00		\$ 30.00	
Top y Licra	\$ 25.00		\$ 30.00		\$ 35.00	
BVD y Licra	\$ 30.00		\$ 35.00		\$ 40.00	
Camiseta y Licra	\$ 30.00		\$ 35.00		\$ 45.00	

6. ¿Dónde le gustaría a usted informarse para la compra de las prendas exclusivas para gimnasio en tela microfibra antibacterial?

Centros Comerciales.....

Redes Sociales.....

Punto de Venta de la Empresa.....

7. ¿Por cuál de estos medios publicitarios le gustaría que promocionemos nuestros productos?

Redes Sociales.....

Radio.....

Televisión.....

8. ¿Por la compra de una prenda exclusiva para gimnasio en tela microfibra antibacterial que le gustaría recibir?

Top.....

Short.....

BVD.....

9. ¿Además de la ropa exclusiva para gimnasio en tela microfibra antibacterial que otros productos le gustaría que fabriquemos?

Medias.....

Guantes.....

Zapatillas.....

10. ¿Usted cuando adquiere prendas deportivas para gimnasio de que procedencia prefiere?

Nacional.....

Extranjera.....

11. ¿Cuál es la razón por la que usted adquiriría nuestro producto?

Comodidad.....

Ligereza.....

Confort.....

12. ¿Qué característica considera usted que debería tener la ropa exclusiva para gimnasio?

Transpirabilidad.....

Soporte.....

Movilidad.....

13. ¿Cree usted que es necesario crear ropa exclusivamente solo para gimnasio?

SI.....

NO.....

¿Por qué?.....

14. ¿Por qué considera usted que es importante utilizar ropa exclusivamente para gimnasio?

Flexibilidad.....

Comodidad.....

Ligereza.....

15. ¿Piensa usted que la idea de crear ropa exclusiva para gimnasio es buena?

SI.....

NO.....

¿Por qué?.....

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

MAQUINARIA EMPRESA AM SPORT

SUBLIMADORA



COLLARETERA



RECTA



OVERLOCK



PEGADORA DE TIRA



BORDADORA



PEGADORA DE TIRA





**TABLA DE AMORTIZACIÓN**

Segmento: Productivo Corporativo	Monto: 20.791.45	Tasa de Interés Nominal: 8.95 %
Sistema de Amortización: Sistema Francés (Cuota Fija)	48	Tasa Contribución SOLCA: 0,5 %

Imprimir

Regresar

No. de Pago	Fecha	No. de Días	Capital	Interés	Valor Cuota	Saldo Capital
	-	-	0.00	0.00	0.00	21,000.00
1	18/01/2018	31	361.48	161.91	523.39	20,638.52
2	18/02/2018	31	364.27	159.12	523.39	20,274.25
3	18/03/2018	28	382.20	141.18	523.39	19,892.05
4	18/04/2018	31	370.02	153.36	523.39	19,522.02
5	18/05/2018	30	377.73	145.66	523.39	19,144.29
6	18/06/2018	31	375.79	147.60	523.39	18,768.50
7	18/07/2018	30	383.35	140.03	523.39	18,385.15
8	18/08/2018	31	381.64	141.75	523.39	18,003.51
9	18/09/2018	31	384.58	138.80	523.39	17,618.93
10	18/10/2018	30	391.93	131.46	523.39	17,227.00
11	18/11/2018	31	390.57	132.82	523.39	16,836.43
12	18/12/2018	30	397.77	125.62	523.39	16,438.66
13	18/01/2019	31	396.65	126.74	523.39	16,042.01
14	18/02/2019	31	399.71	123.68	523.39	15,642.30
15	18/03/2019	28	414.46	108.93	523.39	15,227.84
16	18/04/2019	31	405.98	117.40	523.39	14,821.86
17	18/05/2019	30	412.80	110.59	523.39	14,409.06
18	18/06/2019	31	412.30	111.09	523.39	13,996.76
19	18/07/2019	30	418.96	104.43	523.39	13,577.81
20	18/08/2019	31	418.70	104.68	523.39	13,159.10
21	18/09/2019	31	421.93	101.45	523.39	12,737.17
22	18/10/2019	30	428.35	95.03	523.39	12,308.82
23	18/11/2019	31	428.49	94.90	523.39	11,880.33

Tasa de Interés Efectiva:	9.33 %
Interés:	4.079.76
Monto líquido:	21,000.00
Total:	25,122.57
Cuota mensual estimada:	523.39
Costos y Gastos:	0,00
Seguro de desgravamen:	294.18
Contribución SOLCA:	105.00



24	18/12/2019	30	434.75	88.64	523.39	11,445.58
25	18/01/2020	31	435.14	88.24	523.39	11,010.44
26	18/02/2020	31	438.50	84.89	523.39	10,571.94
27	18/03/2020	29	447.14	76.25	523.39	10,124.80
28	18/04/2020	31	445.33	78.06	523.39	9,679.47
29	18/05/2020	30	451.17	72.22	523.39	9,228.31
30	18/06/2020	31	452.24	71.15	523.39	8,776.07
31	18/07/2020	30	457.91	65.48	523.39	8,318.16
32	18/08/2020	31	459.26	64.13	523.39	7,858.91
33	18/09/2020	31	462.80	60.59	523.39	7,396.11
34	18/10/2020	30	468.20	55.18	523.39	6,927.91
35	18/11/2020	31	469.97	53.41	523.39	6,457.93
36	18/12/2020	30	475.20	48.18	523.39	5,982.73
37	18/01/2021	31	477.26	46.13	523.39	5,505.47
38	18/02/2021	31	480.94	42.45	523.39	5,024.53
39	18/03/2021	28	488.40	34.99	523.39	4,536.13
40	18/04/2021	31	488.41	34.97	523.39	4,047.71
41	18/05/2021	30	493.19	30.20	523.39	3,554.53
42	18/06/2021	31	495.98	27.40	523.39	3,058.55
43	18/07/2021	30	500.57	22.82	523.39	2,557.98
44	18/08/2021	31	503.67	19.72	523.39	2,054.31
45	18/09/2021	31	507.55	15.84	523.39	1,546.76
46	18/10/2021	30	511.85	11.54	523.39	1,034.92
47	18/11/2021	31	515.41	7.98	523.39	519.51
48	18/12/2021	30	519.51	3.88	523.39	0.00
TOTAL:			20,791.45	4,079.76	25,122.57	