



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

La Universidad Católica de Loja

ÁREA ADMINISTRATIVA

TITULACIÓN DE MAGÍSTER EN GESTIÓN y DESARROLLO SOCIAL

**"Implementación de una Microempresa de Producción de Ropa Deportiva
y Uniformes en la comunidad Ñucanchi Allpa de la parroquia Chonta
Punta, cantón Tena, Provincia de Napo"**

TRABAJO DE FIN DE MAESTRÍA

Autor: Benítez Santillán, Víctor Mauricio, Dr.

Director: Vanegas Villa, Medardo Ángel, Mg.

CENTRO UNIVERSITARIO RIOBAMBA

2015

APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE FIN DE MAESTRÍA

Magister.

Vanegas Villa Medardo Ángel.

DOCENTE DE LA TITULACIÓN

De mi consideración:

El presente trabajo de fin de maestría, denominado: “Implementación de una Microempresa de Producción de Ropa Deportiva y Uniformes en la comunidad Ñucanchi Allpa de la parroquia Chonta Punta, cantón Tena, Provincia de Napo”, realizado por Víctor Mauricio Benítez Santillán, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por cuanto se aprueba la presentación del mismo.

Loja, agosto de 2014

f)

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

“ Yo Víctor Mauricio Benítez Santillán, declaro ser autor del presente trabajo de fin de maestría: Implementación de una Microempresa de Producción de Ropa Deportiva y Uniformes en la comunidad Ñucanchi Allpa de la parroquia Chonta Punta, cantón Tena, Provincia de Napo, de la Titulación: Magíster en Gestión y Desarrollo Social, siendo el Mg. Medardo Ángel Vanegas Villa, director del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales. Además certifico que las ideas, concepto, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad. Adicionalmente declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 67 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través, o con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad”

f.

Autor: Víctor Mauricio Benítez Santillán

Cédula: 0602609109

DEDICATORIA

Quiero dar gracias y dedicar esta meta alcanzada a Dios, por permitirme llegar a este momento tan anhelado en mi vida. A mi madre por ser la persona que me ha acompañado durante todo mi trayecto estudiantil y de vida, por ser un ejemplo de superación, amor y lucha constante, a mi amada esposa Ana María que es mi apoyo incondicional, que me da fuerzas cada día, por su comprensión y sobre todo por demostrarme su inmenso amor, a mis amados hijos Alejandro y Mayané, siempre han sido ese motor que me anima a luchar día a día para ser un buen padre y convertirme en su ejemplo. A mis hermanos Lourdes e Iván, perennemente han sido mi ejemplo y han estado en cada momento de mi vida, en las buenas y en las malas. A todo ese cuerpo docente que forma parte de la UTPL por impartir sus conocimientos acordes a las necesidades de los estudiantes, acorde a la realidad nacional y mundial; por lo cual ahora somos y seremos mejores personas y mejores profesionales.

Mauricio Benítez.

AGRADECIMIENTO

Finalizar un trabajo previo a la obtención de una Maestría, me llena de entusiasmo y orgullo, pues esto conlleva trabajo arduo con mucho tiempo de dedicación y sacrificio, que lo he realizado con el firme propósito de brindar un pequeño aporte a un grupo de emprendedores que son un ejemplo de lucha constante y que con tan poco son capaces de llegar muy lejos; les doy gracias por permitirme aprender de ustedes y ahora puedo brindarles mi estima y consideración con este estudio técnico que estoy seguro contribuirá con el desarrollo de su comunidad Ñucanchi Llacta.

Quiero agradecer de manera especial y sincera al Mg. Medardo Ángel Vanegas, en primer lugar por aceptar dirigir este trabajo de investigación; su apoyo, su guía han sido sustanciales en la realización de la presente tesis, han sido un aporte invaluable en mi proceso de aprendizaje, puesto que he potenciado mis conocimientos en el área social y su proyección hacia generar el desarrollo sostenible que necesitan nuestros pueblos más olvidados de nuestro país.

Gracias infinitas a mi hermana Ing. Lourdes Benítez, que me brindó todo su apoyo y sus conocimientos para la elaboración de la presente investigación y sobre todo gracias por estar siempre a mi lado.

Al Departamento de Responsabilidad Social y Relaciones Comunitarias de PETROAMAZONAS EP por ser un apoyo constante en el desarrollo de la presente investigación y sobre todo por esa entrega en su trabajo en favor de las comunidades que tanto lo necesitan.

A mis compañeros, por compartir sus conocimientos y por todos esos hermosos momentos que compartimos, para mí ha sido un honor compartir este proceso de aprendizaje en compañía de Ustedes: Geovanny, Jenny, Diana y Lourdes.

Mauricio Benítez.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARÁTULA.....	i
APROBACIÓN DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE FIN DE MAESTRÍA.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS.....	iii
DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	vi
RESUMEN	viii
ABSTRACT.....	ix
INTRODUCCIÓN.....	x
MARCO TEÓRICO.....	
CAPÍTULO I: GENERALIDADES DEL PROYECTO DE PRODUCCIÓN DE ROPA DEPORTIVA	
1.1 La producción en PYMES como alternativa para dinamizar la economía local y desarrollo.....	1
1.2 Los emprendimientos pequeños en el Ecuador y la zona de intervención.....	3
1.3 Marco legal de la producción en Ecuador, con un enfoque de la propuesta en la parroquia Chonta Punta.....	4
1.4 Estadísticas de producción de ropa deportiva en el Ecuador en los últimos 5 años	8
1.5 Impacto en la economía local con la producción de ropa deportiva y uniformes.....	8
CAPÍTULO II: INVESTIGACIÓN DE MERCADO	9
2.1. Antecedentes (Análisis del Sector)	10
2.1.1. De la futura empresa.....	13
2.2. Objetivos del estudio de mercado	13
2.3 Metodología	14
2.3.1 Población y muestra.....	15
2.3.1 Análisis e interpretación de los resultados de la encuesta.....	17
2.3.1.1 Características socioeconómicas de la muestra estudiada.....	17
2.3.1.2 La ropa deportiva como producto de la empresa y la muestra estudiada.....	19
2.4. Análisis de demanda, oferta, precios, comercialización	25
2.4.1 Análisis de la demanda	25
2.4.2 Análisis de la oferta.....	26
2.4.3 Análisis de Precios	27
2.4.3.1 Segmentación del Mercado.....	27
2.4.4 Análisis de Comercialización.....	28
2.5. Demanda insatisfecha.....	30
CAPÍTULO III: TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN	32
3.1 Factores que determinan la localización	33
3.2 Macro y microlocalización	33
3.3 Localización de la empresa.....	34
3.4 Factores que determinan el tamaño de su proyecto	34
3.4.1 Tamaño en función a la capacidad instalada de la maquinaria.....	34
3.4.2 Tamaño en función de la mano de obra capacitada.....	34
3.4.3. Tamaño en función a la materia prima	34
3.4.4 Tamaño en función de maquinaria y tecnología.....	35
3.4.5 Tamaño en función del mercado.....	35
3.4.6 Tamaño en función a la demanda insatisfecha	35
3.5 Tamaño de la empresa	35
3.6 Capacidad instalada.....	36
3.7 Capacidad ocupada	36
3.8 Programa de producción (cantidad a producir en el horizonte de proyecto establecido).....	37
CAPÍTULO IV: INGENIERÍA DEL PROYECTO	38
4.1 Descripción de los productos.....	39
4.1.1 Productos y tipos de telas	40
4.2 Proceso de producción.....	42
4.3 Distribución en planta.....	45
4.4 Equipos e instalaciones necesarios.....	48
4.5 Proveedores y servicios básicos	48
4.6 Recursos Humanos requeridos.....	50

CAPÍTULO V: ORGANIZACIÓN Y ADMINISTRACIÓN LEGAL	51
5.1 Nombre de la Empresa	52
5.2 Descripción de la empresa.....	52
5.3 Misión y Visión de la empresa.....	52
5.4 Objetivos de la empresa.....	53
5.4.1 Objetivos cuantitativos.....	53
5.4.3 Políticas.....	53
5.4.4 Valores corporativos.....	54
5.5. Derechos, Deberes y Obligaciones legales de la empresa.....	54
5.5.1. Derechos.....	54
5.5.2 Deberes.....	55
5.5.3 Obligaciones	55
5.6. Condición jurídica.....	56
5.7. Estructura Organizativa.....	58
5.8. Orgánico funcional	61
5.8.1 Funciones del Gerente	61
5.8.2 Funciones de la Secretaria.....	63
5.8.3 Funciones de los Operadores	63
CAPÍTULO VI: ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO	64
6.1.1 Inversiones de Activos Fijos.....	65
6.1.2 Activos Diferidos	67
6.2 Ingresos	71
6.3 Costos.....	72
6.3.1 Gastos Administrativos.....	75
6.3.2 Gastos de ventas	76
6.3.3. Gastos Financieros	77
6.4 Presupuestos de costos (fijos, y variables)	78
6.5 Punto de equilibrio	79
6.6 Estado de resultados	81
6.7 Balance General Inicial	83
CAPÍTULO VII: EVALUACIÓN DEL PROYECTO.....	84
7.1 Evaluación del Proyecto.....	85
7.2 Flujo de Caja.....	85
7.3 Evaluación con financiamiento.....	86
7.4 Tasa mínima aceptable de rendimiento TMAR	87
7.5 Indicadores económico-financieros.....	88
7.5.1 VAN.....	88
7.5.2 TIR	89
7.5.3 Relación Beneficio Costo	89
7.5.4 Indicador Periodo de Recuperación de la inversión (PRI.).....	90
7.6. Evaluación económico - social	91
7.6.1 Análisis de la Industria en el Ecuador:	91
7.6.2 El Proceso de Encadenamientos de la industria textil:.....	92
7.6.3 Aspectos institucionales	94
7.6.4 Políticas públicas	94
7.6.5 Impacto en la Economía Local:	96
CONCLUSIONES	98
RECOMENDACIONES	100
Trabajos citados.....	¡Error! Marcador no definido.
Bibliografía:	101
Anexos	105

RESUMEN

La Microempresa de ropa deportiva y uniformes “ALLI CHURARINA”, surge como una necesidad de 5 comunidades de la parroquia Chonta Punta, cantón Tena, provincia de Napo, a través, de la Compensación Social de PETROAMAZONAS EP, se realiza estudios técnico-económicos y financieros para su viabilidad.

El análisis de mercado determinó la demanda: oferta–insatisfecha-objetiva, se aplicó una encuesta para determinar la aceptación de la población. Se definió precios, comercialización, plan de mercadeo, ingeniería del proyecto, organización, análisis económico-financiero y su evaluación.

La inversión del proyecto es \$ 22.560,00 dólares americanos, el punto de equilibrio en función de ventas es \$ 20746,00, el VAN es positivo \$ 41.235,61. La TIR 66% es mayor que la tasa del TMAR 15,48%. La tasa de interés es 11.23%, menor que TMAR, que es el costo de oportunidad; Beneficio Costo para el horizonte del proyecto es 1.46, es decir, por cada dólar invertido tenemos 0.46, PRI se recupera al segundo año. Se recomienda su implementación con el cumplimiento de objetivos 3, 8 y 10 del Plan del Buen Vivir y el cambio de la matriz productiva.

Palabras Clave: Microempresa, Demanda, Evaluación, Viable.

ABSTRACT

Implementation of Micro sportswear and uniforms "THERE CHURARINA" as a need of 5 communities in the parish Chonta Punta Region Tena, Napo Province, through, Social Compensation PETROAMAZONAS EP, this study was performed technical and financial support for economic viability.

Market analysis determined the demand: supply-unmet-objective, a survey was conducted to determine the acceptance of the population. Pricing, market, marketing plan, project engineering, organizational, economic and financial analysis and evaluation are defined.

The investment of the project is \$ US \$ 22,560.00, the breakeven point in terms of sales is \$ 20,746.00, the NPV is positive \$ 41,235.61. The TIR is 66% higher than the rate of 15.48% TMAR therefore the project is viable. The interest rate is 11.23%, is lower than the TMAR, which is the opportunity cost; Benefit Cost for the entire project horizon is 1.46, for every dollar invested has 0.46, the PRI is recovered in the second year, the project viable. Its implementation is recommended to meeting objectives 3, 8 and 10 of the Plan of Good Living and changing the productive matrix.

Keywords: Microenterprise, Demand, Evaluation, Viable.

INTRODUCCIÓN

Los índices de pobreza según datos de la Dirección de Estadística Económica a diciembre 2013, publicadas por el Banco Central de Ecuador, imprimen cifras en descenso, por ejemplo: la pobreza rural de 11,18% señalado en el año 2012 a 8,61% en el 2013, de idéntica forma la pobreza extrema rural registró el 23,30% en diciembre del 2012 a 17,39% en el 2013, lo que representa 5,91 puntos menos y para diciembre de 2013; la línea de pobreza se ubicó en 2,60 dólares per cápita diarios, personas cuyo ingreso per cápita es menor a la línea de pobreza son considerados pobres. (Banco Central del Ecuador, Estadísticas Macro Económicas, 2014)

En cuanto a las cifras laborales, el desempleo en el país se ubicó en 4,15% al 2011, frente a 4,12% de diciembre del 2012. Por otro lado el subempleo a nivel nacional se ubicó en 52,49% y la ocupación plena en 43,15%; particularmente la región amazónica no es indiferente a esta realidad, tomando en cuenta que el sector petrolero aporta con el 10% al Producto Interno Bruto (PIB) del Estado Ecuatoriano (Banco Central del Ecuador, Estadísticas Macro Económicas, 2014). Históricamente la filantropía fue la forma de compensar a las comunidades de la Zona de Influencia, de lo cual se derivó un paternalismo instalado hacia las comunidades, que a su vez fueron a depender de las contribuciones que hacían las Operadoras de turno que operaron los diferentes de bloques (Larrea, 2006); es así que este aspecto una vez identificado, dando lugar a los decretos ejecutivos 1040 y 1215 (Bustos, 2007.), sobre la base de lo establecido en el Decreto Ejecutivo No. 1351-A, de 2 de enero de 2013 (Cisneros Moreno, 2013). En los cuales se destacan la Participación Social con dos mecanismos definidos para el efecto: La Indemnización y la Compensación Social comunitaria, cuyo principal objetivo es constreñir a las empresas Petroleras que operan en un área geográfica determinada (Bloque) a compensar por posibles daños ocasionados del proceso de explotación de crudo.

Para tal efecto de cumplimiento la Empresa estatal PETROAMAZONAS EP (PAM), mantiene permanentemente un “Programa de Relaciones Comunitarias (PRC) de PAM EP cuyo objetivo principal es establecer nexos de sana convivencia con las comunidades e instituciones de las áreas de influencia directa de sus operaciones e integrar aspectos de Responsabilidad Social a los contenidos de sus programas. Una segunda instancia de aplicación de este programa tiene que ver con aquellas actividades que PETROAMAZONAS EP realiza en poblaciones y/o

comunidades de influencia regional, mediante el apoyo a su desarrollo integral, la mitigación de impactos negativos derivados de la operación, así como la potenciación de efectos positivos producto de la actividad de la operadora cambiando el paternalismo por la auto sustentabilidad (Responsabilidad Social y Relaciones Comunitarias, 2013).

La óptica con que se generan las diferentes iniciativas son el desarrollo sustentable y sobre todo la acción decidida de la comunidad beneficiaria, quien participa activamente en el proceso inicial definiendo sus necesidades, potenciando sus fortalezas y oportunidades. Aparece la decisión de implementar una Asociación comunitaria dedicada a la fabricación de ropa deportiva y uniformes inexistente en el sector con el aporte inicial de Petroamazonas EP por Compensación Social de los proyectos que se desarrollan en el Bloque 21 (Anexo N°1, N°2), teniendo como resultado una gran demanda de pedidos para la elaboración de ropa deportiva y uniformes para escuelas y colegios de las comunidades pertenecientes al GAD Chonta Punta. Es entonces que la necesidad de crecimiento de la pequeña Asociación se convierte en un menester dando paso a un nivel de organización superior que es la constitución de una Microempresa, motivo de la presente investigación en respuesta a este gran sueño de personas que trabajan diariamente para dar sustentos a sus familias para dotarles de elementos técnicos que les permita potenciar su experiencia adquirida en la industria de elaboración de textiles.

La presente investigación contribuye al desarrollo de un emprendimiento llevado a cabo con personas de 5 comunidades pertenecientes al GAD Chonta Punta, cuyos nombres son: Ñucanchi Llacta, Alto Sumino, Ñucanchi Allpa, Sumac Sacha, y Centro Yuralpa, dichas comunidades se caracterizan por ser de alta vulnerabilidad económica, pues sus ingresos están por bajo el salario mínimo nacional y viven de lo que produce su tierra para cubrir sus mínimas necesidades.

El estudio de mercado, el estudio técnico, así como el diseño a detalle y la ingeniería del proyecto cumplen un rol fundamental para la implementación de la potencial empresa; se propone entonces una organización, la administración de la pequeña empresa, así como los procedimientos para establecerla legalmente; la evaluación técnica del proyecto está amparada en el análisis económico financiero.

En el Plan estratégico institucional de la provincia de Napo 2011, existen dos realidades bien definidas: a) La sociedad mestiza urbana en relación de género ha llegado a ser equitativa

visibilizando la posición de la mujer en funciones ejecutivas de dirección y acceso a la educación. b) La sociedad rural todavía se mantienen conductas que limitan el accionar de la mujer, manteniéndose el predominio del género masculino sobre el femenino, limitando su accionar ante la sociedad. Se visibilizan casos aislados de mujeres indígenas, determinados por su carácter y personalidad fuerte que ha determinado su liderazgo dentro de su comunidad local. En relación al nivel de ingresos económicos, al nivel de necesidades básicas insatisfechas, al nivel de educación, al nivel de acceso a salud; podemos determinar claramente que existe dos clases sociales bien definidas: clase media y clase baja. En Napo no se entrevé una clase de extrema pobreza, no existe miseria. Se proyectan el crecimiento e impactos socioeconómicos concebidos en el marco de una tecnificación. Se espera con este documento contribuir a la inserción laboral de los pobladores de las 5 comunidades de Chonta Punta, basados en el objetivo del Plan del Buen Vivir, con el apoyo de PETROAMAZONAS EP (PAM), a través del “Programa de Relaciones Comunitarias (PRC) para generar una mejor convivencia con las comunidades.

Se cumplió como primer paso con la capacitación técnica a través de SECAP, que mediante una Carta Reversa suscrita con PETROAMAZONAS, los técnicos incorporaron sus conocimientos en el taller de la comunidad Ñucanchi Llacta (Anexo N°3, N°4); y su entusiasmo y decidida colaboración, contribuyeron para realizar los estudios parciales y elaborar el informe final para este documento; inmediatamente mediante el asesoramiento científico técnico del tutor asignado para este trabajo y constancia del autor, se alcanzaron las metas ahora documentadas en el presente documento. En todo el proceso, se esgrimieron elementos para la implementación de pequeñas y medianas empresas.

CAPÍTULO I: GENERALIDADES DEL PROYECTO DE PRODUCCIÓN DE ROPA DEPORTIVA

1.1 La producción en PYMES como alternativa a dinamizar la economía local y desarrollo.

Generalmente las PYMES producen para el abastecimiento local, mediante la generación de bienes y servicios, sin embargo pueden llegar a generar suficiente producción competitiva que incluso pueden transformarse en entes exportadores. En su conferencia, Araque (2014) de la Universidad Andina señala que el 90% de las empresas en Ecuador son PYMES y que el 75% de trabajo generado proviene también de igual fuente, deducimos entonces que la economía de un país es movido en gran parte por las pequeñas y medianas producciones en el ámbito general. La producción a pequeña escala requiere de una innovación y competitividad permanente y dinámica, tanto así que la vinculación universitaria, la empresa y la comunidad se entrelazan hacia un mismo objetivo, proveer al consumidor de lo que necesita a mejores precios y de una calidad satisfactoria. Araque señala también en una entrevista radial, que el triángulo de la innovación está relacionando un diálogo, permanente con la empresa, y la confianza generada por esta, teniendo como base al conocimiento producido en la universidad, y que a su vez la aplicación en la empresa, una investigación conlleven a la aplicación de los resultados obtenidos en los nuevos productos y tecnologías nuevas, mejores y de menores efectos ambientales. Estos últimos aspectos orientan el destino del desarrollo de los países tanto desarrollados como en vías de desarrollo, por supuesto considerando la posible innovación no tan solo en los productos o bienes finales a comercializar, sino también en cada parte de la línea de proceso. A esto se suman las inversiones que por modernización y aplicación de las innovaciones en la producción en su totalidad se deben aplicar para dinamizar la producción. La economía, principalmente la microeconomía local analiza los índices de aplicaciones obtenidas, en otras palabras los resultados obtenidos están en función de las mejores decisiones que los pequeños y medianos empresarios tomen, con las oportunidades que las fuentes de financiamiento les ofrezcan, tanto públicas como privadas, teniendo como soporte las investigaciones académicas innovadoras para la generación de bienes y servicios de calidad.

La economía de un país podemos decir entonces que tiene éxito o no, cuando las políticas económicas para el desarrollo económico, apoyan y fortalecen la producción a pequeña y mediana escala. En el tema de las pequeñas y medianas empresas, Zevallos (2007) en su publicación argumenta: “los gobiernos pueden ser más eficaces en sus esfuerzos para

promocionar el desarrollo de las PYMES, al responder a las preocupaciones de los empresarios y las agencias que apoyan el progreso de la empresa, en relación al entorno empresarial”, efectivamente la economía se dinamiza con las pequeñas y medianas empresas, como lo afirma el mismo autor cuando señala “su progresiva importancia en el proceso de crecimiento económico de los países, se debe fundamentalmente al empleo que generan; en un contexto donde conviven dos situaciones, por un lado una creciente demanda de empleo, por el otro la imposibilidad del sector moderno de la economía de absorber la demanda de empleo” .

La corporación de asesoramiento ENROKE (2014) en la red sobre economía publica: “Las PYMES, en término de cantidad, y de manera general a nivel mundial, representan en promedio el 80% de los negocios de una economía. En este sentido, la importancia de este sector de la economía es trascendental para la generación de empleos, desarrollo de la producción, y el manejo sostenible de la economía. Sin embargo, en términos de programas de desarrollo, programas de financiamiento, o asesorías para PYMEs a nivel internacional, muchos gobiernos dejan en segundo plano a este sector (las PYMEs) y se concentran en el apoyo a las grandes empresas (como sucedió en la última crisis financiera en USA, dónde el gobierno intervino en los grandes bancos, pero no en los pequeños) debido a que las grandes empresas representan mucho más en PIB (Producto Interno Bruto) de una economía y resulta más complejo ayudar a varias entidades que una sola.

Y añade además “no es beneficioso para las economías de los países, y, por el contrario, promueve un sistema de mercado equívoco (las economías de escala improductivas) y mala redistribución de las riquezas. Muchos estudios coinciden, en especial después de la crisis europea, en que apoyar a las PYMES podría ser la manera de generar un motor de salida de las recesiones”.

Las PYMES dinamizan la economía local, su gran debilidad es el desconocimiento técnico en el área de administración de empresas, este fenómeno se incrementa a medida que la microempresa es más pequeña, el escaso capital o liquidez para crecer, mínima tecnológica en sus procesos de producción, su administración, organización y contabilidad, su competitividad frente a capitales grandes como las multinacionales, tienen difícil acceso a pago de

asesoramiento de alto nivel y financiamientos para su desarrollo; sin embargo se puede considerar que permanecen en oportunidad constante y son por su volumen fácilmente adaptables a las necesidades de sus socios, sin mayores complicaciones en lo referente a procesos burocráticos, pues muchas veces son los mismos socios autoempleados, o empresas familiares, que manejan nóminas pequeñas.

1.2 Los emprendimientos pequeños en el Ecuador y la zona de intervención.

El cambio y la dinamización de la Matriz Productiva es un desafío que sin lugar a dudas en el Ecuador proyecta mejores potencialidades de desarrollo. Según el Ministerio de Coordinación de Producción, Empleo y Competitividad, se han definido 10 ejes de intervención, como: clima de negocios; atracción de inversiones; medidas arancelarias y para-arancelarias; aseguramiento de la calidad; fomento y promoción de exportaciones; incentivos productivos; compras públicas; logística; conocimiento e innovación, y financiamiento. La producción local, genera un impacto positivo mediato.

De acuerdo al SRI (2014) indica en su página: “Se conoce como PYMES al conjunto de pequeñas y medianas empresas que de acuerdo a su volumen de ventas, capital social, cantidad de trabajadores, y su nivel de producción o activos presentan características propias de este tipo de entidades económicas. Por lo general en nuestro país las pequeñas y medianas empresas que se han formado realizan diferentes tipos de actividades económicas entre las que destacamos las siguientes: Comercio al por mayor y al por menor. Agricultura, silvicultura y pesca. Industrias manufactureras. Construcción. Transporte, almacenamiento, y comunicaciones. Bienes inmuebles y servicios prestados a las empresas. Servicios comunales, sociales y personales”.. Y además puntualiza: “Las PYMES en nuestro país se encuentran en particular en la producción de bienes y servicios, siendo la base del desarrollo social del país tanto produciendo, demandando y comprando productos o añadiendo valor agregado, por lo que se constituyen en un actor fundamental en la generación de riqueza y empleo”.

Barrera (2001), en el Seminario de la ALADI, manifiesta “En Ecuador, de acuerdo a su tamaño, las empresas tienen las categorías siguientes:

Microempresas: emplean hasta 10 trabajadores, y su capital fijo (descontado edificios y terrenos) puede ir hasta 20 mil dólares.

Talleres artesanales: se caracterizan por tener una labor manual, con no más de 20 operarios y un capital fijo de 27 mil dólares. Pequeña Industria: puede tener hasta 50 obreros. Mediana Industria: alberga de 50 a 99 obreros, y el capital fijo no debe sobrepasar de 120 mil dólares. Grandes Empresas: son aquellas que tienen más de 100 trabajadores y 120 mil dólares en activos fijos”

En la zona estudiada los negocios son escasos, se encontró 2 tiendas de barrio encargadas de comercializar insumos básicos para la población cercana. Podemos señalar que ante los bajos ingresos de los clientes, existe poco por comercializar. Es justamente la motivación para dinamizar la economía la que impulsó esta iniciativa, creando ingresos locales hacia su verdadero desarrollo.

1.3 Marco legal de la producción en Ecuador, con un enfoque de la propuesta en la parroquia Chonta Punta.

La producción de Ecuador tiende a tomar un rumbo diferente, debido a que la creación de PYMES se ven fortalecidas con la implementación de la nueva Matriz Productiva, se crean oportunidades de producción para cubrir el mercado interno y potencializar la exportación, no cabe duda que el proceso es técnico y permanente, en el cual intervienen todos los actores económicos, tanto los actuales generadores de productos y servicios, como aquellos que no han tenido oportunidad de generarlos, al ampliarse el mercado. Esta oportunidad potenciada justifica de alguna manera este estudio técnico, porque un grupo de pobladores de Chonta Punta distribuidos en comunidades tiene un respaldo y acceso a la producción textil.

Para comprender mejor el accionar de este emprendimiento es necesario tomar en cuenta los más importantes argumentos estratégicos de la producción al momento, por ejemplo el señalado en la guía oficial de inversiones para Ecuador 2013: “Para la transformación de la matriz productiva, el Estado incentivará la inversión productiva, a través del fomento de:

a) La competitividad sistémica de la economía a través de la provisión de bienes públicos como la educación, salud, infraestructura y asegurando la provisión de los servicios básicos necesarios, para potenciar las vocaciones productivas de los territorios y el talento humano de las ecuatorianas y ecuatorianos. El Estado establecerá como objetivo nacional el alcance de

una productividad adecuada de todos los actores de la economía, empresas, emprendimientos y gestores de la economía popular y solidaria, mediante el fortalecimiento de la institucionalidad y la eficiencia en el otorgamiento de servicios de las diferentes instituciones que tengan relación con la producción”, según documento oficial publicado por la SENPLADES (2014)..

El SRI (2014), en el Ecuador, en este enfoque nos indica el Tratamiento tributario de las PYMES: “Para fines tributarios las PYMES de acuerdo al tipo de RUC que posean se las divide en personas naturales y sociedades. De acuerdo al caso, sus obligaciones tributarias son específicas para Personas Naturales o Sociedades”. De esta manera podemos definir que en el caso de nuestra empresa es una sociedad, Las Sociedades son personas jurídicas que realizan actividades económicas lícitas amparadas en una figura legal propia. Estas se dividen en privadas y públicas, de acuerdo al documento de creación. Las Sociedades deberán llevar la contabilidad bajo la responsabilidad y con la firma de un contador público legalmente autorizado e inscrito en el Registro Único de Contribuyentes (RUC), por el sistema de partida doble, en idioma castellano y en dólares de los Estados Unidos. El incumplimiento de las normas vigentes establecidas podrá ser sancionado de conformidad a lo establecido en el Código Tributario”.

El SRI dispone también que “Todas las sociedades, nacionales o extranjeras, que inicien una actividad económica o dispongan de bienes o derechos por los que tengan que tributar, tienen la obligación de acercarse inmediatamente a las oficinas del SRI para obtener su número de RUC”.

Las Sociedades deben presentar las siguientes declaraciones de impuestos a través del Internet en el Sistema de Declaraciones o en ventanillas del Sistema Financiero. Estas deberán efectuarse en forma consolidada independientemente del número de sucursales, agencias o establecimientos que posea:

Declaración de Impuesto al valor agregado (IVA): Se debe realizar mensualmente, en el Formulario 104, inclusive cuando en uno o varios períodos no se haya registrado venta de bienes o prestación de servicios, no se hayan producido adquisiciones o no se hayan efectuado retenciones en la fuente por dicho impuesto. En una sola declaración por periodo se establece el IVA sea como agente de Retención o de Percepción.

Declaración del Impuesto a la Renta: La declaración del Impuesto a la Renta se debe realizar cada año en el Formulario 101, consignando los valores correspondientes en los campos relativos al Estado de Situación Financiera, Estado de Resultados y conciliación tributaria.

Pago del Anticipo del Impuesto a la Renta: Se deberá pagar en el Formulario 106 de ser el caso. Para mayor información verificar el cálculo del anticipo en el Art. 41 de la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno.

Declaración de Retenciones en la Fuente del Impuesto a la Renta: Se debe realizar mensualmente en el Formulario 103, aun cuando no se hubiesen efectuado retenciones durante uno o varios períodos mensuales.

Las sociedades son agentes de retención, razón por la cual se encuentran obligadas a llevar registros contables por las retenciones en la fuente realizadas y de los pagos por tales retenciones, adicionalmente debe mantener un archivo cronológico de los comprobantes de retención emitidos y de las respectivas declaraciones.

Declaración del Impuesto a los Consumos Especiales: Únicamente las sociedades que transfieran bienes o presten servicios gravados con este impuesto deberán presentar esta declaración mensualmente en el Formulario 105, aun cuando no se hayan generado transacciones durante uno o varios períodos mensuales.

Presentar Anexos. Los anexos corresponden a la información detallada de las operaciones que realiza el contribuyente y que están obligados a presentar mediante Internet en el Sistema de Declaraciones, en el periodo indicado conforme al noveno dígito del RUC.

Anexo de Retenciones en la Fuente del Impuesto a la Renta por otros conceptos (REOC). Es un reporte mensual de información relativa de compras y retenciones en la fuente, y deberá ser presentado a mes subsiguiente.

Anexo Transaccional Simplificado (ATS). Es un reporte mensual de la información relativa a compras, ventas, exportaciones, comprobantes anulados y retenciones en general, y deberá ser presentado a mes subsiguiente. Presentarán obligatoriamente este anexo las sociedades catalogadas como especiales o que tengan una autorización de auto impresión de comprobantes de venta, retención y documentos complementarios.

La presentación del anexo ATS reemplaza la obligación del anexo REOC.

Anexo de Impuesto a la Renta en Relación de Dependencia (RDEP). Corresponde a la información relativa a las retenciones en la fuente del Impuesto a la Renta realizadas a sus empleados bajo relación de dependencia por concepto de sus remuneraciones en el período comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre.

Deberá ser presentado una vez al año en el mes de febrero, Anexo de ICE. Corresponde al informe de cantidad de ventas por cada uno de los productos o servicios por marcas y presentaciones. Deberá ser presentado a mes subsiguiente, excepto cuando no haya tenido movimientos durante uno o varios períodos mensuales. Estos contribuyentes deberán presentar adicionalmente un reporte de precios de venta al público de cada producto que se va a comercializar, así como cada vez que exista un cambio de PVP.

Por otra parte en la página oficial del Ministerio del Medio Ambiente (2014) se informa: “El Ministerio del Medio Ambiente, bajo su estructura organizacional, en la Dirección Nacional de Control y Prevención de la Contaminación se encuentra como una de sus funciones la Gestión de la Producción más Limpia. El proceso Producción más Limpia en el Ministerio, tiene respaldo jurídico en la Constitución del Estado, en la Ley de Gestión Ambiental, en la Ley de Ciencia y Tecnología y sobre todo su respaldo se fundamenta en los principios emitidos en la Cumbre de Río 1992 para la consecución del Desarrollo Sostenible” (Ministerio del Ambiente, 2014). Y en igual contexto el MICIP (2014) publica: “El Centro Ecuatoriano de Producción más Limpia – CEPL, es una corporación sin fines de lucro legalmente constituida en enero del 2000 mediante Acuerdo del Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización, Pesca y Competitividad – MICIP. Son objetivos de CEPL: Introducir y consolidar el concepto de producción más limpia en las empresas. Prestar asistencia técnica a las empresas a fin de que estas generen la menor cantidad posible de desperdicios y residuos contaminantes. Capacitar profesionales ecuatorianos para utilizar técnicas y tecnologías de producción más limpia. Apoyar el fortalecimiento y la especialización de centros de investigación para desarrollar tecnologías limpias y de bajo costo. Intercambiar conocimientos y experiencias con expertos, empresas, organizaciones nacionales e internacionales así como redes de producción más limpia” Tomado de Tecnologías Limpias Ecuador.

No podemos dejar de mencionar también la necesidad de las Buenas Prácticas de Manufactura BPMs. Sistemas de control en la producción como el HACCP, normas nacionales INEN y normas internacionales ISO 9000 de la calidad y las ISO 14000 ambientales. Por lo manifestado, en el marco legal la empresa de producción de ropa deportiva, cuando se establezcan los registros legales correspondientes como el SRI, y trámites correspondientes para su funcionamiento.

1.4 Estadísticas de producción de ropa deportiva en el Ecuador en los últimos 5 años

Datos específicos en ropa deportiva no existe con exactitud, sin embargo la producción nacional en el sector de producción de todo tipo de ropa y productos similares, está implícito en datos publicados periódicamente por el INEC (2013): “En el Ecuador existen tres grandes grupos de actividades que componen el sector textil, de acuerdo a los datos arrojados por el Censo Nacional Económico 2010: Manufactura, Comercio y Servicios. Las actividades de Manufactura cuentan con 11.006 establecimientos, de los cuales el 74,2% corresponde a la fabricación de prendas de vestir, excepto prendas de piel; el 8,2% a fabricación de artículos confeccionados de materiales textiles, excepto prendas de vestir” (INEC, 2013); además señala: En el comercio nacional “Existen 31.983 establecimientos económicos, de los que el 80% se dedican a la venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados; el 13% a la venta al por menor de textiles, prendas de vestir y calzado en puestos de venta y mercado; y el 7% a otros negocios similares. En la producción Ecuatoriana de acuerdo a las cifras del INEC, el aporte de la producción textil y productos de cuero en las exportaciones es del 1.3% en el período 2000 al 2010. Además señala que la Unión Europea y China son los mayores exportadores textiles.

1.5 Impacto en la economía local con la producción de ropa deportiva y uniformes.

El 55% de la población estudiada, y el 100% de quienes conforman la asociación de la futura microempresa perciben ingresos menores que el salario mínimo. Todos utilizan ropa deportiva, y los segundos tienen una oportunidad de mejorar sus ingresos, respaldados en este estudio.

La actividad agrícola que prevalece en Chonta Punta, obliga a la creatividad, bajo las oportunidades de consumo local. A la comunidad le gusta el deporte, y constantemente organiza campeonatos internos tanto para hombres, mujeres y mixtos siendo la demanda de uniformes elevada. La ropa que usan es sencilla, de calidad tolerable y tienen que adquirirla en el mejor de los casos en la localidad más cercana, Además de las actividades agrícolas se dedicara como comunidad a la producción de ropa deportiva, ubicándose en una de las comunidades Ñucanchi Llacta mejorando las condiciones de vida de la población, cumpliendo con el objetivo tres del plan del Buen Vivir.

CAPÍTULO II: INVESTIGACIÓN DE MERCADO

2.1. Antecedentes (análisis del sector)

La población de Chonta Punta, está compuesta por varias comunidades, 5 son las beneficiarias del proyecto para la producción de ropa deportiva; en el sector no existe una empresa de esta naturaleza, Los pobladores beneficiarios directos del proyecto, a través del proyecto de vinculación de PETROAMAZONAS EP fueron capacitados en la elaboración de varias prendas deportivas, esto ha constituido en una motivación en esta importante parte de la población.

El SECAP realizó una capacitación para la confección de ropa deportiva, con la participación de alrededor de 30 pobladores de Chonta Punta cuyos beneficiarios directos serán sus familias numerosas e indirectos toda la población de las comunidades antes ya mencionadas, sin duda creó y motivó la inquietud de la producción de ropa deportiva, de esta forma otorgándoles la posibilidad de desarrollar destrezas necesarias para la ejecución de esta importante actividad. En este accionar además podemos destacar el apoyo de PETROAMAZONAS EP, organización que proveyó de los insumos y equipos para iniciar esta actividad. Esfuerzos sumados a la participación de los beneficiarios, quienes con entusiasmo y esperanza aprovecharon esta oportunidad, logrando en conjunto se inicien los primeros pasos de avanzada en la producción estudiada en este trabajo.

La planta de producción estará ubicada en la comunidad Ñucanchi Llacta; los habitantes de estas comunidades son de habla Kichwa, su mayor fuente de ingresos es la agricultura y algunos trabajos eventuales, el 100% de ellos cuentan por familia con ingresos muy bajos, cuando en Ecuador el salario básico unificado (SBU), es de 340 dólares en el 2014, para el sector textil, razón que evidencia su crítica situación de pobreza principal problema que enfrentan la localidad más aún muchos de ellos ni siquiera perciben un SBU, generando problemas de salud, nutrición deficiente, migración a las zonas urbanas entre otros. Esta información se describe a partir de una observación directa en la población estudiada, mediante un diálogo directo con los pobladores.

La situación actual de la comunidad Ñucanchi Lacta, es la siguiente:

Características familiares	Ingresos	Otras actividades	PROBLEMAS
Gente muy abierta y alegre, se encuentran en constante socialización entre las familias y muy solidarios. Promedio 5 integrantes Adultos entre 20 y 30 años, 75% menores de edad	<130 USD/mes Actividad principal agricultura, pesca, crianza de animales domésticos, actividades casuales	Celebraciones comunitarias, deporte principal el futbol (campeonatos internos frecuentes), tanto hombres como mujeres.	Insuficientes ingresos, trabajos sin remuneración fija. Salud insatisfecha, subalimentación, escasa variedad de alimentos en la dieta.

El nivel de escolaridad es bajo, en un 5% los adultos han terminado sus estudios de secundaria, pero en los jóvenes entre 12 años en adelante los niveles de escolaridad se incrementa en un 100%, y dos personas de las comunidades estudiadas tienen terminada una carrera universitaria

Esta población vulnerable con alto potencial productivo, considerando que es una población joven, necesita asistencia para fijar una actividad económica sostenible para mejorar sus ingresos. Actualmente la agrupación posee una organización de segundo grado, la que a través de gestiones ha proyectado su desarrollo, entre las instituciones que han apoyado su iniciativa está PETROAMAZONAS Empresa Pública (PAM, EP), esta institución estatal ha motivado la creación de una Microempresa local de producción de ropa deportiva, donando materia prima y varias máquinas para la confección textil en esta rama, a la par el SECAP impulsó una capacitación práctica para crear habilidades de confección de ropa deportiva, si bien es cierto que una actividad como esta soluciona en parte la problemática de ingresos económicos para permitirles crecer y desarrollarse por su propio esfuerzo, esta opción no será la única.

El Programa de Relaciones Comunitarias de PETROAMAZONAS PAM, actúa como líder en la comunidad, dotando a futuros emprendedores locales de proyectos de intervención social y económica para lograr beneficios hacia una mejor calidad de vida.

PAM entregó como donación maquinaria e insumos para este emprendimiento, para el año 2015 se prevé que apoyará con un local para la planta, así también, la comunidad acuerda

poner como contraparte el terreno para la construcción de las instalaciones de su empresa; adicionalmente han recibido cursos de capacitación con el SECAP.

2.1.1. De la futura empresa

La futura empresa “ROPA ALLI CHURARINA”, será una organización social de proyección económica, surge de 5 comunidades de Chonta Punta, se viene coordinando esta idea de negocio desde el mes de abril del año 2013, Se trabajará como una asociación comunitaria de la comunidad Ñucanchi Llacta, actualmente reciben capacitación para producir ropa deportiva; en poco tiempo gracias a la confianza de su gente y el compromiso de sus potenciales clientes, existe la posibilidad de implementarse como empresa tipo microempresa constituida por los asociados en la comunidad, quienes serán los accionistas propietarios, con una meta puntal a crecer y llegar a producir ropa deportiva para el consumo local.

Los habitantes de las comunidades practican deporte de manera constante en campeonatos de fútbol populares, de tal manera que se tendrá una demanda potencial en la región.

2.2. Objetivos del estudio de mercado

- Determinar la demanda insatisfecha de ropa deportiva y uniformes en la comunidad Ñucanchi Llacta de la parroquia la Chonta Punta cantón Tena.
- Analizar precios de la microempresa de producción de ropa deportiva.
- Definir la comercialización para la microempresa de producción de ropa deportiva.
- Desarrollar el Plan de Mercadeo.

2.3 Metodología

En la realización del estudio de mercado se procedió a utilizar fuentes de información secundaria para datos de la oferta, se aplicó información primaria para determinar la demanda a través de la encuesta, la misma que permitió cuantificar la demanda, para su proyección y determinar la demanda insatisfecha y luego la demanda objetiva o cuota de participación en el mercado; para la demanda histórica se tomó los datos del INEC - PEA de los años 2009-2013, la encuesta permitió determinar el precio, la aceptación de los clientes y disposición de pago, además determinar los canales de comercialización para el presente proyecto.

Para la recolección de la información primaria, se aplicaron encuestas a una muestra obtenida estadísticamente de 75.680 habitantes de la Población Económicamente Activa (PEA) del cantón Tena - Provincia de Napo según el último censo poblacional 2010 publicado por el INEC; la muestra fue de 318 personas, la fórmula aplicada es para poblaciones finitas con un margen de error del 5% y un nivel de confianza del 95%; las personas encuestadas corresponde a edades de 18 - 50 años, el 50% de ellos son hombres y la diferencia mujeres considerando la equidad de género, otro aspecto tomado en cuenta es la capacidad de compra de las personas encuestas, esto ayuda a determinar el consumo aparente para determinar la demanda.

Para el análisis de precios se tomó como referente el precio promedio de la competencia, la capacidad de pago de los clientes, se analizaron los costos de producción y el margen de utilidad, definiéndose el precio de venta de la ropa deportiva. En cuanto a la comercialización se estableció un punto de producción y venta en la comunidad Ñucanchi Llacta, por ser considerado un lugar estratégico que une a las demás comunidades.

Para determinar el perfil del cliente se realizó a través la encuesta en las preguntas de identificación edad, sexo, nivel de ingresos y ocupación.

2.3.1 Población y muestra

La población es de 75.680 habitantes de la Población Económicamente Activa (PEA) del cantón Tena - Provincia de Napo según el último censo poblacional 2010 publicado por el INEC

La muestra fue calculada con la fórmula:

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

Dónde:

- n es el tamaño de la muestra;
- Z Con un nivel de confianza 95% = (1.95)
- P es la variabilidad positiva; (0.5)
- Q es la variabilidad negativa; (0.5)
- N es el tamaño de la población entre 18-50 a;
- E es la precisión o el error 5%.

$$n = \frac{1.95^2 * 0.50 * 0.50 * 75680}{0.05^2 * (75680 - 1) * +1.95^2 * 0.50 * 0.50}$$

$$n = 318$$

En la Tabla No. 1, podemos identificar la cantidad de habitantes que tiene la Parroquia Chonta Punta a la que pertenecen sus comunidades.

Tabla N° 1 Distribución de la población del cantón Tena, con sus parroquias

DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN DEL CANTÓN TENA, SEGÚN PARROQUIAS			
PARROQUIAS	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
TOTAL	46.007	23.213	22.794
TENA (URBANO)	16.669	8.248	8.421
AREA RURAL	29.338	14.965	14.373
PERIFERIA	6.296	3.095	3.201
AHUANO	4.773	2.488	2.285
CHONTAPUNTA	6.298	3.300	2.998
PANO	913	453	460
PUERTO MISAHUALLÍ	4.369	2.272	2.097
PUERTO NAPO	4.389	2.234	2.155
TÁLAG	2.300	1.123	1.177

Fuente. Fotos INEC 2014

En cuanto a fuentes secundarias se tomaron en cuenta las estadísticas de las unidades educativas cercanas al punto futuro de producción y Ecuador en cifras respectivamente, en el año 2014. A continuación, en la Tabla No. 2, se detalla la población y muestra a la que se aplicó la encuesta para el estudio de mercado.

Tabla No. 2. Mercado actual y propuesta

POBLACIÓN	NÚMERO	MUESTRA*	AFIJACIÓN MUESTRAL	SEGMENTO
Comunidades Parroquia Chonta Punta con estudiantes en las unidades educativas cercanas	4000	41	1.35	13.0
Habitantes de la ciudad de Tena	68880	266	0.51	83.7
Habitantes vecinos con alumnos en las unidades educativas de Chonta Punta	2800	11	0.50	3.4
TOTAL POBLACIÓN	75680	318	2.36	100

Fuentes: Ecuador en cifras, Ministerio de educación y padres de familia de las unidades educativas, encuesta aplicada, * Muestra porcentualmente distribuida, con criterio de género, 2014.

2.3.1 Análisis e interpretación de los resultados de la encuesta.

Una vez establecida la población y muestra, se aplicó la encuesta diseñada para establecer los parámetros de diagnóstico poblacional y sus preferencias de consumo en ropa deportiva, para luego cuantificar como potencial mercado, en consecuencia: si favorecerá o no a la inversión e implementación de la empresa.

2.3.1.1 Características socioeconómicas.

Se establecieron el grado de escolaridad, ingreso familiar y actividad económica de la población, no como parte de una sociedad de consumo, sino con un enfoque de consumo de ropa deportiva como una necesidad estricta.

Tabla 3. Características socioeconómicas.

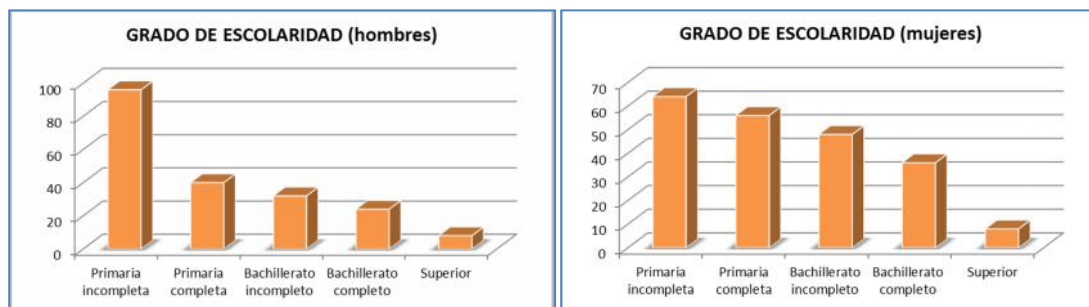
ASPECTOS SOCIOECONÓMICO		MUJERES %	HOMBRES%
GRADO DE ESCOLARIDAD	Primaria incompleta	30	48
	Primaria completa	26	20
	Bachillerato incompleto	23	16
	Bachillerato completo	17	12
	Superior	4	4
INGRESO FAMILIAR	Menos del salario básico	38	38
	Salario Básico	28	36
	Más del salario básico	15	14
	Negocio propio o ingresos suficientes	8	12
	No tiene trabajo	11	0
ACTIVIDAD ECONÓMICA	Empleado público	19	16
	Empleado privado	17	27
	Docente	4	6
	Agricultor	32	29
	Estudiante	11	10
	Comerciante	17	12

Fuente: Encuesta levantada en la provincia de Napo 2013

Elaborado por Benítez, M. 2014

En la Tabla 3. El 48 % de los encuestados son hombres y tienen primaria incompleta, el 38% de hombres tienen ingresos bajo el salario mínimo básico, un 32% se dedica a la agricultura, en cuanto a las mujeres el 30% de ellas posee primaria incompleta, el 38% gana menos del salario básico y el 38% se dedica a la agricultura pero a ellas se les atribuye además el trabajo doméstico.

Gráfico No 1. Nivel de estudios.

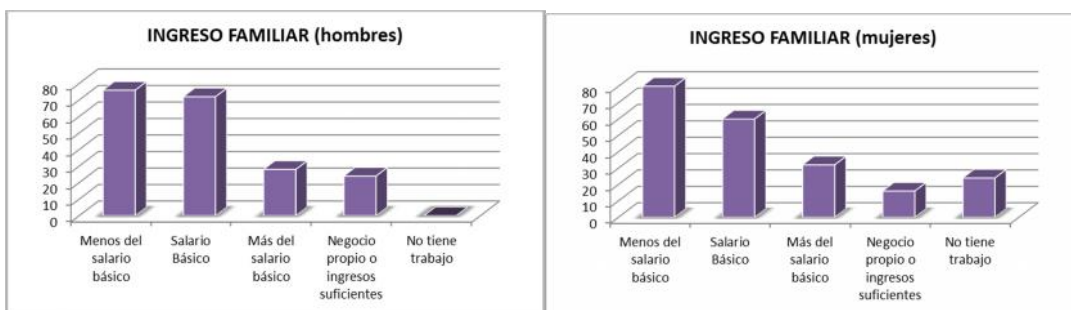


Fuente: Encuesta levantada en la provincia de Napo 2013, aplicada a la muestra.

Elaborado por Benítez, M. 2014

El gráfico No.1 indica que el 60-80 % de la población estudiada posee primaria incompleta, entre 30-50 % primaria completa, y el restante entre bachillerato incompleto, bachillerato completo y menos del 5% nivel superior.

Gráfico No. 2. Ingresos familiares.

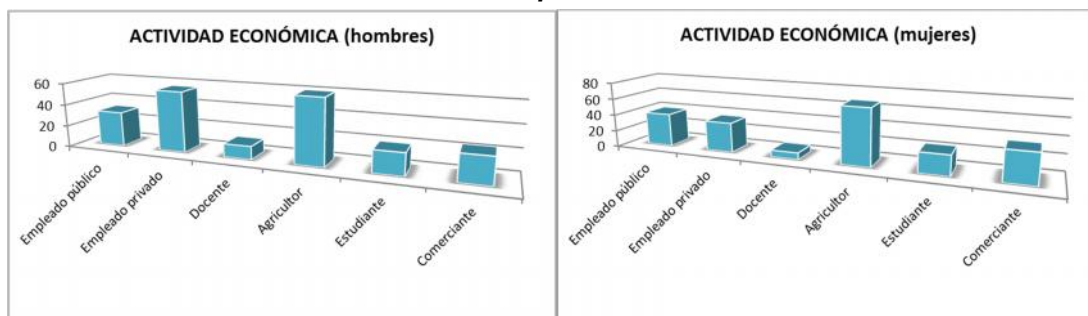


Fuente: Encuesta levantada en la provincia de Napo 2013

Elaborado por Benítez, M. 2014

Lo más relevante del ingreso familiar estudiado, está precisamente en el hecho de que la población local alrededor del 50%, posee unos ingresos que no llegan al salario básico, aspecto observado en el gráfico No. 2.

Gráfico No. 3. Actividad económica de la población.



Fuente: Encuesta levantada en la provincia de Napo 2013

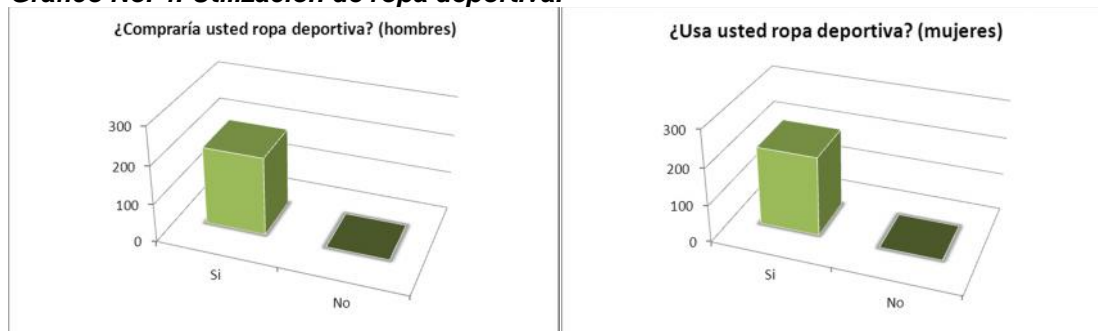
Elaborado por Benítez, M. 2014

El gráfico No.3 revela que el 30% de la población estudiada se dedica a la actividad de agricultura en el caso de las mujeres, en el caso de hombres no existe mayor diferencia de porcentaje entre la actividad de agricultor y empleado privado, en general el 30% de todos corresponde a la actividad de agricultura.

2.3.1.2 La ropa deportiva como producto de la empresa y la muestra estudiada.

Se establecieron los hábitos de consumo de ropa deportiva y preferencias de la población al respecto, así como precios y frecuencias de consumo de estos productos.

Gráfico No. 4. Utilización de ropa deportiva.

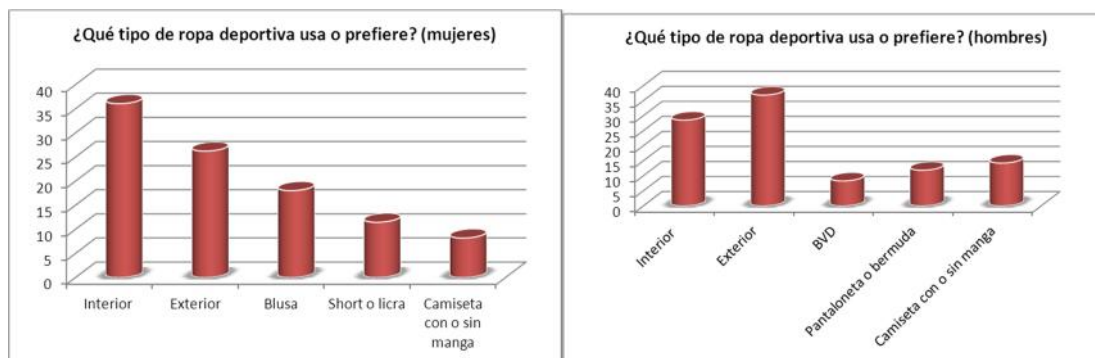


Fuente: Encuesta levantada en la provincia de Napo 2013

Elaborado por Benítez, M. 2014

De acuerdo al gráfico No. 4, el 100% de la población utiliza ropa deportiva.

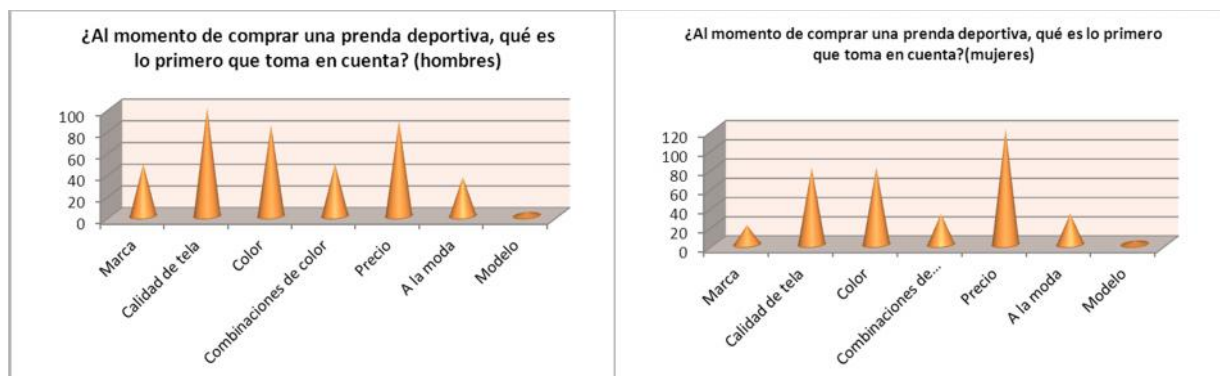
Gráfico No. 5. Tipo de ropa deportiva.



**Fuente: Encuesta levantada en la provincia de Napo 2013.
Elaborado por Benítez, M. 2014.**

En el gráfico No. 5 se evidencia que el 96% de hombres utilizan ternos o pantalones de tipo exterior en ropa deportiva, mientras que las mujeres en un 36% utilizan ternos interiores, en este tipo de prendas para mujeres se incluyen las licras, en suma las dos opiniones un 62% para los dos productos, aspecto importante para la producción.

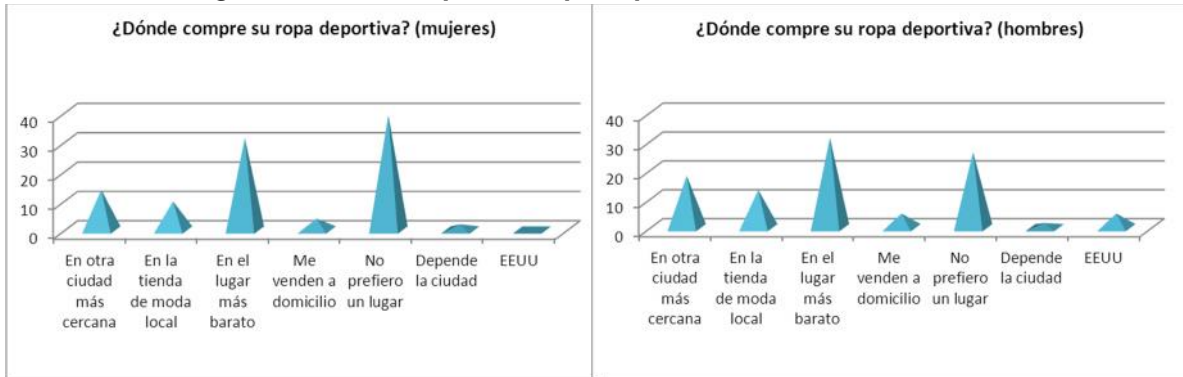
Gráfico No. 6. Aspectos de compra en ropa deportiva.



**Fuente: Encuesta levantada en la provincia de Napo 2013
Elaborado por Benítez, M. 2014**

En el gráfico No 6, el 68% de los hombres prefieren y seleccionan su ropa deportiva en este disposición y al menos en uno de estos aspectos: en función de la calidad de la tela, precio y color; mientras que para las mujeres en primer lugar está el precio, calidad de tela y color, en un 70%, señalan en al menos uno de ellos.

Gráfico No. 7. Lugar en donde compran la ropa deportiva.

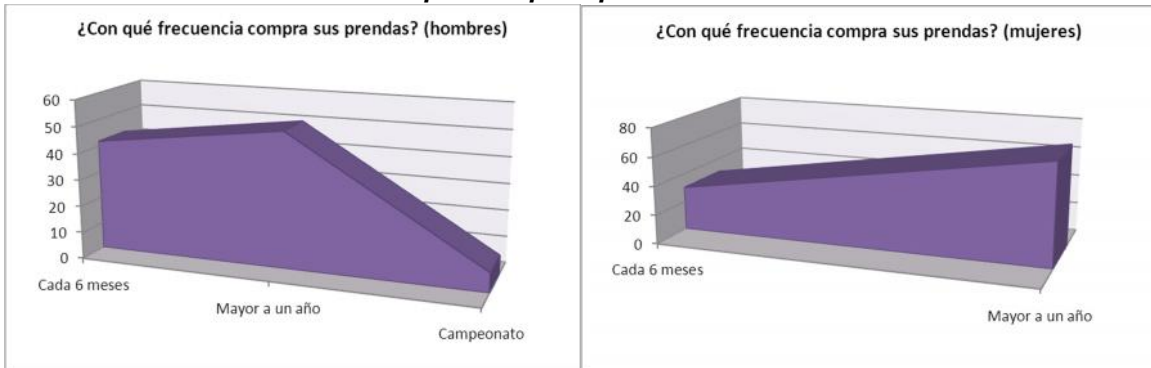


Fuente: Encuesta levantada en la provincia de Napo 2013

Elaborado por Benítez, M. 2014

Por otra parte, según el gráfico No 7, cuando adquieren su ropa deportiva, en un mayor porcentaje los hombres compran en un lugar más barato o no prefieren un lugar. Las mujeres no prefieren un lugar y luego buscan también el más barato. Los hombres para comprar: el 31% buscan un lugar barato y el 26% no prefieren un lugar. Las mujeres el 39% no prefieren un lugar específico para comprar; el 31% prefiere un lugar más barato. El 30% de mujeres no prefiere un lugar, el 25% adquiere en el lugar más barato, mientras que los hombres el 25% prefiere el lugar más barato y un 23% no refiere un lugar, el resto de la población responde de diversas maneras como en la ciudad más cercana, en la tienda de moda, venta a domicilio, entre las respuestas más importantes.

Gráfico No.8. Frecuencia de compra la ropa deportiva.



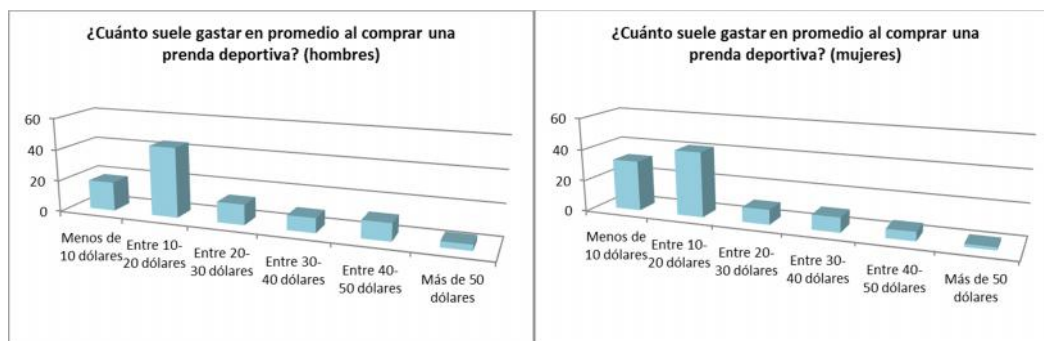
Fuente: Encuesta levantada en la provincia de Napo 2013

Elaborado por Benítez, M. 2014

La frecuencia de compra es cada 6 meses y más de un año, que corresponde al 93% de los hombres; en el caso de las mujeres, el 30% en cada 6 meses y el 70% más de un año, ver gráfico No. 8. En este punto se incluyen los campeonatos, los cuales son permanentes, tanto con la participación de los/las estudiantes de las unidades educativas como los maestros/as, padres y madres de familia.

Considerando el tipo de población y características socioeconómicas, no debemos buscar muchas pautas para entender la frecuencia de compra de ropa deportiva, sin embargo, los estudiantes que asisten a las unidades educativas, son un segmento importante que garantiza el consumo de los productos de la empresa de forma periódica, sumándose el consumo del resto de la población, tenemos un mercado potencial.

Gráfico No. 9. Cuanto suele pagar por la compra de ropa deportiva.

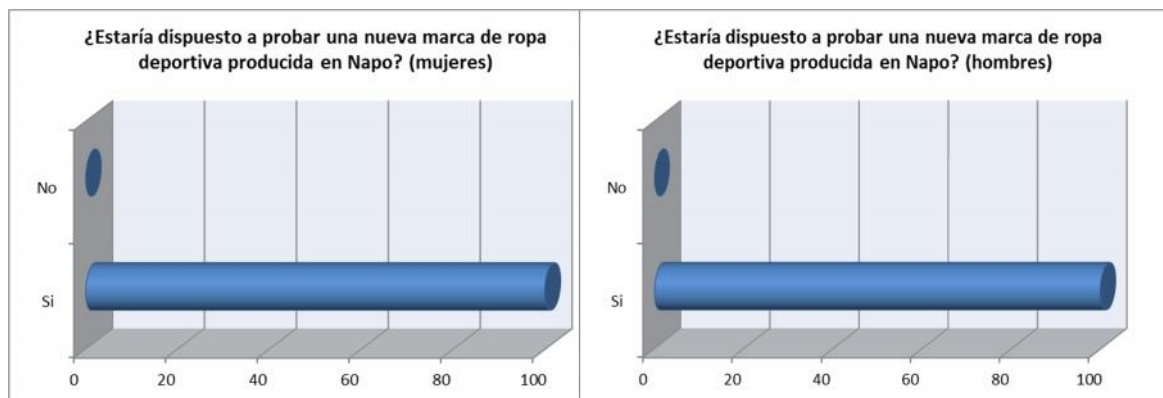


Fuente: Encuesta levantada en la provincia de Napo 2013

Elaborado por Benítez, M. 2014

Analizando el gráfico No. 9, el 40 % de los hombres y mujeres están dispuestos a pagar entre 10-20 dólares por la ropa deportiva, el 20 % de hombres, así como el 30% de mujeres se disponen a pagar menos de 10 dólares. El porcentaje restante en los dos casos, que es el 30% pagará más de 20 dólares, oportunidad importante para la empresa.

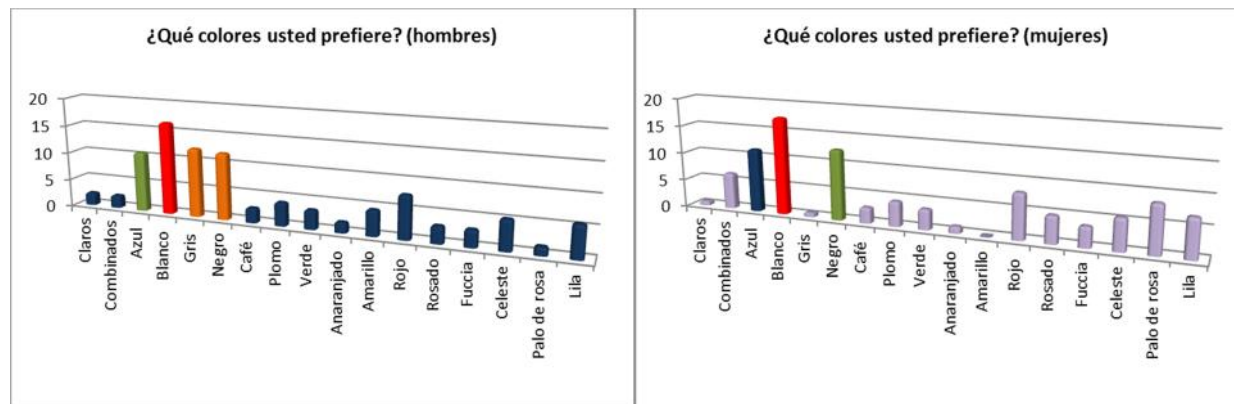
Gráfico No 10. Dispuestos a comprar una nueva marca de ropa en Napo.



**Fuente: Encuesta levantada en la provincia de Napo 2013
Elaborado por Benítez, M. 2014**

En el gráfico No.10, el 100% de la población apoya la idea de la implementación de ropa deportiva en la provincia de Napo, porque manifiesta que están dispuestos a comprarla, opinión independiente del género.

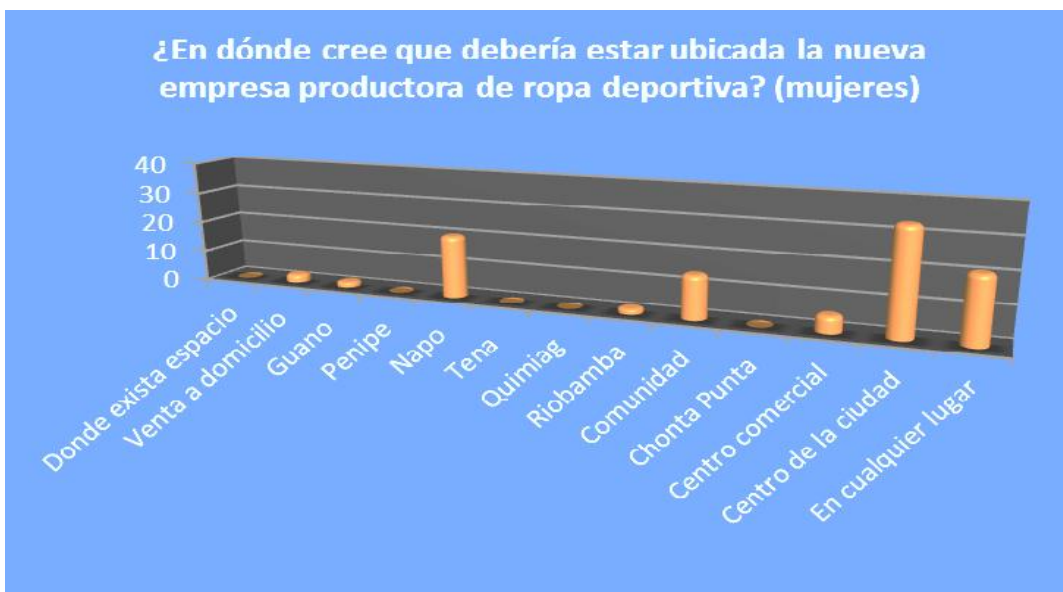
Gráfico No 11. Colores preferidos por hombres y mujeres.



**Fuente: Encuesta levantada en la provincia de Napo 2013
Elaborado por Benítez, M. 2014**

Los colores preferidos por los caballeros son el blanco, gris, negro y azul, mientras que las damas prefieren el blanco, negro y azul, sin embargo ellas señalan otros colores muy variados en su preferencia. Ver gráfico No. 11.

Gráfico No. 12. En qué lugar sugieren las mujeres se ubique la empresa.



Fuente: Encuesta levantada en la provincia de Napo 2013
Elaborado por Benítez, M. 2014

La población de mujeres en estudio manifiesta en un 30% que la empresa debe ubicarse en el centro de la ciudad, un 20% en cualquier lugar, un 18% en Napo y un 10% en la comunidad, gráfico No.12.

Gráfico No. 13. En qué lugar sugieren los hombres se ubique la empresa.



Fuente: Encuesta levantada en la provincia de Napo 2013
Elaborado por Benítez, M. 2014

La población de hombres en estudio manifiesta en un 42% que la empresa debe ubicarse en el centro de la ciudad, un 15% en Napo y un 15% en la comunidad. Ver gráfico No. 13. La población prefiere que la empresa se encuentre ubicada en la ciudad. Esto nos conduce a pensar que en este caso puede ser la ciudad de Tena, aspecto que nos da la pauta que si la planta de producción al estar localizada en un sector comunitario, debe decidir sobre la posibilidad de un centro de distribución en el lugar de mayor preferencia de la población encuestada.

2.4. ANÁLISIS DE DEMANDA, OFERTA, PRECIOS, COMERCIALIZACIÓN

2.4.1 Análisis de la demanda

Tabla No. 4. Demanda histórica

Años	No. Personas Demandantes
2009	75680
2010	76815
2011	77967
2012	79137
2013	80324

Fuente: INEC- PEA 2010, encuestas aplicadas febrero 2014

Elaborado por: Benítez, M. 2014

Para la proyección de la demanda histórica se aplicó el método Ecuación de la Línea Recta o mínimos cuadrados obteniendo los siguientes datos:

Tabla Nº. 5. Demanda proyectada

Años	No. Personas Demandantes
2014	81468
2015	82629
2016	83790
2017	84951
2018	86112

Fuente: Tabla No. 4

Elaborado por: Benítez, M. 2014

2.4.2 ANÁLISIS DE LA OFERTA

Tabla No. 6. Oferta histórica

Años	Oferta No. Personas
2009	12720
2010	13356
2011	14024
2012	14725
2013	15461

Fuente: INEC- PEA, 2010. Encuesta a PYMES de la comunidad Ñucanchi Llacta, febrero 2014.

Elaborado por: Benítez, M. 2014

Para la proyección de la oferta histórica se aplicó el método Ecuación de la Línea Recta o mínimos cuadrados obteniendo los siguientes datos:

Tabla No. 7. Cálculo de la Proyección de la Oferta

Años	Oferta No. Personas
2014	15696
2015	15934
2016	16176
2017	16427
2018	16676

Fuente: Tabla No. 6. INEC Censo 2010 Crecimiento Poblacional 1.52% anual.

Elaborado por: Benítez, M. 2014

Los cálculos para la oferta tomaron en cuenta los pequeños negocios en la ciudad de Tena, pues en la comunidad Ñucanchi Llacta y las otras cuatro, existe ausencia total de este tipo de producción, y los métodos matemáticos aplicados fueron similares a los de la demanda.

2.4.3 Análisis de precios

Los precios se establecieron en función de los costos de producción además de realizar un análisis comparativo de la competencia. El margen de utilidad, se estableció con tres porcentajes: el 30%, 60% y el 90%, para analizar con el precio promedio de la competencia y la disponibilidad de pago de los clientes.

Tabla No. 8. Precios con márgenes variados

PRODUCTOS	Costo Producción	P. competencia	Margen 30%	Margen 60%	P. VENTA 30%	P. Venta 60%
Pantalón deportivo	3.84	12	1.15	3.46	5	7
Licras	3.85	8	1.15	3.46	5	7
Ternos deportivos exteriores	11.11	20	3.89	10.00	15	21
Camiseta Polo	5.38	8	1.61	4.84	7	10
Camiseta o blusas	2.31	8	0.69	2.07	3	4
Pantalónetas y shorts	3.85	5	1.15	3.46	5	7
Ternos interiores deportivos	5.39	12	1.62	4.85	7	10

Elaborado por: Benítez, M. 2014.

Fuente.- Costos de producción y Fuentes directas.

En la tabla No. 8, observamos las prendas deportivas incluidas su costo de producción, con márgenes utilidades del 30 y 60%; el precio de venta tiene un margen de utilidad del 60%.

2.4.3.1 Segmentación del mercado

El segmento objetivo son los estudiantes de las unidades educativas cercanas registradas en el Ministerio de Educación 2014: Kanambu Vía a Chonta Punta-Ñucanchi Allpa, Dr. Jaime Hurtado González Ñucanchi Llacta, Sumak Sacha, otras de Tena. Unidades educativas que se encuentran ubicadas geográficamente a una distancia de 5 km cercanas a la parroquia Ñucanchi Llacta, las personas encuestadas manifiestan su aceptación del 100%, los mismos que sugieren que se venda a un precio módico; el 50% de los encuestados son hombres y el 50% mujeres, el 60% de hombres han terminado su primaria y el 80% de las mujeres; el 50% de hombres y mujeres reciben un Salario Básico Unificado, el 32% de mujeres y el 20.9% en hombres se dedican a la agricultura. .

Tabla No. 9. Unidades educativas meta

NOMBRE	NÚMERO DE ESTUDIANTES
Kanambu	400
Ñuca Llacta	270
Sumak Sacha	170
TOTAL	840

Fuente: Unidades Educativas locales, registradas en el Ministerio de Educación 2014

Elaborado por: Benítez, M. 2014

Existe un promedio de 840 estudiantes de las unidades educativas locales, registradas en el Ministerio de Educación 2014: Kanambu Vía a Chonta Punta, Ñucanchi Allpa, Dr. Jaime Hurtado González Ñucanchi Llacta, Sumak Sacha, otras de Tena. Ver Tabla No. 9.

Tabla No.10. Clientes potenciales

MERCADO META	Comunidades cercanas	CIUDAD	VISITAS
840	6797	43762	1778
853	6846	44081	1791
866	6896	44400	1804
877	6945	44718	1816
890	6995	45036	1829

Fuente: Ecuador en cifras, PEA; Ministerio Educación, Ministerio de Turismo, 2014.

Elaborado por: Benítez, M. 2014

La fusión del número de clientes que adquirirían regularmente ropa deportiva y estudiantes, define la cantidad de compradores seguros, además podemos considerar que existen otros clientes que además de los clientes cautivos, potencian el desarrollo futuro de la empresa, en la tabla No. 10, se proyectan entre otros las cifras del Ministerio de Turismo con un margen creciente de un 10% anual.

2.4.4 Análisis de comercialización.

Los productos se comercializarán en dos canales de distribución: directos e indirectos. El canal directo es el Punto de venta en la planta de producción VENTA DIRECTA. El canal indirecto va por medio de intermediarios al cual se aplicara un porcentaje de descuento del 5% al 15% por volumen de ventas. Ver tabla No. 11.

Tabla No. 11. Precios y descuentos

PRODUCTOS	PRECIO PLANTA MÍNIMO	DESCUENTO 5% / 12 hasta menos de 50 u	DESCUENTO 10% / 50 a 99 u	DESCUENTO 15% / más de 100 u	INCREMENTO POR PUNTO DE DISTRIB.	COMPETENCIA
Pantalón deportivo	7	8.3	7.9	7.4	9	12
Licras	7	8.3	7.9	7.5	9	8
Ternos deportivos exteriores	21	24.1	22.8	21.5	25	20
Camiseta Polo	10	11.7	11.0	10.4	12	8
Camiseta o blusas	4	5.0	4.7	4.5	5	8
Pantalónetas y shorts	7	8.3	7.9	7.5	9	5
Ternos interiores deportivos	10	11.7	11.1	10.4	12	12

Elaborado por: Benítez, M. 2014.

Fuente.- tamaño de la empresa

Tabla No. 12. Datos de distribución

DETALLE	PROCESO
PAGOS	CONTADO
TRANSPORTE	4 USD/ FLETE/BULTO 100 UN
CADENA 1	PLANTA-CLIENTE
CADENA 2	PLANTA PUNTO DIST. CLIENTE

Elaborado por: Benítez, M. 2014.

Fuente.- Directa en el transporte local.

Los canales de distribución de ropa deportiva se adecuan de acuerdo a las necesidades del negocio, adapta a los clientes, sobre todo garantizan el acceso a las ventas y cubrir las necesidades de los consumidores. De esta forma se garantiza el éxito de la operación de comercialización. Se destaca la importancia de los precios por existir la distribución fabricante – cliente. Ver tabla No. 12

2.5. Demanda insatisfecha

En el presente estudio se puede determinar que existe demanda insatisfecha debido a los datos históricos y proyectados, se pretende cubrir un 70% de este mercado insatisfecho en ROPA DEPORTIVA.

Tabla No. 13. Demanda insatisfecha

Años	Demanda	Oferta	DI	70% participación
2014	81468	16113	65355	52284
2015	82629	16798	65831	52665
2016	83790	17483	66307	53046
2017	84951	18168	66783	53426
2018	86112	18853	67259	53807

Fuente: Tablas 4, 5, 6, 7.

Elaborado por: Benítez, M. 2014

2.6. Plan de Mercadeo

El siguiente paso es la elaboración del plan de mercadeo.

Nombre de la empresa: ROPA ALLI CHURARINA.

Tipo de organización: Social; organización comunitaria de base.

Ubicación de la Empresa: La comunidad Ñucanchi Llacta.

Comunidades integradas: 5 comunidades de Chonta Punta.

Se encuentran Organizados: Desde el mes de abril del año 2013.

Producto: Ropa deportiva

Marca: ROPA ALLI CHURARINA

Identificados gráfico: Logotipo, tiene el mapa del sector que relaciona la identidad geográfica de la población hacia el desarrollo, aspecto que potencia su consumo local y proyecta su

origen hacia consumidores externos. Esto conlleva la producción de esta nueva marca de ropa con el buen vestir (ALLI CHURARINA), palabras descritas en el logotipo diseñado.

Eslogan: Utiliza un lenguaje sencillo que relaciona al producto de buena calidad elaborado en el sector, con bajos precios y al alcance de la economía local.



Colores representativos: Negro significa fuerza y status entre otros aspectos, el color verde frescura, naturaleza, salud.

Precio de venta al público: Los productos se manejarán en un margen de utilidad del 30% al 60% de acuerdo a cada tipo de prenda; obteniendo una alta rentabilidad y manteniendo precios menores a la competencia, en beneficio de los consumidores.

Estrategias sugeridas: Diferenciación

Puntos de Distribución: La comunidad Ñucanchi Llacta.

Cobertura: Local

Medios de comunicación a utilizarse: Impresos, radiales y redes sociales como Facebook.

CAPÍTULO III: TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN

3.1 Factores que determinan la localización

Para determinar la localización es importante determinar el lugar donde se implementará la empresa se realizó el análisis de dos comunidades que reunían los requisitos, procediendo a realizar el método de ponderaciones para identificar la localización óptima para el funcionamiento de la planta.

Tabla No. 14. Factores para determinar la localización óptima

Factores a ser analizados	Comunidad Ñucanchi Llacta	Comunidad Sumak Sacha
Lugar céntrico para las demás comunidades.	5	4
Servicios básicos	5	5
Espacio Físico	5	3
Personal capacitado	5	3
Total	20	15

Valoración 1 al 5: 5= alta, 3 medio, 1 bajo

Elaborado por: Benítez, M. 2014

En la valoración se determinó que la comunidad Nucanchi Llacta, será el lugar adecuado para la producción de ropa deportiva, en una relación de 20 puntos respecto a 15 puntos de la comunidad Sumak Sacha.

3.2 Macro y microlocalización

Se encuentra ubicado en la Provincia de Napo, Cantón Tena, Parroquia Chonta Punta, comunidad de Ñucanchi Llacta, en la casa comunal. La parroquia Chonta Punta tiene una superficie de 3921,76 km², es la segunda más grande en superficie y en población, con el 14% de la población Cantonal. “Esta Parroquia se encuentra ubicada al sur de la Provincia de Napo y el Cantón Tena, a orillas del gran río Napo y limita con las siguientes estribaciones:

Al norte: Río Sumino-Parroquia Ahuano

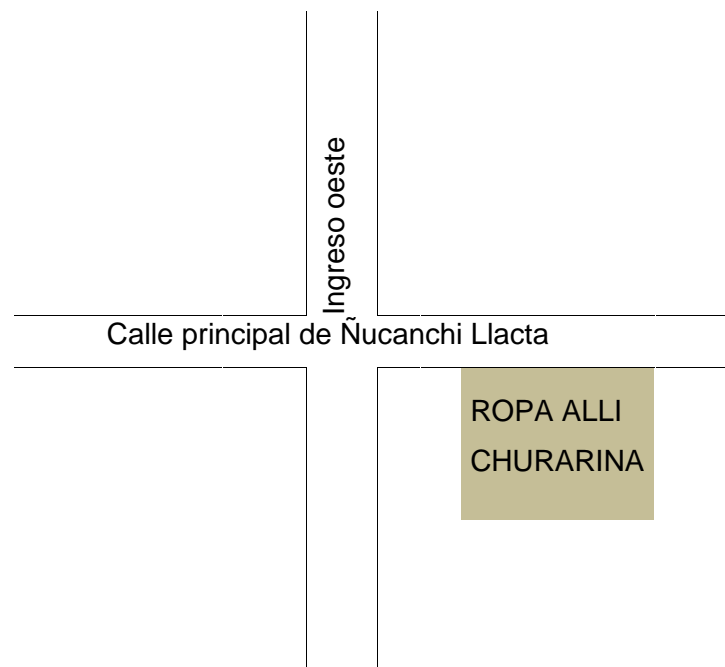
Al Sur: Comunidad Puma Punta-Prov. Orellana

Al Este: Río Curaray - Prov. Pastaza

Al Oeste: Río Bueno – Parroquia Ahuano

3.3 Localización de la empresa

Figura No. 2. Croquis de ubicación de la empresa.



Elaborado por: Benítez, M. 2014

3.4 Factores que determinan el tamaño de su proyecto

Para determinar el tamaño de la empresa, se realizó un análisis en función a los siguientes parámetros:

3.4.1 Tamaño en función a la capacidad instalada de la maquinaria.- Se determinó la capacidad de la maquinaria de acuerdo las características técnicas ofertadas en la empresa BROTHER.

3.4.2 Tamaño en función de la mano de obra capacitada.- El SECAP, tiene programas de capacitación en ropa deportiva, y se encuentra realizando programas de capacitación en la comunidad, actualmente son 23 comuneros capacitados en 5 módulos de confección de ropa deportiva, por tanto se cuenta con personal capacitado.

3.4.3. Tamaño en función a la materia prima.- La materia prima es abastecida por la Empresa estatal PETROAMAZONAS EP (PAM), a través del "Programa de Relaciones

Comunitarias (PRC) de PAM EP tiene como objetivo principal establecer nexos de sana convivencia con las comunidades e instituciones de las áreas de influencia directa de sus operaciones e integrar aspectos de Responsabilidad Social a los contenidos de sus programas.

3.4.4 Tamaño en función de maquinaria y tecnología.- El proyecto recibirá la donación de maquinarias e implementos por parte de la Empresa estatal PETROAMAZONAS EP (PAM), a través del “Programa de Relaciones Comunitarias (PRC) de PAM EP (ver tabla No. 26).

3.4.5 Tamaño en función del mercado.- El mercado inicial, se focaliza en las parroquias que se encuentran ubicadas alrededor I Parroquia Chonta Punta, y su comunidad de Ñucanchi Llacta, además que nuestro mercado potencial es la provincia de Tena.

3.4.6 Tamaño en función a la demanda insatisfecha.- Para analizar el mercado en función a la demanda insatisfecha se tomará en cuenta la tabla No. 15.

Tabla No. 15. Tamaño en función a la demanda insatisfecha

Años	Demanda	Oferta	DI	12.4% participación	%Participación por cap. producción
2014	81468	16113	65355	8104	8160
2015	82629	16798	65831	8163	9172
2016	83790	17483	66307	8222	10309
2017	84951	18168	66783	8281	11587
2018	86112	18853	67259	8340	13024

Fuente: Tabla No. 13.

Elaborado por: Benítez, M. 2014

3.5 Tamaño de la empresa

El tamaño de la empresa se determina para programar la producción, por lo tanto es necesario establecer los procesos y operaciones en detalle, la cantidad a producir en función del tiempo, la capacidad instalada a ser ocupada, y las proyecciones de crecimiento.

Tabla 16. Tamaño de la empresa

DESCRIPCIÓN	DIARIO			SEMANAL			MENSUAL			ANUAL		
	Und.	P/u	Total	Und.	p/u	Total	Und.	p/u	Total	Und.	p/u	Total
Pantalones	4	5	20	20	5	100	80	5	400	960	5	4800
Licras	7	5	35	35	5	175	140	5	700	1680	5	8400
Camisetas – blusas	4	3	12	20	3	100	80	3	400	960	3	4800
Camiseta polo	4	7	28	20	7	100	80	7	400	960	7	4800
Pantalinetas y short	7	5	35	35	5	175	140	5	700	1680	5	8400
Ternos Interiores	4	7	28	20	7	100	80	7	400	960	7	4800
Ternos exteriores	4	15	60	20	15	300	80	15	120	960	15	14400
Total	34		218	170		1050	680		3120	8160		45600

Fuente: Tabla No. 8

Elaborado por: Benítez, M. 2014

3.6 Capacidad instalada

La capacidad instalada es en función a los turnos a trabajarse en el día, en el proyecto se trabajará un turno diario de 8 horas diarias.

Tabla No. 17. Capacidad de la planta

Turnos	1 turno
Horario	8:00 a 16:00
Capacidad instalada	100%
Capacidad ocupada	33,33%
Capacidad ociosa	66,66%
Capacidad mínima	8160 unidades de prendas diferencia con capacidad producción 8104 es 56 unidades.
Capacidad máxima	13024 unidades de prendas
% de participación de mercado	12, 40%
% de participación por capacidad de producción	Año 1 62.65%

Elaborado por: Benítez, M. 2014.

3.7 Capacidad ocupada

La capacidad ocupada es el 62.65% para el primer año, y se utilizará un turno que equivale a 8 horas diarias de trabajo de lunes a viernes.

3.8 Programa de producción (cantidad a producir en el horizonte de proyecto establecido).

Tabla 18. Producción por años

Producción	Año 1			Año 2			Año 3			Año 4			Año 5		
	Und.	P/u	Total	Und.	p/u	Total	Und.	p/u	Total	Und.	p/u	Total	Und.	p/u	Total
Pantalones	960	5	4800	1079	5,2	5624	1213	5,4	6591	1363	5,7	7723	1532	5,9	9049
Licras	1680	5	8400	1888	5,2	9843	2122	5,4	11534	2386	5,7	13515	2681	5,9	15836
Camisetas – blusas	960	3	4800	1079	3,1	3375	1213	3,3	3954	1363	3,4	4634	1532	3,5	5430
Camiseta polo	960	7	4800	1079	7,3	7874	1213	7,6	9227	1363	7,9	10812	1532	8,3	12669
Pantalonetas y short	1680	5	8400	1888	5,2	9843	2122	5,4	11534	2386	5,7	13515	2681	5,9	15836
Ternos Interiores	960	7	4800	1079	7,3	7874	1213	7,6	9227	1363	7,9	10812	1532	8,3	12669
Ternos exteriores	960	15	14400	1079	15,6	16873	1213	16,3	19772	1363	17,0	23168	1532	17,7	27148
Total	8160		45600	9172		61307	10309		71838	11587		84177	13024		98636

El incremento en la producción es el 12,4% cada año.

El incremento del precio es según la inflación promedio 4.25% para cada año.

Fuente: Tabla 16

Elaborado por: Benítez, M. 2014

CAPÍTULO IV: INGENIERÍA DEL PROYECTO

4.1 Descripción de los productos.

Los productos elaborados por la empresa "ALLI CHURARINA" serán:

Pantalones deportivos.- En una prenda cómoda elaborada con telas compuestas principalmente por polyester que cubre las piernas hasta los talones y se ajusta en la cintura con cordones elásticos, con o sin lasos. Decorado y combinado a la moda.

Licras.- Son pantalones generalmente cortos sobre o bajo la rodilla, elásticos, elaborados con lycras ligeras, que contienen porcentajes diferentes de algodón. Se ajustan a las piernas sin incomodar su utilización, prendas altamente flexibles.

Camisetas y blusas.- Prendas masculinas (camisetas) y femeninas (camisetas o blusas) informales, cómodas y vistosas, diseñadas a la moda, generalmente con colores vivos y combinaciones agradables.

Camiseta polo.- Prendas masculinas o femeninas con cuello a doblar generalmente del mismo color de la prenda, manga corta, en variados colores.

Pantalonetas y shorts.- Pantalones cortos sobre la rodilla o a medio muslo, holgados, elaborados con telas para prendas deportivas no necesariamente elásticas, pero altamente flexibles, pueden tener o no tela malla interna.

Ternos Interiores.- Dos prendas deportivas cortas combinables generalmente conformados por una camiseta y una pantaloneta, tienen estampados y numeraciones, de acuerdo al deporte en el cual van a ser utilizados.

Ternos exteriores.- Dos prendas deportivas combinables, que cubren todo el cuerpo, generalmente están conformados por una chompa de mangas largas, cortas, o tipo chaleco y un pantalón largo. Elaborados con telas sintéticas de moda, muy cómodas y flexibles.

4.1.1 Productos y tipos de telas

Tabla 19. Productos, telas su composición y uso.

NOMBRES	CARACTERÍSTICAS Y USOS	
Polux	Composición:100% Pol Ancho:180 +/- 2 cm Peso:212 +/- 13 g/ m2	Deportes: Fitness, Fútbol Uso: Camisetas, Apliques en prendas deportivas Tecnologías: Stretch, Dry
Titanium Microfleece	Composición:100 % Pol Ancho:140 +/- 2 cms Peso:172 +/- 15 gr/ m2	Deportes: Outdoors Uso: Pantalones Tecnologías: Aqua
Stepway Jaspeado	Composición:85% pol - 15% spandex Ancho:171.00 +- 2 cm Peso:280.00 +- 10 g/m2	Deportes: Dotaciones deportivas y fitness Uso: Tops, shorts, busos, pantalones, capri, conjuntos fitness y apliques en prendas deportivas Tecnologías: Dry, Sweat, Color, Sun
Road	Composición:100 % Pol Ancho:149 +/- 2 cms Peso:179 +/- 20 g/ m2	Deportes: Fitness, Fútbol, Outdoors Uso: Busos, Chaquetas, Sudaderas, Pantalinetas Tecnologías: Aqua, Repel
Saviola Lycra	Composición:93 % Pol - 7 % Spandex Ancho:149 +/- 1 cms Peso:216 +/- 11 g/ m2	Deportes: Fitness Uso: Forros
Stepway	Composición:92 % Pol - 8 % Spandex Ancho:171 +/- 3 cm Peso:245 +/- 20 g/ m2	Deportes: Fitness Uso: Tops, Busos, Pantalones, Apliques en prendas deportivas Tecnologías: Stretch, Dry
Lacrosse	Davos:* Tela apta para DAVOS Composición:100% Pol Ancho:148,5 +/- 1,5 cms Peso:95 +/- 8 gr/ m2	Deportes: Ciclismo, Fitness, Fútbol, Outdoors Uso: Chalecos, Chaquetas Tecnologías: Repel
Challenge II	Composición:100% pol Ancho:151.00 +- 2 cm Peso:137.00 +- 7 g/m2	Deportes: Dotaciones deportivas Uso: Camisetas, tops, busos y apliques en prendas deportivas Tecnologías: Dry, Sweat, Color
Comfort Lycra L	Composición: 96% Pol - 4% Spandex Ancho:148,5 +/- 1,5 cms Peso:167,5 +/- 7,5 gr/m2	Deportes: Varios Uso: Pantalones, Faldas, Pantalinetas Tecnologías: Stretch, Repel

.../...

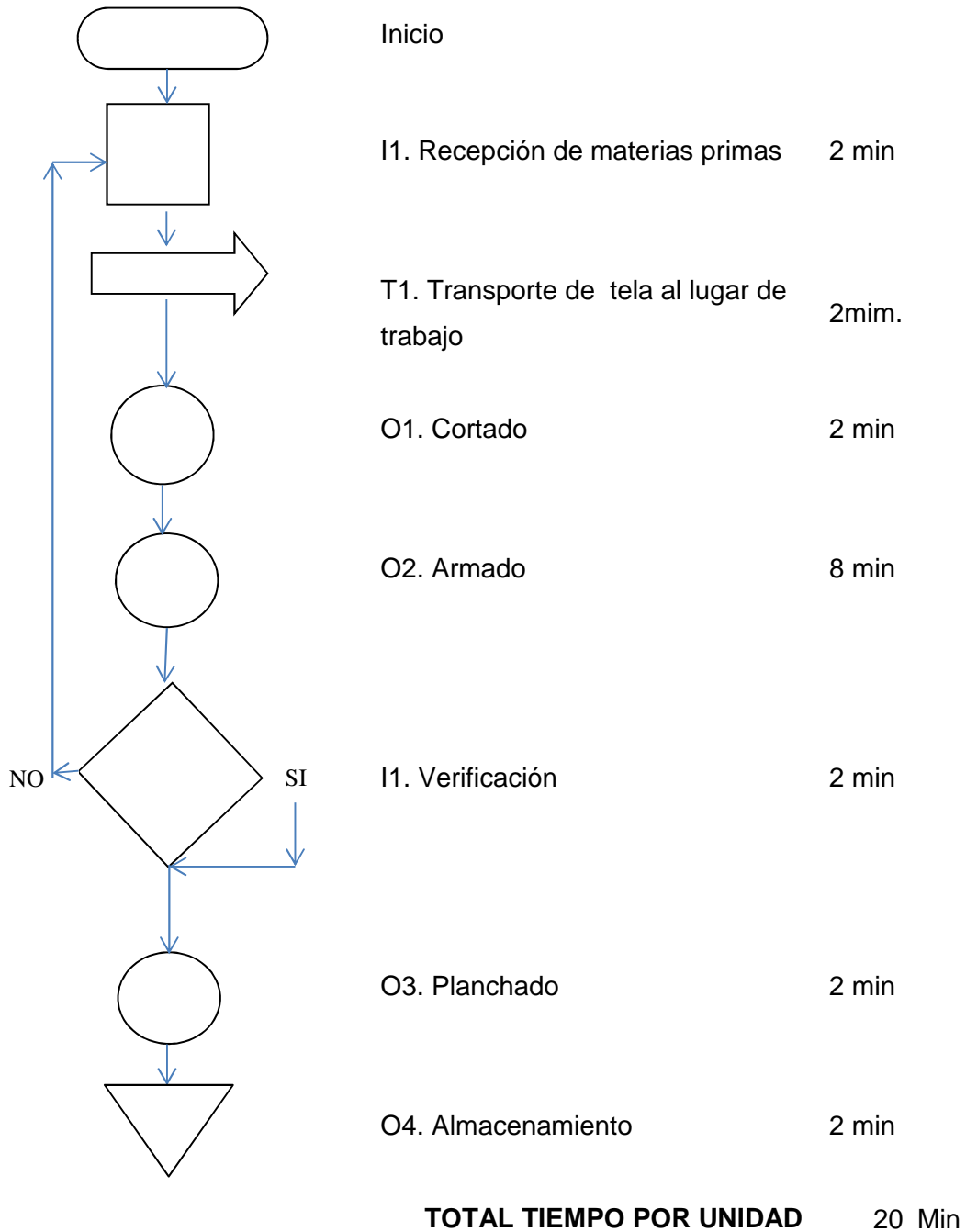
NOMBRES	CARACTERISTICAS Y USOS	
Polux	Composición:100% Pol Ancho:180 +/- 2 cm Peso:212 +/- 13 g/ m2	Deportes: Fitness, Fútbol Uso: Camisetas, Apliques en prendas deportivas Tecnologías: Stretch, Dry
Titanium Microfleece	Composición:100 % Pol Ancho:140 +/- 2 cms Peso:172 +/- 15 gr/ m2	Deportes: Outdoors Uso: Pantalones Tecnologías: Aqua
Stepway Jaspeado	Composición:85% pol - 15% spandex Ancho:171.00 +- 2 cm Peso:280.00 +- 10 g/m2	Deportes:Dotaciones deportivas y fitness Uso:Tops, shorts, busos, pantalones, capri, conjuntos fitness y apliques en prendas deportivas Tecnologías:Dry, Sweat, Color, Sun
Road	Composición:100 % Pol Ancho:149 +/- 2 cms Peso:179 +/- 20 g/ m2	Deportes: Fitness, Fútbol, Outdoors Uso: Busos, Chaquetas, Sudaderas, Pantalinetas Tecnologías: Aqua, Repel
Saviola Lycra	Composición:93 % Pol - 7 % Spandex Ancho:149 +/- 1 cms Peso:216 +/- 11 g/ m2	Deportes: Fitness Uso: Forros
Stepway	Composición:92 % Pol - 8 % Spandex Ancho:171 +/- 3 cm Peso:245 +/- 20 g/ m2	Deportes: Fitness Uso: Tops, Busos, Pantalones, Apliques en prendas deportivas Tecnologías: Stretch, Dry
Lacrosse	Davos:* Tela apta para DAVOS Composición:100% Pol Ancho:148,5 +/- 1,5 cms Peso:95 +/- 8 gr/ m2	Deportes: Ciclismo, Fitness, Fútbol, Outdoors Uso: Chalecos, Chaquetas Tecnologías: Repel
Challenge II	Composición:100% pol Ancho:151.00 +- 2 cm Peso:137.00 +- 7 g/m2	Deportes:Dotaciones deportivas Uso:Camisetas, tops, busos y apliques en prendas deportivas Tecnologías:Dry, Sweat, Color
Comfort Lycra L	Composición: 96% Pol - 4% Spandex Ancho:148,5 +/- 1,5 cms Peso:167,5 +/- 7,5 gr/m2	Deportes: Varios Uso: Pantalones, Faldas, Pantalinetas Tecnologías: Stretch, Repel

Fuente: Lafayette Sports2014

Elaborado por: Benítez, M. 2014

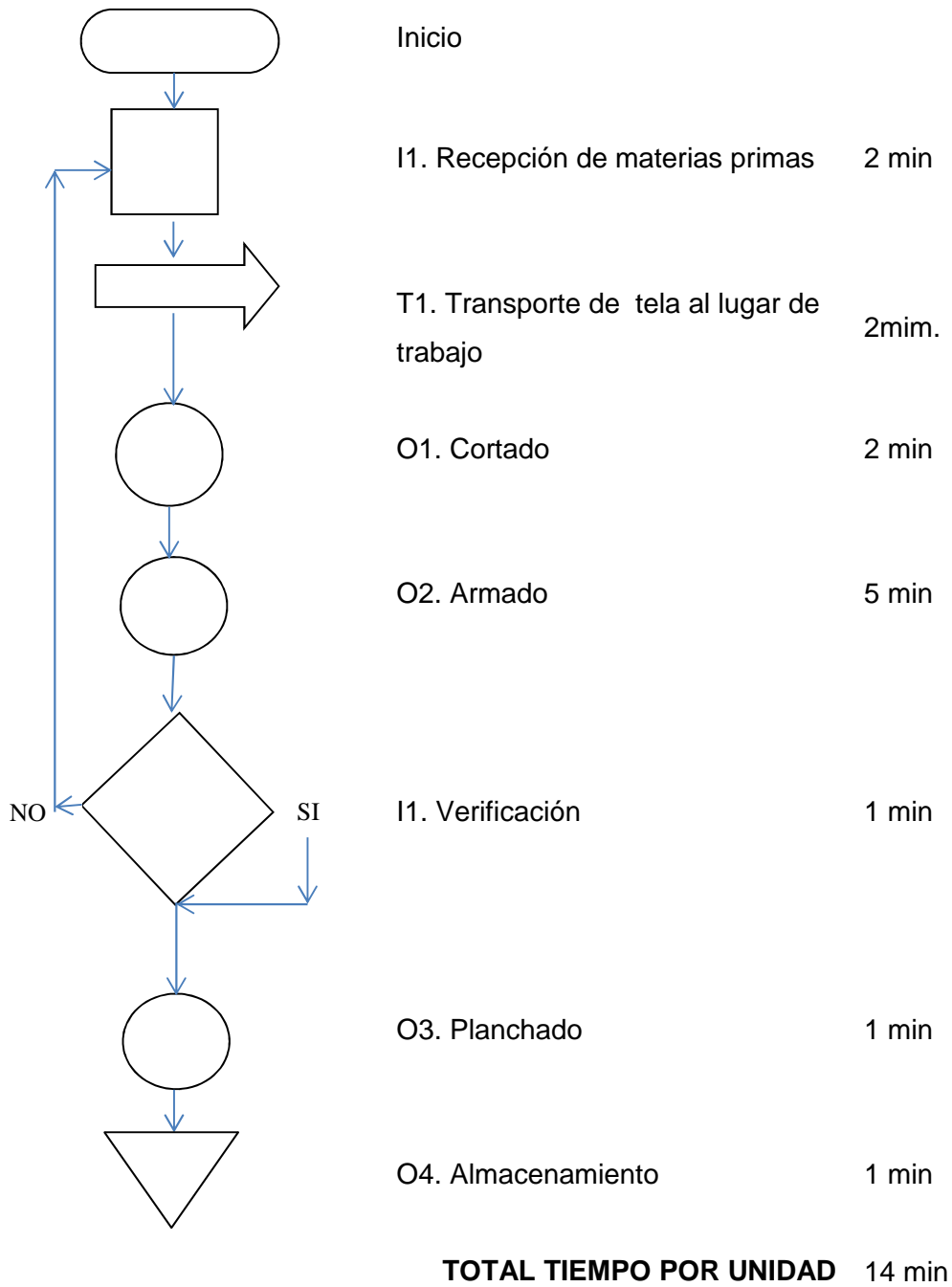
4.2 Proceso de producción

Figura No. 3. Proceso de producción terno deportivo exterior.



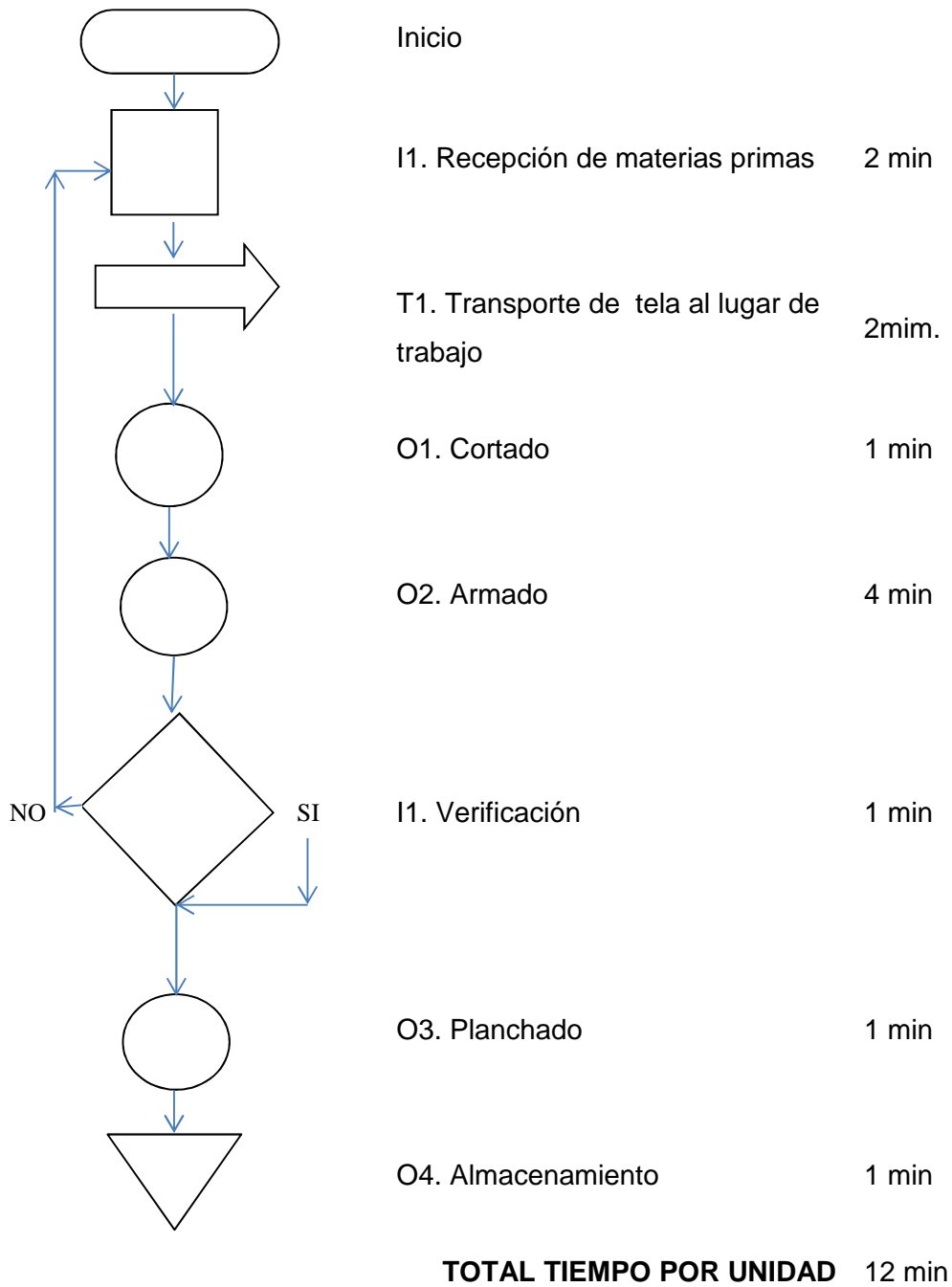
Elaborado por: Benítez, M. 2014

Figura No. 4. Proceso de producción ternos interiores



Elaborado por: Benítez, M. 2014

Figura No. 5. Proceso de producción lycras, shorts, camisetas, blusas, pantalonetas.



Elaborado por: Benítez, M. 2014

4.3 Distribución en planta

El orden de la planta optimiza el espacio y aumenta la eficiencia del trabajo de producción. Para la empresa ALLI CHURARINA, se ha realizado la distribución para realizar las siguientes actividades:

El área de producción abarca el área de revisión de materias primas, la bodega de distribución, cortes y confección, planchado y terminados, empacados.

El área administrativa comprende, la oficina de gerencia, secretaria, contabilidad y administrativa.

El área de comercialización, contempla la oficina de recepción y ventas.

En cuanto al aseo se tienen dos baños equipados para hombres y mujeres respectivamente.

Finalmente el área de almacenamiento se utiliza clasificar y distribuir los productos terminados.

En la tabla No. 20 se observan en áreas individuales y las superficies de cada una de las áreas descritas.

Tabla No. 20. Diseño planta

DEPENDENCIA	SUPERFICIE m ²
Área de producción	$(6.6*8.3)+(6.6*2.8)= 73.26$
Área de Administrativa	$(9.1*3.1)=28.21$
Área de comercialización	$(4.2*3.1)=13.02$
Área de aseo	$(2.8*3.8)=10.64$
Área de almacenamiento	$(5.2*3.1)=16.12$
Zona de ingresos, salidas	33.05
Total sup. Interna	174.3 m ²

Elaborado por: Benítez, M. 2014

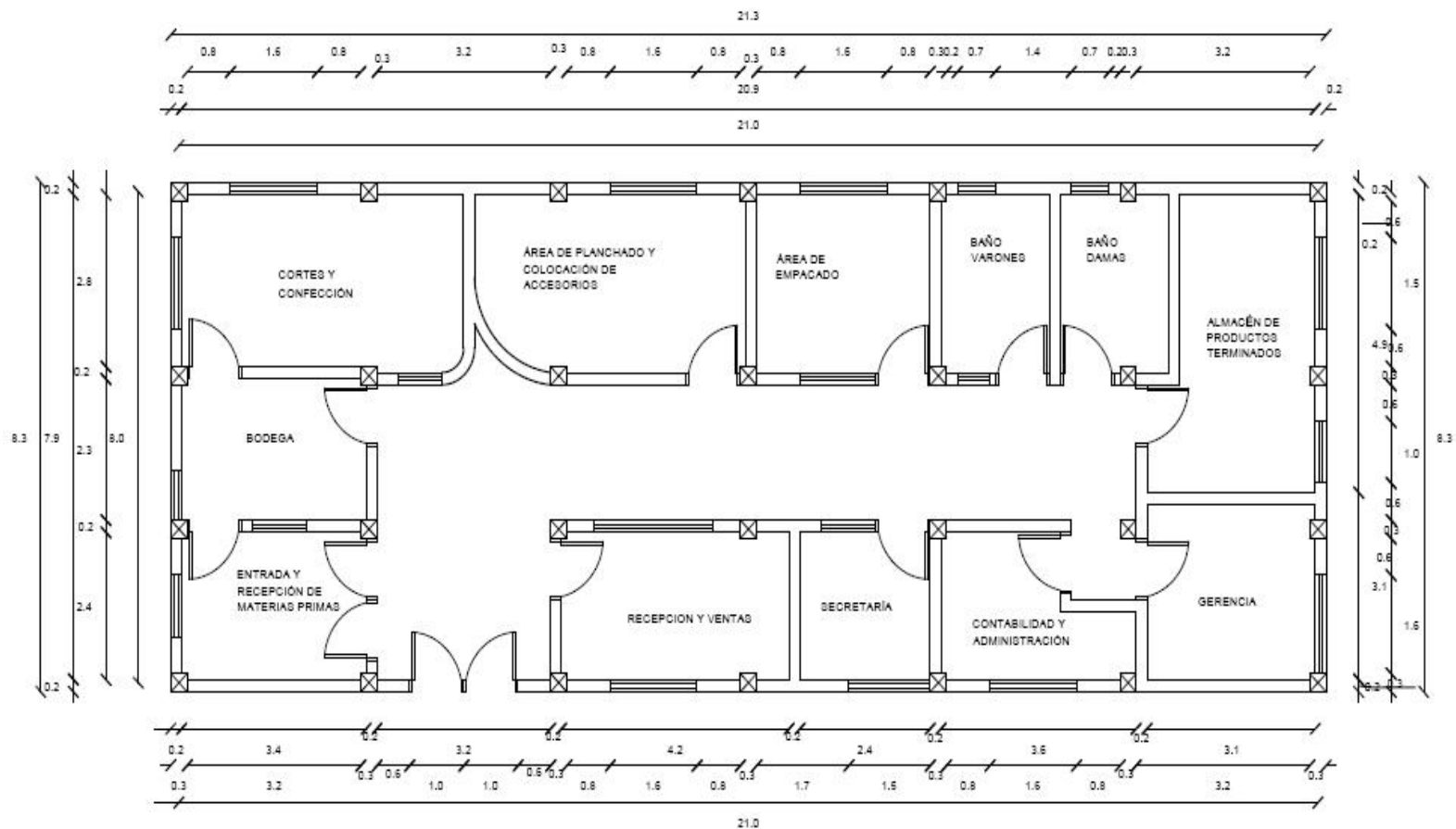
“Se buscará la forma más económica de operar, así como la seguridad y la satisfacción de todos los trabajadores, mediante las siguientes acciones:

- Completa interacción de todos los factores que intervienen en la distribución.
- El movimiento de mercadería cubrirá la mínima distancia posible.
- El trabajo se realizara mediante pasos y procesos, por secuencia lógica, en toda la planta”.

- Todo el espacio disponible se aprovechará al máximo.
- Se Logrará la satisfacción y mayor seguridad para todos los trabajadores.
- Las equipos, archivadores, exhibidores, etc. mantendrán una separación adecuada entre sí para no obstaculizarse y evitar accidentes.
- Los lugares de distribución de mercaderías estarán localizados convenientemente para ahorrar recorrido de personas.
- La mercadería se clasificara de manera que se facilite su selección y distribución.
- Los pasillos permitirán el libre tránsito en uno u otro sentido
- Se Contará con flexibilidad en la distribución, de manera que permita introducir mejoras.

La distribución puede cambiar para cada línea de prendas, de manera que lo más recomendable es una distribución orientada hacia el producto.” (SISALEMA, 2013)

Gráfico No. 14. Plano de Distribución de la Planta.



ALLI CHURARINA

Elaborado por: Benítez, M. 2014

4.4 Equipos e instalaciones necesarios.

Los equipos son todos de tipo industrial de buena calidad y última tecnología, acero inoxidable, velocidades variables y puntadas precisas. Motores de control al pie, 220 V. Sistemas de lubricación, cortado de hilo automáticos. Instalaciones en lugares seguros y fijos.

Espacios de tránsito de 1.5 m mínimo, y piso antideslizante. Ventilación suficiente. Es necesario existan accesos para emergencias, planes de seguridad / emergencia, plan de contingencia, por tanto un mapa de riesgos, son situaciones que poco a poco, si no es desde sus inicios debe implementar, paralelamente con un plan de capacitación y monitoreo.

4.5 Proveedores y servicios básicos

En el Ecuador existen muchos proveedores de textiles para ropa deportiva, pequeños, medianos y grandes, los primeros generalmente son intermediarios de grandes importadores y los precios aun siendo competitivos, no nos proporcionan la facilidad de entrega en el sitio de la empresa, lo cual implica mayor inversión para nuestra producción.

Una alternativa para nuestra cadena productiva es, la selección de aquellos proveedores que incluyen este servicio de entrega a domicilio sin recargo, y algunos proveedores que no nos imponen costos elevados por este servicio. Se ha decidido además que las adquisiciones pueden realizarse de acuerdo a las necesidades de momento en casos de producciones especiales o temporales, personalmente por parte de los socios y por supuesto se adicionaría en ese momento el correspondiente costo de los productos finales. En la tabla No. 21 se señalan a nuestros futuros provisosores.

Tabla No. 21. Proveedores

Empresa	Ciudad	Actividad Principal	Teléfono	Dirección
FABRILANA S.A	Durán	Fábrica de telas para uniformes y ropa deportiva, camisetas, gabardinas, linos	(593 4) 2800044	Km.3.5 vía Durán tambo
TEXLAFAYETT E	Guayaquil	Telas en Tejido Plano y de Punto	(593 4) 2289146	Cdla. Kennedy Av. Décima y la G, C.C. las Vitrinas, Piso 2 Ofic. 065
PIN-TEX	Guayaquil	Industria Textil	(593 4) 601 0841	Chile 608 y 10 de Agosto
POLITEX	Quito	Tela para ropa deportiva, ropa interior, telas en general	(593 2) 226 5485	Av. 6 de Diciembre 6695 y Abdón Calderón
CASA ESPINEL	Quito	Distribuidora Textil	(593 2) 259 1128	La Prensa 4347 y Cristobal Vaca de Castro
CASA MONETT	Guayaquil	Distribuidor de telas al por mayor	(593 2) 232 5040	Chimborazo 411-415 y Aguirre
COMERCIAL VALLEJO HMS.	Tumbaco	Venta de tela de ropa deportiva y uniformes	(593 2) 237 0063	Juan Montalvo 1065
IVANTEX	Guayaquil	Distribuidor de telas importadas y nacionales	(593 4) 232 0535	Sucre 4040 y Chile
ALGODONES Y ESTAMPADOS VILLAFUERTE	Guayaquil	Fabricantes de telas especializados en Algodón y Estampado para Caballero Moderno y Clásico. También para Mayoristas	(593 4) 2415489 - 2401649	Manabí 327 entre Chile y Huaynacapac

Fuente: Guía Industrial Textil MIPRO Ecuador 2014

Elaborado por: Benítez, M. 2014

La infraestructura urbana es necesaria para el normal funcionamiento de la planta de producción, como parte de un beneficio y bienestar comunitario, pero sobre todo para el funcionamiento de la maquinaria, acceso a las instalaciones, accionar del talento humano; y entre los servicios básicos de nuestra empresa se cuantificaron su costo parcial y total, esto es en luz eléctrica, agua, teléfono, aquellos que los servicios públicos locales suministran y la empresa deberá pagar por su beneficio. En la tabla No. 22 a continuación, se detallan los servicios seleccionados y su importe.

Tabla No 22. Servicios básicos

Servicios básicos	Unidad de medida	Mensual	Anual
Luz eléctrica	KW	30	360
Agua	M3	12	144
Teléfono	Min	12	144
Total		54	648

Elaborado por: Benítez, M. 2014

4.6 Recursos humanos requeridos

La empresa ROPA ALLI CHURARINA, requiere organizar sus socios como se detalla en la tabla No. 23. Se describe el talento humano que interviene en el proceso, todos son socios activos de la empresa en marcha, se revelan además sus funciones y el número necesario para el normal funcionamiento de la fabricación.

Tabla No. 23. Personal para la confección.

No.	ESPECIFICACION DEL PERSONAL,	FUNCIONES	CANTIDAD
1	Gerente	Administrar y representar	1
2	Diseñador/a	Diseñar y programar la producción	1
3	Maquiladoras para coser, planchar y agregar accesorios	Coser y terminar productos	6
4	Empacadoras	Empacar	2
5	Administradora	Secretaría y comercialización	1

Elaborado por: Benítez, M. 2014

CAPÍTULO V: ORGANIZACIÓN Y ADMINISTRACIÓN LEGAL

5.1 Nombre de la empresa

La empresa registrará su nombre como “ALLI CHURARINA”. El nombre se eligió para que se la reconozca mediante su ubicación geográfica, y con una orientación de pertenencia lograr cubrir el segmento de mercado local a nivel de provincia; así también para salir al mercado externo esta identificación también favorece su identificación.

5.2 Descripción de la empresa

La empresa “ALLI CHURARINA”, es una pequeña empresa asociada, cuyos accionistas son sus propietarios y únicos empleadores-trabajadores de las mismas comunidades, funciona como una iniciativa local al momento, pero su meta inmediata es su registro mercantil como una pequeña empresa, constituida con 23 trabajadores. Para lo cual se ha implementado un logotipo que representa a la provincia de Napo en color verde como su selva y del color de las ilusiones de la gente emprendedora del sector. El Slogan es “Calidad y variedad al alcance de sus manos” orientado a todos los estratos, pero potencia un producto de buena calidad y que todos pueden adquirir ya que sus precios son económicos y al alcance de todos.

5.3 Misión y Visión de la empresa

MISION

ROPA ALLI CHURARINA es una empresa de producción de ropa deportiva de la comunidad Ñucanchi Llacta, buscamos abastecer el mercado local de ropa deportiva con productos de buena calidad y a precios competitivos, innovadores y creativos.

VISION

Ser una empresa productora de ropa deportiva de la mejor calidad y precios del mercado local, orientándonos a incrementar nuestras ventas a los mercados nacionales mediante una consolidación y crecimiento, consecuentemente nuestra rentabilidad, utilidad, para

en un futuro no distante exportar nuestros productos con un valor de innovación e identidad nacional.

5.4 Objetivos de la empresa

5.4.1 Objetivo general

Implementar la empresa “ALLI CHURARINA” en la comunidad Ñucanchi Llacta.

5.4.2 Objetivos específicos

- Para el tercer periodo anual ser una empresa de producción de ropa deportiva líder y posesionada en el mercado local.
- Incrementar las ventas en un 40% en máximo tres periodos anuales, brindando un buen servicio, calidad y precios competitivos. Productos innovadores y con una proyección a nuevos mercados nacionales, con una marca definida.

5.4.3 Políticas

En ROPA ALLI CHURARINA se aplican las siguientes políticas:

La satisfacción del cliente: Un compromiso diario hacia nuestros clientes por satisfacer y brindarles nuestros mejores productos y servicios de la más alta calidad del mercado a precios razonables.

Calidad: Nuestro objetivo continuo y permanente es el perfeccionismo en cada uno de los trabajos, es nuestra primera prioridad, y la satisfacción absoluta del cliente.

Participación: Para la creación del mejor producto y calidad, creemos en fomentar la integración entre nuestro personal, proveedores y cliente.

Innovación y mejoras: Continuamente pensamos en cómo mejorar la eficacia del sistema de gestión de calidad.

5.4.4 Valores corporativos

Garantía: Todos los trabajos son garantizados en función de la capacidad y dedicación que se ponen en cada una de las acciones corporativas.

Calidad de Trabajo: Se utiliza tecnología de calidad en cada uno de los procesos productivos, desde el diseño hasta el finalizado, y la entrega de productos, hechos para generar la mayor satisfacción en los clientes.

Responsabilidad: El esfuerzo y trabajo tesoneros muestran a diario, dan el lugar importante que tiene cada uno de nuestros clientes, así como sus necesidades de un trabajo bien hecho y presentado acorde a sus exigencias.

Puntualidad: El tener conciencia de que cada día es realmente una inversión en toda la extensión de la palabra; ha originado una de nuestras más grandes fortalezas, la cual se basa en entregar los productos con oportunidad y en el tiempo acordado.

Equipo Humano: La filosofía de trabajo está encaminada a brindar el mejor servicio, para lograr la plena satisfacción del cliente, para lo cual se cuenta con personal capacitado en las áreas de producción de ropa deportiva.

Tecnología: El contar con una buena maquinaria, lo que permite que el trabajo se realice en el menor tiempo posible y con la mayor calidad deseada.

5.5. Derechos, deberes y obligaciones legales de la empresa

Se constituyen en todos aquellos aspectos necesarios para que la empresa se legalice y pueda gozar de todos los beneficios que conlleva un reconocimiento y de igual manera las obligaciones ante las diferentes dependencias.

5.5.1. Derechos

Determinar la organización general así como dictar y modificar el Reglamento Interno de trabajo. La empresa también podrá formular y modificar los procedimientos, manuales y directivas que resulten necesarios para el adecuado desenvolvimiento de las labores y de las relaciones de trabajo, así como para mantener la disciplina, el orden, la limpieza, la salubridad, la seguridad del trabajador.

Establecer las remuneraciones de los trabajadores. Puede evaluar los méritos, capacidad, idoneidad y productividad de cualquier trabajador, definiendo cualquier acenso y los incentivos y bonos que estime conveniente de acuerdo a su particular apreciación.

Determinar y asignar puestos de trabajo, deberes y responsabilidades, además establecer jornadas compensatorias.

Aplicar las sanciones disciplinarias que haya lugar, incluyendo el despido, atendiendo las circunstancias particulares q se presentes. Poder disciplinario y facultad sancionadora.

5.5.2 Deberes

Igualdad de trato, promoción profesional así como respeto de la categoría profesional del trabajador. Verificar el estado de salud de su talento humano (enfermedades y accidentes).

Deberes morales como respeto a su intimidad y a la dignidad del trabajador. Deberes físicos como la obligación de llevar una política de seguridad e higiene en el trabajo. Respeto al límite de la jornada, tiempos de descanso, vacaciones y permisos. Cumplir con la seguridad laboral.

5.5.3 Obligaciones

La principal obligación es el pago del salario correspondiente establecido, y sus respectivos beneficios de ley. Obtención del Numero Patronal del IESS, para la afiliación respectiva de los socios de la empresa productora de ropa. Afiliación al MIPRO Ambato regulador de actividades de producción en PYMES inclusive. Declaración anual del Impuesto al Valor Agregado IVA. Llevar la contabilidad según el monto de capital o facturación, si los ingresos sobrepasan el \$40.000 anual, ver tabla No. 29.

Tabla No. 24. Trámites y permisos de funcionamiento

TRAMITES	LUGAR	REQUISITOS	OBSERVACIONES
Registro Único de Contribuyentes	SRI- NAPO	Original y copias de la cedula de ciudadanía y certificado de votación. Planilla de los servicios básicos de los últimos tres meses.	Si la inscripción es posterior a 30 días, se pagara la multa respectiva a través del formulario 106.
MIPRO	MIPRO – AMBATO	Reglamento de la empresa	Inscripción y aprobación de la

		Minuta Acta de constitución Nombramiento del gerente Cedulas y papeletas de votación de los socios.	sociedad anónima
Registro en el Sistema Laboral del IESS	IESS- NAPO	Solicitud de entrega de clave firmada. Copia del RUC. Copia de pago del servicio básico.	La clave es un número que entrega en el IESS a los empleadores.
Afiliación de los Empleados al IESS	IESS – NAPO	Contratos de trabajo que indiquen la relación de dependencia laboral. Copias de la cedula de ciudadanía y certificado de votación.	Presentar el aviso de entrada al IESS cuando ingresa un nuevo trabajador.
Declaración del IVA, Retenciones Fuente e Impuesto a la renta Patente municipal	SRI- NAPO Municipio de NAPO		Declaración mensual, semestral y anual. Tramitar en Departamento Municipal de Rentas
Licencia Anual de Funcionamiento Certificación de Documentos	Departamento del Municipio de NAPO Notaria Publica	Documentos a certificar	Notaria a su elección

Fuentes: SRI, IESS, MIPRO. Páginas web gob.ec 2014.

Elaborado por: Benítez, M. 2014

5.6. Condición jurídica

El tipo de compañía será una sociedad anónima, funcionará con el nombre comercial de ALLI CHURARINA que será inscrita en el Registro Mercantil con la figura de una Pequeña Empresa, actualmente está tramitando su reconocimiento en el IEPS como una Asociación para poder iniciar legalmente sus actividades económicas y poder ya comercializar sus productos. “La sociedad anónima es una compañía cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente hasta el monto de sus acciones. La denominación de esta compañía deberá contener la indicación de —compañía anónima o — “sociedad anónima“, o las correspondientes siglas”. “La compañía deberá constituirse con dos o más accionistas, según lo dispuesto en el Artículo 143 de la Ley de Compañías”, tomado de la web oficial de derecho ecuador, y además señala:

“Naturaleza.- Para efectos fiscales y tributarios esta compañía es una sociedad de capital.

Capacidad.- Para intervenir en la formación de una compañía anónima en calidad de promotor o fundador requiere de capacidad civil para contratar. Sin embargo, no podrán hacerlo entre cónyuges ni entre padres e hijos no emancipados.

Socios.- La sociedad anónima requiere al menos de dos accionistas al momento de su constitución. En aquellas en que participen instituciones de derecho público o derecho privado con finalidad social, podrán constituirse o subsistir con un solo accionista.

Puede continuar funcionando con un solo accionista, sin que por ello incurra en causal de disolución.

Responsabilidad.- Los accionistas responden únicamente por el monto de sus acciones.

Constitución.- La compañía se constituirá mediante escritura pública que, previa Resolución aprobatoria de la Superintendencia de Compañías, será inscrita en el Registro Mercantil. La compañía se tendrá como existente y con personería jurídica desde el momento de dicha inscripción.

Capital.- Está integrado con los aportes de los accionistas. Debe ser suscrito en su totalidad al momento de la celebración del contrato ante Notario Público y pagado por lo menos el veinte y cinco de cada acción y el saldo pagado en un máximo de dos años.

Capital autorizado.- La compañía podrá establecerse con el capital autorizado que determine la escritura de constitución. No podrá exceder del doble del capital suscrito. La compañía podrá aceptar suscripciones y emitir acciones hasta el monto de sus acciones.

Capital mínimo.- El monto mínimo de capital, será el que determine la Superintendencia de Compañías. (800,00 USD actualmente). El capital de las compañías debe expresarse en dólares de los Estados Unidos de América.

Acciones.- Aportaciones: Para la constitución del capital suscrito las aportaciones pueden ser en dinero o no, y en éste último caso, consistir en bienes muebles e inmuebles. No se puede aportar cosa mueble o inmueble que no corresponda al género de comercio de la compañía.

Aportaciones en especie.- En los casos en que la aportación no fuere en numerario, en la escritura se hará constar el bien en que consista tal aportación, su valor y la transferencia de dominio que del mismo se haga a la compañía, así como las acciones a cambio de las especies aportadas. Los bienes aportados serán avaluados y los informes, debidamente fundamentados, se incorporarán al contrato. En la constitución sucesiva los avalúos serán hechos por peritos designados por los promotores. Cuando se decida aceptar aportes en especie será indispensable contar con la mayoría de accionistas.

En la constitución simultánea las especies aportadas serán valuadas por los fundadores o por los peritos por ellos designados. Los fundadores responderán solidariamente frente a la compañía y con relación a terceros por el valor asignado a las especies aportadas.

En la designación de los peritos y en la aprobación de los avalúos no podrán tomar parte los aportantes. Estas disposiciones, relativas a la verificación del aporte que no consista en numerario, no son aplicables cuando la compañía esté formada solo por los propietarios de ese aporte.

Características de las acciones.- Las acciones serán nominativas. La compañía no puede emitir títulos definitivos de las acciones que no estén totalmente pagadas. Las acciones cuyo valor ha sido totalmente pagado se llaman liberadas. El derecho de negociar las acciones libremente no admite limitaciones.

Las acciones ordinarias confieren todos los derechos fundamentales que en la ley se reconoce a los accionistas.

Inscripción de la transferencia de acciones.- La transferencia del dominio de acciones no surtirá efecto contra la compañía ni contra terceros, sino desde la fecha de su inscripción en el libro de Acciones y Accionistas.

La Ley de Compañías prohíbe establecer requisitos o formalidades para la transferencia de acciones, que no estuvieren expresamente señalados en la ley, y cualquier estipulación estatutaria o contractual que los establezca no tendrá valor alguno.

Percepción de utilidades.- El certificado provisional y las acciones darán derecho al titular o accionistas a percibir dividendos en proporción a la parte pagada del capital suscrito a la fecha del balance”.

5.7. Estructura organizativa

En derecho Ecuador también se señalan aspectos sobre la organización aplicables a la empresa “ALLI CHURARINA”:

“**Junta general.**- La Junta General formada por los accionistas legalmente convocados y reunidos, es el órgano supremo de la compañía.

Junta general de accionistas.- En nuestra legislación y de conformidad con nuestra Ley de Compañías, Art. 230, la Junta General formada por los accionistas, legalmente convocados y reunidos, es el órgano supremo de la compañía.

Atribuciones de la junta general de accionistas.- El Art. 231 de la Ley de Compañías establece que la Junta General tiene poderes para resolver todos los asuntos relativos a los negocios sociales y para tomar las decisiones que juzgue convenientes en defensa de la compañía.

Competencia de la junta general:

1. Nombrar y remover a los miembros de los organismos administrativos de la compañía, comisarios, o cualquier otro personero o funcionario cuyo cargo hubiere sido creado por el estatuto, y designar o remover a los administradores, si en el estatuto no se confiere esta facultad a otro organismo.
2. Conocer anualmente las cuentas, el b alance, los informes que le presentaren los administradores o directores y los comisarios acerca de los negocios sociales y dictar la resolución correspondiente. Igualmente conocerá los informes de auditoría ex terna en los casos que proceda. No podrán aprobarse ni el b alance ni las cuentas si no hubiesen sido precedidos por el informe de los comisarios.
3. Fijar la retribución de los comisarios, administradores e integrantes de los organismos de administración y fiscalización, cuando no estuviere determinada en los estatutos o su señalamiento no corresponda a otro organismo o funcionario.
4. Resolver acerca de la distribución de los beneficios sociales;
5. Resolver acerca de la emisión de las partes beneficiarias y de las obligaciones,
6. Resolver acerca de la amortización de las acciones,
7. Acordar todas las modificaciones al contrato social; y,
8. Resolver acerca de la fusión, transformación, escisión, disolución y liquidación de la compañía, nombrar liquidadores, fijar el procedimiento para la liquidación, la retribución de los liquidadores y considerarlas cuentas de liquidación.

Clases de juntas generales.- Las Juntas Generales de Accionistas son ordinarias o extraordinarias; adicionalmente pueden constituirse éstas como universales si concurre la totalidad del capital pagado.

Junta ordinaria.- El Art. 234 de la Ley de Compañías establece que las juntas generales ordinarias se reunirá n por lo menos una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico de la compañía, para conocer anualmente las cuentas, el b alance los informes de administradores, directores y los comisarios, igualmente conocerá de los informes de auditoría ex terna. Adicionalmente resolverá acerca de la distribución de los beneficios sociales y fijará la retribución de los comisarios, administradores e integrantes de los organismos de administración y fiscalización, cuando no estuviere determinada en los estatutos o su señalamiento no corresponda a otro organismo, y cualquier otro asunto del día, de acuerdo con la convocatoria.

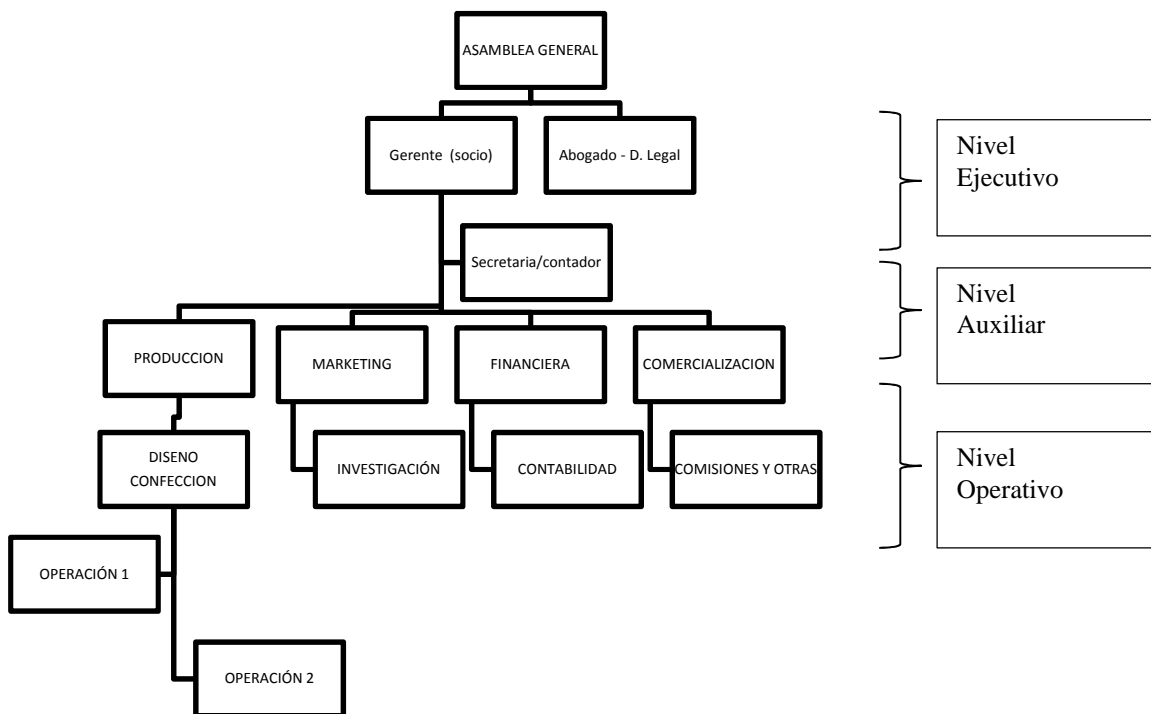
La Junta General Ordinaria podrá deliberar sobre la suspensión y remoción de los administradores y más miembros de los organismos de administración creados por el estatuto, aun cuando el asunto no figure en el orden del día.

Junta extraordinaria de accionistas.- El Art. 238 de la Ley de Compañías establece como juntas extraordinarias aquellas que se reúnen en cualquier época, en el domicilio principal de la compañía, previa convocatoria para tratar los asuntos puntualizados en la convocatoria.

Junta universal de accionistas.- El Art. 238 de la Ley de Compañías establece que la junta se entenderá convocada y quedará válidamente constituida en cualquier tiempo y en cualquier lugar, dentro del territorio nacional, para tratar cualquier asunto, siempre que esté presente todo el capital pagado, y los asistentes, quienes deberán suscribir el acta bajo sanción de nulidad, acepten por unanimidad la celebración de la Junta. Este tipo de Junta General es denominada Universal, por contar con la presencia de todo el capital pagado, y no requiere de una convocatoria por la prensa para su validez”.

La empresa “ROPA ALLI CHURARINA” entonces, presenta la estructura organizativa descrita en el grafico No. 15.

GRAFICO No. 15. Organización de la “ALLI CHURARINA”



Elaborado por: Benítez, M. 2014

5.8. Orgánico funcional

La organización parte desde el grado más general hacia lo particular, es así que el Gerente General es la persona responsable de la representación en todas las instancias de la empresa y será elegido por la Junta General que es la autoridad máxima.

5.8.1 Funciones del gerente

El Gerente General será designado por la Junta General, durará en sus funciones dos años y podrá ser reelegido por dos períodos adicionales. Para ser designado Gerente General. No se requiere ser socio. La representación legal de la Empresa corresponde al Gerente General, quien como tal podrá comparecer en asuntos de jurisdicción voluntaria o contenciosa como actor o como demandado, en diligencias preparatorias y en todo acto o contrato que requiera la gestión empresarial y administrativa. Tendrá las facultades de las que gozan procuradores judiciales, inclusive y especialmente las contenidas en el artículo cincuenta del Código de Procedimiento Civil.

Las funciones de Gerente, son las siguientes:

- Convocar y presidir las reuniones la Junta General.
- Suscribir conjuntamente con el Subgerente los certificados de acciones y las actas de las Juntas Generales, así como los contratos y documentos cuya cuantía exceda las tres Remuneraciones Mensuales Unificadas del sector privado.
- Conocer y orientar la marcha económica y administrativa de la compañía y presentar informes de la Junta General de Accionistas.
- Comunicar a la persona elegida por la Junta General para que desempeñe las funciones de Subgerente y conferir el nombramiento: Quien puede reemplazar al Gerente General por ausencia temporal, o definitiva.
- Ejercer las demás funciones que le confieran las leyes, estos Estatutos, los reglamentos y las Resoluciones de la Junta General.
- Ejercer la representación legal, judicial y extrajudicialmente de la Empresa.
- Supervisar la marcha administrativa y económica de la Empresa “ROPA DEPORTIVA NAPO”, con el fin de que se cumpla con su objeto social.
- Actuar como secretario de las Juntas Generales, del Directorio y demás organismos administrativos, excepto los de control.
- Cuidar bajo su responsabilidad los libros societarios y los de contabilidad.
- Elaborar el presupuesto anual de la Empresa e informar de su cumplimiento de conformidad a lo establecido en la Ley de Compañías.
- Realizar gastos e inversiones que individualmente lleguen hasta un monto menor a tres Remuneraciones Unificadas Mensuales del sector privado, en los casos de exceso, solicitará la autorización del directorio y de ser mayor a quinientos dólares este organismo formulará la petición ante la Junta General.
- Nombrar y remover al personal necesario, tanto técnico como administrativo, señalándole sus funciones, actividades y remuneraciones, dentro de los miembros de la comunidad.
- Cumplir y hacer cumplir las decisiones de la Junta General de Accionistas, del Directorio y convocar a las reuniones de estos organismos.
- Las demás funciones y atribuciones que le competen y se asignen de acuerdo a la Ley, Estatutos, Reglamentos y Resoluciones de la Junta General.

5.8.2 Funciones de la secretaria

La secretaria es una funcionaria privada al interno de la empresa, socia a quien se le delega las funciones de elaboración de documentos administrativos, archivo, envío de comunicaciones y trámites oficiales. Es además un apoyo auxiliar del gerente y coordina la acción de la junta y los demás operadores autoempleados.

5.8.3 Funciones de los operadores

El personal que operará regularmente en la planta de producción de ropa deportiva, estará capacitado, y como socios autoempleados cumplirá cualquier función de forma rotativa, sin descartar la posibilidad de especializar su trabajo.

- El/la diseñador/ra, elige o diseña el modelo, colores, telas, accesorios y terminados de las prendas, modelos establecidos o nuevos según la planificación periódica por semana, mes o anual. Ocasiones especiales, diseños particulares.
- Los/las maquiladores/ras realizan la recepción de materias primas, cortes, armado de prendas, planchado, terminado y empaçado de la ropa deportiva que elabora la empresa.
- El/La administrador/ra se encarga del control de la producción, planificación, almacenamiento de productos terminados, comercialización, abastecimientos de insumos y control económico, apoyo ejecutivo al gerente.

CAPÍTULO VI: ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO

6.1 Inversiones

Son todos los activos con que la empresa inicia su acción, es decir, corresponde a todo el respaldo económico con que cuenta la empresa, en donde están los activos fijos, activos diferidos y capital del trabajo.

6.1.1 Inversiones de activos fijos

Al iniciar la empresa "ALLI CHURARINA" tiene el respaldo económico de las siguientes inversiones detalladas en las tablas siguientes, estas inversiones corresponden a Activos Fijos depreciables, hay que manifestar que el proyecto se ejecutará en la Ñucanchi Llacta, población que será beneficiaria del proyecto de compensación social Comunitaria de PETROAMAZONAS EP, por tanto se trabajará en la casa comunal de la misma, sin existir la compra de terreno ni construcciones civiles de la misma, más bien existe un costo en arriendo que ha sido cargado a los costos indirectos de fabricación con la cuenta contable arrendamiento.

Tabla No. 25. Activo fijo inmuebles.

ACTIVO FIJO NO DEPRECIABLE	Descripción	Función	Cantidad	Precio unitario	Precio Total
Terreno	Propiedad de la Casa comunal.	Instalaciones a ser ocupadas para la confección de ropa deportiva.	1	10000	10000
Edificios	Propiedad Casa Comunal	Instalaciones a ser ocupadas para la confección de ropa deportiva	1	15000	15000
				TOTAL	25000

Fuente: Casa Comunal

Elaborado por: Benítez, M. 2014

La comunidad facilitará la realización de las actividades del proyecto, con un canon de alquiler mínimo o simbólico, el mismo que tiene la denominación de arrendamiento de planta, el valor es considerado en su totalidad en los costos indirectos de fabricación, tabla 25. El valor de 25000, es el valor del bien, el arrendamiento consta en el análisis de costos. Por tanto este valor no es agregado a los activos fijos de la empresa en este caso.

En las tablas a continuación, podemos ver los activos fijos depreciables, como la maquinaria y equipo que facilita la elaboración de la ropa deportiva, todos estos equipos son de tipo industrial y tienen su función específica para cada fase de elaboración de las prendas; por otra parte se contemplan también en detalle los muebles y enseres que se utilizan como complemento indispensable para la preparación de la materia prima, así como la terminación de las prendas elaboradas, su almacenamiento y exhibición.

Tabla No. 26. Maquinaria y equipo.

MAQUINARIA Y EQUIPO	Descripción	Función	Cantidad	Precio unitario	Precio Total
Overlock industrial	Industrial	Acabados de la prenda	1	2000	2000
Cortadora	Industrial	Cortar la tela para la confección	1	700	700
Máquinas para coser lineales	Industriales	Costurar recta	5	2000	10000
				TOTAL	12700

Elaborado por: Benítez, M. 2014.

Fuente: Directa instalaciones de la futura empresa

En la tabla No. 26 se indican las máquinas utilizadas en la producción: Las máquinas overlock son de tipo industrial de tres y cinco agujas, funcionan con hilo firme y flexible tipo nylon. La máquina cortadora tiene una capacidad de cortar hasta 4 pulgadas de grosor con un punto de apoyo bajo fijación por pinzas. Las máquinas lineales de tipo industrial son calibradas para manejar telas flexibles, tienen una sola aguja y pinzas para fijación.

Tabla No. 27. Muebles y enseres.

MUEBLES Y ENSERES	Descripción	Función	Cantidad	Precio unitario	Precio Total
Mesas de trabajo y producto terminado	5 m por 5m	Para trazos y corte	4	250	1000
Estanterías	4x 4	Almacenamiento	8	30	240
Vitrina	5x1	Exhibir	2	250	500
Sillas	metal	Recepción clientes	10	20	200
				TOTAL	1940

Elaborado por: Benítez, M. 2014

Fuente: Vidrialum Riobamba

Los muebles señalados en la tabla No. 27, corresponden a los requerimientos técnicos de trabajo en la planta, las mesas son de madera noble (dura), las estanterías metálicas

de tres divisiones de 30-50 cm, la vitrina es de tipo exhibidora con vidrios, estructura de madera, las sillas metálicas con espaldar anatómico.

Tabla No. 28. Útiles de producción.

ÚTILES DE PRODUCCIÓN	Detalle	Función	#	Precio unitario USD	Precio Total USD	
Tijeras	Singer grandes	Cortar prenda	la	1	2000	2000
Cinta métrica	Industrial	Medir		1	700	700
Planchas	Industrial	Planchar prendas		2	100	200
Calculadora	Básica	Realizar		2	10	20
				TOTAL		2920

Elaborado por: Benítez, M. 2014

Fuente: Ferrisariato Paseo Shopping Riobamba

Los útiles de producción descritos en la tabla No. 28 son: Las tijeras son de marca alemana de acero inoxidable con manillas protegidas con silicón. La cinta métrica industrial tiene además un juego de reglas medidoras anatómicas. La plancha industrial tiene un soporte e instalación a vapor, cable elástico y firme de extensión regulable. La calculadora es tipo oficina con impresora incorporada.

6.1.2 Activos diferidos

Los activos diferidos de la empresa "ALLI CHURARINA" son: los gastos de constitución, gastos de investigación y desarrollo, gastos de organización, que se detallan en las siguientes tablas N° 29, 30 y específicamente en la tabla 31 en resumen.

Tabla No. 29. Gastos de constitución

CONCEPTO	COSTO
Abogado	200,00
Notario	100,00
Municipio	95,00
Permisos bomberos	115,00
Permiso la Dirección Provincial de Salud	100,00
Servicios de Rentas Internas	15,00
Imprevistos	50,00
Afiliaciones	105,00
Varios (transporte, copias, internet, etc.)	120,00
TOTAL	800,00

Elaborado por: Benítez, M. 2014

Fuente: En Napo oficinas de SRI, GADs, bomberos, notaria y abogado.

Entre los activos diferidos de la empresa se observan los gastos de constitución, tabla No. 29, se detallan los pagos realizados a profesionales de derecho que realizan los tramites de legalización de la empresa, registro de la empresa, afiliaciones, así como pagos de permisos por funcionamiento en el ayuntamiento, rentas, y gastos que todas estas gestiones implican.

Tabla No. 30. Gastos de investigación y desarrollo

GASTOS DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO	CANTIDAD	AMORTIZACIÓN
Encuestadores	200	40,00
Copias	50	10,00
Pruebas y ensayos	100	20,00
Tela pruebas	50	10,00
Diseño del logo	100	20,00
Diseño de marca	50	10,00
Imprevistos	50	10,00
Esferos y lápices	105	20,00
Varios (transporte, internet, etc.)	30	13,00
TOTAL	735	153

Elaborado por: Benítez, M. 2014
Fuente: Directa, mercado local

La tabla No. 30, detalla aquellos gastos de investigación efectuados por aplicación de encuestas, pruebas de producción, diseños, y gastos mínimos de gestión incurridos antes, durante y posterior a actividades implicadas en investigación y desarrollo del proyecto.

Tabla No. 31. ACTIVO DIFERIDO

ACTIVO DIFERIDO	VALOR
GASTOS I&D	153
G. ORGANIZACION	170
G. INSTALACION	150
G. CONSTITUCION	800
TOTAL	1273

Elaborado por: Benítez, M. 2014
Fuente: Tablas No 29, 30

La tabla No. 31 resume los activos diferidos correspondientes a los gastos por investigación y desarrollo, organización, instalación, constitución de la empresa. Se puntualiza un monto total de esta inversión de 1274,00 dólares americanos.

6.1.3 Capital de trabajo

Tabla No. 32 Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	MENSUAL USD
Materia Prima Directa	1468
Mano de obra Directa	1920
Costos Indirecto Fabricación	338
Total	3727

Elaborado por: Benítez, M. 2014

La tabla No. 32 muestra el capital de trabajo de la empresa, definido como “fondo inicial con el que cuenta la empresa para operar en corto tiempo, una vez cubiertos sus pasivos a corto plazo” CASTELLS, C. (2014), o capital de rotación = fondo de maniobra. Para nuestra empresa, se han considerado, la materia prima directa, mano de obra directa, costos indirectos de fabricación mensual a utilizarse para la elaboración del mismo. Consideramos una cifra de 3727,00 dólares americanos al mes.

6.1.4 Inversión total

En la inversión total se fusionan los valores de activos fijos, activos diferidos y el capital de trabajo. $I = \text{Inversión fija} + \text{Inversión diferida} + \text{capital de trabajo}$. En el caso de la empresa “ALLI CHURARINA”, el monto detallado en la tabla No. 25 no se la ha añadido a las inversiones como activo fijo, puesto que es una propiedad de servicio comunitario, en la cual se realizan actividades que por naturaleza benefician a la pequeña comunidad beneficiaria, constituyéndose en un activo fijo no cuantificable, como un caso especial en el análisis financiero.

Tabla No. 33. Inversiones

INVERSIONES	TOTAL USD
Activos Fijo	17560
Maquinaria y Equipo	12700
Muebles y Enseres	1940
Útiles de Producción	2920
Activos Diferidos	1273
Gastos I&D	153
Gastos de Organización	170
Gastos de Instalación	150
Gastos de Constitución	800
Capital de trabajo	3727
Materia Prima Directa	1300
Mano de obra Directa	1920
Costos Indirecto Fabricación	507
Total	22560

Fuentes: Tablas 26, 27,28, 31, 32.

Elaborado por: Benítez, M. 2014

En la Tabla 33 se sintetizan las inversiones iniciales para el proyecto de ropa deportiva, contabilizadas como activos fijos 17560,00 USD, activos diferidos 1273,00 USD, capital de trabajo 3727,00 USD, con un total de 22560,00 USD.

6.5 Financiamiento

El financiamiento se consideró a aquellos activos de inicio en la producción; no se ha considerado el aporte de la empresa estatal petrolera PETROAMAZONAS EP como aporte de Compensación Social destinada a materia prima (donación de tela) y el capital propio de los socios ya que este está destinado a los gastos mensuales enfocados a Capital del trabajo. Como financiamiento constan los activos fijos (maquinaria y equipos), y el préstamo a mediano plazo, rubros señalados en detalle en la tabla No. 34.

Tabla No. 34. Financiamiento

FINANCIAMIENTO	VALOR
DONACION TELA	0,00
DONACION ACT FIJO	17.560,00
CAPITAL PROPIO	0,00
PRESTAMO	5.000,00
TOTAL	22.560,00

Elaborado por: Benítez, M. 2014

6.2 Ingresos

La empresa de ropa deportiva, presenta ingresos definidos en la Tabla 35: año 1 ingresos de \$ 58.800; año 2 ingresos de \$ 68.895; año 3 ingresos de \$ 80.737 ; año 4 ingresos de \$ 94.596; año 5 ingresos de \$ 110.833. En razón que el crecimiento en la producción considera la inflación y el crecimiento normal de una empresa, algunos autores señalan 10 %, otros entre el 3-15%, no existen un concepto rígido al respecto, lo importante es que la empresa debe capitalizar anualmente y crecer en producción. Podemos tener en cuenta que las “potencialidades internas que promueven el crecimiento: la edad y el tamaño de la empresa, la motivación, la estructura de la propiedad, y la gestión del conocimiento” como bien lo señala (BLAZQUEZ, 2006).

Tabla No. 35. Cuadro de ingresos en ventas

Producción	Año 1			Año 2			Año 3			Año 4			Año 5		
	Und.	P/u	Total	Und.	p/u	Total	Und.	p/u	Total	Und.	p/u	Total	Und.	p/u	Total
Pantalones	960	6	5.760,00	1079	6,26	6.749,15	1213	6,52	7.909,78	1363	6,80	9.265,64	1532	7,09	10.857,11
Licras	1680	6	10.080,00	1888	6,26	11.809,44	2122	6,52	13.837,22	2386	6,80	16.219,96	2681	7,09	18.999,94
Camisetas – blusas	960	4	3.840,00	1079	4,17	4.499,43	1213	4,35	5.273,18	1363	4,53	6.177,09	1532	4,72	7.238,07
Camiseta polo	960	8	7.680,00	1079	8,34	8.998,86	1213	8,69	10.546,37	1363	9,06	12.354,18	1532	9,45	14.476,15
Pantalinetas y short	1680	5	8.400,00	1888	5,21	9.841,20	2122	5,43	11.531,01	2386	5,66	13.516,64	2681	5,91	15.833,29
Ternos Interiores	960	8	7.680,00	1079	8,34	8.998,86	1213	8,69	10.546,37	1363	9,06	12.354,18	1532	9,45	14.476,15
Ternos exteriores	960	16	15.360,00	1079	16,68	17.997,72	1213	17,39	21.092,74	1363	18,13	24.708,37	1532	18,90	28.952,30
Total	8.160,00		58.800,00	9172		68.894,66	10309		80.736,66	11587		94.596,06	13024		110.833,01

Elaborado por: Benítez, M. 2014

Fuente: Tabla No. 18.

6.3 Costos

Los costos que se especifican en la empresa de ropa deportiva "ALLI CHURARINA" en forma mensual y anual, contemplan las materias primas directas, la mano de obra directa, los costos indirectos de fabricación, con un total de 44720,00 USD. Ver tabla No. 36.

Tabla No. 36. Costos de producción

MATERIA PRIMA DIRECTA	Mensual	Anual
TELA	1.227,88	14.734,50
HILO	30,00	360,00
ACCESORIOS	41,67	500,00
MANO DE OBRA DIRECTA		
OPERARIO 1	320,00	3.840,00
OPERARIO 2	320,00	3.840,00
OPERARIO 3	320,00	3.840,00
OPERARIO 4	320,00	3.840,00
OPERARIO 5	320,00	3.840,00
OPERARIO 6	320,00	3.840,00
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION		
UNIFORMES	40,00	480,00
GORROS	10,00	120,00
MASCARILLAS	6,00	72,00
GUANTES	7,85	94,20
MALLAS DOCENA	8,00	96,00
FUNDAS DE EMPACADO	10,00	120,00
SERVICIOS BÁSICOS	54,00	648,00
MOVILIZACIÓN	20,00	240,00
AMORTIZACIONES	21,22	254,60
DEPRECIACIONES	203,10	2.437,24
SUMINISTRO DE LIMPIEZA	126,96	1.523,52
TOTAL	3.727	44.720

Elaborado por: Benítez, M. 2014

Fuente: Tabla No. 33, cálculos capacidad de la futura empresa

En cuanto a los costos de producción especificados, están detallados como materia prima directa corresponde a insumos básicos, tela, hilo, accesorios y mano de obra

directa; todo esto cuantificado para un turno normal de trabajo en 8 horas con asignaciones de tareas jerárquicamente establecidas y los costos indirectos de fabricación, que corresponden a insumos de protección personal, empaçado, limpieza e inclusive los valores de depreciación.

Tabla 37. Materia prima directa

MATERIA PRIMA DIRECTA	CANTIDAD	V/UNT USD	V/ TOTAL USD
TELA	4000	3.68	14734.5
HILO	3000	0.01	30.0
ACCESORIOS	2000	0.25	500.0
TOTAL	9000		15264.5

Fuente Tabla 36.

Elaborado por: Benítez, M. 2014

La tabla No.37 detalla los costos de producción de la empresa de ropa deportiva “ALLI CHURARINA”, que en primer plano dan lugar sus productos terminados, es decir son los elementos más importantes que dan lugar a la producción de ropa deportiva, estas pueden ser medidas en forma unitaria de acuerdo a cada producto analizado. De esta manera se han detallado la tela, hilos y accesorios.

Tabla. No. 38 Suministros de limpieza

SUMINISTROS DE LIMPIEZA	Cantidad	Valor Unitario USD	Valor Total USD
Basureros con tapa	1	4	4
Recogedor de basura	1	1	1
Escoba	1	2	2
Trapeadores	1	2	2
Fundas de basura	4	1,25	5
Estropajos (doc.)	1	2,5	2,5
Viledas (doc.)	1	2,5	2,5
Limpiones	6	2	12
Papel higiénico	3	12,24	36,72
Cloro	1	8,99	8,99
Desinfectante	1	5	5
Desengrasante	1	4,75	4,75
Jabón líquido de platos 5lt	1	13,5	13,5
Jabón líquido de manos 5lt	2	9,75	19,5
Gel desinfectante	2	3,75	7,5
TOTAL			126,96

Elaborado por: Benítez, M. 2014

Fuente: Ferrisariato Paseo Shopping Riobamba

En la tabla No. 38 se detallan los suministros y materiales de limpieza a utilizarse en el aseo de los espacios de producción, accesos y en el cuidado personal, aspecto que permitirá activar una buena práctica en la recolección y clasificación de desperdicios, orgánicos e inorgánicos, implementando normas de calidad ambiental, y disminuyendo los riesgos en el trabajo al disponer de ambientes saludables.

Tabla No. 39. Mano de obra directa

MANO DE OBRA DIRECTA	CANTIDAD	V/UNT	HORAS	DIAS TRABAJO	SEMANA	MENSUAL USD	ANUAL USD
OPERARIO 1	4	2	2	5	80	320	3840
OPERARIO 2	4	2	2	5	80	320	3840
OPERARIO 3	4	2	2	5	80	320	3840
OPERARIO 4	4	2	2	5	80	320	3840
OPERARIO 5	4	2	2	5	80	320	3840
OPERARIO 6	4	2	2	5	80	320	3840
TOTAL	24	12	12		480	1920	23040

Fuente Tabla 36. Elaborado por: Benítez, M. 2014

La mano de obra directa para un turno que corresponde 33.33% de la capacidad instalada, ver tabla No. 39, en donde se pueden observar las horas cuantificadas por semana, mes y año, así como la cantidad de operarios partícipes en la producción,

Tabla No. 40. Materia prima indirecta

MATERIA PRIMA INDIRECTA	UNIDADES	V/. UNIT.	MENSUAL	ANUAL
UNIFORMES	24	10	20,00	240,00
GORROS	4	2,5	10,00	120,00
MASCARILLAS	4	1,5	6,00	72,00
GUANTES	1	7,85	7,85	94,20
MOVILIZACIÓN	10	2	20,00	240,00
MALLAS DOCENA	4	2	8,00	96,00
ARRIENDO	12	10	120,00	1.440,00
SUMINISTROS DE LIMPIEZA			80,97	971,59
FUNDAS EMPACADO	5	2	10,00	120,00
AMORTIZACIONES			21,22	254,60
DEPRECIACIONES			203,10	2.437,24
		Total	304,03	6.085,63

Elaborado por: Benítez, M. 2014

Fuente Tabla 36

La materia prima indirecta se detalla en la tabla No. 40, con valores mensuales y anuales. Son todos aquellos elementos que no están directamente logrando los productos, sino son necesarios para que el proceso de transformación se produzca.

Tabla No. 41. Servicios Básicos

Servicios básicos	Unidad Medida	Mensual (USD)	Anual (USD)
Luz eléctrica	KW	30	360
Agua	M3	12	144
Teléfono	Min	120	144
Total		54	648

Elaborado por: Benítez, M. 2014

En la tabla No. 41 se especifica los servicios básicos que requiere la producción calculada, de forma mensual y anual en relación al consumo por unidades.

Tabla No. 42. Depreciaciones

DEPRECIACIONES	VALOR ACTIVO	%	TIEMPO	MENSUAL	VALOR RESIDUAL V/R	VALOR EN LIBRO USD
MAQUINARIA Y EQUIPOS	12700	10	10	10.58	127.00	1270
MUEBLES Y ENSERES	1940	10	10	1.61	19.40	194
UTILES DE PRODUCCIÓN	2920	33.33	3	27.03	324.41	973.24
TOTAL	17560			39.23	470.81	2437,24

Fuente Tabla No. 27. Elaborado por: Benítez, M. 2014

La tabla No. 42 deriva los valores que por depreciación el ejercicio, se debe observar que de acuerdo al tipo de activos considerados en el detalle, se establecen los porcentajes de depreciación correspondiente, el tiempo de vida útil de los bienes, el cálculo mensual, valor residual y el valor en libros.

6.3.1 Gastos administrativos

La nómina del personal consta el salario de gerente, las 24 personas de la comunidad son socios y recibirán un ingreso individual, que se definirá al final del ejercicio anual a través de las utilidades, ver Tabla 43.

Tabla No. 43. Nómina del personal

CARGO	SUELDO	COMPONENTE	BASICO	DECIMO	DECIMO	SUBSIDIO	APORTE DST. TOT/	RATIO	CANTIDAD	TOTAL	
	NOMINAL	SALARIAL	ANUAL	TERCERO	CUARTO	TRANSP.	IESS ANUAL		N° PERSONAS		
GERENTE	400	1	4,812	400	122		448.80	5,783	1.20	1	5,783
		-	0	0	0		0.00	0	0.00		0
4812											

Elaborado por: Benítez, M. 2014

Se cuantifican 4812,00 dólares americanos por salarios, por otra parte se debe puntualizar que: las utilidades al final de ejercicio económico anual, se distribuirán entre los socios restantes, de igual forma para inversiones y para capitalizar la empresa, decisiones que tomara la junta general de acuerdo a sus atribuciones.

6.3.2 Gastos de ventas

Los gastos por ventas, corresponden a aquellos que se realizarán por publicidad y movilización para representar a la empresa en situaciones de relaciones públicas.

Tabla No. 44. Gastos por ventas

GASTOS DE VENTAS	Mensual USD	Anual USD
Gastos de publicidad	120	1440
Movilización	100	1200
TOTAL	220	2640

Elaborado por: Benítez, M. 2014

Según la tabla No. 44, los gastos por publicidad o comunicación es de 1440,00 dólares americanos y la movilización 1200,00 dólares americanos, con un total de 2640,00 USD de gastos por ventas, la empresa no tiene comisiones por ventas.

Tabla No. 45. Detalle de comunicación

Detalle Gastos de Comunicación	Mensual USD	Anual USD
Gastos de publicidad	120	1440
Tarjetas de presentación	40	480
Publicidad radial	50	600
Calendarios	30	360

Elaborado por: Benítez, M. 2014

Fuente: Medios de comunicación y publicidad locales en Tena.

En la tabla No. 45, se muestra al detalle los gastos de comunicación, entre tarjetas de tipo personales que se realizaran en una publicidad local con el diseño propio de la empresa “ALLI CHURARINA”, los medios radiales locales con mayor cobertura serán por contratados por 600 dólares anuales y por cultura local llama la atención la distribución de calendarios. El internet no se descarta a través de procesos sin costo.

6.3.3. Gastos financieros

Como gastos financieros se ha considerado los intereses que el préstamo de 5000 dólares por el horizonte del proyecto de quinto año, ver Tabla 46.

Tabla No. 46. Gastos financieros

Gastos Financieros	Año 1	Año 2	Año3	Año 4	Año 5
Intereses	521,68	428,27	323,82	207,03	76,41

Elaborado por: Benítez, M. 2014

En la tabla No. 46, se revelan los intereses anuales a pagar por el préstamo, en el anexo N°2 de este documento se detallan pagos correspondientes mes a mes, tanto por capital como por interés mensual, se totaliza además todos los pagos causados.

6.4 Presupuestos de costos (fijos, y variables)

Establece un orden lógico de todos los costos que la empresa tiene en su actividad productiva, en primera instancia mensualmente y posteriormente por año y se establece un costo variable que nos da fluidez para que se pueda establecer un punto de equilibrio.

Tabla No. 47. Ingresos, costos fijos y variables.

MATERIA PRIMA DIRECTA	Mensual USD	Anual USD	COSTO FIJO USD	COSTO VARIABLE USD
TELA	1228	14735		14734,5
HILO	30	360		360
ACCESORIOS	42	500		500
MANO DE OBRA DIRECTA				
OPERARIO 1	320	3840	3840	
OPERARIO 2	320	3840	3840	
OPERARIO 3	320	3840	3840	
OPERARIO 4	320	3840	3840	
OPERARIO 5	320	3840	3840	
OPERARIO 6	320	3840	3840	
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION				
UNIFORMES	40	480	480	
GORROS	10	120	120	
MASCARILLAS	6	72	72	
GUANTES	8	94	94,2	
MALLAS DOCENA	8	96	96	
FUNDAS DE EMPACADO	10	120		120
SERVICIOS BÁSICOS	54	648	648	
MOVILIACIÓN	20	240		240
AMORTIZACIONES	21	255	254,6	
DEPRECIACIONES	203	2437	2437,24	
SUMINISTRO DE LIMPIEZA	127	1524	126,96	
TOTAL	3727	44720		
GASTO ADMINISTRATIVO				
SUELDO DEL GERENTE	401	4812	4812	
BENEFICIOS DE LEY	81	971	970,72	
GASTOS FINANCIEROS	26	311	311,4381089	
TOTAL COSTOS Y GASTOS	7961	95534	33463,158	15954,5

Fuentes Tabla 36, 38, 39, 40 y 43. Elaborado por: Benítez, M. 2014

La Tabla 47 distingue los costos fijos y variables, el total de costos y gastos en los que incurrirá la empresa de ropa deportiva. Conociendo que los costos fijos y variables son el “Conjunto de recursos cuya cantidad no puede ser modificada por la empresa corto plazo y que pueden soportar volúmenes diferentes de producción, requerimientos necesarios

para la producción que varían directamente en función de su volumen. Como los insumos y materias primas, trabajadores, energía” según MONTOYA, 2014.

6.5 Punto de equilibrio

$$PE = \frac{CF}{\frac{CVT}{1 - VT}}$$

$$PE = \frac{334.163,16}{1 - \frac{1.5954,5}{58.800}}$$

$$PE = \$20.746$$

Dónde:

CF = Costos fijos

CVT= Costo de variables totales

PV= Precio de ventas

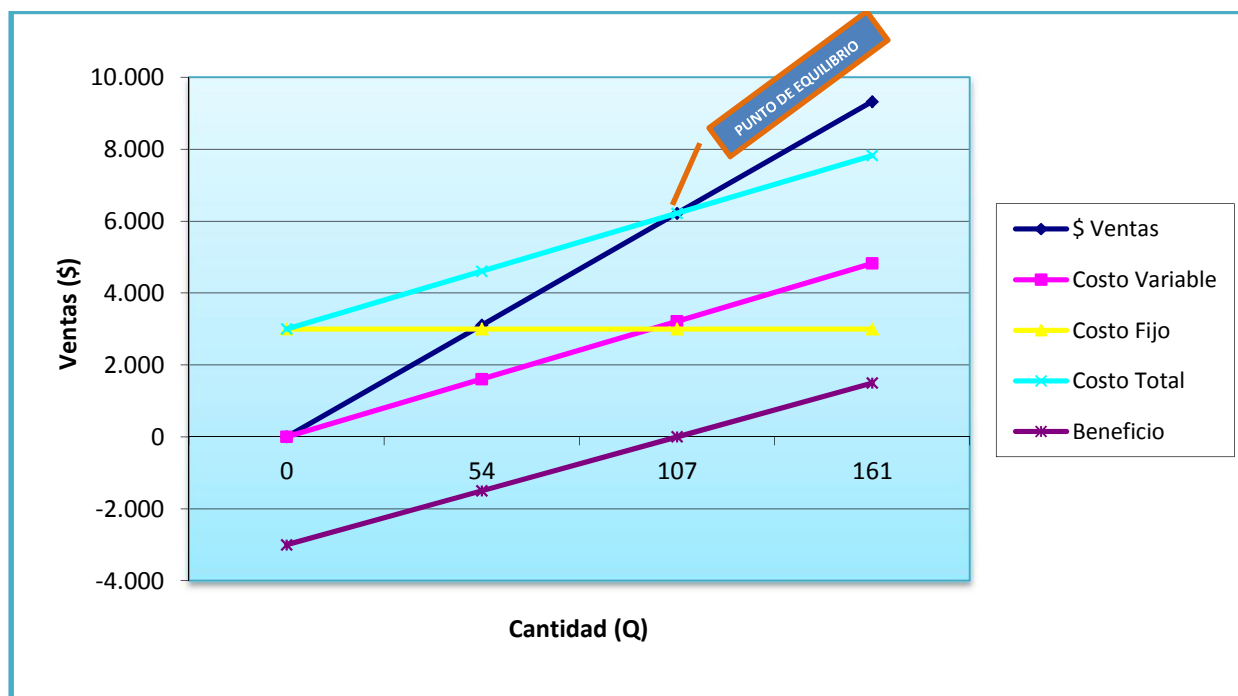
Tabla No. 48. Datos generales para calcular el Punto de equilibrio Anual.

PRECIO POR UNIDAD	UNIDADES FISICAS	VENTAS TOTALES ANUALES	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	COSTO TOTAL ANUAL
7.6	8160	58800	33463,16	15954,5	49417,53
Precio Venta	7,6				
Costo Unitario	6				
Gastos Fijos Anual	33.463				
Punto Equilibrio	20.746				

Elaborado por: Benítez, M. 2014

El punto de equilibrio en unidades monetarias es \$ 20746 anuales, calculado según la fórmula que antecede, donde se toman en cuenta los costos fijos anuales, costos variables y precio de venta. En la tabla No. 48, se detallan los valores utilizados en el cálculo con los valores de ventas, costos fijos, costos variables, costo total anual, precio de venta, costo unitario, gastos fijos anuales.

Figura No. 6. Punto de equilibrio.



Elaborado por: Benítez, M. 2014

El punto de equilibrio en unidades puede calcularse de forma mensual y anual unidades mínimas al año para no perder ni ganar. “Es aquella situación, en la cual la empresa produce y vende un volumen exactamente necesario, que sólo le permite cubrir la totalidad de sus costos y gastos, de tal manera que no tenga utilidades ni pérdidas (RODRÍGUEZ, 2011) , la Figura No. 6 ilustra en un plano de coordenadas el comportamiento de los datos en miles de unidades para Q en las abscisas y las ventas en las ordenadas (*10), para la empresa en el punto de convergencia o punto de equilibrio.

6.6 Estado de resultados

Tabla No. 49. Estado de resultados

INGRESOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Pantalones	5760			9.265,64	
Licras	10080	6.749,15	7.909,78	16.219,96	10.857,11
Camisetas – blusas	3840	11.809,44	13.837,22	6.177,09	18.999,94
Camiseta polo	7680	4.499,43	5.273,18	12.354,18	7.238,07
Pantalinetas y short	8400	8.998,86	10.546,37	13.516,64	14.476,15
Ternos Interiores	7680	9.841,20	11.531,01	12.354,18	15.833,29
Ternos exteriores	15360	8.998,86	10.546,37	24.708,37	14.476,15
TOTAL INGRESOS	58.800,00	17.997,72	21.092,74	94.596,06	28.952,30
COSTOS DE PRODUCCIÓN		68.894,66	80.736,66		110.833,01
MATERIA PRIMA DIRECTA					
TELA	16760	17472	18215	18989	19796
HILO	360	375	391	408	425
ACCESORIOS	500	521	543	566	591
MANO DE OBRA DIRECTA					
OPERARIO 1	3840	3917	3995	4.075,04	4157
OPERARIO 2	3840	3917	3995	4.075,04	4157
OPERARIO 3	3840	3917	3995	4.075,04	4157
OPERARIO 4	3840	3917	3995	4.075,04	4157
OPERARIO 5	3840	3917	3995	4.075,04	4157
OPERARIO 6	3840	3917	3995	4.075,04	4157
MATERIA PRIMA INDIRECTA					
UNIFORMES	480	720	720	720	720
GORROS	120	120	120	120	120
MASCARILLAS	72	72	72	72	72
GUANTES	94	94	94	94	94,2
MALLAS DOCENA	96	96	96	96	96
FUNDAS DE EMPACADO	120	120	120	120	120
SERVICIOS BÁSICOS	648	648	648	648	648
MOVILIACIÓN	240	240	240	240	240
AMORTIZACIONES	85,80			85,80	
		85,80	85,80		85,80
DEPRECIACIONES	2.437,24			2.437,24	2.437,24
		2.437,24	24.327,24		
SUMINISTRO DE LIMPIEZA	1.523,52			1.523,52	1.523,52
		1.523,52	1.523,52		
TOTAL COSTOS PRODUCCIÓN	46.576,76	48.026,41	71.167,10	50.570,37	51.907,82
UTILIDAD BRUTA	12.223,24	20.868,25	9.569,56	44.025,69	58.925,18
GASTOS OPERATIVOS	6.304,40	6.500,13	6.699,27	6.901,25	7.105,34
GASTO ADMINISTRATIVO	5.782,72	6.071,86	6.375,45	6.694,22	7.028,93
SUELDO DEL GERENTE	4.812,00			5.570,49	5.849,02
		5.052,60	5.305,23		
BENEFICIOS DE LEY	970,72			1.123,73	1.179,92
		1.019,26	1.070,22		
GASTOS FINANCIEROS	521,68	428,27	323,82	207,03	76,41
UTILIDAD OPERACIONAL	5.918,84	14.368,12	2.870,29	37.124,44	51.819,84
15 % PT	887,83	2.155,22	430,54	5.568,67	7.772,98
Utilidad despues PT	5.031,02			31.555,77	44.046,87
		12.212,90	2.439,75		
IMPUESTO A LA RENTA	1.106,82			6.942,27	9.690,31
		2.686,84	536,74		
UTILIDAD NETA	3.924,19	9.526,06	1.903,00	24.613,50	34.356,56

Fuentes: Tablas 35, 37, 39, 40, 47.

Elaborado por: Benítez, M. 2014

El estado de resultados de la empresa referido en la Tabla 49, revela una utilidad neta en los cinco años, luego de cumplir con las obligaciones correspondientes a impuestos y

utilidades a sus trabajadores, situación favorable de la empresa. Para entender mejor este reporte y los siguientes referimos: “El análisis financiero es una herramienta gerencial y analítica clave en toda actividad empresarial que determina las condiciones financieras en el presente, la gestión de los recursos financieros disponibles y contribuye a predecir el futuro de la empresa” (Nava Rosillón, 2009), y puntualiza: “Actualmente la gestión financiera incluye actividades significativas para alcanzar el éxito de una empresa; se encarga básicamente de la administración de los medios financieros, y para ello debe crear e implementar estrategias efectivas que le permitan obtener los recursos financieros, analizar los aspectos financieros que contienen las decisiones tomadas en otras áreas internas de la empresa, evaluar las inversiones requeridas para incrementar las ventas, analizar e interpretar la información financiera presentada en los estados financieros y diagnosticar las condiciones económicas y financieras de la empresa” (Nava Rosillón, 2009). Es evidente que la presente propuesta refleja un futuro prometedor para este emprendimiento.

6.7 Balance general inicial

Tabla No. 50. Empresa "ROPA ALLI CHULLARINA". Balance General
Año 0

Balance General			
Activo		Pasivo	
<u>Activo Circulante</u>	3727	Pasivo L/Plazo	
Bancos		Préstamo	5000
Almacén	16760		
<u>Activo Fijo</u>		Patrimonio	
Maquinaria y Equipo	12700	Donación Tela	16760
Muebles y Enseres	1940	Donación Act. Fijo	17560
Útiles de Producción	2920	Capital Propio (Socios)	3727
Acciones	3727		
<u>Activos Diferidos</u>			
Gastos I&D	153		
Gastos de Organización	170		
Gastos de Instalación	150		
Gastos de Constitución	800		
Total Activo	43047	Total Pasivo y Patrimonio	43047

Elaborado por: Benítez, M. 2014
Fuente: Tablas No. 33 y 34

La Tabla 50 muestra la situación real financiera y económica del proyecto de ropa deportiva, el pasivo es menor, consta de un préstamo de 5000 dólares siendo favorable para el proyecto, además podemos observar que el capital se compone de donaciones y aporte de los socios. Se presenta una situación financiera muy aceptable económicamente.

CAPÍTULO VII: EVALUACIÓN DEL PROYECTO

7.1 Evaluación del proyecto

En la evaluación de proyectos de inversión, se consideran varios aspectos importantes, el contexto en el que se desarrolla y el impacto económico que es capaz de generar, “todo proyecto de inversión (PI) debe insertarse en la economía productiva, cumpliendo con el marco de legalidad vigente”, publica (TAPIA, 2014). E indica además: “La creación de valor se mide a través de su flujo de fondos”, por otra parte refiere en la clasificación de los proyectos de inversión, a uno en particular, una inversión para generar productos nuevos en el mercado, y sugiere: “se tiene en cuenta la conveniencia estratégica del posicionamiento en estos nuevos negocios, identificando la posibilidad de implementación futura con otros nuevos proyectos, por lo que pueden a posteriori explicar rentas extraordinarias”.

Según el objetivo de nuestro estudio, las evaluaciones que se deben aplicar son aquellas relacionadas a “medir la rentabilidad de la inversión, independientemente de donde provengan los fondos”, (TAPIA, 2014).

7.2 Flujo de caja

La disponibilidad de información necesaria, nos permite procesar en términos financieros expresar y analizar el flujo financiero o flujo de caja.

Este importante paso es el punto de partida primordial para los indicadores financieros que se realizan posteriormente para definir la factibilidad de la inversión.

Tabla No. 51. Flujo de Caja

DESCRIPCION	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO FIJO	(17.560)					
ACTIVO DIFERIDO	(1.273)					
CAPITAL DE TRABAJO	(3.727)					
CREDITO	5.000					
INGRESOS		58.800,00	68.894,66	80.736,66	94.596,06	110.833,01
COSTO PRODUCCIÓN		(44.720,06)	(46.093,53)	(47.254,47)	(48.454,19)	(49.694,11)
COSTO ADMNIST.		(5.782,72)	(6.071,86)	(6.375,45)	(6.694,22)	(7.028,93)
COSTO FINACIERO		(521,68)	(428,27)	(323,82)	(207,03)	(76,41)
DEPRESICION Y AMORT.		(2.633)	(2.633)	(2.633)	(2.633)	(2.633)
UTILIDAD ANTES DE IMP		5.143	13.668	24.150	36.608	51.401
15% REP. TRABAJADOR.		(771)	(2.050)	(3.623)	(5.491)	(7.710)
22% IMP. RENTA		(962)	(2.556)	(4.516)	(6.846)	(9.612)
UTILIDAD DESP. IMP.		3.410	9.062	16.012	24.271	34.079
DEPRESICION Y AMORT.		2.633	2.633	2.633	2.633	2.633
PAGO DE CREDITO		(1.000)	(1.000)	(1.000)	(1.000)	(1.000)
RECUPER. CAPITAL DE TRAB.						3.727
VALOR DE SALVAMENTO						2.437
FNE	(17.560)	5.042	10.695	17.644	25.904	41.875

Fuentes: Tablas 26, 27, 28, 31, 32, 33, 36, 42, 43, 46.

Elaborado por: Benítez, M. 2014

El flujo de caja para el primer año es de \$ 5.042 para el segundo \$ 10695 habiendo un incremento muy significativo; el tercer año de 17.644, en el cual se incrementa notablemente el flujo neto. Para el cuarto año se mantiene la tendencia con un valor de 25.904 dólares americanos y en el quinto año 41.085 dólares americanos existe un incremento sustancial que evidencia un potencial éxito del presente proyecto.

7.3 Evaluación con financiamiento

La evaluación del proyecto de inversión de la empresa, conlleva a realizar un análisis metódico del comportamiento del ejercicio económico empresarial planteado en un proyecto de inversión; partiendo de las fuentes de financiamientos propias, por donación, crédito a corto, mediano o largo plazo. El presente proyecto cuenta con un crédito bancario, por lo cual es necesario determinar la tasa mínima aceptable de rendimiento, (TMAR) y posteriormente los indicadores económico – financieros, con fundamento en

los valores que dicho financiamiento estipula. Es la aplicación matemática, financiera, con su análisis para determinar los beneficios o pérdidas que la inversión de una empresa confiere.

7.4 Tasa mínima aceptable de rendimiento TMAR

“Para hacer una inversión se debe tener en mente una tasa mínima de ganancia sobre la inversión propuesta. A esta se le llama tasa mínima aceptable de rendimiento. Cuando el inversionista arriesga dinero, piensa no solo en mantener el poder adquisitivo de su inversión, sino que esta tenga un crecimiento real”. (AUQUILLA, 2009).

Tabla No. 52. Valor de la TMAR

DESCRIPCIÓN		PORCENTAJE	
Inflación Sep 2013 a Sept 2014		0,0419	4,19%
Premio al riesgo		0,12	12,00%
TMAR CAP PRIOIO (i+f+if)	$0,0419+0,12+(0,12*0,0419)$	0,1669	16,69%
TMAR BANCO		0,112	11,20%

Elaborado por: Benítez, M. 2014

En la tabla No. 52 se detalla el cálculo de la TMAR en el proyecto de inversión de la empresa “ALLI CHURARINA”, tomando en cuenta la inflación anual a septiembre 2014 equivalente a un 4,19% y un premio al riesgo de 12%; lo cual nos da como resultado una TMAR del capital propio de 16.69% por encima de la Tasa social de descuento y adicionalmente tenemos la TMAR de crédito bancario que es del 11,20%.

Tabla No. 53. TMAR ponderada

CAPITAL PROPIO	17.560	0,78	78%
CAPITAL FINANCIADO	5.000	0,22	22%
TMAR CAPITAL PROPIO	$0,78*0,1669$	0,1302	13,02%
TMAR BANCO	$0,22*0,112$	0,0246	2,46%
TMAR PONDERADA		0,1548	15,48%

Elaborado por: Benítez, M. 2014

La TMAR ponderada la calculamos, tomando en cuenta la TMAR del capital propio y la TMAR del banco, esta sumatoria del porcentaje de participación del capital propio y del crédito, nos da como resultado 15,48% , que es la TMAR con la cual vamos a evaluar el proyecto. Ver tabla No. 53.

7.5 Indicadores económico-financieros.

Los indicadores financieros miden la rentabilidad económica de las inversiones. A continuación se han calculado el VAN, TIR, relación Beneficio Costo, el PRI.

7.5.1 VAN

Para la determinación del VAN se tomó el conjunto de flujos de fondos futuros generados por la inversión, descontados a la tasa de retorno requerida de la misma al momento de realizarla, menos esta inversión inicial, valuada también a ese momento.

$$VAN = -i + \frac{FNE 1}{(1+i)^1} + \frac{FNE 2}{(1+i)^2} + \frac{FNE 3}{(1+i)^3} + \frac{FNE 4}{(1+i)^4} + \frac{FNE 5}{(1+i)^5}$$

Tabla No. 54. VAN

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
FNE	-17560	5042	10695	17644	25904	41875
VAN	\$ 41235,61					

Elaborado por: Benítez, M. 2014

La Tabla No. 54 resume los datos del VAN calculado en cinco periodos anuales tomando en cuenta los flujos de caja generados por la inversión, menos la inversión inicial. Como conclusión tenemos un VAN positivo de \$41235,61, y valores positivos desde el segundo valor, la empresa está generando rentabilidad, el proyecto se acepta.

7.5.2 TIR

Con la TIR, tratamos de encontrar una única tasa de rendimiento que resuma los méritos del proyecto. Depende de los flujos de fondos de la inversión bajo análisis, no de las tasas que se ofrezcan como alternativas. Esa única tasa buscada, es la tasa de descuento, que aplicada sobre la totalidad de los flujos de fondos esperados, genera un valor actual total de los mismos igual que el valor actual de la inversión que los hizo posibles.

$$TIR = \frac{\sum VAN_{tim}}{tim + (TIM - tim) \frac{\sum VAN_{tim}}{\sum VAN_{tim} - \sum VAN_{TIM}}}$$

TIR 66%

El TIR es el 66% superior a la tasa vigente, datos que califican al proyecto como rentable, es mayor que la tasa del TMAR ponderada 15,48%, por tanto es viable el proyecto.

7.5.3 Relación Beneficio Costo

$$B/C = \frac{\text{Sumatoria de Ingresos}}{\text{Sumatoria de Egresos}}$$

Tabla No. 55. Evaluación Costo Beneficio.

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	SUMATORIA
INGRESOS	58.800,00	68.894,66	80.736,66	94.596,06	110.833,01	413.860,39
EGRESOS	53.657,10	55.226,29	56.586,38	57.988,08	59.432,09	282.889,94
Beneficio / Costo						1,46

Elaborado por: Benítez, M. 2014

La relación beneficio costo es 1,46 para todo el horizonte del proyecto, es decir por cada dólar invertido tenemos 0,46 centavos de ganancia, siendo sumamente rentable para la empresa, lo cual lo ubica como un proyecto sumamente rentable. Ver tabla No. 55.

7.5.4 Periodo de recuperación de la inversión (PRI.)

Mide en cuanto tiempo se recuperará el total de la inversión a valor presente, es decir, nos revela la fecha en la cual se cubre la inversión inicial en años, para calcularlo se utiliza la siguiente Fórmula:

$$PRI = a + \frac{(b-c)}{d}$$

Dónde:

a= Año inmediato anterior en que se recupera la inversión.

b= Inversión Inicial

c = Flujo de Efectivo Acumulado del año inmediato anterior en el que se recupera la inversión.

d = Flujo de efectivo del año en el que se recupera la inversión.

Tabla No. 56. PRI.

AÑOS	FNE	FNE (acumulada)	PRI (Años)
0	-17.264,00		
1	5.042,00	5.042,00	
2	10.695,00	15.737,00	
3	17644,00	33.381,00	2.7
4	25.904,00	59.285,00	
5	41.875,00	101.160,00	

Fuente Tabla 51

Elaborado por: Benítez, M. 2014

El periodo de recuperación de la inversión es a partir del segundo año, concretamente 2.7 años; según esta proyección se prevé recuperar la inversión en un período aceptable para proyectos de 5 años. Ver tabla No. 56.

Con una tasa mínima aceptable de rendimiento de 15,48 % anual podemos evaluar al proyecto respecto de su valor actual neto que se ubica en \$41235,61 que tiene un resultado halagador y potencialmente rentable. La TIR sigue siendo del 66 % anual, debido a que es una característica propia del proyecto, su valor no cambia por el efecto

del apalancamiento financiero, es decir, la rentabilidad total del proyecto, medida por la TIR, es indiferente de la forma como se financie la inversión inicial. Lo que si cambia es la decisión de aceptar o rechazar un proyecto cuando cambia el costo de la inversión. En este caso como la TIR del 66% anual es mayor que el costo de la inversión (costo de capital) del 15,48 % anual, el proyecto se debe aceptar.

El financiamiento (Serrano, 2010) puede hacer atractiva la inversión en proyectos que por sí solos no lo son, o lo que es lo mismo, un buen financiamiento puede mejorar una inversión mala. Un proyecto no es rentable per se, pero el inversionista lo vuelve rentable para sí por medio del apalancamiento financiero.

7.6. Evaluación económico - social

El sector textil del Ecuador representa uno de los mayores generadores de empleo con cerca de 3000 empresas en el encadenamiento productivo para un producto terminado que representan más de 140 mil empleos directos (CARRILO, 2010) ; representa aproximadamente el 3.1% del PIB total y 19,2% del PIB manufacturero (Banco Central del Ecuador, Estadísticas Macro Económicas, 2014).

Definitivamente su impacto en la población tiene un balance positivo, tomando en cuenta desde su base de la cadena laboral, es decir, el confeccionista que es la unidad productiva cuya actividad principal constituye en transformar la materia prima como son las telas, tejidos (básicamente) en prendas de vestir.

7.6.1 Análisis de la industria en el Ecuador:

La diversidad y heterogeneidad del sector textil en Ecuador agrupa principalmente a dos tipos de unidades productivas:

Un sistema Empresarial: que básicamente se constituyen como organizaciones modernas, como máquinas industriales y una producción en línea y ya se encuentran agremiadas en la pequeña industria.

Un sistema artesanal: representado por unidades mínimas de producción y que no siempre cuentan con organizaciones que respalden su accionar; su maquinaria es muy básica, en muchas veces elementales para completar la producción y trabajan en la confección bajo pedido y sin mercados estables para la comercialización de los productos.

Tomando en cuenta estos tipos de unidades de producción, el presente proyecto busca brindar los insumos necesarios para que la Agrupación comunitaria ALLY CHURARINA pase de ser un sistema artesanal, fortaleciendo su cadena de producción con una infraestructura adecuada, máquinas industriales garantizando una producción en serie y llegando a un sistema empresarial amparada en una organización sólida como por ejemplo la MIPRO o AITE (Asociación de Industrias Textiles del Ecuador)

En Ecuador la confección de textiles de manera artesanal ha sido una de las alternativas para la generación de recursos de poblaciones con bajos ingresos, en donde, han encontrado la posibilidad de establecer un negocio propio que permita la satisfacción de las necesidades básicas, es así que en la mayoría de ciudades grandes estos negocios han proliferado, casi sin ningún control. “Se encuentran más de 3420 artesanos dedicados a la confección de textiles, repartidos en provincias y regiones del país. Existen dos zonas donde la especialización en la producción ha logrado generar un polo de desarrollo: Pelileo y Atuntaqui. En Pelileo la producción se especializa en la confección de tejidos de jeans. En Atuntaqui se ha desarrollado la industria dedicada al procesamiento de algodón esto incluye ropa deportiva de algodón y polialgodón” (MARCO, 2010).

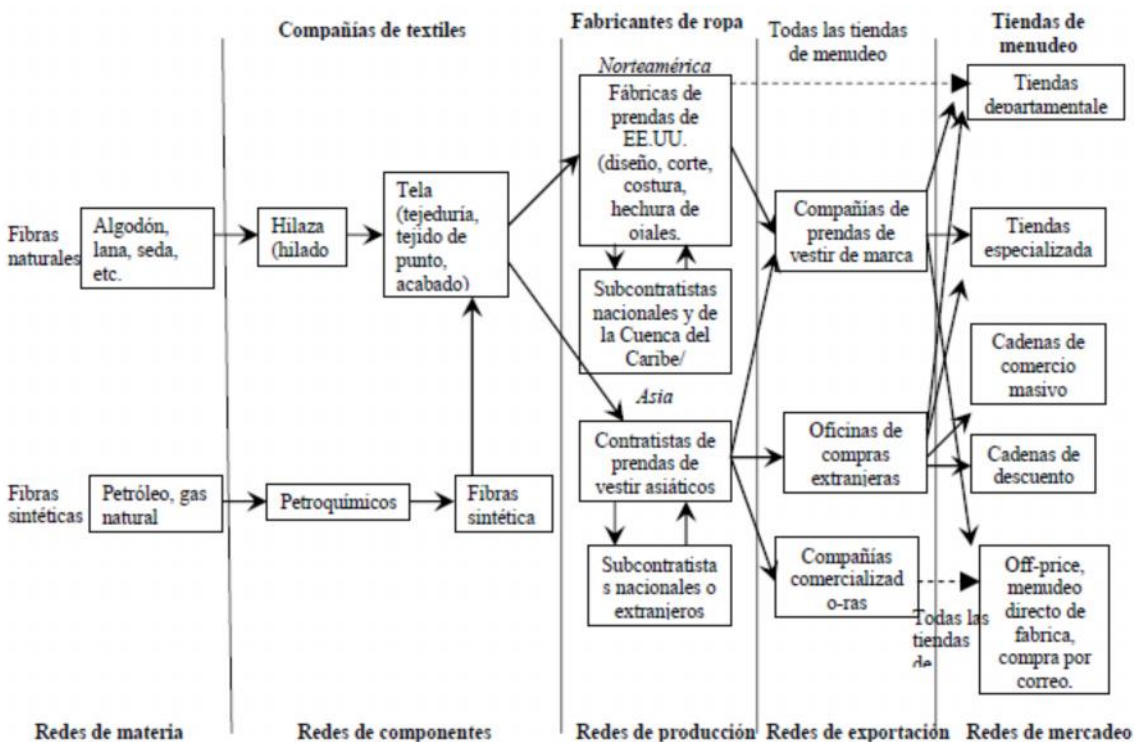
7.6.2 El Proceso de encadenamientos de la industria textil:

El proceso productivo de la industria textil requiere de materias primas, fibras textiles naturales y no naturales que son tratadas y seleccionadas en el proceso de preparación de fibras para luego convertirse en hilo, los cuales mediante diversos procesos genera las telas y posteriormente la elaboración de prendas de vestir. Constituyéndose en un importante generador de encadenamientos hacia atrás especialmente para la industria agrícola, ganadera, plásticos, química, comercial, turística, publicidad, diseño, logística, etc. (Ver Gráfico No. 7).

Este concepto es importante para estudiar la industria, ya que ayuda a entender de qué manera participa la subregión en la industria manufacturera global y su papel en la

distribución de beneficios que se derivan de las distintas actividades de la cadena. La participación en distintos eslabones tiene implicaciones importantes, no sólo en términos de organización industrial sino también en términos de desarrollo económico y social, debido a que las actividades asociadas con cada eslabón tienen distinta intensidad en el uso de recursos (capital, tecnología, mano de obra o recursos naturales), distinta oportunidad de encadenamientos productivos y, consecuentemente, distintas oportunidades para el desarrollo de capacidades locales (Superintendencia de sociedades de Colombia, 2007)

Figura No. 7 Cadena global de valor sector textil y confecciones



Fuente: (GAFETI, 2001)
Elaborado por: Benítez, M. 2014

De acuerdo al presente gráfico, resulta lógico comprender la importancia de una industria como la textil, se fundamenta en que no crece, ni se desarrolla de manera independiente; sino que en su proceso es solidaria con diversas industrias potenciando su razón de existencia.

7.6.3 Aspectos institucionales:

En este subtema se quiere destacar los sistemas de apoyo y protección con que actualmente cuantas las industrias textiles en el Ecuador. “La Asociación de Industriales Textiles de Ecuador (AITE) Ante la necesidad de tener una entidad que represente y defienda los intereses del sector textil ecuatoriano, los industriales de la rama decidieron agruparse. Es así que el 30 de septiembre de 1943, hace casi 67 años, el Gobierno Nacional aprobó el Estatuto de la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador (A.I.T.E.), fecha desde la cual ha venido actuando ininterrumpidamente” (CARRILO, 2010) .

Los objetivos que determinaron su creación fueron la necesidad de unir a los industriales textiles de la República en un organismo homogéneo que los representara para tratar y resolver los problemas de esta rama industrial en sus relaciones con el Gobierno, con los trabajadores y con el público. Esta institución ha servido de foro para discutir y analizar los problemas económicos y financieros del país, así como su repercusión en las actividades industriales. Pero sus acciones y políticas no únicamente han estado limitadas a las grandes empresas, sino que han favorecido a todo el sector textil ya que han permitido un oportuno control de impuestos en materiales e insumos que se importan y que son necesarios para la cadena productiva; además que han sido solidarios con microempresas y en muchas ocasiones han sido socios estratégicos.

7.6.4 Políticas públicas

El sector textil en Ecuador todavía no ha podido despuntar económicamente, principalmente debido a que la mayor parte de la producción nacional de textil es artesanal. En la actualidad, el Gobierno ecuatoriano ha intentado poner en valor la producción nacional, a través del certificado “¡Mucho mejor! si es hecho en Ecuador” y con las políticas arancelarias con las que pretende proteger la producción nacional, respecto a las importaciones, principalmente de China y EE.UU (CARRILO, 2010)

Desde el punto de vista de apoyo productivo se destacan los programas de “Hilando el Desarrollo” del Ministerio de Coordinación de Desarrollo Social y el programa de apoyo a confeccionistas artesanales de Bolívar del MIPRO. El programa “Hilando el Desarrollo” es un proyecto que tiene como base la asociatividad de artesanos y pequeñas empresas. A través de la asociatividad los microproductores de confecciones proveen de indumentaria a los alumnos de las escuelas fiscales del país.

Este programa posee tres componentes: capacitación a microproductores, asistencia técnica y microcréditos. El programa tiene cobertura nacional y hasta el momento ha entregado uniformes a 850.000 niños y niñas de escuelas fiscales.

Con el programa se busca mejorar la capacidad productiva de los beneficiarios, así mismo se garantiza una demanda de productos gracias al sistema nacional de compras públicas. El aumento de productividad de este tipo de empresarios tiene como efecto el mejoramiento de los niveles de bienestar de las familias de los participantes.

El Ministerio de Industrias y Productividad, ha opuesto en marcha un programa de apoyo para la Asociación de Desarrollo Social de Artesanías. Este proyecto tiene como finalidad capacitar a 142 microempresarias textiles de la provincia de Bolívar, específicamente de la parroquia Salinas de Bolívar

El componente de capacitación del programa tiene como finalidad mejorar los niveles de productividad de las beneficiarias, esperando aumentar en 100% las unidades elaboradas por las artesanas.

“El proyecto en mención fue programado e implantado por la subsecretaría de micro, pequeñas, medianas empresas y artesanos del MIPRO. Sin embargo de ellos, estas propuestas que se están ejecutando deberían ir de la mano con estrategias de desarrollo sostenible apoyadas en el comercio como:

1. Un proceso de incorporación a los flujos mundiales de comercio
2. Procesos de Complejización y Reestructuración Productiva mediante la creación de capacidades tecnológicas locales en la producción a través de incentivos para la innovación y la generación de capital humano y capital social, así como la creación de un instituto de biotecnología.
3. Plan agresivo de transferencia de tecnología.

4. Impulsar en mayor medida los planes de capacitación y la asociación de las pequeñas y medianas empresas
5. Fomentar encadenamientos entre sectores económicos, así como sus complementariedades a través de la creación de clusters y centros de investigación.
6. Inmediato ordenamiento sanitario del cultivo, dado que es un aspecto fundamental para la reducción de los costos de producción del algodón.
7. Asegurar la sostenibilidad ambiental mediante procesos de intervención del medio Natural, en el cual participen todas las entidades estatales y no sólo el ámbito ambiental.
8. Una distribución de los costos y beneficios entre los Actores Sociales que manifiesten un impacto sobre la cohesión social y la gobernabilidad política”. MARCO, 2010.

7.6.5 Impacto en la economía local:

Definitivamente se está viviendo un momento histórico, donde, todas estas iniciativas favorecen a la Industria textilera, más aún a estas iniciativas de tipo comunitario que su enfoque es el bien común y la generación de recursos.

Alli Churarina abarca un importante sector rural y obedece a una iniciativa de 5 comunidades de la Parroquia Chonta Punta , en donde, localmente no existe un tipo empresa dedicada a la fabricación de textiles y su densidad poblacional está en permanente crecimiento. Para tal efecto tiene la fortaleza de un estudio de mercado en donde la demanda está en función de los intereses del perfil de los clientes y la oferta en función de los pequeños negocios que existen en la ciudad del Tena, pero que están alejados de la población. Los precios son competitivos y el margen de utilidad está en el orden del 60% de acuerdo al tipo de prenda. Cuenta con un total de 23 personas de la comunidad que están capacitados, a través de SECAP con el apoyo de Petroamazonas EP, que adicionalmente apoyó con la dotación de materia prima para el aprendizaje y la primera producción, además de maquinaria a través de su Plan de Relaciones Comunitarias.

Actualmente satisface el mercado local, en la confección de ropa deportiva para sus habitantes y de las empresas que se encuentran en el sector, principalmente vinculadas

al sector hidrocarburífero, que anteriormente tenían que trasladarse a una hora y media para poder comprar este tipo de insumos. La confección de uniformes también es un puntal importante ya que sus habitantes no cuentan con los medios económicos suficientes para movilizarse a los grandes centros poblados; estos datos a su vez, han contribuido de manera recíproca a incrementar la producción, mejorar la calidad y sobre todo a acrecentar los recursos de las personas que laboran en esta micro empresa y por ende a mejorar la calidad de vida de sus familias. La elaboración del presente documento aportará aún más a señalar el camino del desarrollo de estos emprendedores que miran sus necesidades insatisfechas como una oportunidad para crecer y luchar por la consecución de sus ideales.

CONCLUSIONES

1. La implementación de la microempresa “ALLI CHURARINA” , involucra a las 5 comunidades de la parroquia Chonta-Punta, con una oportunidad de emprendimiento local a ser legalizada en la comunidad de Ñucanchi Llacta, población que será beneficiaria directa del proyecto de compensación social Comunitaria de PETROAMAZONAS EP, a través de donaciones en materia prima y de activos fijos. Esta ejecución cuenta con una inversión inicial de \$22560,00 en un horizonte de 5 años en donde se prevé recuperar la inversión en 2,7 años, tiene un VAN positivo y una TIR 66% superior a la tasa vigente y a la TMAR 15,48; entonces la empresa debe implementarse.
2. Para la sostenibilidad de la futura empresa ha sido necesario contar con varios factores, entre ellos se ejecutó un entrenamiento técnico a los involucrados, la población de la comunidad de Ñucanchi Llacta ha recibió 5 módulos de capacitación para confeccionar ropa deportiva; como una fortaleza para dar inicio de su potencial empresa, a la fecha los socios capacitados han mejorado sus destrezas y conocimientos en el área de la confección de ropa deportiva, además reciben asesoría técnica del SECAP, parte importante del cumplimiento y proyecciones de la empresa a ser legalizada y los objetivos cuantitativos: Para en el tercer periodo anual ser una empresa de producción de ropa deportiva líder y posesionada en el mercado local.
3. Una vez implementada y legalizada la empresa, en las condiciones de momento que consideren los involucrados, se visionara el cumplir con incrementar las ventas en un 40%, máximo tres periodos anuales, brindando calidad y precios competitivos. Productos innovadores y con una proyección a nuevos mercados nacionales, con una marca definida, para lo cual la empresa deberá planificar en base a cada ejercicio económico, y en la medida en la que se considere la utilización de este documento.
4. Parcialmente podemos concluir además que el estudio de mercado evidenció la aceptación y demanda por parte de la población, y permitió establecer los segmentos de mercado, realizar un análisis de la competencia y continuar con las siguientes fases del proyecto.

5. El punto de equilibrio es \$ 20746,00, El VAN es positivo \$ 41.235,61. La TIR 66% es mayor que la tasa del TMAR 15,48%, dando viabilidad al proyecto¹; el costo beneficio año uno es de 1,46, es decir por cada dólar invertido se obtiene 0.46 centavos y es mayor que 1 cumpliendo con los estándares para evaluación de los proyectos. Finalmente se concluye que el proyecto es viable, pues los indicadores económicos y financieros demuestran solidez; además de generar beneficios sociales y oportunidades para el desarrollo de las comunidades intervenidas.

RECOMENDACIONES

1. A los beneficiarios, se les invita a implementar la empresa y utilizar el apoyo brindado por la empresa estatal generando desarrollo y recursos para sus familias, es importante que siempre cuenten con la guía de la ingeniería del proyecto lo que les encaminará al éxito ya que es un documento minuciosamente elaborado para su emprendimiento. Se recomienda además continuar con capacitaciones permanentes y periódicas, enfocadas a la diversificación de sus productos, es decir, no únicamente limitarse a lo planteado, sino ir satisfaciendo la necesidad del mercado. De idéntica forma planificar el mantenimiento de la maquinaria; para tal efecto existe el compromiso de Petroamazonas EP de apoyo en su Plan de Gestión Comunitaria.
2. Para las proyecciones de la empresa, es necesario además, que se manejen estadísticas anuales que permitan fortalecer el mercado, captar más clientes y proyectar nuevos horizontes de la empresa comunitaria; la base de las empresas con éxito se encuentra en el manejo de datos estadísticos para sus proyecciones.
3. Los indicadores financieros van a ir fortaleciendo el proceso de construcción y desarrollo de la empresa, van a ir de la mano con el porvenir del emprendimiento por lo que siempre tienen que estar actualizados para que permitan evaluar estado real y tomar acciones correctivas para retomar los horizontes planteados.
4. Se recomienda aplicar el proyecto por demostrarse que es una iniciativa económicamente rentable que va a generar desarrollo en los socios que se van a ver directamente beneficiados, en sus familias y en las comunidades aledañas a la empresa. Actualmente la industria textil tiene más aspectos positivos que negativos para desarrollarse, es importante la situación actual del mercado que carece de este tipo de servicios, que también se ve fortalecida por la nueva política gubernamental enfocada en el cambio de la matriz productiva.

Bibliografía

LIBROS

- De Barbieri, M. T. (1978). Notas para el estudio del trabajo de las mujeres: el problema del trabajo doméstico. México. *Demografía y economía*, 12(1), 129-137.
- Económica, O., & en Düsseldorf, C. D. E. (2006). *Estudios de Mercado*. Alemania.
- Esteban, I. G. (2009). *Fundamentos y técnicas de investigación comercial*. Madrid. ESIC Editorial.
- Larrea, C. (2006). *Hacia una historia ecológica del Ecuador: propuestas para el debate*. Quito: Corporación Editora Nacional.
- Martínez, E. O. (1990). *Manual de investigación comercial*. Madrid. Ediciones Pirámide.

REVISTAS

- Álvarez, F. (2013). Evaluación Financiera de Proyectos de Inversión en el Ecuador. (ESPOL, Ed.) *Revista FENopina*.(46), 1.
- Añez, C. (2006). Las estrategias de flexibilización laboral en las empresas de confección de ropa. *Revista de Ciencias Sociales*. Venezuela. 12(3), 534-562.
- Blásquez, F. e. (Julio-Diciembre de 2006). Factores del crecimiento empresarial. Especial referencia a las pequeñas y medianas empresas. *REV. INNOVAR*, 16(28), 43-56.
- Factos, P., & Alexandra, P. (2011). *Proyecto de implementación de la franquicia de ropa masculina He By Mng en Quito-Ecuador* (Doctoral dissertation, Universidad Internacional SEK). Quito, Ecuador.
- Fajardo, C., & Del Roció, M. (2009). *Estudio para la creación de una empresa comercializadora de ropa interior y pijamas en el Distrito Metropolitano de Quito*. Quito, Ecuador.
- Freire León, A. M. (2009). *Proyecto de prefactibilidad de una empresa de confección de ropa deportiva infantil, en la ciudad de Riobamba*. Riobamba, Ecuador.
- Gafeti, G. (2001). *Las cadenas productivas como marco analítico para la producción*. México: IIEc-UNAM.
- Garzón Garzón, S. M., Sánchez Larrarte, M. E., & Moreno, F. D. P. (2013). *Estudio de factibilidad de la exportación de ropa interior femenina infantil a Ecuador*. Bogotá, Colombia.

- León Rodríguez, e. E., & Yépez Avata, e. L. (2013). Proyecto de inversión de una empresa de ropa deportiva para satisfacer las exigencias de los consumidores de la ciudad de Babahoyo provincia de Los Ríos (doctoral dissertation). Los Ríos, Ecuador.
- Loyola Merchán, P. J. (2012). Plan estratégico de Marketing para la producción y comercialización de ropa deportiva en la Ciudad de Quito. Quito, Ecuador.
- Marco, P. (2010). El Mercado Textil en el Ecuador. Barcelona: ICEX.
- Nava Rosillón, M. A. (2009). Análisis financiero: una herramienta clave para una gestión financiera eficiente. *Revista Venezolana de Gerencia*, 14(48), 606-628.
- Pallarola, R. D. (2006). El negocio de la indumentaria y la alta costura deportiva. *El Mundial de Fútbol 2006... A la moda. Lecturas: Educación física y deportes*, (99), 12.
- Pallo Oña, S. V. (2012). Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicios de lavandería de ropa por autoservicio y encargo en la ciudad de Latacunga, provincia de Cotopaxi. Latacunga, Ecuador.
- Sisalema Carrillo, M. R. (2013). Proyecto de factibilidad para la creación e implementación de una distribuidora de ropa deportiva en la ciudad de Ambato (doctoral dissertation). Ambato, Ecuador.
- Tapia, G. (2014). Administración Financiera. Evaluación de proyectos de inversión. Buenos Aires - Argentina: Universidad de Belgrano.
- Vásquez Esquivel, M. J., Saavedra Acosta, W. D., & Pérez Cedeño, P. M. (2011). Investigación sobre la aplicación de los planes de marketing en las microempresas de confección de ropa deportiva de la ciudad de Latacunga y su impacto en la rentabilidad durante el período 2009 y el primer semestre del año 2010. Latacunga, Ecuador.
- Vega Sánchez, P. A. (2008). Estudio para la creación de una Empresa dedicada a la confección de ropa deportiva, ubicada en la Ciudad de Quito. Quito, Ecuador.
- Zevallos, E. (2007). Restricciones del entorno a la competitividad empresarial de América Latina. 193.

FOLLETOS

- Araque, W. (2014). Realidad microempresarial. Quito.
- Bustos, F. (2007.). Manual de gestión y control ambiental. Quito: RN Industria Gráfica.

Carrilo, D. (2010). Diagnóstico del sector textil y de la confección. Quito: INEC.
Superintendencia de sociedades de Colombia. (2007). Comportamiento del sector textil.
Bogotá.

DOCUMENTOS

Barrera, M. (2001). Situación y Desempeño de las PYMES de Ecuador en el Mercado Internacional. Seminario-Taller: Mecanismos de Promoción de Exportaciones para las Pequeñas y Medianas Empresas en los Países de la ALADI, 1-4.

PAGINAS WEB DE RELEVANCIA

Andino, Y., & Pilar, V. (2007). Estudio para la implementación de una empresa de producción y comercialización de ropa de niños, ubicada en la provincia de Pichincha, cantón Quito. Quito, Ecuador.

<http://repositorio.espe.edu.ec/handle/21000/1828>

Auquilla, A. (2009). www.dspace.ups.edu.ec. Obtenido de

https://www.google.com.ec/?gfe_rd=cr&ei=nmRIVLTBGcvFqAXQmIGADw&gws_rd=ssl#q=TMAR.

Banco Central del Ecuador. (24 de Julio de 2014). Estadísticas Macro Económicas.

Obtenido de www.bce.fin.ec/:

<http://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorReal/Previsiones/IndCoyuntura/EstMacro012014.pdf>

Banco Central del Ecuador. (24 de Julio de 2014). Estadísticas Macro Económicas.

Obtenido de www.bce.fin.ec/:

<http://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorReal/Previsiones/IndCoyuntura/EstMacro012014.pdf>

Cárdenas Paredes, W. H. (2013). “Ropa deportiva adecuada para la práctica del deporte y su incidencia en la calidad de vida de los adolescentes de la zona centro de la parroquia Bolívar cantón Pelileo de la provincia del Tungurahua, periodo noviembre 2010-Marzo 2011 (doctoral dissertation). Tungurahua, Ecuador.

<http://repo.uta.edu.ec/handle/123456789/3913>

Cecilia, A., & Rodríguez, O. (2010). Proyecto para exportar camisas para hombre de Bucaramanga Colombia a Quito Ecuador. Colombia.
<http://www.fitecvirtual.edu.co:9797/dspace/handle/123456789/164>

Cisneros Moreno, M. G. (2013). Repositorio Digital-UPS. Recuperado el 26 de 07 de 2014, de <http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/6369>

Ecuador, B. C. (2014). Reporte de indicadores financieros,
http://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion. Banco Central, Financiero. Quito: BCE.

ENROKE. (2014). Ayudando a las PYMES del Ecuador. ENROKE.
<http://grupoenroke.com/>

INEC. (11 de 2013). Ecuador en cifras. Recuperado el 25 de 03 de 2014, de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Infoeconomia/info8.pdf>

Ministerio del Ambiente. (2014). Ley de Gestión Ambiental. Recuperado el 06 de 04 de 2014, de <http://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/LEY-DE-GESTION-AMBIENTAL.pdf>

Montoya, C. (2014). Los Costos de Producción - Facultad de Ingeniería. Recuperado el 30 de Julio de 2014, de Universidad Nacional de Colombia:
<http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/sedes/manizales/4010043/lecciones/7costosde pcc.htm>

Responsabilidad Social y Relaciones Comunitarias. (2013). Petroamazonas EP.
Recuperado el 24 de 06 de 2014, de Programas Servicios:
<http://www.petroamazonas.gob.ec/relaciones-comunitarias-2/>

Rodríguez, R. (2011). Punto de Equilibrio. Roma : P de Equilibrio - rome.coolpage.biz.

SENPLADES. (2014). PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR 2013-2017. Recuperado el Mayo de 2014, de <http://www.buenvivir.gob.ec/>

Sisalema, M. (2013). Proyecto factibilidad uniformes deportivos. Recuperado el 16 de octubre de 2014, de DSPACE.UNL.EDU.EC:
<http://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/135/1/PROYECTO%20FACTIBILIDAD%20UNIFORMES%20DEPORTIVOS.pdf>

SRI. (2014). PYMES. Recuperado el 05 de 05 de 2014, de <http://www.sri.gob.ec/de/32>

Anexos

Anexo 1.

Equipos para iniciar la producción



Fuente: Benítez, M. 2014

Selección de materia prima y diseños



Fuente: Benítez, M. 2014

Moldeado de acuerdo a capacitación.



Fuente: Benítez, M. 2014

Productos de capacitaciones en varios módulos



Fuente: Benítez, M. 2014

Anexo No 2.

Tabla de amortización del crédito

TABLA DE AMORTIZACIÓN	
------------------------------	--

Capital	5,000.00
Tasa de Interés	11.23%
Plazo en meses	60
Frecuencia en el año	12

Fecha de inicio de la tabla				Mes	Día
				5	5
Periodo de gracia en meses					
Número	FECHA	Pago de	Pago de	DIVIDENDO	CAPITAL
Pagos		Capital	Interés		Pendiente
1	4-Jun-14	62.49	46.79	109.29	4,937.51
2	4-Jul-14	63.08	46.21	109.29	4,874.43
3	3-Aug-14	63.67	45.62	109.29	4,810.76
4	2-Sep-14	64.27	45.02	109.29	4,746.49
5	2-Oct-14	64.87	44.42	109.29	4,681.62
6	1-Nov-14	65.47	43.81	109.29	4,616.15
7	1-Dec-14	66.09	43.20	109.29	4,550.06
8	31-Dec-14	66.71	42.58	109.29	4,483.36
9	30-Jan-15	67.33	41.96	109.29	4,416.03
10	1-Mar-15	67.96	41.33	109.29	4,348.07
11	31-Mar-15	68.60	40.69	109.29	4,279.47
12	30-Apr-15	69.24	40.05	109.29	4,210.23
13	30-May-15	69.89	39.40	109.29	4,140.35
14	29-Jun-15	70.54	38.75	109.29	4,069.81
15	29-Jul-15	71.20	38.09	109.29	3,998.61
16	28-Aug-15	71.87	37.42	109.29	3,926.74
17	27-Sep-15	72.54	36.75	109.29	3,854.20
18	27-Oct-15	73.22	36.07	109.29	3,780.98
19	26-Nov-15	73.90	35.38	109.29	3,707.08
20	26-Dec-15	74.59	34.69	109.29	3,632.49
21	25-Jan-16	75.29	33.99	109.29	3,557.19
22	24-Feb-16	76.00	33.29	109.29	3,481.20
23	25-Mar-16	76.71	32.58	109.29	3,404.49
24	24-Apr-16	77.43	31.86	109.29	3,327.06
25	24-May-16	78.15	31.14	109.29	3,248.91
26	23-Jun-16	78.88	30.40	109.29	3,170.03
27	23-Jul-16	79.62	29.67	109.29	3,090.41
28	22-Aug-16	80.37	28.92	109.29	3,010.04
29	21-Sep-16	81.12	28.17	109.29	2,928.93
30	21-Oct-16	81.88	27.41	109.29	2,847.05
31	20-Nov-16	82.64	26.64	109.29	2,764.41
32	20-Dec-16	83.42	25.87	109.29	2,680.99
33	19-Jan-17	84.20	25.09	109.29	2,596.79
34	18-Feb-17	84.98	24.30	109.29	2,511.81

35	20-Mar-17	85.78	23.51	109.29	2,426.03
36	19-Apr-17	86.58	22.70	109.29	2,339.45
37	19-May-17	87.39	21.89	109.29	2,252.05
38	18-Jun-17	88.21	21.08	109.29	2,163.84
39	18-Jul-17	89.04	20.25	109.29	2,074.81
40	17-Aug-17	89.87	19.42	109.29	1,984.94
41	16-Sep-17	90.71	18.58	109.29	1,894.22
42	16-Oct-17	91.56	17.73	109.29	1,802.67
43	15-Nov-17	92.42	16.87	109.29	1,710.25
44	15-Dec-17	93.28	16.01	109.29	1,616.97
45	14-Jan-18	94.15	15.13	109.29	1,522.81
46	13-Feb-18	95.04	14.25	109.29	1,427.78
47	15-Mar-18	95.92	13.36	109.29	1,331.85
48	14-Apr-18	96.82	12.46	109.29	1,235.03
49	14-May-18	97.73	11.56	109.29	1,137.30
50	13-Jun-18	98.64	10.64	109.29	1,038.66
51	13-Jul-18	99.57	9.72	109.29	939.09
52	12-Aug-18	100.50	8.79	109.29	838.59
53	11-Sep-18	101.44	7.85	109.29	737.15
54	11-Oct-18	102.39	6.90	109.29	634.77
55	10-Nov-18	103.35	5.94	109.29	531.42
56	10-Dec-18	104.31	4.97	109.29	427.11
57	9-Jan-19	105.29	4.00	109.29	321.82
58	8-Feb-19	106.27	3.01	109.29	215.54
59	10-Mar-19	107.27	2.02	109.29	108.27
60	9-Apr-19	108.27	1.01	109.29	0.00
	TOTAL				

1557.191

Fuente: Bancodesarrollo 2014 – Asesoría de créditos

Elaborado por: Benítez, M. 2014



ANEXO No. 3



Universidad Técnica Particular de Loja
Escuela de Administración de Empresas

ENCUESTA PARA ESTUDIO DE MERCADO PROYECTO:
"Implementación de una Microempresa de Producción de Ropa Deportiva y Uniformes en la comunidad Nucanchi Allpa de la parroquia Chonta Punta, cantón Tena, Provincia de Napo"

Buenos días, le invitamos a responder las siguientes preguntas, gracias por su colaboración.

INFORMACIÓN GENERAL

GRADO DE ESCOLARIDAD:

Primaria incompleta	<input type="text"/>
Primaria completa	<input type="text"/>
Bachillerato incompleto	<input type="text"/>
Bachillerato completo	<input type="text"/>

INGRESO FAMILIAR

Menos del salario básico	<input type="text"/>
Salario básico	<input type="text"/>
Más del salario básico	<input type="text"/>
Negocio propio o ingresos suficientes	<input type="text"/>

ACTIVIDAD ECONÓMICA

Empleado público	<input type="text"/>
Empleado privado	<input type="text"/>
Docente	<input type="text"/>
Agricultor	<input type="text"/>
Otro: favor especifique	<input type="text"/>

1. ¿Usa usted ropa deportiva?

Si No

2. ¿Qué tipo de ropa deportiva usa o prefiere?

INTERIOR EXTERIOR OTRAS

Favor especifique:

.....

3. ¿Al momento de comprar una prenda deportiva, qué es lo primero que toma en cuenta?

Marca	<input type="text"/>
Calidad de la tela	<input type="text"/>
Color	<input type="text"/>
Combinaciones de color	<input type="text"/>
Precio	<input type="text"/>
A la moda	<input type="text"/>
Otros: Favor especifique	<input type="text"/>

.....

4. ¿Dónde compra su ropa deportiva?

En otra ciudad más cercana	<input type="checkbox"/>
En la tienda de moda local	<input type="checkbox"/>
En el lugar más barato	<input type="checkbox"/>
Me venden a domicilio	<input type="checkbox"/>
No prefiero un lugar	<input type="checkbox"/>
Otros: Favor especifique	<input type="checkbox"/>
.....	

5. ¿Con qué frecuencia compra usted sus prendas?

Cada 6 meses	<input type="checkbox"/>
Mayor a un año	<input type="checkbox"/>
Otros: Favor especifique	<input type="checkbox"/>
.....	

6. ¿Cuánto suele gastar en promedio al comprar una prenda deportiva?

Menos de 10 dólares	<input type="checkbox"/>
Entre 10-20 dólares	<input type="checkbox"/>
Entre 20-30 dólares	<input type="checkbox"/>
Entre 30-40 dólares	<input type="checkbox"/>
Entre 40-50 dólares	<input type="checkbox"/>
Otros: Favor especifique	<input type="checkbox"/>
.....	

7. ¿Estaría dispuesto/a a probar una nueva marca de ropa deportiva producida en Napo?

SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	OTRA OPINIÓN	<input type="text"/>
----	--------------------------	----	--------------------------	-----------------	----------------------

8. Que colores usted prefiere?

.....

9. En donde cree que debería estar ubicada la nueva empresa productora de ropa deportiva?

.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN