



UNIVERSIDAD DE CUENCA



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA CASA DEPORTIVA
EN LA CIUDAD DE CUENCA. PERIODO 2012 – 2016”.

TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL

AUTORAS:

MARTHA SUSANA GUALLPA LLIVICURA
MARGOTH DEL ROCIO GORDILLO CARABAJO

DIRECTORA DE TESIS:

ING. XIMENA KATHERINE PERALTA VALLEJO

CUENCA – ECUADOR

2013



RESUMEN

La presente tesis denominada **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA CASA DEPORTIVA EN LA CIUDAD DE CUENCA. PERIODO 2012-2016”**, tiene como objetivo principal determinar la factibilidad de la creación de una Casa Deportiva en la ciudad de Cuenca para el período 2012-2016, mediante un análisis que permita determinar si el proyecto es viable, para lo cual se deberán utilizar adecuadamente los recursos disponibles.

La Casa Deportiva confeccionará y comercializará: ternos deportivos completos, calentadores, camisetas, pantalonetas y lycras; éstas prendas serán elaboradas siguiendo procesos de producción adecuados, que conlleven a un producto de calidad; satisfaciendo así las necesidades de la población de la ciudad de Cuenca.

Dentro del contenido de la tesis se puede encontrar: una introducción a cerca de la historia de las prendas deportivas, luego conceptos básicos que son útiles para el estudio de factibilidad; posteriormente se realiza un estudio de mercado en el que se concluye que existe una demanda factible en la ciudad de Cuenca; continuamos con el estudio técnico en el que se determinó que el lugar es idóneo para la casa deportiva, así como también el tamaño y la distribución de la planta, la capacidad, los procesos a seguir para la confección de las prendas deportivas.

Realizando el estudio económico financiero se determinó que el proyecto mediante una inversión determinada presenta datos viables, los mismos que se están fundamentados a través de métodos de evaluación financiera que permiten avalar el proyecto, continuamos con el estudio ambiental y finalmente se elaboraron las conclusiones y recomendaciones que constituyen la evaluación final del proyecto.

Los resultados obtenidos en esta investigación revelaron que es oportuna la confección y comercialización de prendas deportivas para el mercado cuencano, puesto que la mayoría de personas tienen una cultura deportiva y además son prendas cómodas que las utilizan los fines de semana; todos estos antecedentes han permitido observar la oportunidad de satisfacer parte de este mercado.

Palabras Claves: Factibilidad, Proceso, Producción, Ventas, Mercado, Financiamiento.



ABSTRACT

The main goal of this thesis, named "**FEASIBILITY STUDY FOR THE CREATION OF A SPORTS HOUSE IN THE CITY OF CUENCA. PERIOD 2012-2016** ", is to determine the possibility of the creation of a Sports House in the city of Cuenca for the period 2012 – 2016, through an analysis that will allow to determine whether the project is feasible, for which the available resources will have to be adequately used.

The Sports House will make and sell sweat suits, sweatpants, T-shirts, shorts and lycra pants. These pieces of clothing will be made with appropriate production processes that will lead to quality products, thus meeting the needs of Cuenca's population.

The thesis content has the following sections. First, there is an introduction about the history of sportswear followed by some basic concepts that are useful for the feasibility study. A market study is the carried out, which arrived at the conclusion that there is a possible demand in the city of Cuenca. The next part is the technical study which found that the place, as well as the size and distribution of the plant, its capacity, and the processes to be used for the production of the sports clothes, are all suitable for the sports house. Then there is an economic study which established that the project, through a determined investment, presents viable data based on financial evaluation methods that allow the support of the project. The environmental study is next, and finally, the conclusions and recommendations that constitute the final evaluation of the project.

The results obtained from this research revealed that the making and commercialization of sportswear in Cuenca's market is timely since most people in the city have a sports culture, and also because they are comfortable pieces of clothing that are worn by people on weekends. All these considerations have made it possible to have the opportunity to please part of this market.

Keywords: feasibility, process, production, sales, market, financing.



CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO. I Antecedentes	
1.1 Historia del deporte	3
1.1.1 Tipos de deportes	3
1.2 Historia del deporte en el Ecuador	4
1.3 El deporte y la salud física y mental	5
1.4 Historia de la ropa deportiva	5
1.5 La ropa deportiva y el mundo de los negocios	7
1.6 La ropa deportiva en el Ecuador	8
1.7 Instituciones que apoyan a las microempresas	10
1.8 Organismos controladores de las microempresas	10
1.9 Legislación relacionada con las microempresas	11
CAPITULO II Fundamentación Teórica	
2.1 Estudio de Factibilidad	12
2.1.1 Objetivos	12
2.1.2 Componentes	12
2.2 Estudio de mercado	13
2.2.1 Concepto	13
2.2.2 Proceso del Estudio de Mercado	13
2.2.3 Variables de Mercadotecnia	13
2.2.4 Elementos de un Estudio de Mercado	14
2.3 Estudio Técnico	15
2.3.1 Objetivos del estudio técnico	15
2.3.2 Aspectos a considerar dentro del estudio técnico	15
2.4 Estudio Administrativo Legal	16
2.4.1 Estudio administrativo	16
2.4.2 Estudio legal	17
2.4.2.1 Compañía Limitada	17
2.5 Estudio Económico - Financiero	18
2.5.1 Plan de inversión	18
2.5.2 Estructura de financiamiento	19
2.5.3 Estimación de ingresos	19
2.5.4 Estimación de costos y gastos	19
2.5.5 Estados financieros proforma	20
2.5.6 Evaluación financiera del negocio	20



2.5.6.1	Valor Presente Neto	21
2.5.6.2	Tasa Interna de Retorno	21
2.5.6.3	Pay – back	21
2.5.6.4	Análisis de Sensibilidad	21
2.6	Estudio Ambiental	21
2.6.1	Diagnostico Situacional Identificación, valoración y evaluación de los impactos	22
2.6.2	ambientales	22
2.6.3	Medidas preventivas y correctivas	22
2.6.4	Normativa medioambiental	23
2.6.5	La administración y su compromiso con el medio ambiente	24
2.6.6	Plan de manejo ambiental	24

CAPITULO III Estudio de Mercado

3.1	Metodología del estudio de mercado	25
3.1.1	Determinación del problema	25
3.1.2	Definir los objetivos	25
3.1.3	Delimitación de la investigación de mercados	25
3.1.4	Definir las fuentes de información	26
3.1.5	Definición del informante	26
3.1.6	Definición de la extensión de la investigación	26
3.1.7	Recopilación de la información	27
3.1.8	Ordenamiento, sistematización, tabulación e interpretación de los resultados	27
3.1.9	Resumen del Estudio de mercado	29
3.2	El producto “Ecuador Sporting”	30
3.2.1	Tipo de productos que fabricará y comercializará la empresa	30
3.2.2	Logotipo	30
3.2.3	Slogan	31
3.2.4	Etiqueta	31
3.2.5	Empaque	31
3.3	La demanda	32
3.3.1	Factores que inciden en la demanda de un producto	32
3.3.2	Demanda Actual	33
3.3.3	Demanda Potencial	33
3.3.3.1	Proyección de la Demanda	33
3.4	Oferta	35
3.4.1	Identificación de la competencia	35
3.5	Precios	35
3.5.1	Metodología de la fijación de precios	36
3.6	Canales de comercialización	36



3.6.1	Alternativas de canales de comercialización	37
--------------	--	-----------

CAPITULO IV Estudio Técnico

4.1	Localización	40
4.1.1	Macrolocalización	40
4.1.2	Microlocalización	40
4.2	Capacidad de la planta de la Casa Deportiva	41
4.2.1	Capacidad Instalada	42
4.2.2	Capacidad utilizada	43
4.2.3	Capacidad óptima	43
4.2.4	Programa de producción	44
4.3.	Procesos	45
4.3.1	Descripción de los procesos de producción	45
4.3.2	Flujograma del proceso	45
4.3.2.1	Flujograma de proceso para la confección de las prendas deportivas	46
4.3.2.2	Flujograma de proceso para el área de compras	47
4.3.2.3	Flujograma de proceso para la selección de personal	47
4.4.	Equipos e instalaciones	48
4.4.1	Herramientas	49
4.4.2	Maquinarias y herramientas para el área de producción	49
4.4.2.1	Muebles y Enseres área de Producción	49
4.4.2.2	Área de corte y trazo	49
4.4.2.3	Área de Unión de piezas	50
4.4.2.4	Área de planchado	51
4.4.2.5	Área de bordado y estampado	52
4.4.2.6	Área de embalaje	52
4.5	Máquinas y herramientas para el área administrativa	53
4.6	Máquinas y herramientas para el área de ventas	53
4.7	Insumos	53
4.7.1	Materiales	53
4.7.2	Requerimiento de personal	53
4.7.2.1	Requerimiento de personal para el área de producción	53
4.7.2.2	Requerimiento de personal para el área administrativa	53
4.7.2.3	Requerimiento de personal para el área de ventas	53
4.7.3	Servicios Básicos	55
4.7.3.1	Servicios básicos para el área de producción	55
4.7.3.2	Servicios básicos para el área de administración	56
4.7.3.3	Servicios básicos para el área de ventas	56
4.8	Distribución de planta	56

**CAPITULO V Estudio Administrativo – Legal**

5.1	Conformación Jurídica	59
5.1.1	Requisitos de funcionamiento	59
5.2	Rumbo estratégico	61
5.2.1	Misión	61
5.2.2	Visión	62
5.2.3	Políticas	62
5.2.4	Principios y valores	62
5.3	Estructura de la organización	63
5.3.1	Organigrama	63
5.3.2	Definición de perfiles y cargos	64

CAPITULO VI Estudio Económico Financiero

6.1	Plan de Inversión	65
6.2	Financiamiento	66
6.3	Estimación de ingresos	66
6.4	Estimación de costos y gastos	67
6.4.1	Costos de producción	67
6.4.2	Gastos de administración	67
6.4.3	Gastos de ventas	68
6.4.4	Gastos financieros	68
6.5	Estados Financieros Proforma	69
6.5.1	Balance de resultados proyectado	69
6.5.2	Flujo de caja	69
6.5.3	Balance General	70
6.6	Evaluación financiera del proyecto	71
6.6.1	Valor Actual Neto (VAN)	72
6.6.2	Tasa Interna de Retorno (TIR)	72
6.6.3	Período de recuperación de la inversión (PAY-BACK)	73
6.6.4	Análisis de Sensibilidad	73

CAPITULO VII Estudio Ambiental

7.1	Describir y analizar el proyecto Identificación, Valoración y Evaluación de los Impactos	75
7.2	Ambientales	75
7.3	Medidas correctoras	75
7.4	La legislación vigente	76
7.5	La administración y su compromiso con el Medio Ambiente	77
7.6	Plan de Manejo Ambiental	78
7.6.1	Generalidades	78



7.6.2	Responsabilidades para la ejecución del PMA	78
7.6.3	Programas de Manejo Ambiental	79
7.6.4	Presupuesto	80
	CONCLUSIONES	81
	RECOMENDACIONES	83
	BIBLIOGRAFÍA	84
	ANEXOS	86

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1	87
Anexo 2	87
Anexo 3	88
Anexo 4	90
Anexo 5	97
Anexo 6	104
Anexo 7	107
Anexo 8	109
Anexo 9	112
Anexo 10	121
Anexo 11	125
Anexo 12	127
Anexo 13	128
Anexo 14	130
Anexo 15	131
Anexo 16	131
Anexo 17	132
Anexo 18	132
Anexo 19	132
Anexo 20	133
Anexo 21	135
Anexo 22	135
Anexo 23	136
Anexo 24	138
Anexo 25	139
Anexo 26	140
Anexo 27	140
Anexo 28	140
Anexo 29	141
Anexo 30	142
Anexo 31	143
Anexo 32	147



Anexo 33	148
Anexo 34	148
Anexo 35	149
Anexo 36	150
Anexo 37	150
Anexo 38	150
Anexo 39	151
Anexo 40	152
Anexo 41	153
Anexo 42	155
Anexo 43	158
Anexo 44	159
Anexo 45	160
Anexo 46	161
Anexo 47	162
Anexo 48	163
Anexo Diseño de Tesis	164



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

Yo, MARTHA SUSANA GUALLPA LLIVICURA, autor de la tesis "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA CASA DEPORTIVA EN LA CIUDAD DE CUENCA. PERÍODO 2012-2016", reconozco y acepto el derecho de la Universidad de Cuenca, en base al Art. 5 literal c) de su Reglamento de Propiedad Intelectual, de publicar este trabajo por cualquier medio conocido o por conocer, al ser este requisito para la obtención de mi título de INGENIERO COMERCIAL. El uso que la Universidad de Cuenca hiciera de este trabajo, no implicará afección alguna de mis derechos morales o patrimoniales como autor.

Cuenca, 31 de mayo del 2013

Martha Gualpa
0302159868

Cuenca Patrimonio Cultural de la Humanidad. Resolución de la UNESCO del 1 de diciembre de 1999

Av. 12 de Abril, Ciudadela Universitaria, Teléfono: 405 1000, Ext.: 1311, 1312, 1316

e-mail cdjvb@ucuenca.edu.ec casilla No. 1103

Cuenca - Ecuador



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

Yo, MARGOTH DEL ROCIO GORDILLO CARABAJO, autor de la tesis "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA CASA DEPORTIVA EN LA CIUDAD DE CUENCA. PERIODO 2012-2016", reconozco y acepto el derecho de la Universidad de Cuenca, en base al Art. 5 literal c) de su Reglamento de Propiedad Intelectual, de publicar este trabajo por cualquier medio conocido o por conocer, al ser este requisito para la obtención de mi título de INGENIERO COMERCIAL. El uso que la Universidad de Cuenca hiciere de este trabajo, no implicará afección alguna de mis derechos morales o patrimoniales como autor.

Cuenca, 31 de mayo del 2013

Margoth Gordillo
0104233259

Cuenca Patrimonio Cultural de la Humanidad. Resolución de la UNESCO del 1 de diciembre de 1999

Av. 12 de Abril, Ciudadela Universitaria, Teléfono: 405 1000, Ext.: 1311, 1312, 1316
e-mail cdjbv@ucuenca.edu.ec casilla No. 1103
Cuenca - Ecuador



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

Yo, MARTHA SUSANA GUALLPA LLIVICURA, autor de la tesis "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA CASA DEPORTIVA EN LA CIUDAD DE CUENCA. PERIODO 2012-2016", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor/a.

Cuenca, 31 de mayo de 2013

Martha Guallpa
0302159868

Cuenca Patrimonio Cultural de la Humanidad. Resolución de la UNESCO del 1 de diciembre de 1999

Av. 12 de Abril, Ciudadela Universitaria, Teléfono: 405 1000, Ext.: 1311, 1312, 1316

e-mail cdjbv@ucuenca.edu.ec casilla No. 1103

Cuenca - Ecuador



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

Yo, MARGOTH DEL ROCIO GORDILLO CARABAJO, autor de la tesis "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA CASA DEPORTIVA EN LA CIUDAD DE CUENCA. PERIODO 2012-2016", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor/a.

Cuenca, 31 de mayo del 2013

Margoth Gordillo

0104233259

Cuenca Patrimonio Cultural de la Humanidad. Resolución de la UNESCO del 1 de diciembre de 1999

Av. 12 de Abril, Ciudadela Universitaria, Teléfono: 405 1000, Ext.: 1311, 1312, 1316

e-mail cdjbv@ucuenca.edu.ec casilla No. 1103

Cuenca - Ecuador



INTRODUCCIÓN

La presente tesis tiene por objeto determinar la factibilidad de proyectos relacionados con la confección y comercialización de prendas de vestir.

Para la orientación de los lectores presentamos conceptos básicos sobre el estudio de factibilidad de un proyecto y luego su aplicación práctica en la casa deportiva que se denominará “Ecuador Sporting”, que estará ubicado en la ciudad de Cuenca, para el período 2012-2016.

El capítulo inicial contiene antecedentes sobre: historia del deporte, historia de la ropa deportiva, instituciones que apoyan así como organismos que controlan a las microempresas.

Mientras que en el capítulo II se recopilan todos aquellos conceptos teóricos relacionados con el tema, tales como: estudio de factibilidad, estudio de mercado, estudio técnico, estudio administrativo legal, estudio económico financiero y estudio ambiental.

El estudio de mercado se lo realizó en el capítulo III, mediante la investigación en la ciudad de Cuenca y específicamente a la Población Económicamente Activa, para lo cual se realizaron encuestas, definiendo de esta manera la oferta y la demanda, así como todo lo referente al Producto, canales de comercialización y precios.

Posteriormente se efectuó el Estudio Técnico, para poder determinar el Tamaño del proyecto, definiendo la capacidad utilizada, la ubicación y distribución de planta, con los respectivos procesos para la confección y comercialización de las prendas deportivas y los requerimientos necesarios para poder efectuarlos.

En el capítulo V se realizó el Estudio Administrativo Legal, en el que se detalla la conformación jurídica de la empresa, los requisitos de funcionamiento, el rumbo estratégico a seguir en el que se engloba: la misión, visión, políticas, principios y valores, concluyendo con la estructura de la organización.

En el Estudio Económico Financiero, desarrollado en el capítulo VI, se presenta el plan de inversión, el financiamiento, la estimación de ingresos, costos y gastos para poder llegar a los Estados Financieros Proforma, que luego son evaluados



utilizando los siguientes métodos: VAN, TIR, PAY BACK y el Análisis de Sensibilidad.

A continuación se presenta el Estudio Ambiental, en el cual se describe y analiza el proyecto, se identifican, valoran y evalúan los impactos ambientales, para luego presentar las medidas correctoras, sin dejar de lado la legislación vigente y el compromiso que tiene la administración con el Medio Ambiente. Este capítulo se concluye con el Plan de Manejo Ambiental.

Finalmente en este proyecto se presentan las conclusiones y recomendaciones que constituyen la evaluación final del proyecto.



CAPITULO I ANTECEDENTES

1.1 HISTORIA DEL DEPORTE

La primera civilización a pesar de practicar actividades deportivas no estaban conscientes de que actividades tales como; correr para cazar o para no ser atrapados por animales, saltar para atravesar obstáculos naturales, cruzar los ríos nadando, trepar grandes rocas para cazar o para tomar atajos, lanzar armas como jabalinas o luchar cuerpo a cuerpo con sus enemigos, eran consideradas actividades deportivas. Es así como han ido surgiendo las diferentes actividades deportivas considerándose esta como hazañas, las mismas que quedaron asociadas a la religión o a celebraciones. La época precolombina se caracterizó por la práctica de un juego con una pelota, mientras que los egipcios por su parte tenían pasión por el tiro con arco, también se asocia esta actividad con la época de guerra, otra actividad en la que demostraban interés son los torneos náuticos y en Grecia por su parte sus habitantes practicaban actividades deportivas como las carreras de carros y los combates en donde el más valiente sobrevivía.

En Olimpia se realizaron los primeros juegos olímpicos, lo mismo que se desarrollaron el año 776 A.C. los mismos que tenían una duración de seis días y consistían en combates, carreras atléticas y carreras de caballos. A raíz de la caída de la civilización Griega, los juegos comenzaron su descenso esto fue en el siglo IV, pero en el siglo XIX el deporte de la competición comenzó a renacer con gran auge llegando a la cima el tiro con arco, los torneos y las actividades de duelo y batalla, también se robusteció el vínculo entre el deporte y la guerra.

Pero en la actualidad el patrocinio comercial es cada vez más importante en los deportes. Los patrocinadores buscan a los deportistas más destacados para promocionar sus marcas, e incentivan al consumo de diversos productos otro punto muy importante es el avance de la tecnología que facilita la difusión en directo del deporte internacional en todo el mundo. Se celebran maratones con una gran acogida de participantes se incluyen desde carreras para sillas de ruedas.



1.1.1 Tipos de deportes

A continuación se presenta los deportes existentes, los mismos que están clasificados según sus categorías en función de sus condiciones, reglas y técnicas. A continuación los enumeramos:

- Acuáticos
- De equipo
- De motor
- Ecuestres
- Aeronáuticos
- De fuerza
- De pelota
- Extremos
- De aventura
- De lucha
- De raqueta
- Individuales
- De deslizamiento
- De montaña
- De tiro
- Mentales

1.2 HISTORIA DEL DEPORTE EN EL ECUADOR

El deporte en el Ecuador surge desde la etapa primitiva con actividades practicadas en rituales, juegos populares (corridas de toros, juego de la escaramuza), danzas, “y otras actividades diarias de supervivencia como la caza, la pesca y la cosecha del maíz, esta última tenía una actividad que consistía en sacar el mayor número de mazorcas con un solo granito de maíz pintado y quien más mazorcas de este tipo tenía era la persona que ganaba la apuesta que se habían puesto de acuerdo por la mañana, esta actividad hacía que las personas que participaban en la cosecha pongan más entusiasmo para tratar de encontrar el mayor número de mazorcas y quien ganaba era el más rápido en cosechar. Pero desde el surgimiento de la república las actividades deportivas obtienen gran auge, cabe recalcar que algunas actividades fueron introducidas por los españoles.

“A inicios de los años 1900 fue creada la primera escuela, la cual fue fundada por el religioso Fray Jodoco Ricke en la cual no se impartía la educación física lo cual tuvo como consecuencia un cuadro de desesperación en los niños debido al recargo en la cantidad de tareas y la falta de momentos de recreación por lo cual tuvo que hacerse una revisión acerca del contenido educativo que se brindaba en dichas



escuelas; de ahí en adelante con la creación de los colegios normales se incluye como parte de la enseñanza la educación física.”¹

El acontecimiento antes mencionado ayudo a la iniciativa para la creación de organismos que apoyen, regulen, fomenten y desarrollen la actividad deportiva en el país; con el objetivo de proteger, promover y coordinar el deporte, la educación física y la recreación. Estos organismos además auspician la selección, formación, preparación y participación de deportistas de alto nivel para competencias nacionales e internacionales.

Entre los principales logros que nuestro país ha tenido, se puede destacar la primera medalla de oro conseguida por el Cuencano Jefferson Pérez en 1996, el mismo que puso muy en alto el nombre del Ecuador en los Juegos Olímpicos de 20 Km marcha en Atlanta. No hay que dejar de un lado la participación de la selección de Fútbol en el Mundial Japón 2002, tras haber obtenido el segundo lugar de la clasificatoria sudamericana.

Por otro lado, ahora contamos con estrellas del futbol, quienes han tenido una participación brillante en otros países, dejando en alto al Ecuador, tal es el caso de Antonio Valencia, Jefferson Montero, Cristian Noboa, entre otros.

1.3 EL DEPORTE Y LA SALUD FÍSICA Y MENTAL

El deporte no solo es considerado una actividad de recreación sino también que practicar algún tipo deporte en forma regular, sin cometer abusos ni sobre entrenamientos, se está favoreciendo a la salud del cuerpo y en especial a los sistemas: circulatorio, muscular, óseo, respiratorio, digestivo, excretor, hormonal e inmunológico; para que tengan un mejor funcionamiento y como consecuencia la calidad de vida de las personas mejore.

La relación que existe entre practicar un deporte y la salud mental se ve reflejada especialmente en las personas con estrés, ya que el cuerpo funciona mejor, se siente mejor, quienes practican alguna disciplina deportiva son más alegres, se fatiga menos y se ven mejor. También mejora la autoestima de las personas y es

¹ Rodríguez Jeanneth, Análisis de las políticas deportivas implementadas por el gobierno del Ec. Rafael Correa y su impacto en el sector del valle del Chota durante el periodo 2007-2009, 2012



una forma de psicoterapia para el paciente depresivo. No es necesario ser deportistas de élite para practicar alguna disciplina deportiva ya que cualquiera lo puede practicar.

1.4 HISTORIA DE LA ROPA DEPORTIVA

Al iniciar las practicas de actividades deportivas, surge la necesidad de la ropa deportiva, siendo de gran importancia la época de la industrialización en el siglo XIX y hasta la década de los 60 del siglo XX, en donde se da inicio a la adecuación de las prendas de vestir comunes para fines deportivos dependiendo de la actividad que se práctica.

La ropa habitual se convirtió en prendas deportivas pero con adecuaciones, en el caso de los pantalones se recortaban las bastas hasta arriba de la rodilla, en el caso de los zapatos se quitaba el tacón y en ocasiones se agregaban piezas de metal con el fin de tener mejor resistencia en la superficie.

La ropa deportiva en la modernidad.

A principios del siglo XX y como consecuencia del machismo existente en esa época la indumentaria deportiva y la participación de las mujeres en actividades deportivas estaba sujeta a normas morales restrictivas lo que origino que no exista ninguna innovación en la indumentaria deportiva de las mujeres y si ellas querían participar en actividades deportivas lo hacían con la indumentaria habitual. Posteriormente, nace la idea de usar el uniforme deportivo el mismo que se caracterizaba por tener emblemas representativos de un club o nación, quienes lo usaban eran los deportistas más destacados.

La indumentaria deportiva en la posmodernidad.

En el año de 1960 el deporte sufre un cambio radical en cuanto a la práctica, desarrollo y concepción, los deportistas tienen otra idea del deporte, ya no es solo una distracción sino más bien se convierte en una oportunidad para ganar dinero, Los eventos que acaparan la mayor parte de atención son las Olimpiadas y la Copa Mundial de Futbol, los que participan en estos eventos son los mejores



deportistas de cada nación, los mismos que son utilizados por las empresas para patrocinar sus marcas a cambio de grandes contribuciones económicas.

En esta época la indumentaria deportiva también sufrió cambios en cuanto a los diseños y materiales, las industrias dedicadas a la confección de la ropa deportiva tenían como objetivo ofrecer a los deportistas prendas deportivas cómodas de acuerdo a la actividad deportiva que desarrollaban con el fin de ayudar al rendimiento de los deportistas.

Es aquí cuando surgen las primeras empresas que se dedican al diseño y elaboración de prendas deportivas, entre estas están: la casa deportiva Pidisport la cual desarrollaba ropa térmica a prueba de viento y nieve para deportistas fanáticos a conquistar las cumbres más altas., también el británico Ron Hill impuso una nueva moda en los shorts con una abertura a los lados para mayor movilidad de los deportistas, esta vestimenta dedicada para atletas.

En la actualidad la indumentaria deportiva femenina no sólo se ha transformado en lo que se refiere al uso de nuevos materiales y telas, sino que ha transformado el mercado pues la mujer es la que demanda grandes cantidades de vestimenta deportiva, además que se ha recortado significativamente y de forma explícita despliega sensualidad y erotismo hacia todos los espectadores, el cuerpo de la mujer deportista después de la liberación femenina ha pasado a ser un elemento de publicidad y mercadotecnia. La belleza que algunas deportistas poseen es explotada para promocionar grandes marcas comerciales.

1.4 LA ROPA DEPORTIVA Y EL MUNDO DE LOS NEGOCIOS

En la actualidad las marcas de ropa deportiva utilizan a muchos deportistas de elite así como equipos para patrocinarles y de esta manera dar a conocer sus productos. Considerando además que cuando se practica un deporte se exhibe el cuerpo y por ende los accesorios que se usan. Es por ello que marcas como Nike, Adidas y Reebok hoy en día son marcas que los consumidores prefieren usarlas, pero para que estas marcas hayan conseguido un posicionamiento en el mercado



han tenido que estar en constante innovación, siendo competitivos en el mercado; a continuación una breve reseña de las marcas antes mencionadas:

Nike.

Esta marca comenzó con las brillantes ideas del estadounidense Phil Knight, quien después de obtener su licenciatura en empresas viaja a Japón y luego de hacerse pasar por un representante de una importante distribuidora de calzado americano consigue una alianza para poder importar zapatillas baratas y venderlas caras en estados unidos (desde 1964 hasta inicios de 1970). El 1964 la empresa nace con el nombre de Blue Ribbon Sports.

La marca Nike se adaptó a los cambios de la sociedad estadounidense y acaparó desde el año 70 a los deportes más importantes como el atletismo, basquetbol y el béisbol pero en los años 80 y 90 se sumó el básquetbol. El medio que Nike usó para darse a conocer fue la televisión.

En el siglo XXI Nike se introduce en el mundo del fútbol teniendo una gran acogida y la estrategia de publicidad que usa esta empresa es usar figuras y equipos destacados a que patrocinan su marca.

Adidas

Los primeros diseños que Adidas creó se realizaron en base a la experiencia personal de Adolfo Adi que era Atleta, el conjuntamente con su hermano Rudolf en 1920 confeccionaron su primer calzado deportivo. Adi Aprovechaba las competiciones oficiales y viajaba hasta ellas para conocer las quejas y los consejos de los mejores atletas, con el objetivo de ofrecer calzado ligero y funcional que mejore el rendimiento de los Atletas. Una de sus mejores publicidades fue cuando la selección Alemana llegó a la final usando zapatos Adidas.

En 1948 por diferencias familiares los hermanos se vuelven grandes rivales en el mundo de los negocios. Adidas usando a las mejores figuras deportivas es como se convirtió en una de las primeras marcas presentes en campeonatos y competiciones deportivas a lo largo de todo el mundo. A raíz de que fallece Adi Adidas se ve afectado significativamente por lo que aparecen grandes competidores, sin embargo la compañía se recupera en los años posteriores y en la actualidad tiene un gran posicionamiento a nivel mundial.



Reebok

Los primeros zapatos Reebok fueron fabricados manualmente en 1890 por el corredor, Joseph William, que poco a poco fue perfeccionando su técnica hasta llegar a utilizar un modelo tecnológico avanzado, al ver el éxito de este tipo de calzado los atletas de Inglaterra y otras partes del mundo comenzaron a solicitar más pedidos, manteniéndose por casi 50 años como el mejor calzado.

La compañía en 1982 introdujo en el mercado el primer calzado deportivo orientado específicamente al público femenino este acontecimiento transformó la industria deportiva y abrió el mercado femenino al mundo del deporte y contribuyó a la aceptación del calzado deportivo, como calzado informal.

En la actualidad, los productos Reebok se encuentran disponibles la mayoría de países y la red de comercialización funciona mediante acuerdos entre Reebok y distribuidores locales.

1.5 LA MICROEMPRESA EN EL ECUADOR

Las microempresas en el Ecuador a lo largo de los años se han caracterizado por tener un bajo nivel de capital y la falta de tecnología ha provocado un excesivo uso de mano de obra, lo que ha hecho que el precio del producto final no sea muy competitivo y los emprendedores de microempresas tengan que hacer grandes esfuerzos para poder mantenerse en el mercado.

La política de este gobierno es apoyar a las personas emprendedoras por lo que en la actualidad existen facilidades para créditos, capacitaciones para los nuevos emprendedores, también el gobierno desarrolla concursos para apoyar las mejores ideas, además ha reducido la informalidad de las microempresas empezando con la obtención del RUC, RISE y la participación en diferentes organismos como las Cámaras de Comercio o Industrias.

Un problema de la microempresa es que pese a que el gobierno intenta apoyar a los emprendedores estos no tienen una cultura de generar valor agregado a sus productos motivo por el cual la mayoría de emprendimientos son de producción artesanal, es por ello que los emprendedores se ven en la necesidad de realizar lo que le es familiar, y en cuanto a la gestión empresarial casi es nula pues han existido un nivel muy alto de fuga de cerebros.

**Microempresa:**

“Microempresa: aquella organización de producción que tenga entre 1 a 9 trabajadores, un valor de ventas o ingresos brutos anuales inferiores a cien mil dólares de los Estados Unidos de América o un volumen de activos de hasta cien mil dólares”²

La microempresa ya no es monopolio de las actividades tradicionales, con poca tecnología, poco capital y ninguna gestión empresarial. La microempresa es una actividad que está desarrollada por personas que no necesariamente pertenecen a los sectores sociales más pobres, sino que en un buen porcentaje de casos disponen de recursos financieros, que ahora los han puesto a trabajar productivamente. Al ser las microempresas tan heterogéneas, las podemos clasificar de la siguiente manera:

- a) Subsistencia.- actividades microempresariales primarias en las que no se da el fenómeno de acumulación de capital, usa los ingresos netos para consumo, sin mayor reinversión. Operan a partir de la lógica de producción individual o familiar. Se realizan a partir de muy bajo recursos, vinculaciones inestables y marginales con el mercado y mínimas posibilidades de generar algún tipo de excedentes.
- b) Expansión.- Se limitan a garantizar la producción y permanencia en el mercado en condiciones de inestabilidad, apoyándose en el esfuerzo individual y produciendo una baja acumulación de capital. Posee menos de 10 empleados.
- c) Transformación.- Es el estado en la evolución hacia la pequeña empresa. Hay un proceso de acumulación de capital más orientado a la incorporación de activos fijos. El propio crecimiento le obliga a iniciar la formalización y es común que se produzca la incorporación de trabajadores y se inicie una diferenciación de funciones.

Es cierto que la mayoría de microempresas son de subsistencia, pero ello no nos debe llevar a desconocer la existencia de las otras, que en los últimos años ha

²Reglamento General de la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública (Decreto No. 1700), Art. 16



tenido un gran auge, debido a la participación de los cesantes y profesionales jóvenes.”³

1.7 INSTITUCIONES QUE APOYAN A LAS MICROEMPRESAS

Entre las instituciones que apoyan a las microempresas en el Ecuador están:

- Banco Central del Ecuador
- Banco del Pacífico
- Ministerio de Finanzas
- Corporación Financiera Nacional
- Ministerio de Industrias y Productividad
- Banco Nacional de Fomento
- Banco Produbanco
- Banco Internacional de Desarrollo
- Banco de Pichincha
- Banco Solidario
- Banco Procredit
- Banco Bolivariano
- Cooperativas de Ahorro y Crédito
- Universidades impulsadoras de emprendimiento

1.8 ORGANISMOS CONTROLADORES DE LAS MICROEMPRESAS

- **Superintendencia de compañías**

La superintendencia de compañías es un órgano de control público en donde se lleva el registro de Sociedades.

- **Cámaras de comercio**

Son una Asociación a nivel local, provincial, nacional o internacional, que agrupa a los comerciantes relacionados con el objeto de proteger sus intereses, mejorar sus actividades comerciales sobre la base de la mutua cooperación y promover su prosperidad y la de la comunidad en la cual se halla asentada.

- **Cámara de industrias**

³ Maldonado Cristina, Análisis del desarrollo de Microempresas, bajo el Sistema de Micro-franquicias, periodo 2006-2008, en el Ecuador.



Son instituciones, promotoras de cambio que impulsan el desarrollo del país y fomenten la generación de empleo.

1.9 LEGISLACIÓN RELACIONADA CON LAS MICROEMPRESAS

En cuanto a la legislación de la microempresa existe un alto grado de informalidad en el área rural, las autoridades siempre están concentradas controlar a las microempresas del área urbana y se han descuidado de estos sectores, originándose microempresas que no cuentan con permisos de funcionamiento, permisos de salubridad, y también los trabajadores no están afiliados al seguro social además se genera un alto nivel de evasión de impuestos.



CAPITULO II

FUNDAMENTACIÓN TEORICA

2.1 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

En este estudio a través de un documento único, se realiza un análisis, con la finalidad de recopilar datos relevantes los que sirven para determinar si un negocio que se propone será factible o no, realizando para ello un análisis de las posibilidades que se tiene para lograrlo, además se determinará si éste contribuirá con la conservación, restauración o protección de la naturaleza y el medio ambiente; con lo que posteriormente se podrá tomar la mejor decisión.

Al iniciar o mejorar un proyecto hay que tomar en cuenta la utilización de diversos recursos necesarios para su ejecución y éstos son: tiempo, equipos, dinero, talento humano, materia prima, entre otros. Por lo que este estudio no debe tener errores considerando que los recursos son limitados y es por ello que deben ser utilizados de manera óptima y de esta manera estar seguros de que el negocio será exitoso y por lo tanto generará utilidad.

2.1.1 Objetivos:

- Determinar si el proyecto es viable o no.
- Saber si es posible la producción de un bien o servicio.
- Conocer la aceptación del proyecto por la sociedad.
- Determinar si el producto se va a vender.
- Definir la rentabilidad del proyecto.
- Aprovechar de manera óptima los recursos.
- Aprovechar las oportunidades que se presenten ya sean de financiamiento, asesoría y mercado.
- Administrar y minimizar el riesgo.
- Maximizar las utilidades.
- Definir si el proyecto contribuirá con la restauración y conservación de los recursos naturales y del medio ambiente.
- Reconocer cuales son los puntos débiles de la empresa y reforzarlos.
- Considerar siempre las amenazas del entorno.



2.1.2 Componentes:

- Estudio de mercado
- Estudio Técnico
- Estudio Administrativo – Legal
- Estudio Económico – Financiero
- Estudio Ambiental

2.2 ESTUDIO DE MERCADO

2.2.1 Concepto

“Proceso de planificar, recopilar, analizar y comunicar datos relevantes, a cerca del tamaño, poder de compra de los consumidores, disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor, con la finalidad de ayudar a los responsables de marketing a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing en una situación de mercado específica.”⁴

2.2.2 Proceso del Estudio de Mercado

- a) Definición del problema y de los objetivos de la investigación.*
- b) Definir los límites de la investigación.*
- c) Definir las fuentes de información.*
- d) Definir al informante.*
- f) Definir la extensión de la información.*
- e) Elaboración del cuestionario.*
- g) Recopilación de la información.*
- h) Ordenamiento, sistematización, tabulación de la información.*
- i) Elaboración y presentación del informe final.”⁵*

2.2.3 Variables en Mercadotecnia

Para tomar decisiones, los empresarios tendrán que considerar diversas variables en situaciones que cambian constantemente; algunas variables son controlables

⁴ Thompson Iban, Artículo El Estudio de Mercado, junio 2008

⁵ Brito Mary, Pesantez Marisol, Estudio de Factibilidad para la creación de un multicomercio en el sector de la Cooperativa Lentag, cantón Girón durante el período 2009.



mientras que otras no, sin embargo éstas deben ser tomadas en cuenta porque pueden influir para una buena función de mercadotecnia; a continuación algunas de ellas.

VARIABLES CONTROLABLES

- Sistemas de información de mercadotecnia
- Producto
- Marcas registradas
- Envasado o empaque
- Precio
- Descuentos
- Promociones
- Canales de distribución
- Publicidad
- Venta personal
- Garantías

VARIABLES NO CONTROLABLES

- Medio ambiente político y legal
- Tecnología
- Competencia
- Economía
- Consumidores
- Medio ambiente natural
- Responsabilidad social

2.2.4 Elementos de un Estudio de Mercado

- **Demanda:** Está constituida por las cantidades de un bien o servicio que un consumidor puede adquirir a variados precios en un tiempo determinado y que satisfaga sus necesidades.
- **Entorno político-económico y normativa legal:** Este elemento sirve para evaluar algunos tipos de riesgos como; el riesgo político, económico y de transferencia, tomando en cuenta que existen países o zonas geográficas en las que la incertidumbre predomina para lo que hay que asesorarse adecuadamente y tomar decisiones al respecto.
- **Oferta:** En este elemento se determinan la cantidad de bienes y servicios que un productor pone a disposición del consumidor.



- Precio: Es el pago que se efectúa por la adquisición ya sea de un bien o servicio.
- Márgenes comerciales: La diferencia entre el precio de compra y precio de venta, se denomina márgenes comerciales.
- Canales de distribución: Está conformado por aquellos participantes, quienes se encargan de realizar diversas funciones que les permitan conseguir un producto y que luego éste llegue al consumidor final.

2.3 ESTUDIO TECNICO

En este estudio se realiza la recopilación, organización y análisis de la información que va a permitir definir la función de producción. La cual indica cómo utilizar de manera eficiente y efectiva los insumos y recursos que servirán para la producción ya sea de bienes o servicios, en este estudio se pueden responder las siguientes preguntas: dónde, cuándo, cuánto, cómo y con qué producir lo que se desea y si será factible o no.

En el estudio técnico se definirá además la cantidad necesaria que se requerirá, tanto de los insumos, así como el nivel de calificación de la mano de obra, la maquinaria y equipos para ejecutar el proyecto.

Por otro lado, en este estudio se puede definir la distribución y localización de la planta y la capacidad de producción.

2.3.1 Objetivos del estudio técnico:

- Verificar la posibilidad técnica de un producto o servicio que se busca poner en el mercado.
- Analizar el tamaño y localización óptima, los equipos e instalaciones y, la organización; necesarias para producir un bien o para brindar un servicio.

2.3.2 Aspectos a considerar dentro del estudio técnico:

Localización de la planta: nos permite determinar el lugar idóneo para la construcción de la fábrica, considerando que tanto los costos y gastos operativos sean los más bajos.



- Factores geográficos: está constituido por: condiciones naturales, clima niveles de contaminación, carreteras, conectividad, comunicaciones.
- Factores institucionales: se considera a aquellos relacionados con los planes y estrategias de desarrollo y descentralización.
- Factores sociales: son aquellos elementos que guardan relación con el ambiente humano, tales como: seguridad, cultura, servicios como centros recreativos, hospitales, escuelas, de capacitación, etc.
- Factores económicos: guardan referencia con los costos de los suministro e insumos en determinada localidad, éstos pueden ser: impuestos, regulaciones, materias primas, servicios básicos, combustibles, infraestructura disponible, cercanía de mercado y de las materias primas, entre otros.

Tamaño de la planta: referido a la capacidad de producción de un bien o servicio en un determinado tiempo, los factores relevantes a considerar son:

- Mercado,
- Tecnología,
- Proceso de producción,
- Distribución de planta,
- Talento humano,
- Estrategia de la empresa,
- Entorno económico,

Distribución Interna (Lay Out): Mediante un mapa se describe la distribución interna de la planta, para lo cual se debe determinar la mejor manera de disponer cada elemento; esto permitirá la optimización de costos; los factores que se deben considerar son:

- Material
- Maquinaria
- Hombre

Ingeniería de procesos: se trata de una descripción de los procesos, logística, abastecimiento de insumos, etc., elaborado por profesionales entendidos en la materia.



Organización empresarial: Se refiere a la estructura social, sin dejar de lado la forma de producir y comercializar, si la empresa produce o únicamente comercializa, si usa tecnología o por el contrario usa mano de obra calificada, también se debe analizar cómo está estructurado el sistema de recursos humanos, la legislación laboral, y normativa en general, además se debe analizar el compromiso que se va tener con el medio ambiente, una vez que se inicien las actividades de la empresa.

2.4 ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL

Este estudio es elemental para la preparación, formulación, ejecución y evaluación de un proyecto de Inversión, pues nos brinda la información necesaria para la identificación de necesidades administrativas en la empresa y permite establecer las bases legales para las cuales se debe regir, puesto que las actividades sociales económicas del hombre requieren de normas que regulen el comportamiento de sus integrantes.

2.4.1 Estudio administrativo: en este estudio se determinan los aspectos organizativos que deben ser considerados por una nueva empresa o un proyecto, los mismos que sirven para su establecimiento y éstos son: planeación estratégica, estructura organizacional, aspectos legales, fiscales, laborales y finalmente las políticas que se van a aplicar. En este estudio se indican el rumbo y las acciones que se van a realizar para poder conseguir los objetivos que la empresa se propone; también se especifica el uso de herramientas como el organigrama y la planeación del talento humano, cuya finalidad es la de proponer un perfil adecuado para la consecución de las metas empresariales.

2.4.2 El estudio legal: Por medio de este estudio se pretende determinar la viabilidad de un proyecto tomando como base las normas a las cuales tiene que sujetarse, ya sea para determinar la localización, utilización de productos, subproductos, patentes y marcas. No hay que olvidar la legislación laboral y el impacto que tendrá con respecto a los sistemas de contratación, prestaciones sociales así como también obligaciones laborales.

2.4.2.1 Compañía limitada



“Es la que se contrae entre tres o más personas que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales, es siempre mercantil, pero sus integrantes, por el hecho de constituirarla, no adquieren la calidad de comerciantes. La compañía de responsabilidad limitada no podrá funcionar como tal si sus socios exceden del número de quince; si excediere de este máximo, deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse. El capital de la compañía estará formado por cuatrocientos dólares de Norte América. Los administradores o gerentes de la compañía no podrán dedicarse por cuenta propia o ajena, al mismo género de comercio que constituye el objeto de la compañía, salvo autorización expresa de la junta general.”⁶

2.4.2.1.1 Requisitos para la constitución de una compañía limitada.

El nombre.- Consiste en decidir cuál será la razón social, o una denominación objetiva o de fantasía para la compañía. La Superintendencia es la entidad encargada de aceptar el nombre o rechazarlo, quienes verificarán que éste no exista al momento.

Solicitud de aprobación.- Se deberá presentar al Superintendente de Compañías o de ser el caso a su delegado: tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, que deberá contener una solicitud expedida por el abogado mediante la cual se solicita la aprobación del contrato de constitución.

Números mínimo y máximo de socios.- La compañía para su constitución requiere un mínimo de tres socios y un máximo de quince, de sobrepasar este número tendrá que tomar la decisión de disolverse o transformarse en otro tipo de compañía.

Capital mínimo.- Se requiere un capital mínimo de cuatrocientos dólares para su constitución, el mismo que deberá suscribirse íntegramente y pagarse por lo menos el 50% del valor nominal de cada participación.

2.4.2.1.2 Requisitos para el funcionamiento de una compañía limitada.

RUC: *“Como primer paso, para identificar a los ciudadanos frente a la Administración Tributaria, se implementó el Registro Único de Contribuyentes*

⁶ http://www.supercias.gov.ec/Documentacion/Sector%20Societario/Marco%20Legal/instructivo_soc.pdf



(RUC), cuya función es registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y proporcionar información a la Administración Tributaria. El RUC corresponde a un número de identificación para todas las personas naturales y sociedades que realicen alguna actividad económica en el Ecuador, en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deban pagar impuestos.”⁷

Patente Municipal: Es una contribución que se realiza a las Municipalidades, por parte de las personas naturales o jurídicas que desarrollen una actividad económica en el país, este pago se lo realiza anualmente.

Permiso Sanitario: El Ministerio de Salud Pública es el encargado de emitir este documento, con el cual un establecimiento o actividad comercial está autorizado para su normal funcionamiento, este permiso debe ser renovado anualmente.

Afiliación a las cámaras: En nuestro país existen varias cámaras que apoyan a las empresas ya sea con capacitaciones o brindando información necesaria respecto a la emisión de nuevos reglamentos, leyes, etc. Para el proyecto propuesto, la afiliación debe ser a la Superintendencia de Compañías.

2.5 ESTUDIO ECONÓMICO – FINANCIERO

Con la información recopilada en estudios anteriores, se puede realizar un análisis de tipo financiero, cuya finalidad es evaluar el proyecto para determinar su rentabilidad. En este estudio se pueden analizar variables tales como: costos e ingresos así como inversiones; cuya información es proporcionada en estudios anteriores.

2.5.1 Plan de inversión

El plan de inversión contiene información detallada de varios elementos como los bienes de capital, que son indispensables para la puesta en marcha del proyecto y para que éste empiece su normal funcionamiento.

Las inversiones se pueden clasificar considerando el tiempo que van a permanecer en el proyecto, de la siguiente manera:

- a) Activos no corrientes o inmovilizados:
- b) Activos corrientes o circulantes:

⁷ <http://www.sri.gob.ec/web/10138/92>



2.5.2 Estructura de financiamiento

En la estructura de financiamiento se describe la forma como están distribuidas las fuentes de financiamiento de la empresa, ya sean estas propias o ajenas, necesarias para llevar a cabo sus metas de crecimiento y progreso. Con estos antecedentes se pueden tener dos fuentes de financiamiento que son:

“Financiamiento interno.- Dentro de estas están las siguientes fuentes:

- *Capital social, utilidades y préstamos de los socios.*
- *Cambios en la estructura del balance general existente.*

Financiamiento externo.- Entre las principales tenemos los siguientes:

- *Financiamiento comercial.*
- *Deudas con bancos e instituciones financieras.*
- *Colocaciones accionarias, obligaciones (con las sociedades cotizadas) y otros títulos.*
- *Leasing y pagos a plazo.*
- *Fondos públicos y ayudas financieras y /o fiscales de las leyes especiales”⁸*

2.5.3 Estimación de ingresos

Cuando hablamos de ingresos, nos referimos al dinero que dependen del estudio de mercado, están sujetos al comportamiento de mercado, y pueden ser:

- a) Operacionales: son aquellos ingresos que el proyecto espera recibir al realizar su actividad de producción de bienes o la prestación de servicios,
- b) Financieros: estos ingresos se obtienen por inversión de reservas.

2.5.4 Estimación de costos y gastos

Tanto los costos así como los gastos pueden ser fijos y variables:

Costos o gastos variables: Son aquellos que están en función de la producción y de las ventas, es decir: cuando aumenta la producción y ventas, aumentan de igual manera los costos variables, cuando disminuyen la producción y ventas disminuyen a su vez los costos variables, dentro de este grupo se pueden mencionar los siguientes: materia prima, salarios a destajo, energía eléctrica y comisiones sobre ventas.

⁸Borello, Antonio, “El plan de negocios”, Editorial Mc Graw Hill, Colombia, pág., 214, 2010



Costos o gastos fijos: Son aquellos que guardan relación directa con el tiempo y no están en función del nivel de producción por ejemplo: depreciación, sueldos fijos y arrendamiento de local.

2.5.5 Estados financieros proforma

Estos estados financieros son los proyectados que generalmente se pronostican para un año. Son el Estado de Resultados y el Balance General. En ellos se detallan los ingresos y costos y, los activos, pasivos y patrimonio contable respectivamente, al concluirlo.

Para la elaboración de estos estados se requieren auxiliares tales como:

Estado de Resultados Proforma:

- Presupuesto de ventas.
- Presupuesto de costos de ventas.
- Presupuesto de materia prima directa.
- Presupuesto de mano de obra directa.
- Presupuesto de gastos indirectos de fabricación.
- Presupuesto de gastos administrativos.
- Presupuesto de gastos ventas.
- Presupuesto de gastos financieros.

Balance General Proforma:

- Plan de Inversiones

2.5.6 Evaluación financiera del negocio

En esta evaluación, se va a determinar la viabilidad del proyecto, como base para la toma de decisiones de inversión, para ello se van a analizar los estados financieros proforma antes realizados.

Para realizar esta evaluación hay diversos métodos que se pueden utilizar, entre ellos tenemos los dinámicos y estáticos.

Métodos dinámicos: su característica es considerar el momento en que se producen los flujos de caja, estos son:

- VAN: Valor Actual Neto
- TIR: Tasa Interna de Retorno

Métodos estáticos: están caracterizados por no considerar el momento en que se producen los distintos flujos de caja, los más utilizados son:



- Pay Back o Plazo de Recuperación
- Análisis de Sensibilidad

2.5.6.1 Valor presente neto

“Este criterio plantea que el proyecto debe aceptarse si su Valor actual neto (VAN), es igual o superior a cero, donde el VAN es la diferencia entre todos los ingresos y egresos expresados en moneda actual.”⁹

2.5.6.2 Tasa interna de retorno

“Es un indicador que los inversionistas públicos y privados han utilizado considerablemente como manera de describir el atractivo de un proyecto.”¹⁰

2.5.6.3 Payback

“El plazo de recuperación o payback de una inversión es el tiempo que tarda en recuperarse el desembolso inicial C_0 . Cuando los flujos netos de caja no son constantes: $C_1=C_2=C_3=... C_n=C$ el plazo de recuperación vendrá dado por la fórmula:

$$\text{Plazo de recuperación} = P = C_0/C$$

Si los flujos de caja no son constantes, el plazo de recuperación se calculará acumulando los sucesivos flujos de caja hasta que su suma sea igual al desembolso inicial A ”¹¹

2.5.6.4 Análisis de sensibilidad

Nos permite analizar los efectos que se producen en los resultados probables de un proyecto, como consecuencia de variaciones positivas o negativas que se podrían dar en algunos rubros o variables claves, las más analizadas son ventas, materia prima, mano de obra, energía eléctrica.

2.6 ESTUDIO AMBIENTAL

2.6.1 Diagnostico socio ambiental

⁹Rado Barzev, Guía práctica para la evaluación económica de prácticas productivas sostenibles, Universidad de California, 2004

¹⁰Fernando Maldonado, Formulación y Evaluación de Proyectos, Centro de Publicaciones Universidad de Cuenca, pág. 103,2006.

¹¹Urbano Medina Hernández, Alicia Correa Rodríguez, Cómo evaluar un proyecto empresarial, Ediciones Díaz de Santos, 2011



“Consiste en un análisis situacional que se realiza para determinar las condiciones ambientales de un área geográfica antes de ejecutarse el proyecto, incluye todos los aspectos bióticos, abióticos y socio – culturales del ecosistema. Se trata de realizar un inventario detallado del componente biótico y definición o caracterización del componente abiótico”¹²

2.6.2 Identificación, valoración y evaluación de los impactos ambientales

“Esta tarea consiste en la búsqueda de relaciones causa-efecto potenciales entre las acciones del proyecto y los factores relevantes del medio; primero se identifican los impactos potenciales, para ello se utilizan cuatro técnicas básicas:

- *Listas de referencia.*
- *Matrices de relación causa efecto.*
- *Grafos de relación causa efecto.*
- *Superposición de transparencias.*
- *Escenarios comparados.*

Conviene operara por aproximaciones sucesivas: primero se identifican los impactos potenciales que luego van depurando para encontrar los significativos.”¹³

Cuando se habla de valoración, hace referencia a la gravedad del impacto cuando es negativo, al grado de bondad cuando éste es positivo; en cualquiera de los dos casos, el valor depende de grado, forma, cantidad y calidad en que un factor ambiental es alterado y, al significado ambiental de aquella alteración.

“La evaluación del impacto ambiental es un proceso de estudio de los posibles impactos ambientales de un proyecto o desarrollo propuesto, teniendo en cuenta efectos como: socioeconómicos culturales y en la salud humana interrelacionados, tanto beneficiosos como perjudiciales”.¹⁴

¹²Vicente Conesa Fernández-Vítora, Guía metodológica para la evaluación del impacto ambiental, Mundi-Prensa Libros, 2009

¹³Universidad de Castilla La Mancha, La evaluación del impacto ambiental de proyectos y actividades agroforestales, 2006.

¹⁴Eduardo Astorga Jorquera, Evaluación de impacto ambiental y diversidad biológica, IUCN, 2007



2.6.3 Medidas preventivas y correctivas

Las medidas preventivas tienen como objetivo reunir las medidas técnicas, normativas y administrativas, que se ejecutarán antes de que el proyecto esté en marcha para prevenir o reducir los impactos negativos antes de que éstos se ocasionen.

Cuando hablamos de medidas correctivas, nos referimos a aquellas que se generan para evitar impactos posteriormente al desarrollo del proyecto, cuando se generen cambios en el mismo. Tiene por objetivos principales:

- *“Evitar, disminuir, modificar, curar o compensar el efecto del proyecto, (rebajar los impactos intolerables, y minimizar todos en general).*
- *Aprovechar mejor las oportunidades que brinda el medio para el mejor éxito del proyecto¹⁵.”*

2.6.4 Normativa medioambiental

En estos últimos años, se ha dado gran importancia al medio ambiente y prueba de ello se puede observar los derechos a la naturaleza consagrado en la Constitución de la República del Ecuador y aprobada mediante referéndum en el 2008, en la que los Art. 395 al 415, tratan sobre la Biodiversidad y Recursos Naturales.

Ley de Gestión Ambiental, Publicada en el Suplemento del Registro Oficial N° 418 con fecha 10 de septiembre de 2004.

Ley de Prevención y Control de la Contaminación Ambiental, Publicada en el Suplemento del Registro Oficial N° 418 con fecha 10 de septiembre de 2004

El Plan Nacional del Buen Vivir (PNBV), considerado como un documento que sirve de guía para el Ministerio del Ambiente y del Estado en lo referente al medio ambiente.

Normativa Secundaria

Además de la normativa antes mencionada, existe una amplia lista de leyes, reglamentos y procedimientos vigentes para la gestión del Ministerio del Medio Ambiente, que a continuación se enumeran las más importantes:

- Ley de Gestión Ambiental.
- Ley de la Prevención y Control de la Contaminación.

¹⁵<http://www.ingenieroambiental.com/newinformes/EIA.htm>



- Ley Forestal y de Conservación de Áreas Naturales y Vida Silvestre.
- Normas del sistema de Regencia Forestal.
- Normas de procedimientos administrativos para autorizar el aprovechamiento y corta de madera.
- Norma de procedimiento para la adjudicación de tierras del patrimonio forestal del estado, bosques y vegetación protectores.
- Normativa para el Manejo sustentable de los Bosques Andinos.
- Norma para el aprovechamiento forestal sustentable del bosque seco
- Ley Especial de la Provincia de Galápagos.
- Norma para el aprovechamiento forestal sustentable del bosque seco.
- Sólo por citar algunas, ya que existen muchas más.

2.6.5 La administración y su compromiso con el medio ambiente

En la actualidad no sólo se trata de ser competitivos sino de ofrecer calidad pero no sólo cumpliendo con estándares de la misma, por el contrario teniendo en cuenta la responsabilidad de cuidar el medio ambiente y de la incidencia de los productos que ofrecen las empresas en él.

La administración debe adoptar constantemente nuevos enfoques respecto a su manera de hacer negocios y su gestión, nuevas políticas y estrategias, para lo cual se debe tomar decisiones, coordinar acciones y dirigir actividades, con la finalidad de asegurar el futuro de la gestión ambiental.

Los que habitamos este planeta somos los responsables del cuidado del medio ambiente, pero muchas veces por pensar únicamente en tener ganancias sin importar daños que causemos al ambiente, olvidamos que venimos de la tierra, vivimos en ella y de igual manera habitamos en ella.

2.6.6 Plan de manejo ambiental

El plan de manejo ambiental PMA tiene como objetivos: prevenir, minimizar, eliminar y mitigar aquellos impactos que pueden dañar al medio ambiente, por otro lado proteger las áreas de interés humano y ecológico, que están ubicados en las áreas de influencia del proyecto.

Dentro del Plan de Manejo ambiental se presentarán programas; entre ellos están el programa de monitorio y seguimiento, en el que se establecerán los aspectos ambientales, impactos y parámetros de la organización que se van a monitorear,



la regularidad de dichos monitoreos y finalmente la periodicidad en que se deben presentar los resultados al Ministerio del Medio Ambiente, que es el encargado de este control.



CAPITULO III

ESTUDIO DE MERCADO

3.1 METODOLOGIA DEL ESTUDIO DE MERCADO

3.1.1 Determinación del problema

En la ciudad de Cuenca, existen algunas casas deportivas, las mismas que carecen de los implementos necesarios para poder satisfacer las necesidades del cliente, dada la situación no cumplen con los tiempos de entrega, los diseños no son exclusivos y, además no satisfacen las expectativas del cliente; es por ello que hemos tomado la decisión de realizar un estudio que nos permita determinar la factibilidad para la creación de una casa deportiva.

Considerando además que en la mayoría de casas deportivas se tiene una producción artesanal, por lo que su desarrollo de cierta manera se ha quedado estancado y no se piensa en una inversión elevada que les permita ser más competitivos en este mundo globalizado.

3.1.2 Definir los objetivos

Objetivo General

Realizar un estudio de mercado para determinar la factibilidad de la implementación de una Casa Deportiva en la ciudad de Cuenca.

Objetivos Específicos

-  Determinar la demanda insatisfecha, real y objetiva, considerando la variedad, calidad y precios de la ropa deportiva para poder vender en el mercado.
-  Establecer la capacidad de compra en base al poder adquisitivo, gustos y preferencias, moda y costumbres de los consumidores; a precios razonables con la finalidad de ganar prestigio y estabilidad en el mercado.
-  Analizar a los clientes para poderlos clasificar en segmentos, nichos de mercado de acuerdo a sus características demográficas, socioeconómicas, gustos y preferencias y de comportamiento.
-  Lograr un posicionamiento máximo en cinco años.



- Conocer quiénes son nuestros competidores y el porcentaje de mercado que abarca cada uno, para en base de ello aplicar las estrategias necesarias para poder ser competitivos.

3.1.3 Delimitación de la investigación de mercados

La presente investigación de mercados se llevará a cabo en la ciudad de Cuenca, tomando en consideración el área urbana, ya que el deporte es practicado por muchos habitantes. Además cabe recalcar que se han realizado varias competencias contando con la participación de deportistas nacionales y extranjeros; lo que ha impulsado que la tendencia de los cuencanos sea, desarrollar más actividades deportivas de integración, lo cual genera la necesidad del uso de ropa deportiva. Por otro lado también están las personas que se preocupan por su salud y por ende practican deportes, siendo necesario la adquisición de estas prendas.

3.1.4 Definir las fuentes de información

En estudio se requerirá información de fuentes primarias y secundarias

- Fuente primaria: en el estudio de mercado se obtendrá información a través de una encuesta realizada a la población de la ciudad de Cuenca.
- Fuente secundaria: como complemento a este estudio, requerimos información tanto de entidades del sector industrial así como datos estadísticos que nos pueden proporcionar Cámaras o el INEC.

3.1.5 Definición del informante:

La información, se obtendrá por medio de la encuesta a realizarse, así como también de la competencia, mediante la observación directa, para conocer a cerca de los procesos que realizan así como también quienes son los proveedores.

3.1.6 Definición de la extensión de la investigación:

Para nuestra investigación, consideramos una muestra de la Población Económicamente Activa de la ciudad de Cuenca¹⁶ (Ver anexo 1, 2).

¹⁶http://www.inec.gob.ec/cpv/descargables/fasciculos_provinciales/azuay.pdf



Tabla N° 1

Categorías	Población Económicamente Activa del Azuay	% población cuenca ¹⁷	Población Económicamente Activa de la ciudad de Cuenca
Hombres	87.235	71.10	62.024
Mujeres	167.414	70.90	118.697
Total	254.649		180.721

Fuente: INEC

Realizado por: Margoth Gordillo y Martha Gualpa

Para definir la extensión de la investigación aplicamos la siguiente fórmula:

$$n = \frac{(Z)^2 N \cdot p \cdot q}{E^2 (N - 1) + (Z)^2 \cdot p \cdot q}$$

Donde:

N= 180721 personas (tamaño del universo)

Z= 95% ≈1.96 (nivel de cumplimiento)

q=50% (probabilidad de no cumplimiento)

p = 50% (probabilidad de cumplimiento)

E = 5% (error muestral)

$$n = \frac{(1.96)^2 180721 * 0.50 * 0.50}{0.05^2 (180721 - 1) + (1.96)^2 * 0.50 * 0.50}$$

n= 383 personas

Luego de haber realizado los cálculos correspondientes, se ha determinado que para llevar a cabo la investigación se deben realizar 383 encuestas, sin embargo para efectos de obtener una mejor visualización en las respuestas hemos tomado la decisión de encuestar a 400 personas; en los siguientes sectores: Feria Libre, Monay Shopping, Coralcentro, Supermercados TIA, Parque Industrial(Ver anexo N°3).

3.1.7 Recopilación de la información

Para recopilar la información se utilizará la técnica de la entrevista, con la finalidad de que la información sea verídica y para evitar dudas de los entrevistados al momento de contestar el cuestionario.

¹⁷ Según datos del INEC, por cantones



3.1.8. Ordenamiento, sistematización, tabulación e interpretación de los resultados

Luego de haber realizado las encuestas, se recopiló la información, para proceder con la respectiva tabulación, sistematización e interpretación, obteniendo los siguientes resultados (Ver anexo N°4):

1.- ¿Práctica usted algún deporte?

Resultado: de las 400 encuestas realizadas, el 61% de las personas, si practican algún deporte mientras que el 39% no lo practica.

2.- Si la pregunta anterior es afirmativa, indique cual:

Resultado: El deporte que es más practicado por las personas encuestadas es el Indor, con un 31.7%, mientras que es seguido por el Fútbol y Volleyball con un 14.6%, por otro lado el Atletismo es practicado por un 10.1%, además la Caminata y Basketball es practicado por un 8.2% de los encuestados, a sí mismo la natación tiene un 3.7% de aceptación, con un 2.6% tenemos a la Natación y Aeróbicos, también las personas encuestadas practican Cabalgata, Carate, Ciclismo y Danza Independiente en un 0.7%; finalmente está la Halterofilia y Levantamiento de pesas con un 0.4%.

3.- ¿Usa usted ropa deportiva?

Resultado: El 95% de las personas encuestadas si usan ropa deportiva, mientras que el 5% restante no usa este tipo de prendas.

4.- ¿Con qué frecuencia utiliza usted esta prenda?

Resultado: Según la información recopilada, el 51% de las personas usan ropa deportiva los fines de semana, por otro lado el 27% lo hace ocasionalmente y por último el 22% usa esta ropa a diario.

5.- ¿Cuál de estos factores es para usted más importante al momento de adquirir su ropa deportiva?

Resultado: En cuanto a los factores que inciden al momento de adquirir ropa deportiva, podemos observar que las personas en primer lugar se fijan en el precio, luego un 27% considera la calidad, mientras que el modelo representa un 21%, además el color ocupa el cuarto lugar con un 14%, quedando un 6% que considera la Marca y el 5% la comodidad.

6.- ¿Quién decide en la compra de su ropa deportiva?



Resultado: El 98% de las personas deciden por cuenta propia adquirir la ropa deportiva mientras que para el 2% lo hacen otras personas.

7.- Las prendas deportivas que usted usa con más frecuencia son:

Resultado: Los ternos deportivos, son las prendas que las personas usan con más frecuencia, seguida de las camisetas con una aceptación del 23%, luego tenemos a los calentadores con un 22% y finalmente las pantalonetas o licras con un 19%.

8.- ¿Cuál es el costo de la ropa que usa?

Resultado: Las personas prefieren comprar ternos deportivos completos cuyo precio estén entre los \$30,00 a \$40,00; un 34% compra ropa entre los \$20,00 y \$30,00 y finalmente el 10% restante compra ropa de \$40,00 o más.

El 47% de las personas prefieren comprar calentadores siendo su precio entre \$10,00 a \$15,00, en segundo lugar con un 41% de aceptación se encuentran los calentadores de \$15,00 a \$20,00 y finalmente con un 12% están los calentadores de \$20,00 o más.

Con un 57% se encuentran en primer lugar de preferencia las camisetas con un precio de \$5,00 a \$10,00, seguido de aquellas cuyo precio es de \$10,00 a \$15,00 y por último están las de \$15,00 o más.

Respecto a los precios de la pantaloneta o licra, el 49% de los encuestados prefieren comprar aquellas cuyo precio es de \$5,00 a \$10,00; pero el 39% elige las de \$10,00 a \$15,00 y por último un 12% compra las de \$15,00 o más.

9.- ¿Cada qué tiempo compra usted ropa deportiva?

Resultado: Las personas compran su ropa deportiva anualmente, luego están aquellas personas que lo hacen mensualmente, en tercer lugar con un 18% de aceptación tenemos trimestralmente, luego con un 11% se ubica semestralmente y con un 1% lo hacen cuatrimestralmente, semanalmente y quincenalmente.

10.- ¿Dónde le gustaría que funcione la casa deportiva?

Resultado: Respecto al lugar en dónde les gustaría que funcione una casa deportiva, se han obtenido los siguientes resultados: con un 36% se ubica en primer lugar a los Centros Comerciales, luego con un 29% tenemos a un local en el centro de la ciudad; en tercer lugar está el Sector Totoracocha con un 21%,



seguido del Sector el Estadio con 9%; posteriormente están los sectores Parque Industrial y Baños con un 2% de aceptación.

3.1.9 Resumen del Estudio de Mercado

Luego de haber realizado las 400 encuestas a los habitantes de la ciudad de Cuenca, se puede concluir que: la mayoría de las personas usan ropa deportiva, siendo este un factor importante para poder tomar la decisión de confeccionar estas prendas de vestir.

Además hemos podido determinar que estas prendas son usadas especialmente los fines de semana, considerando que generalmente están con la familia, amigos, etc. y desean usar prendas cómodas para poder tener momentos de distracción; sin embargo eso no significa que esencialmente las usan para practicar algún deporte; pero aquellos que si lo practican se inclinan principalmente por aquel que es conocido por la mayoría de los habitantes no sólo de Cuenca sino a nivel nacional como es el Indor y en segunda instancia están el Fútbol así como el Volleyball.

Siendo los factores más importantes al momento de adquirir estas prendas el precio, la calidad y el modelo; corroborando con lo antes dicho están aquellas respuestas sobre los precios que las personas pagan al momento de adquirir los calentadores, camisetas y pantalonetas o licras; existiendo una pequeña variación cuando se deciden comprar ternos deportivos completos, ya que están dispuestos a pagar un valor más elevado que al adquirir las demás prendas.

También se puede deducir que las personas deciden por su propia cuenta que ropa usar, por lo tanto no dependen de la decisión de terceras. Finalmente podemos argumentar que estas prendas se adquieren en su mayoría anualmente, sin dejar de lado a algunas personas que lo hacen mensualmente y; sus compras las prefieren realizar en los Centros Comerciales y en segundo lugar en los locales ubicados en el Centro de la Ciudad; considerando que en estos lugares pueden conseguir a más de prendas de vestir, alimentos, medicinas, etc.

3.2 EL PRODUCTO “ECUADOR SPORTING”

Ecuador Sporting es una empresa que se dedicará a la confección de ropa deportiva para damas, caballeros y niños, para de esta manera satisfacer las necesidades de los habitantes de la ciudad de Cuenca y sus alrededores.

3.2.1 Tipo de Productos que fabricará y comercializará la empresa.

Ternos deportivos completos



18



19



20



21

Calentadores

Camisetas:



22



23

Pantaloneta



24

Lycra



25

3.2.2 Logotipo

“Siempre ha de haber una denominación de marca, que es la parte fonética unida a su diseño tipográfico, la que puede pronunciarse y sirve para nombrar el producto, para pedirlo es lo que se denomina logotipo”²⁶

¹⁸www.articulosweb.net/noticias/la-importancia-de-la-ropa-deportiva

¹⁹<http://quito.olx.com.ec/confeccion-de-todo-tipo-de-ropa-a-medida-y-al-por-mayor-y-menor-iiid-441213828>

²⁰<http://carpizplanet.blogspot.com/2010/05/ropa-deportiva-y-casual-para-dama-y.html>

²¹www.riostore.com.ec

²²www.camisetas.info

²³www.comprarenchina.com

²⁴<http://quito.mundoanuncio.ec/venta-de-pantalonetas-deportivas-y-bermudas-al-por-mayor-iiid-402910450>

²⁵http://ciclosannicolas.com/index.php?route=product/product&product_id=3441

²⁶ García Sanchez María Dolores, Manual de Marketing, ESIC, editorial, 27/10/2008.

3.2.3 Slogan

“Frase publicitaria que penetra en la memoria haciendo recordar un concepto o un producción”²⁷

A continuación el slogan y logotipo de la empresa.



3.2.4 Etiqueta

La etiqueta del producto tendrá el nombre de la casa deportiva, el slogan y la respectiva talla.



3.2.5 Empaque

Los ternos deportivos completos se entregaran en una funda transparente cuyas medidas serán de 20 cm. x 25 cm.

Las camisetas se entregaran en fundas transparentes cuyas medidas serán de 15 cm. x 20 cm.

La pantaloneta o licra se entregara en fundas transparentes de 10 cm. X 15 cm.

²⁷Filippis Jorge, Glosario del Diseño, Nobuko Editorial, año 2006.

Los calentadores se entregaran en fundas transparentes cuyas medidas serán de 15 cm. x 20 cm.



28

3.3 LA DEMANDA

La demanda para la casa deportiva está constituida por la cantidad de prendas deportivas que los habitantes de la ciudad de Cuenca van a adquirir.

La determinación de la demanda es importante para poder conocer cual es la cantidad necesaria que la empresa tiene que producir, para adquirir los insumos necesarios para la producción y, de esta manera satisfacer las necesidades de sus clientes.

3.3.1 Factores que inciden en la demanda de un producto:

Análisis de los precios:

Las personas demandan las prendas deportivas cuando éstas son de precios bajos sin dejar a un lado la calidad de las mismas. Pero es importante el precio de introducción en el mercado, para ello hay diferentes formas de hacerlo: precio bajo o precio alto en comparación con el de la competencia, permitiendo de esta manera la diferenciación del producto pero también hay la opción de ingresar con un precio cercano al de la competencia.

Sin embargo para decidir cualquiera de las opciones hay que considerar los factores tales como: costos y margen de ganancia; sin olvidar que el precio también está relacionado con los otros elementos de la mezcla de mercadotecnia que son: plaza, publicidad y producto.

²⁸<http://www.homs.cl/tienda/index.php?cPath=31>



La negociación con los clientes potenciales y distribuidores guarda relación con las políticas respecto a los descuentos por pronto pago o por volúmen así como con las promociones, es por ello que estas tienen que ser claras.

 Número de habitantes:

La población de la ciudad de Cuenca, crece en una forma moderada, sin dejar a un lado a las personas que han migrado a esta ciudad; lo cual es importante para que la demanda de nuestros productos se incremente de igual manera.

 La competencia:

Para poder enfrentar a la competencia primero debemos tener claro quienes somos y que es lo que nos proponemos alcanzar; así como también conocer el grado de participación en el mercado y las estrategias que se usarán para permanecer en él.

Es por ello que debemos analizar a la competencia para poder determinar cuáles son sus debilidades para convertirlas en una oportunidad para nuestro negocio, lo que nos servirá como una ventaja competitiva.

3.3.2 Demanda Actual

Para determinar la Demanda Actual se tiene que considerar la Población total de la ciudad de Cuenca. Por lo tanto esta será:

$$Demanda Actual = Población Total de la ciudad de Cuenca$$

$$Demanda Actual = 505.585 \text{ habitantes}$$

Fuente: INEC

3.3.3 Demanda Potencial

Para determinar la Demanda Potencial hay que considerar la Población Económicamente Activa de la ciudad de Cuenca, la misma que considera a los niños desde 10 años hasta adultos de 60 años.

$$Demanda Potencial = Población Económicamente Activa de la ciudad de Cuenca$$

$$Demanda Potencial = 180.721 \text{ habitantes}$$

Fuente: INEC censo 2010

3.3.3.1 Proyección de la demanda



La proyección de la demanda se ha realizado, considerando el crecimiento anual según datos del INEC y aplicando la siguiente fórmula:

$$X = \frac{\text{Ln} \left(\frac{P1}{P0} \right) \times 100}{t}$$

Donde:

X: tasa de crecimiento

Ln: Logaritmo Natural

P1: año uno

P0: año origen

t: tiempo transcurrido entre años (P1 y P0)

Tabla N° 2

PROYECCION DE LA DEMANDA DEL CANTON CUENCA						
AÑO	POBLACION	P1/P0	AÑOS	100	TASA DE CRECIMIENTO ANUAL	DA POTENCIAL
2001	417632					
2011	535624	0,24883176	10	100	2,49%	180721
2012	546864	0,02076772	1	100	2,08%	184474
2013	558127	0,02038639	1	100	2,04%	188235
2014	569416	0,02002474	1	100	2,00%	192004
2015	580706	0,01963333	1	100	1,96%	195774
2016	591996	0,01925527	1	100	1,93%	199544
2017	603269	0,01886332	1	100	1,89%	203308
2018	614539	0,01850919	1	100	1,85%	207071
2019	625775	0,01811849	1	100	1,81%	210823
2020	636996	0,01777249	1	100	1,78%	214569

Fuente: INEC²⁹

Realizado por: Margoth Gordillo y Martha Gualpa

En la tabla anterior se ha calculado la Demanda Potencial para la ciudad de Cuenca, sin embargo es necesario calcular la demanada en función de las prendas deportivas, de acuerdo a los resultados obtenidos en las encuestas antes realizadas, es por ello que en la siguiente tabla se ha efectuado este calculo.

²⁹ Ver anexo 5.

Tabla N° 3

AÑO	DA POTENCIAL	PROYECCION DE LA DEMANDA POR PRENDAS			
		TERNOS DEPORTIVOS COMPLETOS	CAMISETAS	CALENTADORES	PANTALONETA O LICRA
		37,72%	22,61%	21,58%	19,09%
2012	184474	67743	41717	39804	35211
2013	188235	69124	42568	40615	35929
2014	192004	70508	43420	41428	36648
2015	195774	71892	44273	42242	37368
2016	199544	73276	45125	43055	38087

Fuente: Encuestas, pregunta 7.

Realizado por: Margoth Gordillo y Martha Gualpa

La proyección por prendas deportivas, nos indican la cantidad que la PEA de la ciudad de Cuenca está dispuesta a comprar, pero en el proyecto propuesto, no se fabricará esta cantidad, ya que no contamos con los recursos necesarios para cubrir esta demanda. Es por ello que en el Estudio Técnico la producción se basará en la Capacidad Utilizada de Ecuador Sporting.

3.4 OFERTA

La oferta está conformada por aquellas empresas que ofrecen los mismos o similares productos que la casa deportiva, por lo tanto hay que estudiar a la competencia.

3.4.1. Identificación de la Competencia

La competencia para la casa deportiva, será:

Casa Deportiva Ortega, Sport Garrido, Prodeportes, Referee, American Deportes, Frada Sport, Casa deportiva Toledo, Ecuadeportes, Penalti Gol, Sprinter, Casa Deportiva Calle, Rodeport.

3.5 PRECIOS

Los precios de las prendas deportivas, que se expenderán, están fijados por el mercado y en función de la competencia. Considerando además a los proveedores de los insumos para la elaboración de las prendas, con quienes deberá existir convenios para que garanticen buena calidad y precios justos en lo que nos



ofrecen. Éstos precios irán variando anualmente en función de la tasa de inflación que a continuación se presenta:

Tabla N° 4

AÑO	N	TASA DE INFLACION
2006	1	3,30%
2007	2	2,28%
2008	3	8,40%
2009	4	5,20%
2010	5	3,56%
2011	6	4,27%
2012	7	4,94%
2013	8	3,82%
2014	9	3,75%
2015	10	3,67%
2016	11	3,79%
PROMEDIO INFLACION		4,27%

Fuente: Banco Central de Ecuador³⁰

Realizado por: Margoth Gordillo y Martha Gualpa

3.5.1 Metodología de la fijación de precios:

La casa deportiva fijará sus precios en función del porcentaje de utilidad esperado y dependiendo de la prenda deportiva:

Tabla N° 5

Prendas	Costo	% Utilidad	Utilidad	Precio
Ternos Deportivos Completos	36,00	25%	9,00	45.00
Calentadores	12,00	25%	3,00	15.00
Camisetas	9,60	25%	2,40	12.00
Licras	8,00	25%	2,00	10,00

Realizado por: Margoth Gordillo y Martha Gualpa

La fórmula a utilizarse será la siguiente:

$$Costo\ Est\acute{a}ndar = \frac{Costo}{100\% - \%Utilidad}$$

3.6 CANALES DE COMERCIALIZACION

Las prendas deportivas tendrán su producción en el local ubicado en las calles Rumihurco 2-90 y Paseo de los Cañaris (Totoracha) por lo que los proveedores

³⁰<https://www.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorReal/Previsiones/Supuestos%20Macro2%2012-2015.pdf>

deberán entregar los insumos en estadi dirección pero, la venta de las mismas se realizará en uno de los locales Monay Shopping, llegando así al consumidor final; por lo tanto nuestro Canal de Comercialización tendrá el siguiente comportamiento:



Los proveedores serán los siguientes:

- ☒ Bazar Zalamea
- ☒ Bazar Gabys
- ☒ Almacenes Lira Cía. Ltda.
- ☒ Pasamanería Tosi
- ☒ Coralhipermercados
- ☒ Importadora Humberto Valverde



3.6.1 Alternativas de canales de comercialización

La casa deportiva, planteará algunas estrategias para poder llegar a los clientes y de esta manera satisfacer sus necesidades:

Estrategia de Producto:

La casa deportiva ofrecerá productos de calidad, variedad y confeccionados con alta tecnología para satisfacer al usuario de las prendas.

Estrategias de Compra:

Nuestros proveedores son tanto importadores así como productores de los insumos que se requieren para la fabricación de las prendas deportivas; por ende los precios serán bajos, sin embargo es necesario conseguir descuentos y mayores créditos para que éstos se vean reflejados en los precios de nuestras prendas, pero además los productos deberán ser de buena calidad, variedad y que cuenten con las garantías necesarias para evitar posibles inconvenientes.

Estrategias de Venta:

Las prendas deportivas serán ofertadas directamente al consumidor; al inicio para ganar estabilidad en el mercado y competitividad éstas tendrán descuentos así como promociones y además existirá publicidad agresiva, en medios de comunicación; aplicando así la estrategia de penetración en el mercado.

Promocion y publicidad:

La empresa utilizará la publicidad radial, letreros y publicidad directa (fundas publicitarias)

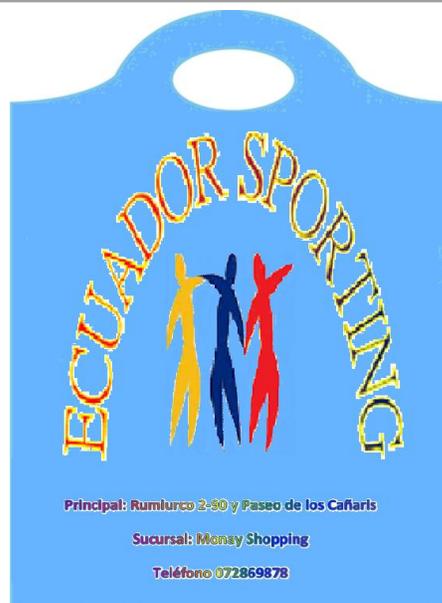
- Publicidad radial: para determinar en qué emisora se puede hacer ésta publicidad, se obtuvo la propuesta de tres emisoras de la ciudad de Cuenca (Ver anexo N° 6):
 - K1, la propuesta de esta emisora es 8 cuñas diarias de lunes a viernes, con un costo mensual de \$510,00 mensuales
 - W RADIO, 8 cuñas diarias de lunes a viernes, tendrán un costo de \$470,00 mensuales.
 - LA ROJA FM: en esta emisora, los precios varían de acuerdo al programa que se elija para que pasen las cuñas, teniendo estos precios por mención desde \$4,50 y cuñas por programas desde \$450,00

Se ha decidido que la publicidad radial será a través de la emisora La RojaFM; una de las emisoras con audiencia no solo en la ciudad de Cuenca sino a nivel del Azuay, Cañar, Loja, El Oro y Guayas.

- Letreros:



- Bolsas publicitarias:



CAPITULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico nos permite analizar de forma detallada los requerimientos que tiene un proyecto en este caso La Casa Deportiva, requerimientos como; localización, procesos y actividades, edificaciones, equipo necesario, instalaciones básicas, recursos necesarios que lleven a una satisfacción de los clientes y un eficiente uso de los recursos.

4.1 LOCALIZACIÓN

4.1.1 Macrolocalización

La casa deportiva será creada en la región sierra de manera específica en el cantón Cuenca de la provincia del Azuay



Fuente: buscador google³¹

Realizado por: Margoth Gordillo y Martha Gualpa

4.1.2 Microlocalización

Es el lugar específico donde se ubicara a la casa deportiva para que allí se lleve cabo las funciones, para lo que se debe elegir el sitio y la comunidad siendo este el que permite cumplir con los objetivos de lograr la más alta rentabilidad a un mínimo costo.

En este caso la producción de la casa deportiva será en la Parroquia Totoracocho, calles Rumihurco y Paseo de los Cañarís mientras que, la comercialización se

³¹<http://www.zonu.com/America-del-Sur/Ecuador/Azuay/Politicos.html>

realizará en Monay Shopping; de esta manera se podrán disminuir costos de transportación ya que la distancia es corta.

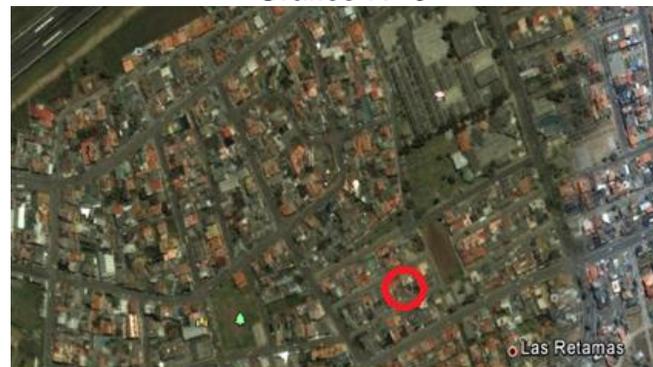
Gráfico N° 2



Fuente: buscador google³²

Realizado por: Margoth Gordillo y Martha Gualpa

Gráfico N° 3



CALLE RUMIHURCO Y PASEO DE LOS CAÑARIS

Fuente: google earth

Realizado por: Margoth Gordillo y Martha Gualpa

Factores considerados para decidir en la localización de la planta de producción

- ✳ Dotación de infraestructura
- ✳ Regularizaciones legales
- ✳ Disponibilidad de Recursos Humanos
- ✳ Facilidad y costo de Transporte

³²<http://ecuadorecuatoriano.blogspot.com/2012/07/mapa-de-cuenca.html>



- ✦ Condiciones del entorno
- ✦ Costo de Arriendo

4.2. CAPACIDAD DE LA PLANTA DE LA CASA DEPORTIVA

4.2.1 Capacidad instalada

Capacidad instalada o de producción muestra la máxima tasa de producción que puede obtenerse en un proceso, para la casa deportiva

TABLA N° 6

TIEMPO EN MINUTOS POR ACTIVIDAD EN EL PROCESO DE CONFECCION DE PRENDAS DEPORTIVAS								
PRENDAS DEPORTIVAS	TRAZAR	CORTAR	COSER	PLANCHAR	DESHEBRAR	ESTAMPAR O BORDAR	EMPACAR	TOTAL
TERNOS DEPORTIVOS COMPLETOS	22	14	35	4	5	6	4	90
CALENTADORES	8	5	12	2	2	0	1	30
CAMISETAS	3	1	6	1	1	2	1	15
PANTALONETA O LICRA	3	3	5	1	1	2	1	16
TOTALES	36	23	58	8	9	10	7	151

Fuente: Estudio de la competencia

Realizado por: Margoth Gordillo y Martha Gualpa

- ✦ Para la confección de ternos deportivos completos se necesitan 90 minutos.
- ✦ Los calentadores necesitan de 30 minutos para su confección.
- ✦ El proceso de confección de camisetas tiene una duración de 15 minutos.
- ✦ En la confección de pantalonetas o licras se necesitan 15 minutos.

Teniendo conocimiento del tiempo en minutos para cada una de las prendas a producirse, es necesario saber las unidades a producirse por día, mes y año. Por lo tanto para el día se van a considerar 8 horas, para la semana serán 5 días laborables, para el mes se tomarán en cuentas las 52 semanas que son al año dividido para los 12 meses y finalmente para el año consideramos las 52 semanas.

En al siguiente tabla se puede observar la cantidad de prendas deportivas que se podrán producir, en las diferentes unidades de tiempo.



TABLA N° 7

PRODUCCION DE PRENDAS DEPORTIVAS POR UNIDAD DE TIEMPO

PRENDAS DEPORTIVAS	DIARIOS	SEMANAL	MENSUAL	ANUAL
TERNOS DEPORTIVOS COMPLETOS (90 minutos)	5	25	108	1300
CALENTADORES (30 minutos)	16	80	347	4160
CAMISETAS (15 minutos)	32	160	693	8320
PANTALONETA O LICRA (16 minutos)	30	150	650	7800

Fuente: Tabla N° 6

Realizado por: Margoth Gordillo y Martha Gualpa

Para este proyecto se va a requerir de 6 personas quienes se encargaran del área de producción y el manejo respectivo de la maquinaria necesaria para poder cumplir con la demanda.

TABLA N° 8

CAPACIDAD INSTALADA PARA LA CONFECCION DE LAS PRENDAS DEPORTIVAS

PRENDAS DEPORTIVAS	NUMERO DE TRABAJADORES	TIEMPO DE CONFECCION POR MINUTOS	PRODUCCION POR HORA	PRODUCCION DIARIA	PRODUCCION SEMANAL	PRODUCCION MENSUAL	PRODUCCION ANUAL
TERNOS DEPORTIVOS COMPLETOS	1	90	0.67	5	25	108	1300
CALENTADORES	1	30	2	16	80	347	4160
CAMISETAS	1	15	4	32	160	693	8320
PANTALONETA O LICRA	1	16	3.75	30	150	650	7800
TOTALES	4	151	10.42	83	415	1798	21580

Fuente: Tabla N° 6

Realizado por: Margoth Gordillo y Martha Gualpa

En la tabla se puede observar que la capacidad instalada anual es de 1300 ternos deportivos completos, 4160 calentadores, 8320 camisetas y 7800 pantalonetas o lycras.

4.2.2 Capacidad utilizada

Es la capacidad práctica que muestra la tasa real de producción en un determinado tiempo, considerando el personal y la maquinaria a utilizarse.



TABLA N° 9

CAPACIDAD UTILIZADA PARA LA CONFECCION DE PRENDAS DEPORTIVAS				
PRENDAS DEPORTIVAS	NUMERO DE TRABAJADORES	TIEMPO DE CONFECCION POR PRENDAS MINUTO	CAPACIDAD INSTALADA AL 100% (US)	CAPACIDAD UTILIZADA AL 70% (US)
TERNOS DEPORTIVOS COMPLETOS	1	90	1300	910
CALENTADORES	1	30	4160	2912
CAMISETAS	1	15	8320	5824
PANTALONETA O LICRA	1	16	7800	5460

Fuente: Tabla N° 8

Realizado por: Margoth Gordillo y Martha Gualpa

La capacidad instalada que fue calculada anteriormente servirá como base para obtener la capacidad utilizada del proyecto que en este caso es del 70% para el primer año, y considerando además que el número de operarios a emplearse serán 4.

4.2.3 Capacidad óptima

Es aquella capacidad en la cual la casa deportiva no tendrá pérdida ni ganancia; la fórmula que se utilizó para este cálculo es la siguiente:

$$Q = \frac{F}{P - C}$$

Donde:

F = Costos fijos totales

P = Precio unitario

C = Costo unitario

$$Q = \frac{9029,99}{45 - 5,5} = 229 \text{ Ternos deportivos}$$

La fórmula antes aplicada es considerada para las demás prendas deportivas, como lo indica la tabla siguiente:



TABLA N° 10

CAPACIDAD ÓPTIMA PARA LA CONFECCION DE PRENDAS DEPORTIVAS

PRENDAS DEPORTIVAS	CAPACIDAD INSTALADA AL 100%	CAPACIDAD UTILIZADA AL 70%	% PARTICIPACION	COSTO VARIABLE AL 70%	COSTO VARIABLE PROMEDIO	PRECIO PROMEDIO	CAPACIDAD OPTIMA
TERNOS DEPORTIVOS COMPLETOS	1300	910	6,02%	5003,04	5,50	45	229
CALENTADORES	4160	2912	19,28%	16009,74	5,50	15	950
CAMISETAS	8320	5824	38,55%	32019,48	5,50	12	1389
PANTALONETA O LICRA	7800	5460	36,14%	30018,26	5,50	10	2006
TOTAL	21580	15106	100,00%	83050,53			4573

Fuente: Tabla N° 8

Realizado por: Margoth Gordillo y Martha Gualpa

Se deben producir: 229 ternos deportivos, 950 calentadores, 1389 camisetas y 2006 pantalonetas o licras al año, optimizando los recursos.

4.2.4 Programa de producción

En el programa de producción se determinará la capacidad de producción anual de las prendas deportivas. En el primer año la capacidad instalada será del 70%, considerando los recursos disponibles con los que cuenta este proyecto y en función de los tiempos antes calculados; la misma que irá incrementando anualmente de acuerdo a la tasa de crecimiento anual de la población de la ciudad de Cuenca.

TABLA N° 11

PROGRAMA DE PRODUCCION ANUAL DE PRENDAS DEPORTIVAS

AÑOS	PRODUCCION ANUAL TERNOS DEPORTIVOS COMPLETOS	PRODUCCION ANUAL TERNOS DEPORTIVOS COMPLETOS	PRODUCCION ANUAL CAMISETAS	PRODUCCION ANUAL CAMISETAS
1	910	2912	5824	5460
2	929	2971	5943	5571
3	947	3031	6062	5683
4	966	3090	6181	5794
5	984	3150	6300	5906

Fuente: Tablas N° 2 y 6.

Realizado por: Margoth Gordillo y Martha Gualpa

4.3 PROCESOS**4.3.1 Descripción de los procesos de producción**

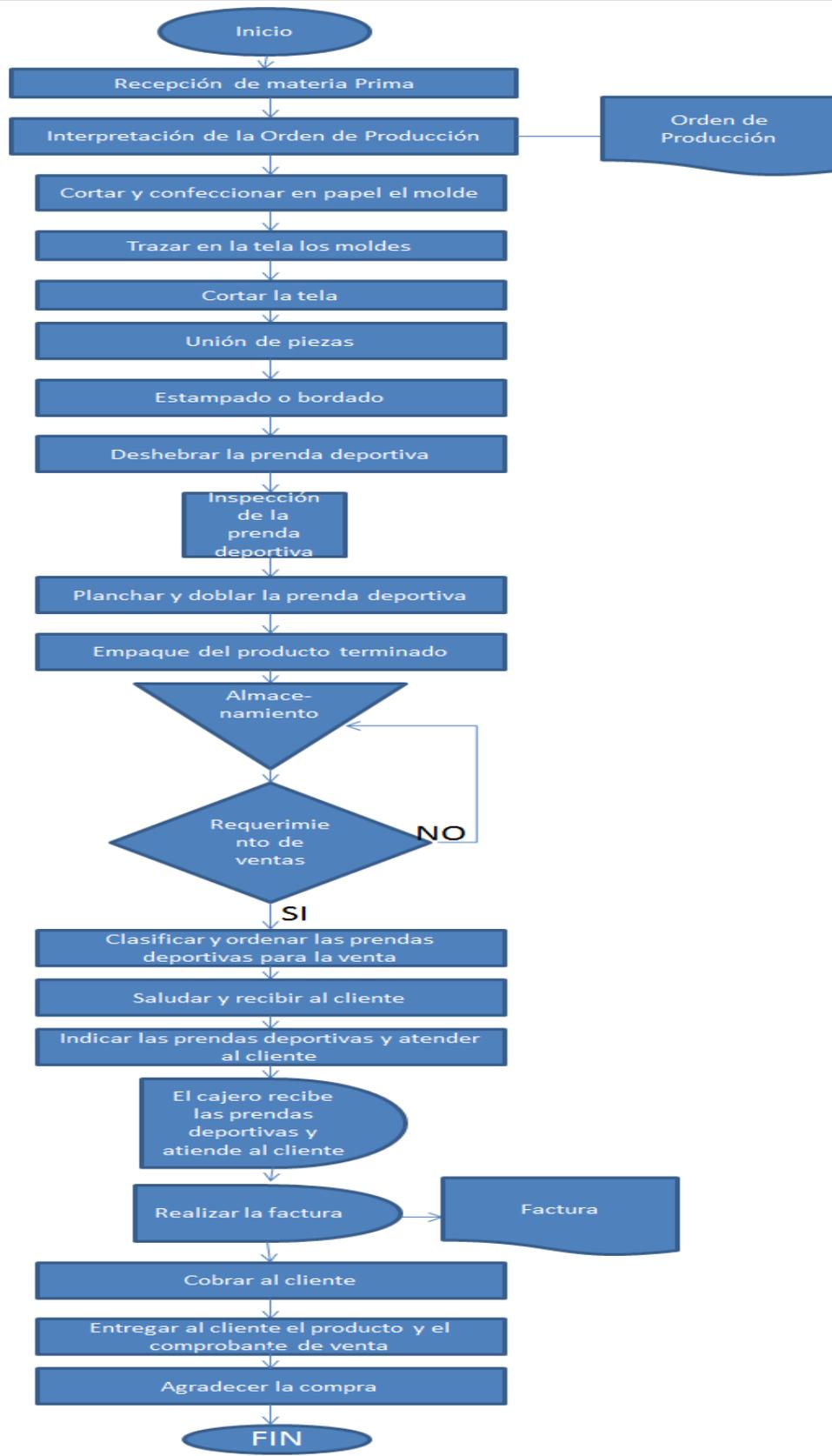
Con la ayuda de los diagramas de proceso se describirá el proceso productivo de las prendas deportivas que se van a confeccionar en Ecuador Sporting.

4.3.2 El flujograma del proceso

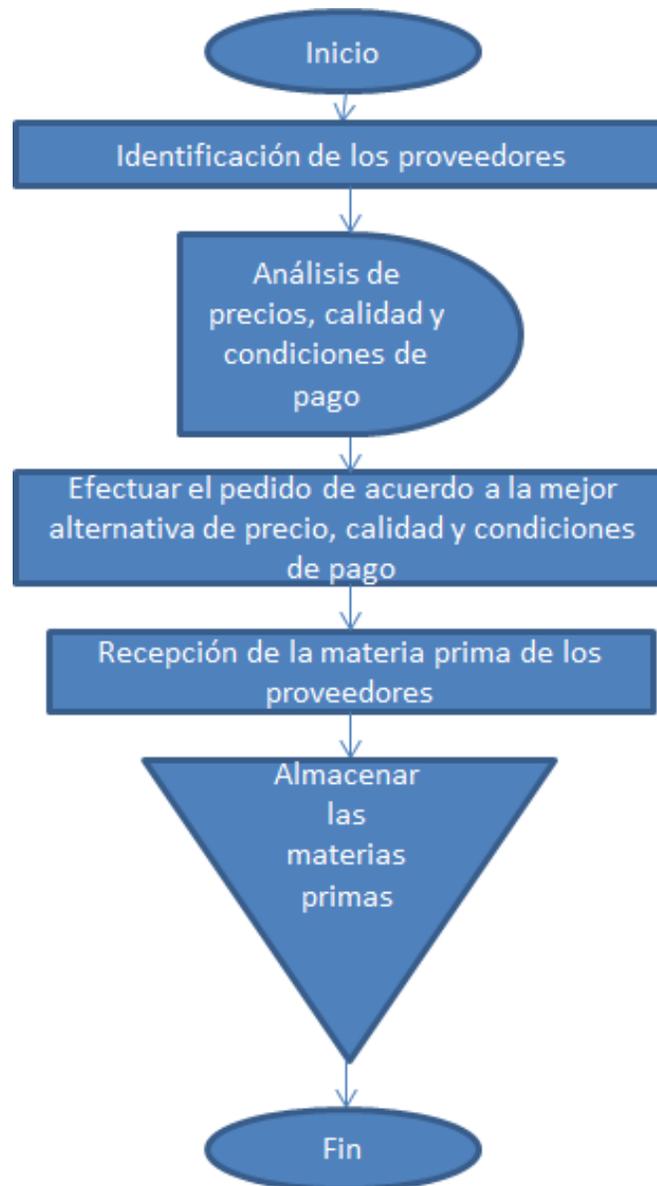
Mediante la utilización de diagramas de flujo se presenta el flujo grama de proceso para la confección de los ternos deportivos completos (camiseta, calentador, casaca, pantaloneta o licras), calentadores, camisetas y pantalonetas o licras.

SIMBOLO	DESCRIPCION
	Operación
	Almacenamiento
	Demora
	Inspección
	Representa una decisión o algo que determina si se continua o no
	Documento

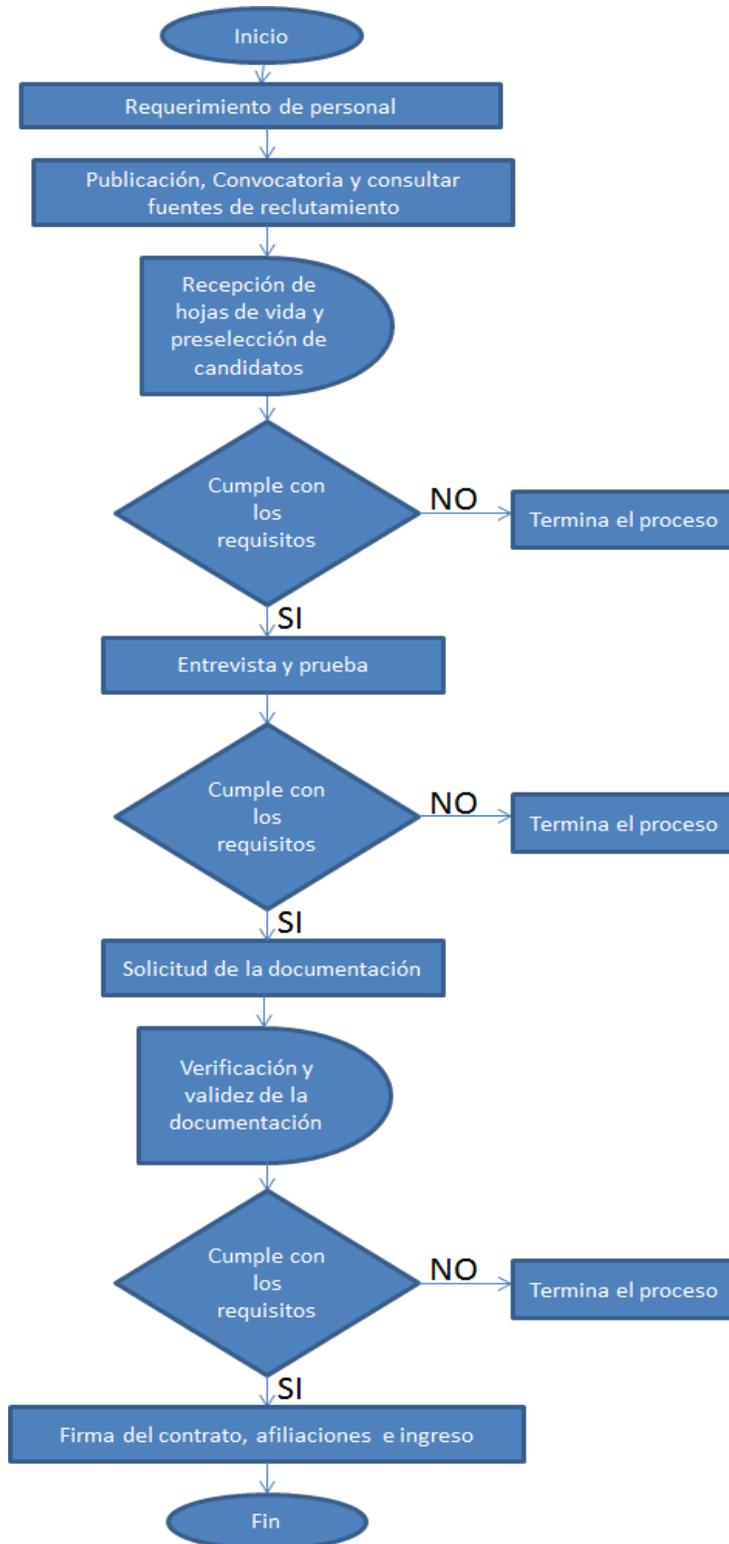
4.3.2.1 Flujograma de proceso para la confección de las prendas deportivas:



4.3.2.2 Flujograma de proceso para las compras:



4.3.2.3 Flujograma de proceso para la selección de personal:



4.4 EQUIPOS E INSTALACIONES

La Casa deportiva utilizará una infraestructura adecuada para la producción de las prendas deportivas, para lo cual es necesario distribuir de la manera más adecuada los equipos e instalaciones que se van a utilizar.

4.4.1 Herramientas

- ✦ Cintas métricas
- ✦ Juego de Reglas
- ✦ Tijeras
- ✦ Agujas
- ✦ Tizas para marcar
- ✦ Papel

4.4.2 Máquinas y herramientas para el área de producción

4.4.2.1 Muebles y enseres área de producción

- 5 Sillas giratorias.

4.4.2.2 Área de corte y trazo

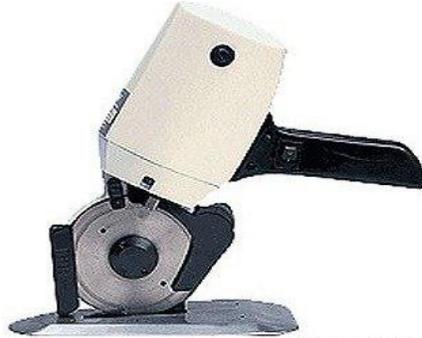
MESA DE CORTE



33

MÁQUINA CORTADORA

³³<http://www.casadias.biz/categorias-productos.php?cat=4&sub=23>



34

4.4.2.3 AREA DE UNION PIEZAS

MÁQUINA OVERLOK



35

MÁQUINA RECTA



36

³⁴<http://articulo.mercadolibre.com.mx/MLM-419468285-maquina-cortadora-de-tela-4-octagonal-kaigu-envio-gratis- JM>

³⁵<http://nuevedejulio-buenosaires.olx.com.ar/maquina-overlock-5-hilos-con-mesa-incluida-con-sentimetro-2-semanas-de-uso-iid-267384229>

³⁶<http://limametropolitana.olx.com.pe/vendo-maquina-de-costura-recta-iid-36704929>

MÁQUINA RECUBRIDORA



37

MÁQUINA ELASTICADORA



38

4.4.2.4 Área de planchado

MESA



39

³⁷<http://maquinasdecosermuga.blogspot.com/>

³⁸<http://ec.clasificados.com/maquina-elasticadora-toyota-9183>

³⁹<http://www.casadias.biz/categorias-productos.php?cat=4&sub=23>

2 PLANCHA INDUSTRIAL



40

4.4.2.5 Área de bordado y estampado

MÁQUINA ESTAMPADORA



41

MÁQUINA BORDADORA



42

4.4.2.6 Área de embalaje

⁴⁰http://www.hogartintorero.com/Recambios/R2_PLANCHAS_REC/R2.1_PLANCHAS/R2.1_PLANCHAS.htm

⁴¹<http://www.sismatex.com/minipres.jpg>

⁴²<http://www.ec.all.biz/maquina-bordadora-mb-4-g4179>

MESA



43

4.5 Máquinas y herramientas para el área de administración.

- ✦ 3 Escritorios de madera.
- ✦ 8 Silla giratorias
- ✦ 2 Archivadores de madera.
- ✦ 1 mesa para junta general de accionistas
- ✦ 3 Calculadoras marca casio.
- ✦ 3 Computadoras memoria4gb instalada, disco duro 500Gb. marca Samsung.
- ✦ 1 Impresora marca Epson, sistema de tinta continua
- ✦ 3 Teléfonos inalámbricos marca Motorola

4.6 Máquinas y herramientas para el área de ventas.

- ✦ 1 Escritorio de manera.
- ✦ 2 Estantes madera
- ✦ 2 Sillas giratorias
- ✦ 1 archivador de madera
- ✦ 1 vitrina
- ✦ 4 maniqués (2 pequeños y 2 grandes).
- ✦ 1 Basurero marca Pika
- ✦ 1 Computadoras memoria4gb instalada, disco duro 500Gb. marca Samsung.
- ✦ 1 Impresora marca Epson, sistema de tinta continua

4.7 Insumos

4.7.1 Materiales

⁴³<http://www.casadiaz.biz/categorias-productos.php?cat=4&sub=23>



Los materiales para la confección de las prendas deportivas se adquirirán de acuerdo a la producción diaria y estos son:

Tela, hilos, elásticos, cierres, entre otros.

Materiales para la confección de las prendas deportivas:

Camiseta.-La materia prima que se utilizará es la tela es para las mangas, delantero y espalda, además se colocará la respectiva etiqueta.

Pantaloneta.- la tela es la principal materia prima, de la cual se elaboran los delanteros y la parte de atrás, además se requiere elástico, tela de forro como malla, hilo y se colocara la etiqueta.

Calentador. La tela es la materia prima principal la misma que se utiliza para los delanteros, parte de atrás y bolsillos, también se necesita elástico grueso, cordón, hilo y la respectiva ética.

Terno deportivo completo

- ✦ Camiseta y pantaloneta: tela, elástico, tela de forro como malla, cordón, hilo y las respectivas etiquetas.
- ✦ Calentador y casaca: tela, elástico grueso, cordón, hilo y las etiquetas.

A continuación se presentara la cantidad de materiales directos e indirectos que se necesitaran de acuerdo a la producción diaria del programa de producción.

TABLA N° 12
PRODUCCIÓN DIARIA

PRENDAS DEPORTIVAS	CANTIDAD
TERNOS DEPORTIVOS COMPLETOS	4
CALENTADORES	11
CAMISETAS	22
PANTALONETA O LICRA	21

Fuente: Tabla N° 9

Realizado por: Margoth Gordillo y Martha Gualpa



TABLA N° 13

CANTIDAD DE MATERIALES PARA LAS PRENDAS DEPORTIVAS					
MATERIA PRIMA	UNIDAD DE MEDIDA	TERNOS DEPORTIVOS COMPLETOS	CALENTADORES	CAMISETAS	PANTALONETA O LICRA
TELA POLIESTER	METROS	5,25		22	10,5
TELA RIB	METROS	0,74		4,72	
TELA DE ALGODÓN	METROS	9,45	13,44		
TELA PARA FORRO	METROS	6,37	10,08		4,41
ETIQUETAS	UNIDADES	14	11	22	
ELASTICO	METROS	4,10	4,14		7,77
CORDON	METROS	5,15	5,60		9,87
HILO	YARDAS	35359,80	24031,50	48552,93	45059,06
CIERRES	UNIDADES	4			

Fuente: Tabla N° 12, estudio de la competencia.

Realizado por: Margoth Gordillo y Martha Gualpa

4.7.2 Requerimiento de personal

Se refiere a aquellas personas que trabajaran en la empresa en las diferentes áreas y quienes ocuparan un cargo determinado con su respectiva remuneración.

4.7.2.1 Personal para el área de producción

TABLA N° 14

PERSONAL DE PRODUCCION		
CARGO	N° DE PERSONAS	SUELDO
JEFE DE PRODUCCIÓN	1	\$ 335,00
OPERARIOS DE CORTE Y CONFECCION	4	\$ 320,39
BODEGUERO	1	\$ 321,60

Fuente: Tablas sectoriales Ministerio de Relaciones Laborales

Realizado por: Margoth Gordillo y Martha Gualpa

4.7.2.2 Personal para el área de administración

TABLA N° 15

PERSONAL DE ADMINISTRACION		
CARGO	N° DE PERSONAS	SUELDO
GERENTE GENERAL	1	\$ 350,00
CONTADOR	1	\$ 335,00
SECRETARIO RECEPCIONISTA	1	\$ 325,00

Fuente: Tablas sectoriales Ministerio de Relaciones Laborales

Realizado por: Margoth Gordillo y Martha Gualpa

4.7.2.3 Personal para el área de ventas



TABLA N° 16

PERSONAL DE VENTAS		
CARGO	N° DE PERSONAS	SUELDO
CAJERO	1	\$ 325,00
VENDEDOR	1	\$ 325,00

Fuente: Tablas sectoriales Ministerio de Relaciones Laborales
Realizado por: Margoth Gordillo y Martha Gualpa

4.7.3 Servicios Básicos

Se refiere a aquellos servicios básicos que la casa deportiva requerirá para el normal desarrollo de sus actividades los cuales se detallan a continuación.

4.7.3.1 Servicios básicos para el área de producción

Para este departamento tanto energía eléctrica como el agua potable se les ha asignado el 80% de total de consumo en la planta, ya que en ésta área las máquinas son las que consumen la mayor cantidad de energía eléctrica y respecto al agua potable porque hay más personal en relación al área de administración.

TABLA N° 17

SERVICIOS BASICOS	
SERVICIO	COSTO MESUAL
ENERGIA ELECTRICA	\$ 108.00
AGUA	\$ 4.64

Fuente: Planillas de Servicios Básicos
Realizado por: Margoth Gordillo y Martha Gualpa

4.7.3.2 Servicios básicos para el área de administración

Para este departamento tanto energía eléctrica como el agua potable se les ha asignado el 20% de total de consumo en la planta.

TABLA N° 18

SERVICIOS BASICOS	
SERVICIO	COSTO MESUAL
ENERGIA ELECTRICA	\$ 27,00
AGUA	\$ 1,16
TELEFONO	\$ 24,00
INTERNET	\$ 25,00

Fuente: Planillas de Servicios Básicos
Realizado por: Margoth Gordillo y Martha Gualpa

4.7.3.3 Servicios básicos para el área de ventas



Para este departamento tanto energía eléctrica como el agua potable serán costos que están incluidos en el arriendo que se tendrá que pagar en uno de los locales del centro comercial Monay Shopping.

TABLA N° 19

SERVICIOS BASICOS

SERVICIO	COSTO MENSUAL
TELEFONO	\$ 12.00
INTERNET	\$ 25.00

Fuente: Planillas de Servicios Básicos

Realizado por: Margoth Gordillo y Martha Gualpa

4.8 DISTRIBUCIÓN DE PLANTA

Mediante una distribución correcta de la planta tanto para el área de producción así como para el área de ventas, se pueden optimizar tiempo y recursos.

En las siguientes tablas se presenta la distribución de planta con sus respectivas medidas:

TABLA N° 20

DISTRIBUCION DE PLANTA AREA DE PRODUCCION

N°	AREA	MEDIDAS	SUPERFICIE
1	BODEGA DE MATERIA PRIMA	3m x 6m	18 m ²
2	TRAZO Y CORTE	4m x 3m	12 m ²
3	AREA DE CONFECCION	7m x 5m	35 m ²
4	AREA ESTAMPADO O BORDADO	6m x 3m	18 m ²
5	AREA DE ACABADO	6m x 2m	12 m ²
6	AREA DE PLANCHADO	6m x 2m	12 m ²
7	AREA DE EMBALAJE	5m x 4,5 m	22,5 m ²
8	BODEGA DE PRODUCTO TERMINADO	6m x 3m	18 m ²
9	DESPACHO	6m x 3m	18 m ²
TOTAL			165,5 m²

Fuente: Estudio técnico

Realizado por: Margoth Gordillo y Martha Gualpa



TABLA N° 21

DISTRIBUCION DE PLANTA AREA ADMINISTRATIVA			
N°	AREA	MEDIDAS	SUPERFICIE
1	OFICINA DE GERENTE GENERAL	3m x3m	9 m ²
2	OFICINA CONTADOR	3m x3m	9 m ²
3	OFICINA SECRETARIA	3m x3m	9 m ²
4	AREA PARA REUNIONES	3m x3m	9 m ²
5	BAÑO	3m x3m	9 m ²
TOTAL			45 m²

Fuente: Estudio técnico

Realizado por: Margoth Gordillo y Martha Gualpa

El área total del local en el que funcionará la Casa Deportiva es de 240 m², por lo tanto, para el Área de Producción se utilizarán 165,5 m², para el Área de administrativa 45 m², y para el área de circulación 29,5 m²

Pero para el área de ventas, se arrendará un local en Centro Comercial Monay Shopping, el cual tiene un total de 16 m²

TABLA N° 22

DISTRIBUCION DE PLANTA AREA DE VENTAS			
N°	AREA	MEDIDAS	SUPERFICIE
1	VENTAS	4m x 4m	16 m ²
TOTAL			16 m²

Fuente: Estudio técnico

Realizado por: Margoth Gordillo y Martha Gualpa

La distribución de planta tanto para el área de producción, administración, así como para el área de ventas se presentan en el anexo 7.



CAPITULO V

ESTUDIO ADMINISTRATIVO-LEGAL

5.1 CONFORMACIÓN JURÍDICA

Para la creación de la Casa Deportiva, Ecuador Sporting: se debe constituir legalmente y así poder producir las diferentes prendas deportivas en la ciudad de Cuenca.

La empresa se constituirá como una Compañía de Responsabilidad Limitada, la cual tendrá un capital social conformado por las aportaciones de las socias de acuerdo al contrato por escritura pública. (Ver Anexo N° 8), celebrado ante un abogado y luego notariado para su ejecución.

5.1.1 Requisitos de funcionamiento

Para la creación de la Casa deportiva se requiere obtener permisos, registros, patentes e inscripciones:

- Constitución de la compañía de responsabilidad limitada.

Para el funcionamiento de la Compañía se deben cumplir los siguientes trámites:

- Aprobación del nombre de la Compañía (Ecuador Sporting).
- Elaboración por intermedio de un abogado el proyecto de minuta el cuál contiene los estatutos de la Compañía.
- Aprobación de los estatutos de la compañía por parte de la Superintendencia de Compañías.
- Apertura de la cuenta de integración de Capital,
- Una vez que los estatutos hayan sido aprobados por la Superintendencia de Compañías se elevan a escritura pública ante cualquier Notario de la ciudad, con las respectivas firmas de los Socios.
- Presentación de la constitución a la superintendencia de Compañías, quién a su vez posteriormente aprobará la misma.
- Publicación de un Extracto de la escritura y por una sola vez en uno de los periódicos de mayor circulación de la ciudad.



- Obtención de la patente municipal en la Ilustre Municipalidad del Cantón Cuenca
 - Inscripción de la escritura de constitución en el Registro Mercantil.
 - Obtención del registro único de contribuyente RUC.
 - Elección del presidente y gerente.
 - Inscripción de los nombramientos del gerente y presidente en el Registro Mercantil.
 - Registro en la Superintendencia de Compañías de las copias certificadas de constitución con los nombramientos antes inscritos.
 - Apertura de una cuenta corriente a nombre de la Compañía.
 - Registro de Ecuador Sporting en el Historial Laboral del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.
- Obtención del RUC

Para la obtención del Ruc se necesita lo siguiente:

1. *“Formulario RUC 01-A y RUC 01-B*
2. *Original y copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el registro mercantil.*
3. *Original y copia de las hojas de datos generales otorgada por la superintendencia de compañías.*
4. *Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el registro mercantil.*
5. *Original y copia a color de la cedula vigente y original del certificado de votación.*
6. *Original y copia de servicios básicos (Agua; Luz o Teléfono). Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas y corresponder a uno de los tres últimos meses anteriores a la fecha de la inscripción*
7. *Comprobante de pago del impuesto predial, puede corresponder al del año actual o el inmediato anterior.*
8. *Copia del contrato de arrendamiento legalizado o con el sello del Juzgado del inquilinato vigente en la fecha de inscripción”⁴⁴*

⁴⁴www.sri.gob.ec/web/10138/219



- Patente municipal

Requisitos:

“Si la actividad económica es nueva necesitara: (copia del RUC actualizado, formulario de Patente, copia del pago del predio donde funcionará la actividad económica)”⁴⁵

- Permiso de funcionamiento

Requisitos:

1. *“Formulario de solicitud (sin costo) llenado y suscrito por el propietario.*
2. *Copia del registro único de contribuyentes (RUC).*
3. *Copia de la cedula de ciudadanía o de identidad del propietario o del representante legal del establecimiento.*
4. *Documentos que acrediten la personería Jurídica cuando corresponda.*
5. *Plano del establecimiento.*
6. *Croquis de ubicación del establecimiento.*
7. *Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos.*
8. *Copia del o los certificados ocupacionales de salud del personal que labora en el establecimiento, conferido por un Centro de Salud del Ministerio de Salud Pública.”⁴⁶*

- Permiso del cuerpo de bomberos de la localidad.

Requisitos

1. *“Presentar solicitud del permiso del Municipio.*
2. *Copia de factura de compra de extintores o de recarga a nombre del propietario.*
3. *Inspección por este departamento de las instalaciones y de seguridades contra incendios.*
4. *El propietario debe cumplir las condiciones dadas por el inspector para poder emitir el permiso de funcionamiento.”⁴⁷*

- Registro mercantil

⁴⁵ http://www.cuenca.gov.ec/rentasenlinea/?q=page_preguntasfrecuentes

⁴⁶ <http://www.salud.gob.ec/permiso-de-funcionamiento-de-locales/>

⁴⁷ <http://www.bomberos.gob.ec/servicios-a-la-comunidad/Permiso-Locales-Comerciales/30>



Para que una empresa sea inscrita en el Registro Mercantil, debe presentar:

1. *“Escritura de constitución de la empresa (mínimo tres copias).*
2. *Pago de la patente municipal.*
3. *Exoneración del impuesto del 1 por mil de activos.*
4. *Publicación en la prensa del extracto de la escritura de constitución.”*⁴⁸

5.2 RUMBO ESTRATÉGICO

5.2.1 Misión

Somos una empresa que fabrica y comercializa ropa deportiva de calidad, a precios competitivos, con diseños ajustados a la moda y tendencias del mercado, utilizando la tecnología necesaria, contando para ello con personal calificado que nos permitirá perdurar en el mercado, respetando siempre el medio ambiente.

5.2.2 Visión

Poder llegar a ser en el 2015 una empresa reconocida a nivel nacional, que proporciona bienestar a los empleados y satisfacción a los clientes.

5.2.3 Políticas

La política general de la Casa Deportiva será ofrecer productos de calidad, cumpliendo con las órdenes de producción de manera puntual y responsable, así como también con los pagos a los proveedores y empleados; lo cual nos permitirá mantener una buena imagen ante la sociedad.

- La política para el área de producción será de que los operarios sean responsables ya sea de las máquinas o recursos que se le asignen, en cada proceso de producción.
- En el área Administrativa, el Gerente será la persona encargada del control del personal y además es quien promueve actividades que permitirán ser una empresa exitosa.

⁴⁸http://www.lacamaradequito.com/index.php?option=com_content&task=view&id=32&Itemid=68



- El buen servicio al cliente es competencia del área de ventas, es por ello que el buen trato es primordial y además se deberán realizar diferentes actividades que permitan incrementar las ventas constantemente.

5.2.4 Principios y Valores

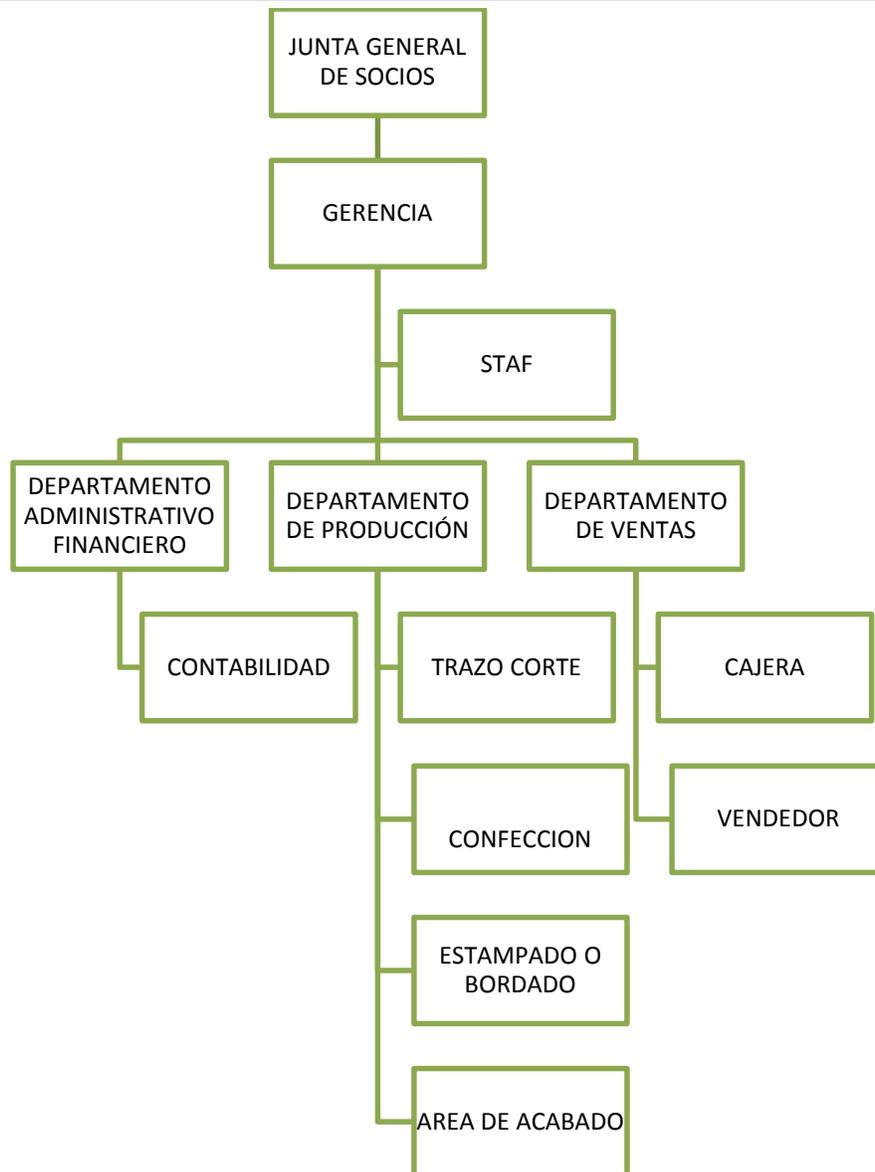
Los principios y valores de la Casa Deportiva ayudarán a mantener buenas relaciones con los clientes ya sean estos internos o externos; con lo que se generará un clima organizacional óptimo. A continuación se detallan los mismos:

- Honestidad
- Comunicación
- Solidaridad
- Respeto
- Trabajo en equipo
- Optimismo
- Responsabilidad
- Humildad
- Puntualidad

5.3 ESTRUCTURA DE LA ORGANIZACIÓN

El funcionamiento adecuado de Ecuador Sporting tiene relación con establecer una correcta estructura organizativa funcional. En el presente proyecto se aplicará la estructura funcional, misma que permite detallar clara y fácilmente las actividades que realiza la empresa.

5.3.1 Organigrama



JUNTA GENERAL DE SOCIOS

- Será la encargada de direccionar a la empresa para conseguir los planes tanto operativos como anuales, en los que se fijan las metas y objetivos que se deberían cumplir.
- Atender aquellos asuntos que los socios plantean en la convocatoria.
- Definir las funciones y responsabilidades tanto del Gerente como del Presidente de la compañía.

GERENCIA

- Se encargará de coordinar actividades entre los departamentos.
- Definir y especificar los objetivos, sean estos a corto o largo plazo.



- Informar mensualmente sobre las actividades que realizan los departamentos.

STAF

- Encargada de brindar apoyo a gerencia.

DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO – FINANCIERO

- Realizar la planificación de la empresa a nivel financiero y administrativo.
- Responsable del manejo de los recursos que le asignen.
- Elaboración de los estados financieros.
- Encargado de llevar un control de las cuentas.

DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN

- Planificar la producción de cada prenda deportiva en cada uno de los procesos.
- Adquirir la materia prima e insumos que se requieren para la producción.
- Responsable del proceso de producción.
- Supervisar a los operarios en el proceso de producción

DEPARTAMENTO DE VENTAS

- Encargado de realizar el servicio de preventa y posventa de las prendas deportivas.
- Realizar publicidad, promociones y ofertas de la ropa deportiva.
- Supervisión del personal que se encuentra en este departamento.

5.3.2 Definición de perfiles y cargos

La definición de los perfiles y cargos de Ecuador Sporting se detallan en el Anexo 9.



CAPITULO VI

ESTUDIO ECONOMICO FINANCIERO

A través de este estudio se demostrará la estructura financiera de Ecuador Sporting, en el que se determinarán los recursos necesarios para poner en marcha este proyecto, en este capítulo y con la información obtenida en los anteriores se puede identificar las necesidades de liquidez y fondo de inversión, se elabora además el plan de financiamiento del proyecto y si éste es viable o no.

6.1 PLAN DE INVERSIÓN

El plan de inversión lo conforman los activos y el capital de trabajo; para este proyecto se ha decidido que la inversión será para tres meses que se va a requerir antes de iniciar operaciones, con sus respectivos costos estimados.

TABLA N° 23

ECUADOR SPORTING	
PLAN DE INVERSION	
1 INVERSIONES FIJAS	32.852,57
MAQUINARIA Y EQUIPO (PRODUCCIÓN)	23.360,00
MUEBLES Y ENSERES (PRODUCCIÓN)	790,00
MUEBLES Y ENSERES (ADMINISTRACIÓN)	1.170,00
EQUIPOS DE OFICINA (ADMINISTRACIÓN)	120,00
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN (ADMINISTRACIÓN)	1.887,00
MUEBLES Y ENSERES (VENTAS)	1.240,00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN (VENTAS)	709,00
ADECUACIONES DE DIVISIONES MODULARES (ADMINISTRACIÓN)	600,00
PLAN DE MANEJO AMBIENTAL	800,00
PATENTE MUNICIPAL	116,57
PERMISO DE FUNCIONAMIENTO	60,00
TRAMITES DE CONSTITUCIÓN	2.000,00
2 CAPITAL DE TRABAJO	40.461,64
COSTOS DE PRODUCCION	29.969,00
GASTOS DE ADMINISTRACION	4.350,27
GASTO DE VENTA	6.142,37
TOTAL	73.314,21

Fuente: Proformas de locales comerciales Proveedores⁴⁹.

Realizado por: Margoth Gordillo y Martha Gualpa

El detalle del Plan de Inversiones se encuentra en las tablas N° 25, 26 y 27.

⁴⁹Ver anexos N° 10

6.2 FINANCIAMIENTO

El financiamiento de la casa deportiva Ecuador Sporting será propio y ajeno, el capital propio estará constituido por las aportaciones de los socios, quienes por decisión propia van a contribuir con \$ 39.000,00 dólares americanos, por lo tanto se requiere un préstamo de \$34.314,21 dólares americanos.

Luego de revisar varias opciones sobre créditos con instituciones financieras se pudo obtener la siguiente información: el Banco Nacional de Fomento y la Cooperativa JEP ofrecen créditos para PYMES a una tasa de interés del 11,20% anual; otra opción es la de la Cooperativa Jardín Azuayo, sus créditos son a una tasa del 10%, pero es necesario mantener un ahorro equivalente al 10% del monto del crédito a solicitar. Por otro lado, el Banco del Pacífico ofrece un crédito denominado Pyme Pacífico; a una tasa de interés del 9.76%; siendo esta la opción más conveniente para ejecutar el proyecto, el crédito sería a 5 años plazo con pagos mensuales de \$725,03.

La casa deportiva ha elegido a esta última institución financiera ya que brinda apoyo a las pequeñas empresas con créditos que son de gran ayuda para los potenciales y establecidos empresarios o emprendedores que permiten el desarrollo sostenido del país (Ver anexo 11).

6.3 ESTIMACIÓN DE INGRESOS

Para calcular los ingresos se tiene que tomar en cuenta que el producto aún no es conocido por los habitantes de la ciudad de Cuenca y por lo tanto no tiene un posicionamiento en el mercado es por ello que el consumo será bajo, sin embargo la empresa tendrá un incremento en las ventas según la tasa de crecimiento anual de la población del cantón Cuenca.

TABLA N° 24

ESTIMACION INGRESOS	
AÑOS	TOTAL INGRESOS ANUALES
1	209118,00
2	222492,54
3	236638,57
4	251587,42
5	267381,44

Fuente: Tablas N° 5 Y 11

Realizado por: Margoth Gordillo y Martha Gualpa



El detalle de los ingresos está calculado para las prendas que se van a fabricar.
(Ver anexos N° 12 y 13)

6.4 ESTIMACIÓN DE COSTOS Y GASTOS

La casa deportiva tendrá costos y gastos los cuales representan salidas de efectivo, pero los costos se generan en el área de producción y los gastos en el área administrativa, ventas y financiamiento del proyecto.

6.4.1 Costos de producción

Los costos de producción están constituidos por la materia prima directa (Ver anexo N° 14), mano de obra directa (Ver anexo N° 15) y Gastos indirectos de fabricación (Ver anexos N° 16 al 24). El incremento anual de los costos, estarán en función de la tasa de inflación promedio (Ver tabla 4).

TABLA N° 25

COSTO DE PRODUCCION						
DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS DIRECTOS	21.183,68	63.551,03	88.615,42	97.854,76	108.827,05	117.675,75
MATERIA PRIMA DIRECTA	16.073,28	48.219,85	65.922,86	74.155,47	84.082,14	91.844,66
MANO DE OBRA DIRECTA	5.110,39	15.331,18	22.692,56	23.699,29	24.744,91	25.831,09
GASTOS DE FABRICACION	8.785,33	28.529,48	39.466,69	42.171,42	45.548,03	48.198,71
MATERIALES INDIRECTOS	3.363,53	10.090,58	13.942,18	15.592,73	17.864,24	19.360,90
MANO DE OBRA INDIRECTA	2.614,36	7.843,07	11.609,52	12.124,12	12.658,66	13.213,97
ENERGIA ELECTRICA	324,00	972,00	1.351,34	1.409,04	1.469,21	1.531,94
AGUA POTABLE	13,92	41,76	58,06	60,54	65,44	69,11
UTILES DE LIMPIEZA	64,75	194,24	270,04	281,57	293,59	306,13
EMBALAJE	129,48	388,44	636,49	764,28	901,28	1.047,49
DEPRECIACION	0,00	2.173,50	2.173,50	2.173,50	2.173,50	2.173,50
MANTENIMIENTO	120,75	362,25	439,37	395,74	352,12	308,49
SUMINISTROS VARIOS	54,55	163,65	227,52	237,23	247,36	257,92
ARRIENDO	2.100,00	6.300,00	8.758,68	9.132,68	9.522,64	9.929,26
TOTAL COSTO DE PRODUCCION	29.969,00	92.080,51	128.082,11	140.026,18	154.375,08	165.874,46

Fuente: Análisis de la competencia, proveedores.
Realizado por: Margoth Gordillo y Martha Gualpa

6.4.2 Gastos de administración.



Los Gastos de Administración se encuentran distribuidos de la siguiente manera
(Ver anexos N°25 al 34):

TABLA N° 26

GASTOS DE ADMINISTRACION

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
REMUNERACION DEL PERSONAL	4015,395	12.046,19	17.831,93	18.621,67	19.442,07	20.294,43
ENERGIA ELECTRICA	81	243,00	337,83	352,26	367,30	382,99
AGUA POTABLE	3,48	10,44	14,51	15,13	16,36	17,28
TELEFONO	72	216,00	300,30	313,12	326,49	340,43
MANTENIMIENTO	15,885	47,66	57,82	52,10	61,62	55,45
SUMINISTROS DE OFICINA	62,3125	186,94	259,89	270,99	282,56	294,63
UTILES DE LIMPIEZA	25,2	75,6	105,10	109,59	114,27	119,15
DEPRECIACION	0	285,93	285,93	285,93	308,63	308,63
INTERNET	75	225,00	312,81	326,17	340,09	354,62
AMORTIZACION	0	715,31	715,31	715,31	715,31	715,31
TOTAL	4.350,27	14.052,06	20.221,45	21.062,28	21.974,71	22.882,91

Fuente: Proveedores.

Realizado por: Margoth Gordillo y Martha Gualpa

6.4.3 Gastos de ventas.

En la siguiente tabla se detallan los gastos que la empresa deberá incurrir durante los cinco años para dar a conocer las prendas deportivas en el mercado (Ver anexo N°35 al 43).

TABLA N° 27

GASTOS DE VENTAS

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
REMUNERACION DEL PERSONAL	2589,675	7.769,03	11.451,61	11.913,44	12.394,99	12.897,10
ARRIENDO	1800	5400,00	7507,44	7828,01	8162,26	8510,79
PUBLICIDAD	1569,99	4709,97	6131,08	6392,87	6665,85	6950,48
TELEFONO	36	108,00	150,15	156,56	163,25	170,22
MANTENIMIENTO	9,745	29,24	35,47	31,96	34,18	30,50
SUMINISTROS DE OFICINA	38,375	115,13	160,05	166,89	174,01	181,45
UTILES DE LIMPIEZA	23,5821421	70,746	98,36	102,56	106,94	111,50
DEPRECIACION	0	175,41	175,41	175,41	183,94	183,94
INTERNET	75	225,00	312,81	326,17	340,09	354,62
TOTAL	6.142,37	18.602,51	26.022,38	27.093,87	28.225,51	29.390,59

Fuente: Proveedores.

Realizado por: Margoth Gordillo y Martha Gualpa

6.4.4 Gastos de financieros.

Martha Gualpa,
Margoth Gordillo



Son los intereses generados por concepto de préstamos, necesarios para financiar el proyecto. El cálculo de estos intereses se presenta en la tabla N° 28.

TABLA N° 28

PROYECCION GASTOS FINANCIEROS					
AÑO	1	2	3	4	5
VALOR	3.103,08	2.531,67	1.901,93	1.207,90	443,02

Fuente: Tabla de amortización (Anexo 11).

Realizado por: Margoth Gordillo y Martha Gualpa

6.5 ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA

6.5.1 Balance de resultados proyectado

El balance de resultados nos permite determinar la utilidad o pérdida de Ecuador Sporting en un período determinado, como resultado de los ingresos o gastos generados, en base a este resultado se puede medir el rendimiento económico que ha generado la actividad de una empresa.

TABLA N° 29

ECUADOR SPORTING					
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
(+) VENTAS	209.118,00	222.492,54	236.638,57	251.587,42	267.381,44
(-) COSTO DE PRODUCCION	122.049,51	128.082,11	140.026,18	154.375,08	165.874,46
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	87.068,49	94.410,43	96.612,39	97.212,34	101.506,98
(-) GASTOS OPERACIONALES	43.147,21	46.243,83	48.156,15	50.200,22	52.273,50
GASTOS DE ADMINISTRACION	18.402,33	20.221,45	21.062,28	21.974,71	22.882,91
GASTOS DE VENTAS	24.744,88	26.022,38	27.093,87	28.225,51	29.390,59
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	43.921,27	48.166,60	48.456,23	47.012,12	49.233,49
(-) GASTOS FINANCIEROS	3.103,08	2.531,67	1.901,93	1.207,90	443,02
(=) UTILIDAD ANTES DE PART. TRAB.	40.818,20	45.634,93	46.554,31	45.804,22	48.790,47
(-) 15% PARTICIPACION TRABAJADORES	6.122,73	6.845,24	6.983,15	6.870,63	7.318,57
(=) UTILIDAD ANTES DE IMP. RENTA	34.695,47	38.789,69	39.571,16	38.933,59	41.471,90
(-) IMPUESTO A LA RENTA	7.979,96	8.533,73	8.705,66	8.565,39	9.123,82
(=) UTILIDAD NETA	26.715,51	30.255,96	30.865,51	30.368,20	32.348,08

Fuente: Tabla desde N° 23 hasta 28.

Realizado por: Margoth Gordillo y Martha Gualpa

6.5.2 Flujo de caja

El flujo de caja es una herramienta mediante la cual se pueden determinar las necesidades reales de la empresa en un periodo de tiempo determinado, para lo



cual se realiza una comparación de los ingresos efectivamente recibidos y los egresos efectivamente pagados.

TABLA N° 30

ECUADOR ESPORTING						
FLUJO DE CAJA						
	0	1	2	3	4	5
(+) INGRESOS	209.118,00	222.492,54	236.638,57	251.587,42	267.381,44	
(-) COSTOS DE PRODUCCION	92.080,51	125.908,61	137.852,68	152.201,58	163.700,96	
MATERIA PRIMA	48.219,85	65.922,86	74.155,47	84.082,14	91.844,66	
MANO DE OBRA DIRECTA	15.331,18	22.692,56	23.699,29	24.744,91	25.831,09	
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION	28.529,48	37.293,19	39.997,92	43.374,53	46.025,21	
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS	13.050,82	19.220,20	20.061,04	20.950,77	21.858,97	
(-) GASTOS DE VENTA	18.427,10	25.846,97	26.918,46	28.041,57	29.206,65	
(-) GASTOS FINANCIEROS	3.103,08	2.531,67	1.901,93	1.207,90	443,02	
(=) UTILIDAD ANTES DE IMP. RENTA Y PART. TRAB.	82.456,50	48.985,09	49.904,46	49.185,60	52.171,85	
(-) 15% TRBAJADORES	6.122,73	6.845,24	6.983,15	6.870,63	7.318,57	
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO A RENTA	76.333,77	42.139,85	42.921,31	42.314,97	44.853,28	
(-) IMPUESTO A LA RENTA	7.979,96	8.533,73	8.705,66	8.565,39	9.123,82	
(=) UTILIDAD NETA	68.353,81	33.606,12	34.215,66	33.749,58	35.729,46	
(-) INVERSION	-73.314,21					
INVERSIONES FIJAS	-32.852,57					
CAPITAL DE TRABAJO	-40.461,64					
(=) FLUJO DE FONDO NETO	-73.314,21	68.353,81	33.606,12	34.215,66	33.749,58	35.729,46

Fuente: Tabla N° 23y 29.

Realizado por: Margoth Gordillo y Martha Gualpa

6.5.3 Balance general

En este balance, se presentan de manera ordenada los saldos de las cuentas que integran la ecuación contable, como son: activo, pasivo y patrimonio en un período contable.



TABLA N° 31

ECUADOR SPORTING						
BALANCE GENERAL PROYECTADO						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS						
ACTIVO CORRIENTE						
CAJA - BANCOS	40.461,64	79.032,71	104.396,26	128.773,17	151.080,40	176.177,50
ACTIVOS FIJOS	29.276,00	26.641,16	26.641,16	26.641,16	26.956,88	26.956,88
MAQUINARIA Y EQUIPO (PROD.)	23.360,00	23.360,00	23.360,00	23.360,00	23.360,00	23.360,00
MUEBLES Y ENSERES (PROD.)	790,00	790,00	790,00	790,00	790,00	790,00
MUEBLES Y ENSERES (ADM.)	1.170,00	1.170,00	1.170,00	1.170,00	1.170,00	1.170,00
EQUIPOS DE OFICINA (ADM.)	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN (ADM.)	1.887,00	1.887,00	1.887,00	1.887,00	2.139,19	2.139,19
MUEBLES Y ENSERES (VENTAS)	1.240,00	1.240,00	1.240,00	1.240,00	1.240,00	1.240,00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN (VENTAS)	709,00	709,00	709,00	709,00	803,76	803,76
(- DEPRECIACION ACUMULADA)		2.634,84	2.634,84	2.634,84	2.666,07	2.666,07
ACTIVOS DIFERIDOS	3.576,57	2.861,26	2.861,26	2.861,26	2.861,26	2.861,26
ADECUACIONES MODULARES (ADM)	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
PLAN DE MANEJO AMBIENTAL	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00
PATENTE MUNICIPAL	116,57	116,57	116,57	116,57	116,57	116,57
PERMISO DE FUNCIONAMIENTO	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
TRAMITES DE CONSTITUCIÓN	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00
(- AMORTIZACION)		715,31	715,31	715,31	715,31	715,31
TOTAL ACTIVO	73.314,21	108.535,13	133.898,68	158.275,58	180.898,54	205.995,64
PASIVOS						
PASIVO CORRIENTE						
PART. TRABAJADORES POR PAGAR		14.102,69	15.378,97	15.688,80	15.436,02	16.442,39
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR		6.122,73	6.845,24	6.983,15	6.870,63	7.318,57
PASIVO A LARGO PLAZO						
PRESTAMO	34.314,21	28.716,93	22.548,24	15.749,80	8.257,34	0,00
TOTAL PASIVO	34.314,21	42.819,62	37.927,21	31.438,60	23.693,36	16.442,39
PATRIMONIO						
CAPITAL SOCIAL	39.000,00	39.000,00	39.000,00	39.000,00	39.000,00	39.000,00
UTILIDAD DEL EJERCICIO		26.715,51	30.255,96	30.865,51	30.368,20	32.348,08
UTILIDADES NO DISTRIBUIDAS			26.715,51	56.971,47	87.836,98	118.205,18
TOTAL PATRIMONIO	39.000,00	65.715,51	95.971,47	126.836,98	157.205,18	189.553,26

Fuente: Tabla desde N° 23 hasta 28.

Realizado por: Margoth Gordillo y Martha Gualpa

6.6 EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO



El objetivo de esta evaluación es, determinar cuán rentable será la casa deportiva y para ello se realiza una comparación entre los ingresos y costos que efectúa el proyecto.

- **Determinación de la tasa de descuento.-** A continuación se presenta la tabla para determinar la tasa de descuento tomando como referencia las siguientes condiciones del mercado ecuatoriano: inflación, tasa pasiva y tasa riesgo país.

TABLA N° 32

TASA DE DESCUENTO DEL PROYECTO	
RIESGO ASIGNABLE	%
INFLACION	4.94%
TASA PASIVA	4.53%
TASA RIESGO PAIS	4.20%
TASA AJUSTADA POR RIESGO	13.64%

Fuente: Banco Central de Ecuador

Realizado por: Margoth Gordillo y Martha Gualpa

6.6.1 Valor Actual Neto (VAN)

La fórmula para calcular el VAN es la siguiente:

$$VAN = \sum \frac{FNC}{(1+i)^n} - I_0$$

Donde;

I_0 = Inversión Inicial

FNC = Flujo Neto de Caja.

i = Tasa de Descuento

n = Años de duración del Proyecto

68.353,81	+	31227,9936	+	31814,09367	+	31355,82042	+	33259,55329	(73.314,21)
(1+13.64%) ¹		(1+13.64%) ²		(1+13.64%) ³		(1+13.64%) ⁴		(1+13.64%) ⁵	

$$VAN = 75.262,33$$

Luego de haber realizado el cálculo del VAN se puede determinar que el proyecto es factible y realizable debido a que nos da un valor mayor a cero.



VAN > 0 El proyecto se acepta
VAN < 0 El proyecto se rechaza
VAN = 0 El proyecto es indiferente

6.6.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)

El proyecto se considera viable en vista que la tasa interna de retorno es del 59%% (es calculado mediante la función TIR del programa Excel) mayor a la tasa de descuento que es del 13.64% por tanto garantiza que el proyecto está en capacidad de generar utilidad.

TIR > i => realizar el proyecto
TIR < i => no realizar el proyecto
TIR = i => el inversionista es indiferente al realizar el proyecto

6.6.3 Período de recuperación de la inversión (PAY –BACK)

Para saber en qué tiempo una inversión genera recursos se utiliza el Pay Back. Si la inversión se amortiza en un tiempo menor o igual al horizonte del proyecto este se considera viable y se acepta caso contrario se rechaza, para ello es necesario traer a Valor Presente los flujos de caja.

La fórmula a utilizarse es:

$$Pay\ Back = (n - 1) + \left(\frac{(FA)n - 1}{(F)n} \right)$$

Donde:

$(FA)n-1$ = Flujo efectivo acumulado en el año previo de n.

n = Año en el que el Flujo Acumulado cambia de signo.

$(F)n$ = Flujo de Efectivo en el Año n.

$$Pay\ Back = (2 - 1) + \left(\frac{13.167,79}{26.022,91} \right) = 1.51$$

TABLA N° 33

FLUJO DE CAJA ACUMULADO		
0	-73.314,21	-73.314,21
1	60.149,43	-13.164,79
2	26.022,91	12.858,12
3	23.314,78	36.172,90
4	20.236,87	56.409,77
5	18.852,56	75.262,33
PAY BACK		1,51
PAY BACK	1 Año 6 mes 2 días	

Fuente: Tabla N° 29

Realizado por: Margoth Gordillo y Martha Gualpa

La Inversión que realizara la casa deportiva se recuperara en 1 año, 6 meses, 2 días.

6.6.4 ANALISIS DE SENSIBILIDAD

Con la finalidad de facilitar la toma de decisiones para la casa deportiva, se realizó un análisis de sensibilidad, el cual indicará las variables que más afectan el resultado económico de Ecuador Sporting.

Para ello se presentan tres escenarios: optimista, pesimista y normal; en el pesimista existe una disminución por el contrario en el optimista hay un incremento.

Para realizar este análisis se incrementó y disminuyó el 5% tanto a los ingresos como a los costos de producción, ya que las ventas, los materiales, la mano de obra y los gastos de fabricación son los que generalmente varían, de esta manera se puede determinar si es rentable la casa deportiva (Ver anexos desde N° 44 hasta 47).

TABLA N° 34

ESCENARIO	COSTOS Δ 5% ∇ 5%			EVALUACION DEL PROYECTO
	VAN	TIR	PAY BACK	
PESIMISTA	69.499,89	52%	1,90	RENTABLE
REALISTA	75.262,33	59%	1,51	RENTABLE
OPTIMISTA	40.806,10	38%	2,54	RENTABLE

Fuente: Tabla N° 29

Realizado por: Margoth Gordillo y Martha Gualpa



TABLA N° 35

ESCENARIO	INGRESOS Δ 5% ∇ 5%			EVALUACION DEL PROYECTO
	VAN	TIR	PAY BACK	
PESIMISTA	29.350,44	32%	2,86	RENTABLE
REALISTA	75.262,33	59%	1,51	RENTABLE
OPTIMISTA	80.955,55	58%	1,71	RENTABLE

Fuente: Tabla N° 29

Realizado por: Margoth Gordillo y Martha Gualpa

Se puede observar que, si los costos de producción y los ingresos disminuyen o se incrementan en un 5% el proyecto seguirá siendo rentable.

CAPITULO VII

ESTUDIO AMBIENTAL

7.1 DESCRIBIR Y ANALIZAR EL PROYECTO

El presente proyecto de fabricación y comercialización de prendas deportivas tiene un bajo impacto ambiental, debido a que no genera problemas ambientales significativos que puedan contaminar el medio ambiente, considerando que la maquinaria a utilizarse es de tipo industrial artesanal, las mismas que no emiten gases tóxicos o perjudiciales para la salud y medio ambiente.

Ecuador Sporting no se encuentra dentro del grupo de empresas que se dedica a la elaboración de materias primas las mismas que en sus procesos realizan teñidos, blanqueados los que generan gran impacto ambiental en el ámbito de las empresas textiles.

7.2 IDENTIFICACIÓN, VALORACIÓN Y EVALUACIÓN DE LOS IMPACTOS AMBIENTALES

- ◆ Ecuador Sporting al confeccionar ropa deportiva genera residuos que pueden quedar de la elaboración de una prenda estos son conocidos como retazos de tela.
- ◆ El ruido es otro impacto que se generará en la Casa Deportiva, aunque este sea mínimo pero genera molestias a nivel interno como externo.
- ◆ El consumo de energía eléctrica si este no es utilizado correctamente genera un costo adicional.

7.3 MEDIDAS CORRECTORAS.

- ◆ Para disminuir el impacto que genera el uso de materias primas es necesario la optimización de estas mediante:
 - Realizar diseños que permitan un menor uso de materias primas.
 - Rediseñar los procesos de producción.
 - Crear conciencia de reciclaje que permitan un mejor uso de los recursos.



- Se deben realizar convenios con autoridades competentes para un buen manejo y depósito controlado de los residuos que se generarán como consecuencia de la producción.
- ◆ Será necesario la adquisición de tapones para oídos, los que permitirán mitigar el ruido que se genera en la utilización de la maquinaria y herramientas.
- ◆ Una manera de disminuir los costos, es mediante la utilización adecuada de la energía eléctrica, además esto nos ayudará a cuidar el medio ambiente.

7.4 LA LEGISLACIÓN VIGENTE

En la actualidad el mundo considera al medio ambiente como la parte principal para el desarrollo de la vida, es por eso que los países contaminantes ofrecen grandes contribuciones económicas a los países que todavía mantienen la biodiversidad para su conservación, por citar un ejemplo, en el Ecuador hay el proyecto Yasuní - ITT. Es por ello que el Ecuador ha emitido leyes que lo protejan, evitando así el mal uso de los recursos y generando una conciencia ecológica en sus habitantes, a continuación citamos algunas de éstas leyes.

Art. 14 de la Constitución de la República. *“Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir.*

Se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados.”

Art. 395 del Régimen Del Buen Vivir Biodiversidad Y Recursos Naturales.- *“La Constitución reconoce los siguientes principios ambientales:*

1. El Estado garantizará un modelo sustentable de desarrollo, ambientalmente equilibrado y respetuoso de la diversidad cultural, que conserve la biodiversidad y la capacidad de regeneración natural de los ecosistemas, y asegure la satisfacción de las necesidades de las generaciones presentes y futuras.



2. Las políticas de gestión ambiental se aplicarán de manera transversal y serán de obligatorio cumplimiento por parte del Estado en todos sus niveles y por todas las personas naturales o jurídicas en el territorio nacional.

3. El Estado garantizará la participación activa y permanente de las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades afectadas, en la planificación, ejecución y control de toda actividad que genere impactos ambientales.

4. En caso de duda sobre el alcance de las disposiciones legales en materia ambiental, éstas se aplicarán en el sentido más favorable a la protección de la naturaleza.”

LEY DE GESTIÓN AMBIENTAL, R. O. 245

“Art. 8.- La autoridad ambiental nacional será ejercida por el Ministerio del ramo, que actuará como instancia rectora, coordinadora y reguladora del Sistema Nacional Descentralizado de Gestión Ambiental, sin perjuicio de las atribuciones que dentro del ámbito de sus competencias y conforme las leyes que las regulan, ejerzan otras instituciones del Estado.”

“Art. 19.- Las obras públicas, privadas o mixtas, y los proyectos de inversión públicos o privados que puedan causar impactos ambientales, serán calificados previamente a su ejecución, por los organismos descentralizados de control, conforme el Sistema Único de Manejo Ambiental, cuyo principio rector será el precautelatorio.”

“Art. 20.- Para el inicio de toda actividad que suponga riesgo ambiental se deberá contar con la licencia respectiva, otorgada por el Ministerio del ramo.”

“Art. 21.- Los sistemas de manejo ambiental incluirán estudios de línea base; evaluación del impacto ambiental; evaluación de riesgos; planes de manejo; planes de manejo de riesgo; sistemas de monitoreo; planes de contingencia y mitigación; auditorías ambientales y planes de abandono. Una vez cumplidos estos requisitos y de conformidad con la



calificación de los mismos, el Ministerio del ramo podrá otorgar o negar la licencia correspondiente.”

“Art. 28.- Toda persona natural o jurídica tiene derecho a participar en la gestión ambiental, a través de los mecanismos que para el efecto establezca el Reglamento, entre los cuales se incluirán consultas, audiencias públicas, iniciativas, propuestas o cualquier forma de asociación entre el sector público y el privado. Se concede acción popular para denunciar a quienes violen esta garantía, sin perjuicio de la responsabilidad civil y penal por denuncias o acusaciones temerarias o maliciosas.

El incumplimiento del proceso de consulta al que se refiere el artículo 88 de la Constitución Política de la República tomará inejecutable la actividad de que se trate y será causal de nulidad de los contratos respectivos.”

“Art. 29.- Toda persona natural o jurídica tiene derecho a ser informada oportuna y suficientemente sobre cualquier actividad de las instituciones del Estado que conforme al Reglamento de esta Ley, pueda producir impactos ambientales. Para ello podrá formular peticiones y deducir acciones de carácter individual o colectivo ante las autoridades competentes.”

7.5 LA ADMINISTRACIÓN Y SU COMPROMISO CON EL MEDIO AMBIENTE

Ecuador Sporting considera que se deben integrar criterios de desarrollo sostenible que garanticen una adecuada gestión de los recursos y una protección del entorno y se responda a las demandas de la sociedad, para ello la administración está comprometida a cumplir y hacer cumplir los siguientes principios:

- ◆ En la planificación y desarrollo de las actividades de la empresa se debe considerar el medio ambiente promoviendo una conciencia medio ambiental en el personal, proveedores y la sociedad en general.
- ◆ Cumplir con la legislación medioambiental.



- ◆ Desarrollar un sistema de gestión ambiental para la mejora continua, el mismo que ayude a la eficacia y eficiencia del uso de los recursos.
- ◆ Garantizar la difusión de las políticas tanto en la empresa como en la sociedad en general.

7.6 PLAN DE MANEJO AMBIENTAL

7.6.1 Generalidades

Este Programa de Manejo Ambiental, tiene como objetivo, establecer medidas ya sean estas, preventivas, correctivas, de mitigación para poder afrontar posibles daños ambientales causados durante la ejecución del proyecto; este Plan por sí solo no tiene efecto alguno, es por ello que la administración debe integrar a todos los factores que intervienen en este proceso y sin dejar de lado la retroalimentación para mejores resultados.

7.6.2 Responsabilidades para la ejecución del PMA

El cumplimiento de las medidas propuestas en el presente Plan será responsabilidad única y exclusiva de la Administración de la empresa y se encargará de cumplir y hacer cumplir las disposiciones estipuladas en el Plan.

Ecuador Sporting mediante su Gerente General será responsable de:

- ◆ Proveer los recursos necesarios para la implementación del PMA.
- ◆ Motivar la participación de todos sus empleados y trabajadores en cada uno de los programas del PMA.
- ◆ Evaluar la eficiencia y efectividad de la implementación de los programas de PMA.
- ◆ Todas las contravenciones o acciones que originen daño o deterioro ambiental, daños a terceros y/o violación de las disposiciones legales ambientales vigentes en el país, por parte del personal que le labore en el proyecto.
- ◆ Los costos de las acciones correctivas por daños ambientales atribuibles al proyecto, las multas impuestas o la reparación de daños causados a terceros; para lo que se deberán tomar las acciones pertinentes para remediarlas, según sea el caso, en el menor tiempo posible.

- ◆ Establecer un programa de control y mantenimiento de la maquinaria y los equipos que permita a la Supervisión Ambiental verificar su buen estado y funcionamiento.

7.6.3 Programas de Manejo Ambiental

A continuación se exponen los programas ambientales recomendados, y que la casa deportiva deberá desarrollarlos siguiendo un cronograma anual para su ejecución.

- ◆ *Programa de Prevención, Mitigación y Control*
Contiene medidas tendientes a mitigar, corregir, prevenir y compensar los impactos que las actividades de producción, almacenaje, embalaje, traslado de productos terminados, que generan sobre los componentes ambientales.
- ◆ *Programa de Seguridad Industrial y Salud Ocupacional*
Contiene reglas básicas para la prevención de accidentes y enfermedades laborales.
- ◆ *Programa de Manejo de Residuos de Materia Prima*
Contiene pautas necesarias para implementar un adecuado sistema de gestión de residuos de materia prima, tendiente a minimizar los impactos que esta actividad genera.
- ◆ *Programa de Capacitación y Comunicación*
Cuyo objetivo es el de capacitar, entrenar y concienciar al personal que trabaja en la producción de las prendas deportivas, para que realicen sus actividades enmarcadas dentro de las normas de seguridad industrial, cuidado y protección del medio ambiente, y en un ambiente de trabajo seguro de acuerdo con las actividades que cada uno ejecute.
- ◆ *Programa de Relaciones Comunitarias*
Establece los mecanismos y principios sociales que rigen las relaciones del proponente con la población que habita alrededor de la casa deportiva, tendiente a lograr la participación activa y la concertación en el estudio de problemas y la implementación de soluciones.
- ◆ *Programa de Contingencias*
Plantea acciones necesarias para enfrentar eventuales accidentes.



◆ *Programa de Monitoreo y Seguimiento Ambiental*

Diseñado para controlar y verificar el cumplimiento de la ejecución de los programas señalados en el PMA

◆ *Programa de Cierre*

Cuya finalidad es que al finalizar el proyecto se debe liquidar las obligaciones adquiridas mediante la obtención de la licencia ambiental.

7.6.4 Presupuesto

El costo total del Plan de Manejo Ambiental es de \$800,00 (Ver anexo N°48)



CONCLUSIONES

Luego de haber realizado el estudio de factibilidad para determinar si Ecuador Sporting será un proyecto viable, se puede concluir que:

- Practicar un deporte es muy importante para las personas, por tal razón constantemente se realizan campeonatos deportivos, competencias atléticas, entre otros, por lo que se hace indispensable la adquisición de prendas deportivas para la ocasión, siendo esta una oportunidad para la confección y comercialización de prendas deportivas.
- En el estudio de mercado, se pudo determinar, que la casa deportiva tiene aceptación por parte de la población de la ciudad de Cuenca, quienes están dispuestos a adquirir las prendas deportivas que se plantean en esta tesis, ya sea para practicar un determinado deporte o simplemente porque les gusta. En este estudio también se analizó la demanda, obteniendo un resultado positivo, sin embargo no se puede cubrir en su totalidad porque no se cuenta con los recursos necesarios. Para lograr una aceptación en el mercado, la Casa Deportiva planteará diversas estrategias que le permitan dar a conocer sus productos.
- Mediante el estudio técnico y las encuestas realizadas en el estudio de mercado, se determinó, que el lugar en el que se efectuará la producción cuenta con los recursos necesarios y además es una zona estratégica porque está muy cerca del área de ventas, lo cual facilita el traslado de las prendas deportivas así como también la adquisición de los materiales necesarios para la producción.
- Al realizar el estudio Administrativo – Legal, se concluyó que Ecuador Sporting será una Compañía Limitada y para ello contará con 3 accionistas, quienes aportarán a la formación del capital. Además los objetivos que aspira este proyecto son alcanzables y realizables debido a que se sustentan en una organización definida, basados en sus propios principios y valores, lo que nos permitirá ofrecer productos con altos niveles de calidad, contribuyendo al desarrollo de la empresa.



- Al efectuar el estudio económico – financiero, se determinó el plan de inversiones, en el que se identifican los activos y capital de trabajo necesarios para llevar a cabo este proyecto. El capital aportado por los accionistas no cubre el total de la inversión, por lo que se debe recurrir a fuentes de financiamiento externas, que para este caso se ha elegido al Banco del Pacífico, considerando que la tasa de interés es inferior a comparación a otras entidades bancarias. También se realizó la evaluación financiera del proyecto, cuyos resultados son positivos y por lo tanto el proyecto es viable.
- En el estudio ambiental, se evalúa el impacto que tendrá el proyecto, para lo cual se tomarán medidas correctoras apegadas a la legislación vigente. Este estudio termina con el Plan de Manejo Ambiental, en el que se determinan las diferentes Programas que la Casa Deportiva deberá cumplir siguiendo un cronograma anual.



RECOMENDACIONES

Como recomendaciones, podemos indicar que el presente proyecto es factible, y debe llevarse a cabo, considerando los aspectos que citamos a continuación:

- Empezar en campañas publicitarias con estrategias de mercado que permitan una adecuada promoción y publicidad que facilite el posicionamiento de la Casa Deportiva.
- La calidad implica mano de obra eficiente, por lo que recomendamos que la selección de personal se lo haga tomando en cuenta sus capacidades y destrezas, además es necesario la estabilidad laboral, considerando que es más costoso entrenar una nueva persona para un determinado cargo antes que mantenerla.
- Mejorar continuamente, adaptándose a los cambios y a las herramientas que nos ofrece la tecnología, capacitando y promoviendo a los empleados con incentivos, para que se sientan comprometidos y sean leales a la empresa.
- La Casa Deportiva, deberá satisfacer a sus clientes con prendas deportivas cómodas, precios razonables y diseños actuales, para poder ser competitivos.
- Cumplir con las disposiciones impuestas por los organismos de control, con lo cual se evitarán sanciones, ganando con ello prestigio y siendo un ejemplo a seguir por otras empresas.
- Realizar alianzas estratégicas con los proveedores lo que nos permitirá optimizar costos y por ende una buena relación comercial.
- Hoy en día al medio ambiente se le da gran importancia y es por ello que existen entidades que se encargan de controlar los impactos que pueden causar ciertas industrias, por lo que Ecuador Sporting debe ejecutar correctamente del Plan de Manejo Ambiental propuesto.
- Investigar constantemente el mercado, para generar nuevas propuestas, que nos permitan estar acorde a las necesidades de los clientes.



- Se deberá concientizar a los empleados, respecto a la correcta utilización ya sea de materiales, maquinaria, recursos energéticos y tecnológicos; con el fin de disminuir costos y evitar el uso inadecuado de los mismos.



BIBLIOGRAFÍA

LIBROS

- GULTIAN Joseph P., GORDON Paul, Madden J. Thomas, 2008, "Gerencia de Marketing" Edit. Mc. Graw Hill, México.
- BORELLO, Antonio, 2010, El plan de negocios, Edit. Mc Graw Hill, Colombia, pág., 214.
- MALDONADO Fernando, 2006, Formulación y Evaluación de Proyectos, Centro de Publicaciones Universidad de Cuenca, pág. 103.
- GARCIA Sánchez María Dolores, 27/10/2008 Manual de Marketing, Edit. ESIC.
- FILIPPIS Jorge, 2006, Glosario del Diseño", Edit. Nobuko.
- ADELL, Ramón, 2007, Aprender Marketing, Edit. Paidós, Argentina.
- LÓPEZ-PINTO, Bernardo, 2010 Los Pilares del Marketing, Edit. Ediciones UPC, México.
- ROJAS LÓPEZ, Miguel David, 2007 Evaluación De Proyectos Para Ingenieros, Edit. Multilibros, México.
- DILLON, William, MADEM, Tomas, FRIDE, Nerl, La Investigación de Mercados Entorno de Marketing, Edit. Mc. Graw Hill, México
- SCHIFFMAN, León G., LAZAR Kanuk Leslie, 2005 Comportamiento del Consumidor,
- KOTLER, Philip, 2005 El marketing según Kotler, Edit. Pearson Educación, Madrid
- NIETO, Alfonso, IGLESIAS Francisco, 2010 La empresa Informativa, Edit. Ariel, México
- NAHMIAS, Steven 2007, Análisis de la producción y las operaciones, Edit. Mc. Graw Hill, México.
- RADO Barzev, 2004, Guía práctica para la evaluación económica de prácticas productivas sostenibles, Universidad de California.
- MEDINA Urbano, CORREA Alicia, 2011, Cómo evaluar un proyecto empresarial, Ediciones Díaz de Santos.
- UNIVERSIDAD DE CASTILLA LA MANCHA, 2006, La evaluación del impacto ambiental de proyectos y actividades agroforestales.



ASTORGA Eduardo, 2007, Evaluación de impacto ambiental y diversidad biológica, IUCN.

DICCIONARIOS

LID Editorial Empresarial, Dearborn Financial Publishing, 1999, Diccionario Bilingüe de Negocios, Edit. Dearborn Financial Publishing, Chicago.

REGLAMENTOS

Reglamento General de la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública (Decreto No. 1700), Art. 16

PAGINAS WEB

http://www.supercias.gov.ec/Documentacion/Sector%20Societario/Marco%20Legal/instructivo_soc.pdf

<http://www.sri.gob.ec/web/10138/92>

http://www.inec.gob.ec/cpv/descargables/fasciculos_provinciales/azuay.pdf

www.articulosweb.net/noticias/la-importancia-de-la-ropa-deportiva

<https://www.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorReal/Previsiones/Supuestos%20Macro2012-2015.pdf>

<http://ecuadorecuatoriano.blogspot.com/2012/07/mapa-de-cuenca.html>

<http://www.casadias.biz/categorias-productos.php?cat=4&sub=23>

www.sri.gob.ec/web/10138/219

<http://www.salud.gob.ec/permiso-de-funcionamiento-de-locales/>

<http://www.bomberos.gob.ec/servicios-a-la-comunidad/Permiso-Locales-Comerciales/30>

http://www.lacamaradequito.com/index.php?option=com_content&task=view&id=32&Itemid=68

TESIS

BRITO Mary, y PESANTEZ Marisol, Estudio de Factibilidad para la creación de un multicomercio en el sector de la Cooperativa Léntag- cantón Girón durante el periodo 2009



PAREDES ARÉVALO Aida Marcela y SÁNCHEZ CABRERA Fabiola Cristina,
Creación de una fábrica de pantalones jeans en la ciudad de Cuenca,
2009

YANDÚN Alexandra, Proyecto de Factibilidad para la creación de una empresa de
confección de uniformes deportivos en la parroquia de Cutuglaqua del
cantón Mejía, 2012.

PARRALES Cristina, Estudio de Factibilidad para la creación de una empresa
productora y comercializadora de camisetas de remodelación
progresiva de la silueta (Fajas Abdowoman) en la ciudad de Quito.

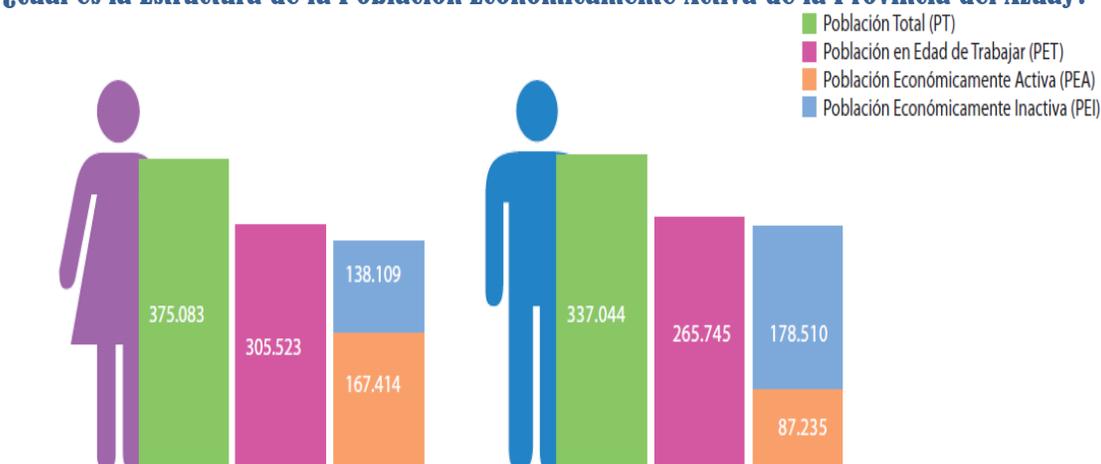
RECALDE Carla, Estudio de Factibilidad para la creación de una empresa
productora y comercializadora de carteras y bolsos con material
reciclado de vallas publicitarias en la ciudad de Quito, 2012.

ARTICULOS

THOMPSON Iban, junio 2008, Artículo El Estudio de Mercado.

ANEXO N° 1

POBLACIÓN ECONOMICAMENTE ACTIVA DE LA PROVINCIA DEL AZUAY

¿Cuál es la Estructura de la Población Económicamente Activa de la Provincia del Azuay?


* La Población en edad de trabajar y la PEA se calculan para las personas de 10 años de edad y más.

Fuente: INEC

ANEXO N° 2

POBLACIÓN DE LOS CANTONES DE LA PROVINCIA DEL AZUAY

¿CUÁL ES LA SITUACIÓN A NIVEL DE LOS CANTONES?

Cantones	Hombres	%	Mujeres	%	Total	Urbano	Rural	Viviendas**	Razón niños mujeres **	Analfabetismo	Edad promedio
Camilo Ponce Enriquez	12.211	3,6%	9.787	2,6%	21.998	4.903	17.095	7.640	499,5	7,3%	26
Chordeleg	5.821	1,7%	6.756	1,8%	12.577	4.209	8.368	5.590	380,0	11,9%	29
Cuenca	239.497	71,1%	266.088	70,9%	505.585	329.928	175.657	174.573	331,9	4,9%	29
El Pan	1.420	0,4%	1.616	0,4%	3.036	486	2.550	2.092	338,3	10,3%	36
Girón	5.777	1,7%	6.830	1,8%	12.607	4.016	8.591	6.318	388,5	11,3%	31
Guachapala	1.560	0,5%	1.849	0,5%	3.409	1.125	2.284	1.659	391,3	10,2%	32
Gualaceo	19.481	5,8%	23.228	6,2%	42.709	13.981	28.728	19.559	391,9	11,2%	28
Nabón	7.340	2,2%	8.552	2,3%	15.892	1.229	14.663	8.583	432,9	19,1%	29
Oña	1.647	0,5%	1.936	0,5%	3.583	846	2.737	2.436	448,4	14,6%	32
Paute	11.881	3,5%	13.613	3,6%	25.494	7.226	18.268	12.234	389,1	12,2%	29
Pucará	4.898	1,5%	5.154	1,4%	10.052	911	9.141	4.009	499,3	18,0%	28
San Fernando	1.744	0,5%	2.249	0,6%	3.993	1.464	2.529	1.914	313,4	8,3%	32
Santa Isabel	8.910	2,6%	9.483	2,5%	18.393	5.607	12.786	8.497	395,9	7,9%	29
Sevilla de Oro	2.942	0,9%	2.947	0,8%	5.889	838	5.051	2.946	429,4	5,5%	30
Sisgsig	11.915	3,5%	14.995	4,0%	26.910	3.676	23.234	15.136	411,2	11,6%	28
Total	337.044	100%	375.083	100%	712.127	380.445	331.682	273.186			

Fuente: INEC



ANEXO N° 3

ENCUESTA

Reciba un cordial saludo, somos estudiantes de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad de Cuenca, el presente cuestionario tiene como objetivo conocer el consumo de Ropa Deportiva en la ciudad de Cuenca, por lo que agradecemos de antemano su colaboración.

1.- ¿Práctica usted algún deporte?

SI

NO

2.- Si la pregunta anterior es afirmativa, indique cual:

3.- ¿Usa usted ropa deportiva?

SI

NO

4.- ¿Con qué frecuencia utiliza usted esta prenda?

Diario

Fines de semana

Ocasionalmente

5.- ¿Cuál de estos factores es para usted más importante al momento de adquirir su ropa deportiva?

Precio

Calidad

Modelo

Color

Marca

Comodidad

6.- ¿Quién decide en la compra de su ropa deportiva?

Usted

Otros

7.- Las prendas deportivas que usted usa con más frecuencia son:

Ternos deportivos completos

Calentadores

Camisetas

Pantaloneta y licra



8.- ¿Cuál es el costo de la ropa que usa?

Ternos deportivos completos	\$20,00 a \$30,00	<input type="checkbox"/>	\$30,00 a \$40,00	<input type="checkbox"/>	\$40,00 o más	<input type="checkbox"/>
Calentadores	\$10,00 a \$15,00	<input type="checkbox"/>	\$15,00 a \$20,00	<input type="checkbox"/>	\$20,00 o más	<input type="checkbox"/>
Camisetas	\$5,00 a \$10,00	<input type="checkbox"/>	\$10,00 a \$15,00	<input type="checkbox"/>	\$15,00 o más	<input type="checkbox"/>
Pantalóneta y Licra	\$5,00 a \$10,00	<input type="checkbox"/>	\$10,00 a \$15,00	<input type="checkbox"/>	\$15,00 o más	<input type="checkbox"/>

9.- ¿Cada qué tiempo compra usted ropa deportiva?

- Anualmente
- Mensualmente
- Trimestralmente
- Semestralmente
- Cuatrimestralmente
- Semanalmente
- Quincenalmente

10- ¿Dónde le gustaría que funcione la casa deportiva?

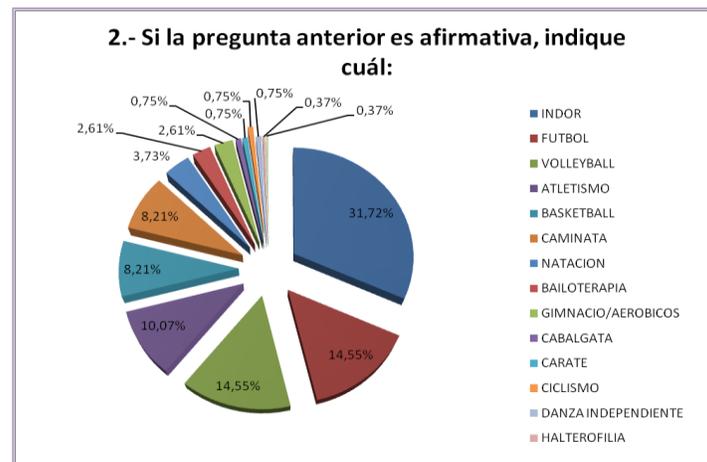
- Centros Comerciales
- Local en el Centro de la ciudad
- Sector Norte (Parque Industrial)
- Sector Sur (Baños)
- Sector el Estadio
- Sector Totoracocha

ANEXO N° 4

RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS



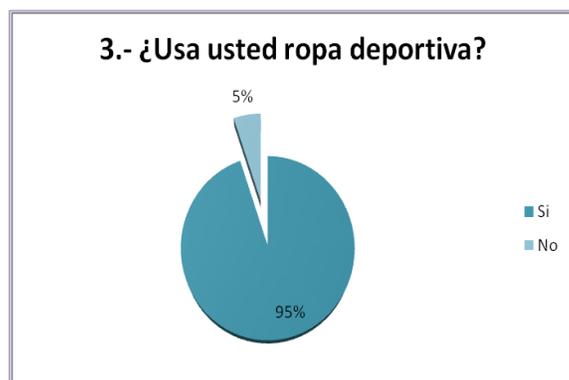
1.- ¿Práctica usted algún deporte?		
Opciones	Respuestas	Porcentaje
Si	244	61%
No	156	39%
Total	400	100%



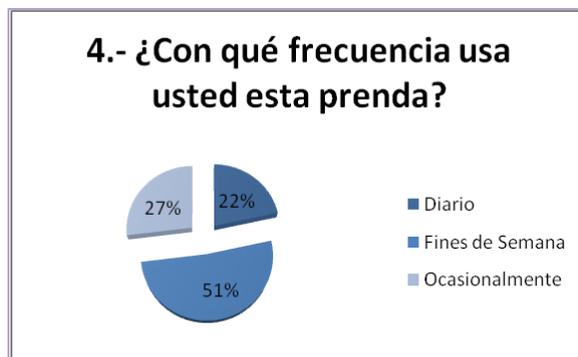
2.- Si la pregunta anterior es afirmativa, indique cuál:		
Opciones	Respuestas	Porcentaje
INDOR	85	31,7%
FUTBOL	39	14,6%
VOLLEYBALL	39	14,6%
ATLETISMO	27	10,1%
BASKETBALL	22	8,2%
CAMINATA	22	8,2%
NATACIÓN	10	3,7%



BAILOTERAPIA	7	2,6%
GIMNASIO/AERÓBICOS	7	2,6%
CABALGATA	2	0,7%
CARATE	2	0,7%
CICLISMO	2	0,7%
DANZA INDEPENDIENTE	2	0,7%
HALTEROFILIA	1	0,4%
LEVANTAMIENTO DE PESAS	1	0,4%
TOTALES	268	100%



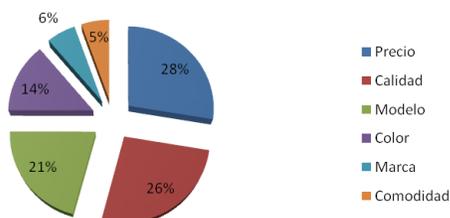
3.- ¿Usa usted ropa deportiva?		
Opciones	Respuestas	Porcentaje
Si	379	95%
No	21	5%
Total	400	100%



4.- ¿Con qué frecuencia usa usted esta prenda?		
Opciones	Respuestas	Porcentaje
Diario	206	51%
Fines de Semana	97	24%
Ocasionalmente	97	24%

Diario	82	22%
Fines de Semana	195	51%
Ocasionalmente	102	27%
Total	379	100%

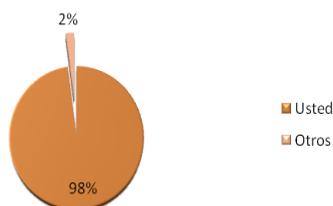
5.- ¿Cuál de estos factores es para usted más importante al momento de adquirir su ropa deportiva?



5.- ¿Cuál de estos factores es para usted más importante al momento de adquirir su ropa deportiva?

Opciones	Respuestas	Porcentaje
Precio	208	28%
Calidad	200	27%
Modelo	157	21%
Color	104	14%
Marca	43	6%
Comodidad	41	5%
Total	753	100%

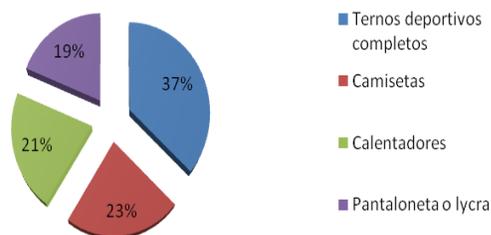
6.- ¿Quién decide en la compra de su ropa deportiva?



6.- ¿Quién decide en la compra de su ropa deportiva?

Opciones	Respuestas	Porcentaje
Usted	371	98%
Otros	8	2%
Total	379	100%

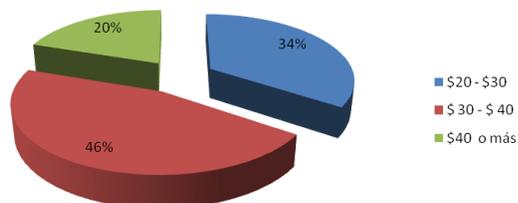
7.- Las prendas deportivas que usted usa con más frecuencia son:



7.- Las prendas deportivas que usted usa con más frecuencia son:

Opciones	Respuestas	Porcentaje
Ternos deportivos completos	177	36.72%
Camisetas	109	22,61%
Calentadores	104	21,58%
Pantalóneta o lycra	92	19,09%
Total	482	100%

**8.- ¿Cuál es el costo de la ropa que usa?
Ternos Deportivos Completos**



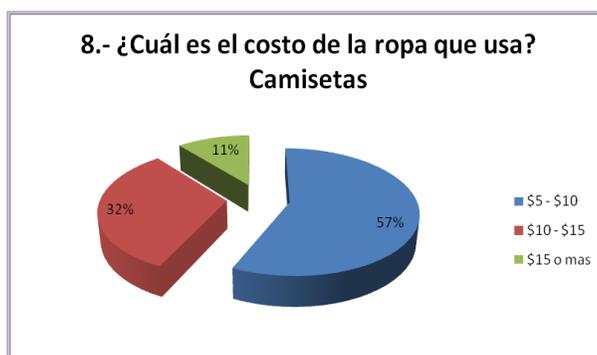
8.- ¿Cuál es el costo de la ropa que usa? Ternos Deportivos Completos

Opciones	Respuestas	Porcentaje
----------	------------	------------

\$20 - \$30	61	34%
\$ 30 - \$ 40	81	46%
\$40 o más	35	20%
TOTAL	177	100%



8.- ¿Cuál es el costo de la ropa que usa? Calentadores		
Opciones	Respuestas	Porcentaje
\$10 - \$15	49	47%
\$15 - \$20	43	41%
\$20 o mas	12	12%
TOTAL	104	100%

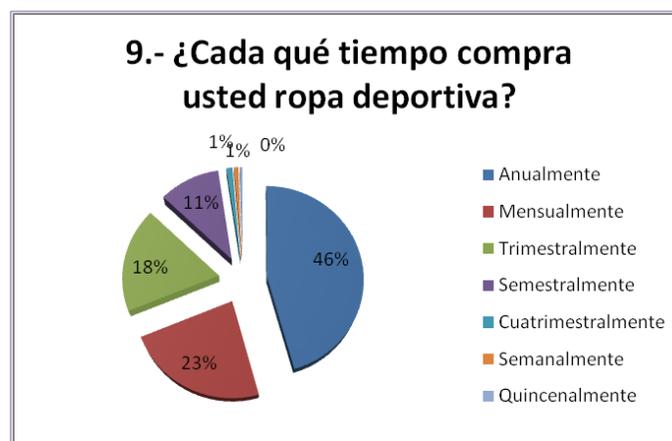


8.- ¿Cuál es el costo de la ropa que usa? Camisetas		
Opciones	Respuestas	Porcentaje
\$5 - \$10	62	57%

\$10 - \$15	35	32%
\$15 o mas	12	11%
TOTAL	109	100%

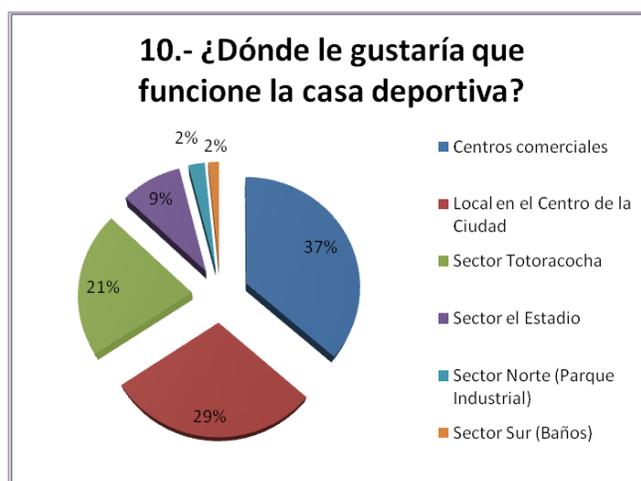


8.- ¿Cuál es el costo de la ropa que usa? Pantaloneta o Licra		
Opciones	Respuestas	Porcentaje
\$5 - \$10	45	49%
\$10 - \$15	36	39%
\$15 o mas	11	12%
TOTAL	92	100%



9.- ¿Cada qué tiempo compra usted ropa deportiva?		
Opciones	Respuestas	Porcentaje
Anualmente	173	46%

Mensualmente	88	23%
Trimestralmente	69	18%
Semestralmente	40	11%
Cuatrimestralmente	4	1%
Semanalmente	3	1%
Quincenalmente	2	1%
Total	379	100%



10.- ¿Dónde le gustaría que funcione la casa deportiva?		
Opciones	Respuestas	Porcentaje
Centros comerciales	138	36%
Local en el Centro de la Ciudad	111	29%
Sector Totoracocha	81	21%
Sector el Estadio	34	9%
Sector Norte (Parque Industrial)	9	2%
Sector Sur (Baños)	6	2%
Total	379	100%



ANEXO N° 5

PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN ECUATORIANA 2010-2020

PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN ECUATORIANA, POR AÑOS CALENDARIO, SEGÚN CANTONES
2010-2020

Código	Nombre de cantón	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
101	CUENCA	524.563	535.624	546.864	558.127	569.416	580.706	591.996	603.269	614.539	625.775	636.996
102	GIRON	13.192	13.196	13.197	13.195	13.187	13.175	13.157	13.134	13.107	13.074	13.037
103	GUALACED	44.487	44.994	45.501	45.997	46.482	46.954	47.411	47.855	48.286	48.702	49.104
104	NABON	16.593	16.686	16.777	16.863	16.943	17.017	17.084	17.145	17.201	17.250	17.292
105	PAUTE	26.559	26.853	27.146	27.432	27.712	27.983	28.246	28.500	28.747	28.985	29.214
106	PUCARA	10.510	10.533	10.554	10.572	10.586	10.596	10.601	10.603	10.601	10.595	10.584
107	SAN FERNANDO	4.177	4.181	4.185	4.187	4.187	4.186	4.183	4.179	4.173	4.165	4.156
108	SANTA ISABEL	19.167	19.365	19.563	19.755	19.943	20.124	20.298	20.467	20.630	20.786	20.935
109	SIGSIG	28.047	28.326	28.603	28.873	29.134	29.387	29.630	29.864	30.089	30.304	30.509
110	DÑA	3.732	3.775	3.818	3.861	3.903	3.943	3.982	4.020	4.057	4.093	4.128
111	CHORDELEG	13.074	13.289	13.507	13.723	13.938	14.150	14.360	14.568	14.773	14.976	15.176
112	EL PAN	3.179	3.175	3.170	3.164	3.157	3.149	3.140	3.129	3.118	3.105	3.091
113	SEVILLA DE ORO	6.130	6.211	6.292	6.372	6.451	6.529	6.604	6.678	6.751	6.821	6.890
114	GUACHAPALA	3.553	3.588	3.623	3.656	3.689	3.720	3.750	3.780	3.807	3.834	3.859
115	CAMILLO PONCE ENRIQUEZ	22.557	23.697	24.895	26.142	27.441	28.793	30.204	31.668	33.191	34.774	36.423
201	GUARANDA	95.720	97.124	98.519	99.897	101.253	102.586	103.884	105.153	106.387	107.590	108.763
202	CHILLANES	18.292	18.175	18.053	17.925	17.792	17.652	17.504	17.350	17.189	17.023	16.850
203	SAN JOSE DE CHIMBO	16.490	16.607	16.719	16.826	16.926	17.020	17.106	17.185	17.257	17.321	17.378
204	ECHEANDIA	12.631	12.791	12.951	13.107	13.259	13.408	13.552	13.692	13.826	13.956	14.081
205	SAN MIGUEL	28.514	28.614	28.705	28.786	28.856	28.914	28.957	28.989	29.006	29.011	29.004
206	CALUMA	13.645	13.926	14.208	14.490	14.772	15.054	15.333	15.610	15.885	16.158	16.429
207	LAS NAVES	6.339	6.452	6.564	6.677	6.788	6.899	7.008	7.115	7.221	7.325	7.428
301	AZOGUES	73.407	74.698	76.003	77.310	78.615	79.917	81.212	82.497	83.770	85.030	86.276
302	BIBLIAN	21.883	22.090	22.296	22.499	22.697	22.889	23.074	23.253	23.423	23.586	23.741
303	CAÑAR	62.317	63.012	63.707	64.394	65.068	65.729	66.372	66.996	67.601	68.185	68.747
304	LA TRONCAL	56.646	58.477	60.361	62.288	64.256	66.266	68.317	70.401	72.523	74.678	76.872
305	EL TAMBO	9.899	10.143	10.391	10.643	10.897	11.153	11.413	11.673	11.935	12.198	12.462
306	DELEG	6.419	6.463	6.506	6.548	6.588	6.626	6.662	6.695	6.727	6.755	6.782
307	SUSCAL	5.243	5.365	5.490	5.615	5.742	5.870	5.998	6.128	6.257	6.387	6.516
401	TULCAN	90.127	91.409	92.686	93.953	95.201	96.441	97.664	98.868	100.057	101.234	102.395
402	BOLIVAR	15.007	15.079	15.147	15.211	15.270	15.325	15.375	15.420	15.460	15.496	15.528
403	ESPEJO	14.006	14.006	14.003	13.995	13.982	13.966	13.944	13.918	13.888	13.855	13.817
404	MIRA	12.793	12.726	12.655	12.581	12.504	12.423	12.338	12.250	12.159	12.066	11.969
405	MONTUFAR	31.865	32.138	32.404	32.664	32.913	33.155	33.388	33.611	33.825	34.032	34.229



406	SAN PEDRO DE HUACA	7.948	8.052	8.155	8.258	8.358	8.458	8.556	8.652	8.747	8.840	8.931
501	LATACUNGA	176.842	179.794	182.748	185.698	188.627	191.539	194.423	197.277	200.094	202.878	205.624
502	LA MANA	43.580	44.824	46.093	47.383	48.691	50.019	51.366	52.728	54.104	55.496	56.905
503	PANGUA	22.856	23.060	23.259	23.454	23.642	23.824	23.997	24.164	24.321	24.472	24.612
504	PUJILI	71.762	72.632	73.494	74.345	75.179	75.998	76.795	77.573	78.328	79.062	79.772
505	SALCEDO	60.504	61.223	61.935	62.638	63.326	64.000	64.657	65.296	65.917	66.518	67.100
506	SAQUISILI	26.231	26.749	27.270	27.793	28.316	28.839	29.361	29.881	30.398	30.913	31.426
507	SIGCHOS	22.888	22.961	23.027	23.087	23.140	23.185	23.220	23.248	23.266	23.276	23.277
601	RIOBAMBA	234.170	237.406	240.612	243.760	246.861	249.891	252.865	255.766	258.597	261.360	264.048
602	ALASI	46.003	45.986	45.954	45.904	45.838	45.752	45.647	45.525	45.385	45.229	45.054
603	COLTA	46.973	46.836	46.682	46.512	46.326	46.121	45.897	45.658	45.401	45.129	44.838
604	CHAMBO	12.349	12.470	12.588	12.702	12.812	12.917	13.019	13.116	13.208	13.295	13.378
605	CHUNCHI	13.244	13.221	13.194	13.162	13.125	13.083	13.035	12.982	12.925	12.862	12.795
606	GUAMOTE	46.640	47.773	48.920	50.073	51.233	52.398	53.571	54.746	55.924	57.105	58.291
607	GUANO	44.518	44.969	45.409	45.835	46.249	46.646	47.028	47.394	47.744	48.078	48.395
608	PALLATANGA	12.024	12.070	12.112	12.149	12.182	12.210	12.233	12.251	12.265	12.273	12.277
609	PENIPE	7.029	7.033	7.035	7.035	7.032	7.026	7.018	7.006	6.991	6.975	6.955
610	CUMANDA	13.305	13.734	14.174	14.621	15.077	15.540	16.012	16.491	16.977	17.471	17.973
701	MACHALA	256.022	259.620	263.161	266.638	270.047	273.390	276.669	279.887	283.037	286.120	289.141
702	ARENILLAS	27.870	28.436	29.002	29.566	30.129	30.690	31.250	31.809	32.365	32.920	33.473
703	ATAHUALPA	6.088	6.133	6.175	6.216	6.254	6.290	6.323	6.355	6.384	6.411	6.436
704	BALSAS	7.100	7.302	7.507	7.714	7.923	8.135	8.350	8.567	8.786	9.008	9.233
705	CHILLA	2.608	2.589	2.569	2.548	2.526	2.503	2.480	2.455	2.430	2.405	2.379
706	EL GUABO	51.874	53.041	54.212	55.385	56.559	57.736	58.915	60.095	61.277	62.459	63.645
707	HUAQUILLAS	50.122	51.160	52.200	53.237	54.272	55.304	56.336	57.366	58.393	59.417	60.440
708	MARCABELI	5.678	5.744	5.808	5.871	5.932	5.991	6.048	6.103	6.157	6.209	6.259
709	PASAJE	75.700	76.962	78.213	79.451	80.674	81.883	83.079	84.262	85.430	86.583	87.723
710	PIÑAS	27.063	27.411	27.752	28.086	28.411	28.729	29.039	29.343	29.638	29.925	30.206
711	PORTOVELO	12.711	12.859	13.005	13.146	13.284	13.417	13.547	13.673	13.795	13.913	14.028
712	SANTA ROSA	71.818	72.922	74.013	75.089	76.148	77.191	78.218	79.231	80.227	81.206	82.171
713	ZARUMA	25.189	25.281	25.361	25.432	25.493	25.544	25.584	25.615	25.638	25.651	25.654
714	LAS LAJAS	5.017	5.021	5.022	5.021	5.019	5.014	5.007	4.999	4.988	4.977	4.963
801	ESMERALDAS	196.095	198.774	201.372	203.881	206.298	208.615	210.833	212.952	214.975	216.901	218.727
802	ELOY ALFARO	41.130	41.670	42.191	42.694	43.176	43.637	44.077	44.497	44.895	45.272	45.629
803	MUISNE	29.534	29.767	29.983	30.183	30.366	30.532	30.680	30.811	30.926	31.025	31.106
804	QUININDE	126.665	128.807	130.910	132.965	134.973	136.925	138.826	140.670	142.462	144.198	145.879
805	SAN LORENZO	43.498	45.242	47.031	48.859	50.727	52.634	54.584	56.570	58.586	60.662	62.772
806	ATACAMES	42.700	43.949	45.211	46.479	47.754	49.033	50.319	51.607	52.899	54.195	55.495
807	RIOVERDE	27.786	28.209	28.622	29.023	29.413	29.789	30.152	30.503	30.840	31.164	31.475



808	LA CONCORDIA	44.304	45.187	46.062	46.926	47.776	48.612	49.435	50.241	51.033	51.810	52.571
901	GUAYAQUIL	2.440.553	2.471.180	2.501.423	2.531.223	2.560.505	2.589.229	2.617.349	2.644.891	2.671.801	2.698.077	2.723.665
902	ALFREDO BAQUERIZO MORENO	26.031	26.623	27.220	27.822	28.426	29.034	29.646	30.259	30.874	31.491	32.110
903	BALAO	21.212	21.709	22.212	22.718	23.228	23.741	24.258	24.777	25.299	25.822	26.348
904	BALZAR	56.081	56.571	57.046	57.507	57.953	58.382	58.792	59.186	59.563	59.921	60.260
905	COLIMES	24.354	24.567	24.773	24.973	25.167	25.353	25.531	25.702	25.866	26.022	26.169
906	DAULE	123.735	128.192	132.777	137.473	142.287	147.219	152.276	157.446	162.734	168.144	173.684
907	DURAN	243.235	250.033	256.954	263.970	271.085	278.296	285.609	293.005	300.488	308.059	315.724
908	EL EMPALME	77.297	78.250	79.190	80.115	81.024	81.915	82.787	83.639	84.472	85.284	86.073
909	EL TRIUNFO	46.207	47.471	48.757	50.060	51.380	52.717	54.071	55.439	56.823	58.221	59.636
910	MILAGRO	172.730	175.528	178.319	181.093	183.848	186.581	189.289	191.970	194.622	197.245	199.835
911	NARANJAL	71.111	73.313	75.564	77.856	80.189	82.564	84.983	87.439	89.936	92.472	95.052
912	NARANJITO	38.574	39.131	39.685	40.232	40.774	41.309	41.836	42.355	42.866	43.369	43.862
913	PALESTINA	16.684	16.878	17.069	17.257	17.440	17.620	17.795	17.966	18.132	18.294	18.451
914	PEDRO CARBO	45.036	45.739	46.439	47.134	47.824	48.507	49.182	49.850	50.510	51.161	51.802
916	SAMBORONDON	69.360	72.222	75.185	78.238	81.388	84.634	87.986	91.434	94.983	98.638	102.404
918	SANTA LUCIA	40.411	40.909	41.401	41.886	42.361	42.828	43.284	43.730	44.166	44.591	45.004
919	URBINA JADO	59.619	60.297	60.964	61.619	62.259	62.884	63.493	64.087	64.663	65.223	65.765
920	YAGUACHI	63.005	64.477	65.965	67.464	68.974	70.493	72.021	73.557	75.099	76.648	78.204
921	PLAYAS	43.151	44.635	46.159	47.717	49.311	50.940	52.607	54.308	56.044	57.817	59.628
922	SIMON BOLIVAR	26.355	26.930	27.510	28.093	28.679	29.266	29.856	30.446	31.038	31.630	32.224
923	CORONEL MARCELINO MARIQUEÑA	12.524	12.603	12.677	12.749	12.816	12.879	12.938	12.993	13.044	13.090	13.132
924	LOMAS DE SARGENTILLO	19.011	19.506	20.008	20.516	21.030	21.549	22.074	22.603	23.137	23.676	24.220
925	NOBOL	20.214	20.795	21.388	21.989	22.599	23.218	23.847	24.484	25.128	25.781	26.444
927	GENERAL ANTONIO ELIZALDE	11.017	11.231	11.446	11.661	11.876	12.090	12.305	12.519	12.732	12.944	13.156
928	ISIDRO AYORA	11.213	11.529	11.850	12.176	12.506	12.841	13.181	13.525	13.873	14.225	14.582
1001	IBARRA	188.013	191.285	194.588	197.907	201.237	204.568	207.907	211.235	214.552	217.856	221.149
1002	ANTONIO ANTE	45.117	46.009	46.912	47.822	48.739	49.661	50.588	51.517	52.447	53.378	54.311
1003	COTACACHI	41.727	42.012	42.291	42.565	42.831	43.087	43.333	43.568	43.792	44.004	44.203
1004	OTAVALO	108.915	110.608	112.312	114.018	115.725	117.425	119.123	120.808	122.481	124.140	125.785
1005	PIMAMPIRO	13.562	13.547	13.529	13.509	13.485	13.458	13.428	13.394	13.357	13.315	13.269
1006	SAN MIGUEL DE URQUQUI	16.323	16.458	16.591	16.722	16.851	16.976	17.097	17.215	17.328	17.436	17.540
1101	LOJA	222.830	227.913	233.039	238.171	243.321	248.473	253.625	258.767	263.900	269.017	274.112
1102	CALVAS	29.479	29.543	29.595	29.636	29.665	29.682	29.684	29.674	29.651	29.616	29.565
1103	CATAMAYO	31.890	32.335	32.775	33.207	33.632	34.046	34.451	34.845	35.229	35.601	35.961
1104	CELICA	15.091	15.223	15.351	15.473	15.590	15.701	15.805	15.904	15.996	16.082	16.160
1105	CHAGUARPAMBA	7.531	7.448	7.363	7.277	7.189	7.099	7.006	6.912	6.816	6.719	6.620
1106	ESPIÑOLA	15.537	15.428	15.313	15.194	15.069	14.939	14.803	14.662	14.516	14.366	14.209
1107	GONZANAMA	13.413	13.169	12.923	12.678	12.433	12.187	11.939	11.692	11.446	11.200	10.953



1108	MACARA	19.877	19.953	20.022	20.083	20.136	20.181	20.216	20.242	20.260	20.270	20.269
1109	PALTAS	24.960	24.853	24.737	24.613	24.479	24.335	24.180	24.017	23.845	23.663	23.471
1110	PUYANGO	16.240	16.239	16.231	16.217	16.196	16.169	16.133	16.092	16.043	15.988	15.925
1111	SARAGURO	31.492	31.747	31.992	32.226	32.448	32.658	32.855	33.038	33.209	33.365	33.506
1112	SOZORANGA	7.840	7.779	7.716	7.650	7.583	7.512	7.438	7.362	7.284	7.204	7.121
1113	ZAPOTILLO	12.820	12.987	13.152	13.313	13.471	13.624	13.774	13.918	14.059	14.194	14.325
1114	PINDAL	8.983	9.145	9.307	9.466	9.626	9.783	9.939	10.093	10.244	10.394	10.540
1115	QUILANGA	4.552	4.524	4.494	4.462	4.429	4.394	4.358	4.320	4.281	4.239	4.197
1116	OLMEDO	5.136	5.045	4.954	4.863	4.772	4.681	4.589	4.497	4.405	4.313	4.220
1201	BABAHOYO	159.443	161.230	162.981	164.690	166.350	167.963	169.523	171.038	172.502	173.917	175.281
1202	BABA	41.216	41.501	41.774	42.034	42.278	42.508	42.721	42.920	43.105	43.275	43.429
1203	MONTALVO	25.009	25.400	25.789	26.173	26.552	26.927	27.296	27.661	28.019	28.372	28.720
1204	PUEBLOVIEJO	37.703	38.416	39.131	39.842	40.551	41.257	41.959	42.657	43.351	44.040	44.725
1205	QUEVEDO	179.370	182.855	186.349	189.834	193.308	196.769	200.217	203.650	207.064	210.461	213.842
1206	URDANETA	30.371	30.639	30.900	31.152	31.393	31.623	31.842	32.052	32.251	32.440	32.618
1207	VENTANAS	69.032	69.737	70.425	71.093	71.739	72.363	72.964	73.544	74.100	74.634	75.146
1208	VINCES	74.358	75.245	76.116	76.969	77.801	78.611	79.398	80.165	80.908	81.630	82.329
1209	PALENQUE	23.216	23.297	23.370	23.434	23.490	23.536	23.573	23.602	23.623	23.634	23.638
1210	BUENA FE	65.052	66.820	68.615	70.429	72.263	74.115	75.988	77.878	79.784	81.709	83.654
1211	VALENCIA	43.899	44.944	46.001	47.063	48.131	49.204	50.283	51.365	52.451	53.541	54.637
1212	MOCACHE	39.824	40.228	40.621	41.004	41.373	41.729	42.072	42.403	42.720	43.025	43.316
1213	QUINSALOMA	17.021	17.364	17.707	18.050	18.393	18.735	19.076	19.416	19.754	20.092	20.428
1301	PORTOVIEJO	290.199	293.850	297.417	300.878	304.227	307.463	310.582	313.576	316.444	319.185	321.800
1302	BOLIVAR	42.266	42.671	43.060	43.432	43.785	44.119	44.434	44.729	45.004	45.258	45.493
1303	CHONE	131.674	131.893	132.051	132.148	132.178	132.144	132.041	131.877	131.649	131.358	131.002
1304	EL CARMEN	91.918	93.900	95.884	97.861	99.828	101.784	103.731	105.660	107.572	109.466	111.344
1305	FLAVIO ALFARO	26.122	25.939	25.745	25.540	25.325	25.099	24.862	24.615	24.360	24.095	23.822
1306	JIPIJAPA	73.951	74.182	74.378	74.540	74.665	74.754	74.804	74.819	74.797	74.739	74.645
1307	JUNIN	19.754	19.701	19.639	19.569	19.488	19.399	19.300	19.193	19.077	18.953	18.820
1308	MANTA	234.547	237.878	241.151	244.348	247.463	250.495	253.441	256.293	259.052	261.713	264.281
1309	MONTECRISTI	71.947	75.075	78.312	81.641	85.068	88.597	92.234	95.965	99.798	103.735	107.785
1310	PAJAN	38.650	38.575	38.482	38.372	38.243	38.096	37.929	37.746	37.546	37.328	37.093
1311	PICHINCHA	31.560	31.427	31.279	31.118	30.942	30.752	30.546	30.329	30.098	29.855	29.599
1312	ROCAFUERTE	34.730	35.056	35.369	35.668	35.951	36.219	36.470	36.705	36.924	37.127	37.312
1313	SANTA ANA	49.367	49.352	49.313	49.251	49.165	49.055	48.920	48.763	48.582	48.379	48.152
1314	SUCRE	59.364	59.795	60.201	60.582	60.934	61.258	61.553	61.819	62.056	62.264	62.443
1315	TOSAGUA	39.804	40.133	40.447	40.744	41.023	41.283	41.524	41.746	41.949	42.133	42.297
1316	24 DE MAYO	30.088	29.992	29.882	29.759	29.622	29.471	29.305	29.126	28.935	28.731	28.514
1317	PEDERNALES	57.127	57.854	58.565	59.255	59.924	60.570	61.193	61.792	62.367	62.917	63.441
1318	OLMEDO											



		10.247	10.264	10.276	10.284	10.286	10.283	10.275	10.262	10.244	10.222	10.194
1319	PUERTO LOPEZ	21.149	21.525	21.899	22.267	22.631	22.989	23.342	23.689	24.028	24.361	24.688
1320	JAMA	24.121	24.367	24.603	24.830	25.047	25.252	25.448	25.632	25.804	25.966	26.116
1321	JARAMILLO	18.918	19.747	20.606	21.489	22.399	23.336	24.302	25.294	26.313	27.361	28.439
1322	SAN VICENTE	22.845	23.083	23.314	23.535	23.746	23.948	24.139	24.320	24.491	24.650	24.799
1401	MORONA	42.479	44.016	45.570	47.137	48.712	50.292	51.880	53.475	55.075	56.679	58.281
1402	GUALAQUIZA	17.881	18.113	18.331	18.537	18.727	18.901	19.060	19.206	19.338	19.455	19.555
1403	LIMON INDANZA	10.159	10.218	10.268	10.310	10.342	10.365	10.377	10.383	10.380	10.369	10.349
1404	PALORA	7.234	7.310	7.380	7.444	7.502	7.553	7.598	7.637	7.671	7.698	7.719
1405	SANTIAGO	9.665	9.837	10.004	10.164	10.317	10.463	10.601	10.734	10.859	10.977	11.087
1406	SUCUA	18.977	19.490	19.999	20.504	21.002	21.491	21.973	22.449	22.916	23.375	23.823
1407	HUAMBOYA	8.726	9.072	9.424	9.781	10.142	10.507	10.875	11.247	11.622	12.001	12.382
1408	SAN JUAN BOSCO	4.052	4.153	4.253	4.352	4.448	4.543	4.635	4.726	4.815	4.901	4.985
1409	TAISHA	19.010	19.749	20.500	21.260	22.028	22.802	23.584	24.373	25.168	25.968	26.773
1410	LOGROÑO	5.922	6.099	6.276	6.452	6.627	6.800	6.972	7.142	7.311	7.478	7.643
1411	PABLO VI	1.872	1.963	2.057	2.154	2.253	2.354	2.458	2.564	2.673	2.784	2.897
1412	TIWINTZA	7.186	7.531	7.886	8.250	8.622	9.003	9.393	9.792	10.200	10.616	11.041
1501	TENA	62.766	64.333	65.946	67.571	69.202	70.845	72.499	74.158	75.826	77.502	79.182
1503	ARCHIDONA	25.722	26.444	27.128	27.849	28.575	29.309	30.050	30.795	31.547	32.305	33.068
1504	EL CHACO	8.214	8.401	8.593	8.786	8.978	9.172	9.366	9.560	9.754	9.948	10.142
1507	QUIJOS	6.463	6.510	6.558	6.603	6.645	6.685	6.722	6.757	6.790	6.820	6.847
1509	CARLOS JULIO AROSEMENA	3.788	3.856	3.926	3.996	4.065	4.133	4.201	4.268	4.335	4.401	4.466
1601	PASTAZA	63.887	65.804	67.765	69.746	71.759	73.802	75.870	77.965	80.082	82.221	84.377
1602	MERA	12.175	12.650	13.142	13.644	14.161	14.692	15.236	15.794	16.365	16.950	17.547
1603	SANTA CLARA	3.697	3.747	3.796	3.844	3.892	3.937	3.983	4.027	4.069	4.110	4.150
1604	ARAJUNO	6.711	6.852	6.996	7.139	7.281	7.424	7.566	7.708	7.849	7.989	8.128
1701	QUITO	2.319.671	2.365.973	2.412.427	2.458.900	2.505.344	2.551.721	2.597.989	2.644.145	2.690.150	2.735.987	2.781.641
1702	CAYAMBE	88.840	90.709	92.587	94.470	96.356	98.242	100.129	102.015	103.899	105.781	107.660
1703	MEJIA	84.011	86.299	88.623	90.974	93.353	95.759	98.193	100.650	103.132	105.637	108.167
1704	PEDRO MONCAYO	34.292	35.155	36.030	36.912	37.802	38.700	39.604	40.514	41.431	42.353	43.281
1705	RUMIÑAHUI	88.635	91.153	93.714	96.311	98.943	101.609	104.311	107.043	109.807	112.603	115.433
1707	SAN MIGUEL DE LOS BANCOS	17.957	18.931	19.953	21.020	22.136	23.303	24.524	25.798	27.128	28.517	29.969
1708	PEDRO VICENTE MALDONADO	13.350	13.712	14.080	14.452	14.828	15.209	15.594	15.983	16.375	16.771	17.171
1709	PUERTO QUITO	21.197	21.577	21.956	22.334	22.710	23.084	23.455	23.823	24.189	24.551	24.911
1801	AMBATO	342.529	346.973	351.477	356.009	360.544	365.072	369.578	374.068	378.523	382.941	387.309
1802	BAÑOS	20.730	21.139	21.555	21.978	22.406	22.838	23.273	23.712	24.153	24.598	25.043
1803	CEVALLOS	8.464	8.606	8.750	8.896	9.043	9.191	9.340	9.489	9.638	9.787	9.936
1804	MOCHA	7.062	7.093	7.125	7.156	7.186	7.214	7.241	7.268	7.292	7.315	7.336
1805	PATATE	14.016	14.196	14.378	14.561	14.745	14.928	15.109	15.291	15.471	15.649	15.825



1806	QUERO	20.020	20.092	20.164	20.235	20.303	20.368	20.429	20.485	20.538	20.586	20.627
1807	SAN PEDRO DE PELILEO	58.731	59.531	60.343	61.160	61.978	62.797	63.613	64.427	65.236	66.039	66.836
1808	SANTIAGO DE PILLARO	39.895	40.255	40.617	40.979	41.338	41.693	42.042	42.386	42.722	43.051	43.371
1809	TISALEO	12.601	12.770	12.942	13.116	13.289	13.462	13.635	13.807	13.978	14.148	14.317
1901	ZAMORA	26.602	27.231	27.857	28.485	29.112	29.735	30.355	30.968	31.573	32.172	32.761
1902	CHINCHIPE	9.547	9.679	9.807	9.932	10.053	10.170	10.283	10.390	10.492	10.588	10.679
1903	NANGARITZA	5.376	5.609	5.848	6.096	6.350	6.611	6.879	7.153	7.434	7.721	8.014
1904	YACUAMBI	6.098	6.209	6.318	6.426	6.533	6.638	6.740	6.840	6.936	7.030	7.121
1905	YANTAZA	19.392	20.054	20.727	21.411	22.106	22.810	23.525	24.246	24.973	25.708	26.447
1906	EL PANGUI	8.992	9.194	9.395	9.595	9.795	9.992	10.189	10.382	10.573	10.761	10.945
1907	CENTINELA DEL CONDOR	6.757	6.916	7.074	7.233	7.391	7.549	7.706	7.861	8.013	8.165	8.313
1908	PALANDA	8.444	8.622	8.799	8.975	9.149	9.322	9.493	9.660	9.825	9.986	10.144
1909	PAQUISHA	3.986	4.162	4.344	4.531	4.724	4.922	5.126	5.335	5.549	5.768	5.992
2001	SAN CRISTOBAL	7.707	7.899	8.095	8.293	8.493	8.693	8.890	9.085	9.278	9.473	9.667
2002	ISABELA	2.321	2.392	2.464	2.538	2.614	2.690	2.765	2.842	2.918	2.995	3.073
2003	SANTA CRUZ	16.856	16.285	16.725	17.169	17.619	18.070	18.517	18.963	19.404	19.852	20.302
2101	LAGO AGRIO	94.242	96.741	99.254	101.780	104.317	106.863	109.408	111.956	114.503	117.048	119.594
2102	GONZALO PIZARRO	8.876	9.005	9.130	9.252	9.371	9.487	9.599	9.706	9.811	9.911	10.007
2103	PUTUMAYO	10.364	10.856	11.366	11.894	12.440	13.004	13.587	14.188	14.808	15.446	16.106
2104	SHUSHUFINDI	45.529	46.750	47.979	49.215	50.456	51.703	52.951	54.200	55.449	56.698	57.949
2105	SUCUMBIDOS	3.505	3.543	3.579	3.614	3.647	3.679	3.709	3.737	3.763	3.788	3.811
2106	CASCALES	11.361	11.775	12.199	12.631	13.072	13.521	13.977	14.442	14.914	15.394	15.882
2107	CUYABENO	7.410	7.402	7.389	7.373	7.353	7.329	7.301	7.270	7.235	7.196	7.154
2201	DRELLANA	73.243	75.496	77.710	79.879	82.001	84.080	86.117	88.106	90.044	91.933	93.778
2202	AGUARICO	4.992	4.863	4.729	4.594	4.457	4.318	4.179	4.040	3.902	3.765	3.629
2203	LA JOYA DE LOS SACHAS	38.162	38.494	38.774	39.003	39.182	39.317	39.405	39.453	39.457	39.423	39.352
2204	LORETO	21.389	21.810	22.208	22.582	22.933	23.262	23.568	23.854	24.117	24.358	24.579
2301	SANTO DOMINGO DE LOS TSACHILAS	379.378	387.229	395.133	403.063	411.009	418.957	426.910	434.849	442.788	450.694	458.580
2401	SANTA ELENA	148.475	152.340	156.253	160.203	164.196	168.219	172.278	176.373	180.494	184.642	188.821
2402	LIBERTAD	99.151	101.040	102.928	104.812	106.694	108.565	110.426	112.282	114.123	115.952	117.767
2403	SALINAS	70.621	72.835	75.095	77.393	79.734	82.112	84.531	86.991	89.485	92.017	94.590
9001	LAS GOLONDRINAS	5.502	5.692	5.887	6.086	6.290	6.497	6.710	6.926	7.146	7.370	7.598
9003	MANGA DEL CURA	21.646	22.130	22.617	23.106	23.598	24.091	24.585	25.078	25.569	26.061	26.548
9004	EL PIETRERO	6.606	6.725	6.844	6.961	7.079	7.196	7.312	7.426	7.540	7.651	7.761

Fuente: INEC



ANEXO N° 6

PROFORMAS PARA LA PUBLICIDAD RADIAL



Cuenca, 25 de septiembre de 2012

Señora
Martha Gualpa
Ciudad

Estimada señora:

Radio Cadera Val, la más sólida Agrupación de empresas del Austro al servicio de la publicidad Radial, pone a sus órdenes sus servicios publicitarios en nuestras dos emisoras, K1, W RADIO y nuestra filial dedicada a la producción publicitaria DIGITAL RECORDS.

El liderazgo que mantenemos sustentado en la Calidad y Profesionalización de lo que ofrecemos, es el respaldo que las Empresas y sus Productos requieren para multiplicar sus ventas.

RADIO K1

GRUPO OBJETIVO: Hombres y Mujeres entre 20 y 45 años.

PROGRAMACION: 24 horas del día con música pop en español e inglés.

COBERTURA:

92.5 FM Cuenca, Girón, Santa Isabel, San Fernando, Valle de Yunguilla, Gualaceo, Paute, Chordeleg, Sigsig, Azogues, Biblián.

105.9 FM Machala, Pasaje, Santa Rosa, Ihuaquillas, El Guabo, Arenillas, Cariamanga, Catacocha, Playas y Salinas.

K1 92.5 Azuay - Cañar - 105.9 El Oro - Loja - Guayas

PROGRAMACION: Regular 6 CUÑAS DIARIAS DE LUNES A VIERNES COSTO MENSUAL:	US \$ 380.00
PROGRAMACION: Regular 8 CUÑAS DIARIAS DE LUNES A VIERNES COSTO MENSUAL:	US \$ 510.00
PROGRAMACION: Regular 10 CUÑAS DIARIAS DE LUNES A VIERNES COSTO MENSUAL:	US \$ 640.00
PROGRAMACION: Regular 6 MENCIONES DIARIAS DE LUNES A VIERNES COSTO MENSUAL:	US \$ 540.00

Agustín Cueva 6-41 y Remigio Crespo – PBX: (593-7)281-7811

Email: rev@radiocadenaval.com – www.radiocadenaval.com – CUENCA - ECUADOR

**W RADIO****GRUPO OBJETIVO:** Hombres 40% y Mujeres 60%.**PROGRAMACION:** 24 horas del día con música romántica en español.**COBERTURA:** 90.1 FM Cuenca, Girón, Santa Isabel, San Fernando, Valle de Yunguilla, Gualaceo, Paute, Chordeleg, Sigsig, Azogues, Biblián.**W RADIO 90.1 FM - Azuay – Cañar**

PROGRAMACION: Regular 6 CUÑAS DIARIAS DE LUNES A VIERNES COSTO MENSUAL:	US \$ 350.00
PROGRAMACION: Regular 8 CUÑAS DIARIAS DE LUNES A VIERNES COSTO MENSUAL:	US \$ 470.00
PROGRAMACION: Regular 10 CUÑAS DIARIAS DE LUNES A VIERNES COSTO MENSUAL:	US \$ 590.00
PROGRAMACION: Noticieros 4 CUÑAS DIARIAS DE LUNES A VIERNES COSTO MENSUAL:	US \$ 510.00
PROGRAMACION: Regular 6 MENCIONES DIARIAS DE LUNES A VIERNES COSTO MENSUAL:	US \$ 460.00

*Estos valores no incluyen I.V.A.

Página Web: radiocadenaval.com

Sus gratas órdenes, tienen el respaldo de nuestra eficiencia.

Atentamente,
RADIO CADENA VALJohana Valencia A.,
GERENTEAgustin Cueva 6-41 y Remigio Crespo – PBX: (593-7)281-7811
Email: rcv@radiocadenaval.com – www.radiocadenaval.com – CUENCA - ECUADOR



La Roja Fm 93.7

TARIFAS 2012

Alegre & Tropical

COBERTURA REGIONAL (Azuay – Cañar – Loja – El Oro)

La Roja; es una de las pocas estaciones de radio que cubren gran parte del austro ecuatoriano, con una programación alegre y divertida. Su fuerte presencia cuenta con los siguientes lugares importantes: Cuenca, Azogues, Biblián, Déleg, Gualaceo, Chordelég, El Sig Sig, Paute, Guachapala, El Pan, Sevilla de Oro, Palmas y Guarumales, San Fernando, Pucará, Oña, Girón, Santa Isabel, Asunción, Lentag, Valle de Yunguilla, Cola de San Pablo (Mazar), Etc.

TARGET (B / BC)

Clase: Media-Media B, Edad: 20-44 años, Sexo: Femenino 60%, Áreas: Hogares, Buses, Taxis, Camiones, Fábricas, etc.

TERIFAS:

Cuñas Rotativas

Menciones: 10" \$ 4,50 – 15" \$ 5,00 – 20" \$ 5,50

10"- 14" \$ 2,50	Musicales Miscelánea
15"- 19" 3,00	Musicales Miscelánea
20"- 24" 3,50	Musicales Miscelánea
25"- 29" 4,00	Musicales Miscelánea
30"- 34" 4,50	Musicales Miscelánea
35"- 39" 5,00	Musicales Miscelánea
40"- 44" 5,50	Musicales Miscelánea
45"- 49" 6,00	Musicales Miscelánea
50"- 54" 6,50	Musicales Miscelánea
55"- 59" 7,00	Musicales Miscelánea

PROGRAMACION

Lunes – Viernes

CON PIE DERECHO (06h00 a 09h00).- Es un programa de debate y opinión; muy divertido y controversial, nuestros invitados son profesionales que interactúan con los oyentes vía telefónica o con invitados en vivo, tratando temas múltiples. Conducido por: Santiago Méndez Jacky Beltrán y Luis Mario G.
AUSPICIO: Presentación, 4 Cuñas de 39", 3 Menciones. Valor:\$. 550,00

HOT (La Mañana + Caliente) (09h00 a 12h00).- Talk Show radial que va mas allá de la música y los saludos, con la participación de los oyentes sobre un tema determinado, resaltando ese toque de humor y mucho dinamismo para atravesar la mañana. Conducido por: Sonia Fernández y Fabián Cedillo
AUSPICIO: Presentación, 4 Cuñas de 39", 3 Menciones. Valor:\$. 650,00

ZONA LATINA (12h00 a 15h00).- Un espacio dedicado a las mejores mezclas, chistes e información de la farándula. Conducido por: Cristian Orellana
AUSPICIO: Presentación, 4 Cuñas de 39", 3 Menciones. Valor:\$. 550,00

De MENTE CALIENTE (15h00 a 18h00).- Entrega musical en la cual proyectamos los mejores éxitos y el mejor buen humor. Dedicado a los más jóvenes y sus tareas, con mezclas de ritmos, temas varios y más emociones musicales. Conducido por: Vianey Romero y Gonzalo Pazmiño
AUSPICIO: Presentación, 4 Cuñas de 39", 3 Menciones. Valor:\$. 650,00

PIROMANIA (18h00 a 21h00).- Programación variada, con música y los clásicos en ingles. Conducido por: Pablo Idrovo
AUSPICIO: Presentación, 4 Cuñas de 39", 3 Menciones. Valor:\$. 450,00

Christian Rubio

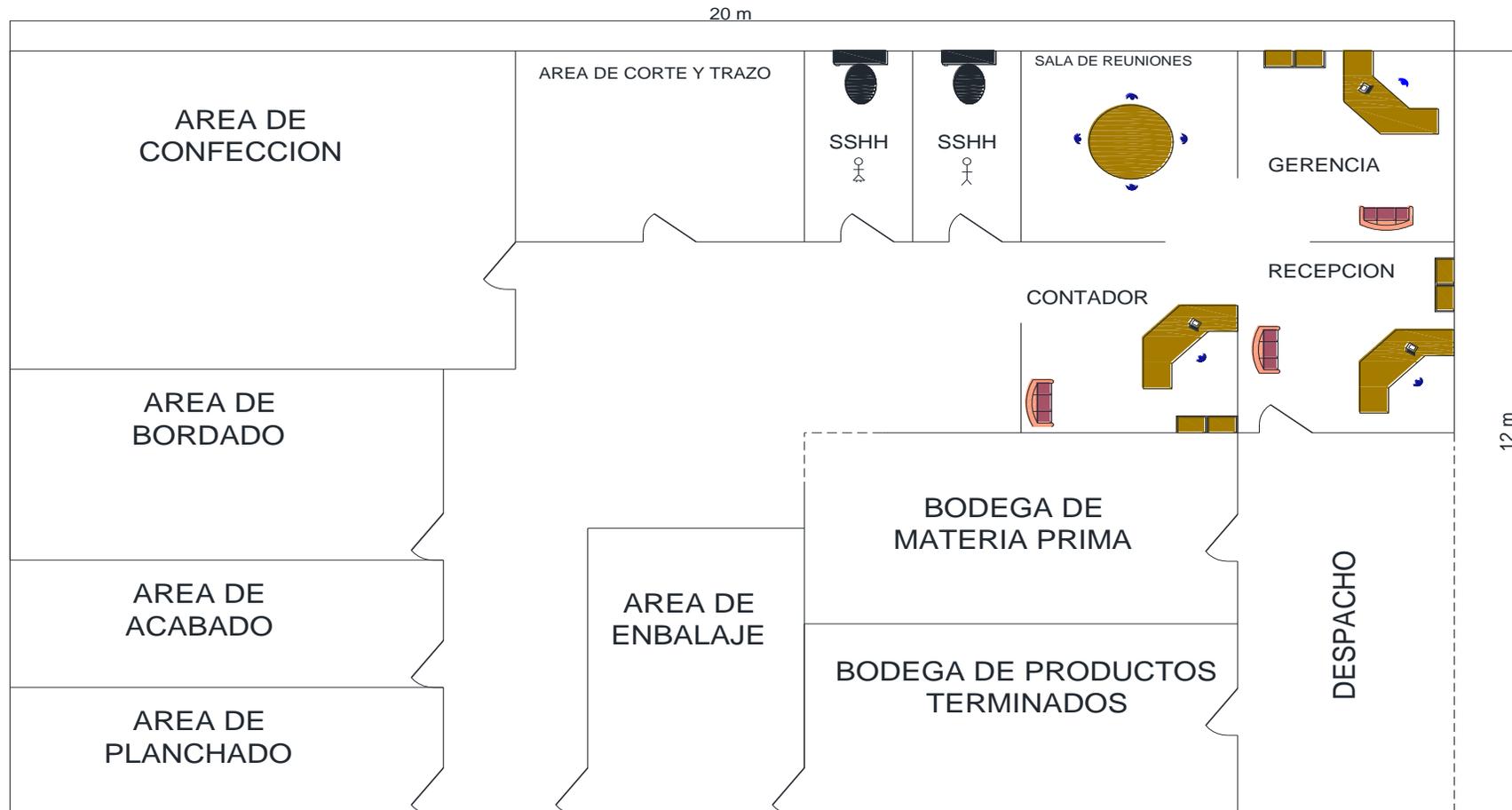
DMC PRODUCCIONES

Cel.: 090625507

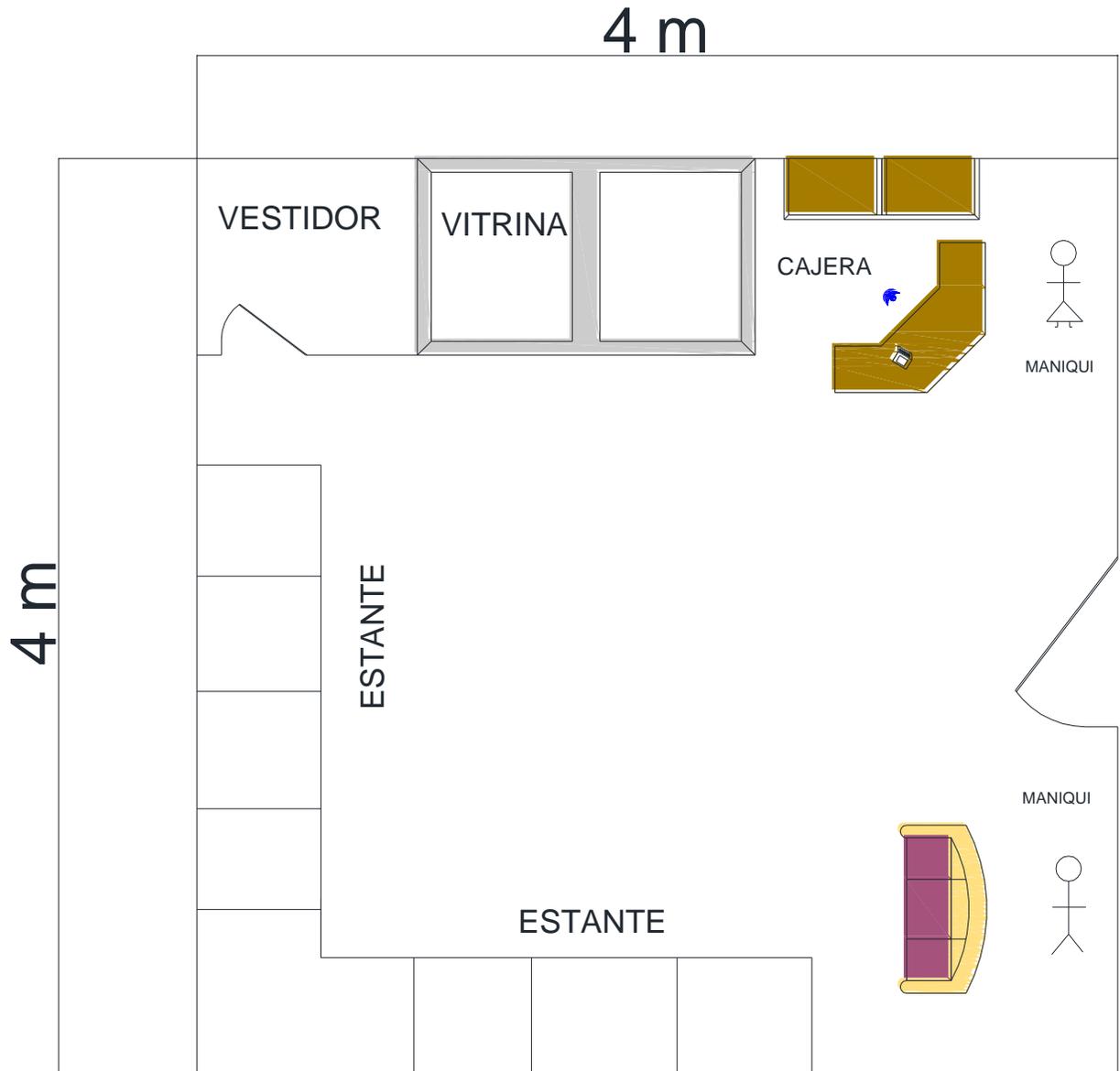
www.radiolaroja.com

ANEXO N° 7

DISTRIBUCIÓN DE PLANTA AREA DE PRODUCCION Y ADMINISTRACION



DISTRIBUCIÓN DE PLANTA AREA DE VENTAS





ANEXO N° 8

ACTA DE CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA “ECUADOR SPORTING”

ACTA DE CONSTITUCIÓN

El acta de constitución se establece el día XXX del mes de XXX hora 11am y se reúnen las personas:

- Martha Susana Gualpa Llivicura con cédula de identidad 030215986-8 casada, mayor de edad, libre de ejercer comercio bajo cualquier razón social.
- Margoth del Rocío Gordillo Carabajo con cédula de identidad 010423325-9 soltera, mayor de edad, libre de ejercer comercio bajo cualquier razón social.
- Jenny Claudia Guzmán Vásquez con cédula de identidad 010404473-0 soltera, mayor de edad, libre de ejercer comercio bajo cualquier razón social.

PRIMERA: Los presentes se reúnen para consolidar a la Empresa de “ECUADOR SPORTING CÍA. LTDA.”, la cual producirá y comercializará prendas deportivas.

SEGUNDA: La constitución de la Empresa:

ARTÍCULO PRIMERO: Se establecerá la nacionalidad, denominación, establecimiento y duración:

- **NACIONALIDAD.-** La Nacionalidad de la Empresa será ecuatoriana.
- **DENOMINACIÓN.-** “ECUADOR SPORTING CÍA. LTDA.”
- **ESTABLECIMIENTO.-** Su establecimiento será en el Cantón de Cuenca, en la Parroquia Totoracocha en la calle Rumihurco y Paseo de los Cañaris diagonal a las canchas del Banco de la Vivienda.
- **DURACIÓN.-** Su duración será en un plazo de 10 años, a partir de la fecha de inscripción en el Registro Mercantil, el mismo que tendrá por acuerdo de la junta general de socios a ser reducida.

ARTÍCULO SEGUNDO.- Objeto social.- La Empresa “Ecuador Sporting Cía. Ltda.”, tendrá por objeto social la producción y comercialización de prendas deportivas, en la que podrá realizar actividades de comercio permitidas por la ley.

ARTÍCULO TERCERO.- Capital Social.- El capital social será de \$39.000 dólares cada socio aportando con la cantidad de \$13.000 la cual se encuentra pagada íntegramente.

**CUADRO 1
CAPITAL SOCIAL**

SOCIOS	CAPITAL PAGADO	PARTICIPACIONES
MARTHA GUALLPA	13000	33.33%
MARGOTH GORDILLO	13.000	33.33%
JENNY GUZMAN	13.000	33.33%
TOTAL	39.000	100,00%

ARTÍCULO CUARTO.- De la Administración de la Sociedad.- La administración de la sociedad estará compuesta por la junta general de socios siendo su máximo organismo y administrada por su presidente y gerente.

ARTÍCULO QUINTO.- De la junta general.- La junta general de socios es parte de la empresa y está integrada por los socios en las circunstancias que la ley, el estatuto y reglamento lo estipulen.

ARTÍCULO SEXTO.- Convocatoria.- La convocatoria será para la junta general de socios la cual estará válidamente constituida para deliberar, los socios estarán convocados por lo menos con una semana antes de anticipación a la fecha que será la reunión.

ARTÍCULO SÉPTIMO.- Clase de Junta generales.- La clase de juntas serán ordinarias las cuales se reunirán una vez al año dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico y las extraordinarias se reunirán en cualquier momento que lo convoque el gerente o el presidente, las reuniones se realizarán en el domicilio de la empresa.

ARTÍCULO OCTAVO.- Los socios asistirán a las juntas Generales la cual debe ser personal o por medio de un representante teniendo un escrito de representación y con carácter general especial para cada junta.

ARTÍCULO NOVENO.- Representación legal.- La representación legal estará representada por su Gerente para realizar cualquier gestión, actos, contratos.

ARTÍCULO DÉCIMO Del Presidente.- El presidente será elegido por la Junta General por un periodo de dos años, pudiendo ser reelegido.

ARTÍCULO DÉCIMO PRIMERO.- Del Gerente.- El gerente es la máxima autoridad ejecutiva de la empresa, representará la administración de los negocios sociales para el ejercicio, para este cargo será designado un socio o uno de la sociedad, tendrá un periodo de dos años pudiendo ser reelegido.

ARTÍCULO DÉCIMO SEGUNDO.- Fiscalización.- La fiscalización de la junta General se ejecutará anualmente a un comisario principal quien presentará un informe a la Junta General al finalizar cada ejercicio económico.



ARTÍCULO DÉCIMO TERCERO.- De la disolución y liquidación.- La disolución y liquidación se disolverá por las causas establecidas por la ley y por el acuerdo de los socios tomado de la Junta General, estando dispuesto en la ley de sociedades para lo relativo a su remuneración.

ARTÍCULO DÉCIMO CUARTO.- Declaraciones especiales.- Los socios autorizarán a la CPA Margoth Gordillo, para que realice todos los actos necesarios y se comparezca ante las autoridades respectivas. Usted Señor notario designará agregar las demás cláusulas de rigor y validez.

Hasta aquí la minuta, determina que los señores comparecientes se están de acuerdo en todo su contenido, la misma que se encuentra firmada por el Señor Doctor Benito Arias, abogado. Firman como constancia conmigo en unidad de acto den todo lo que también doy fe.

.....
SRA. MARTHA GUALLPA

.....
CPA. MARGOTH GORDILLO

.....
ING. JENNY GUZMÁN

.....
DR. BENITO ARIAS

ANEXO 9

DEFINICIÓN DE PERFILES Y CARGOS

 DEFINICIÓN DE PERFILES Y CARGOS ECUADOR SPORTING	
1.- IDENTIFICACION DEL PUESTO	
Nombre del puesto: Junta General de Socios	Nº de personas que ocupan el puesto: 3 accionistas
Horario: 8 horas	Supervisa a: Gerente General
Jefe Inmediato: No aplica	Relaciones Internas con: Gerente General, Secretaria
	Relaciones Externas con: Bancos, Clientes, Proveedores.
2.- NATURALEZA DEL CARGO	
Se encarga de tomar decisiones administrativas; financieras y legales que permitan el mejor uso de los recursos y el desarrollo organizacional	
3.- FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES	
a) Nombrar y remover al Gerente General de la Empresa.	
b) Atender asuntos señalados según convocatoria de socios.	
c) Definir funciones, responsabilidades del Gerente y Presidente.	
d) Establecer responsabilidades del Gerente General y Presidente	
e) Establecer responsabilidad sobre el actuar del resto de unidades.	
f) Considerar pertinente los socios o las leyes que así lo dicten.	
4.- PERFIL PARA EL CARGO	
Edad: 27 años en adelante	
Sexo: Indistinto	
Conocimientos Básicos: Toma de decisiones para el control y supervisión de la empresa.	
Educación: Profesional:	
Experiencia: Conocimientos de contabilidad, administración, organismos de control, balances, estados financieros, leyes, etc.	
Habilidades y Destrezas: Persona preparada para realizar la función encomendada	
Actitudes: Responsabilidad, eficiencia, supervisión y control de la empresa.	
5.- CONDICIONES DE TRABAJO	
Ambiente físico: Ambiente interno y externo	Requisitos físicos: No aplica
	Requisitos mentales: Mentalidad positiva para alcanzar los objetivos de la empresa
Riesgos de trabajo: Riesgo bajo	
Esfuerzo físico: Trabajo bajo presión	Herramientas necesarias para el puesto: Capital

 DEFINICIÓN DE PERFILES Y CARGOS ECUADOR SPORTING	
1.- IDENTIFICACION DEL PUESTO	
Nombre del puesto: Gerente General	Nº de personas que ocupan el puesto: 1 persona
Horario: 8 horas	Supervisa a: Contador, Secretaria, Jefe de Producción, Jefe de Ventas
Jefe Inmediato: Junta General de Socios	Relaciones Internas con: Junta General de Socios
	Relaciones Externas con: Bancos, Organismos de Control, Clientes, Proveedores.
2.- NATURALEZA DEL PUESTO	
Se encarga de planificar, organizar, controlar la empresa, tomando decisiones a diario que ayuden al desarrollo de la misma.	
3.- FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES	
a) Representar a la empresa ante organismos externos.	
b) Presentar a la Junta General de Socios informes.	
c) Desarrollar estrategias generales para alcanzar los objetivos y metas propuestas.	
d) Implementar procesos, normas y políticas para la empresa.	
e) Utilizar los recursos con eficiencia.	
f) Convocar a reuniones a los socios.	
g) Velar por el buen funcionamiento de la empresa.	
4.- PERFIL DEL PUESTO	
Edad: 30 años en adelante	
Sexo: Indistinto	
Conocimientos Básicos: Finanzas, Contabilidad, Liderazgo.	
Educación: Profesional:	
Experiencia: Conocimientos de contabilidad, administración, organismos de control, balances, estados financieros, leyes, etc.	
Habilidades y Destrezas: Persona preparada para realizar la función encomendada	
Actitudes: Responsabilidad, eficiencia, supervisión y control de la empresa.	
5.- CONDICIONES DE TRABAJO	
Ambiente físico: Ambiente interno y externo	Requisitos físicos: No aplica
Riesgos de trabajo: Riesgo bajo	Requisitos mentales: Concentración en el puesto de trabajo
Esfuerzo físico: Trabajo bajo presión	Herramientas necesarias para el puesto: Equipo de computación, suministros de oficina

 DEFINICIÓN DE PERFILES Y CARGOS ECUADOR SPORTING	
1.- IDENTIFICACION DEL PUESTO	
Nombre del puesto: Jefe de Producción.	Nº de personas que ocupan el puesto: 1 persona
Horario: 8 horas	Supervisa a: Operarios
Jefe Inmediato: Gerente General	Relaciones Internas con: Gerente General, Operarios
	Relaciones Externas con: Organismos de Control y procesos.
2.- NATURALEZA DEL PUESTO	
Se encarga de tomar decisiones para los procesos de producción que permitan el mejor uso de los recursos disponibles en materia prima, materiales, maquinaria; en la elaboración de las prendas deportivas	
3.- FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES	
a) Control en los procesos de producción de la empresa.	
b) Inspección a los operarios en la elaboración de la prendas deportivas.	
c) Definir funciones y responsabilidades a los operarios de cada área de producción.	
d) Establecer responsabilidades sobre el actuar del resto de unidades del área de producción.	
e) Mejorar el tiempo en los procesos de confección de las prendas deportivas.	
4.- PERFIL DEL PUESTO	
Edad: 25 años en adelante	
Sexo: Indistinto	
Conocimientos Básicos: Manejo de control del proceso de producción de prendas deportivas.	
Educación: Profesional:	
Experiencia: Conocimientos en procesos de producción.	
Habilidades y Destrezas: Persona preparada para realizar la función encomendada	
Actitudes: Responsabilidad, eficiencia, supervisión y control del trabajo a los operarios del área de producción.	
5.- CONDICIONES DE TRABAJO	
Ambiente físico: Ambiente interno y externo	Requisitos físicos: Esfuerzo físico para realizar la actividad que le corresponde.
Riesgos de trabajo: Riesgo bajo	
Esfuerzo físico: Resistencia a jornadas prolongadas de trabajo.	Requisitos mentales: Concentración en el puesto de trabajo

 DEFINICIÓN DE PERFILES Y CARGOS ECUADOR SPORTING	
1.- IDENTIFICACION DEL PUESTO	
Nombre del puesto: Secretaria.	Nº de personas que ocupan el puesto: 1 persona
Horario: 8 horas	Supervisa a: No aplica
Jefe Inmediato: Gerente General	Relaciones Internas con: Gerente General
	Relaciones Externas con: Clientes, Proveedores
2.- NATURALEZA DEL PUESTO	
Se encarga de dar información que sea requerida.	
3.- FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES	
a) Buen trato a los clientes.	
b) Es responsable del archivo correcto de los diferentes documentos de la empresa.	
c) Receptar las llamadas y brindar la información correspondiente.	
d) Realizar llamadas con el fin de obtener información que se requiera.	
4.- PERFIL DEL PUESTO	
Edad: 22 años en adelante	
Sexo: Indistinto	
Conocimientos Básicos: Word, Excel, Contabilidad, Facturación.	
Educación: Profesional:	
Experiencia: Conocimientos básicos en computación.	
Habilidades y Destrezas: Persona preparada para realizar la función encomendada	
Actitudes: Responsabilidad, eficiencia.	
5.- CONDICIONES DE TRABAJO	
Ambiente físico: Ambiente interno y externo	Requisitos físicos: Esfuerzo físico para realizar la actividad que le corresponde.
Riesgos de trabajo: Riesgo bajo	
Esfuerzo físico: Resistencia a jornadas prolongadas de trabajo.	Requisitos mentales: Concentración en el puesto de trabajo
Herramientas necesarias para el puesto: Computadora, suministros de oficina.	



DEFINICIÓN DE PERFILES Y CARGOS ECUADOR SPORTING

1.- IDENTIFICACION DEL PUESTO

Nombre del puesto: Contador

Nº de personas que ocupan el puesto: 1 persona

Supervisa a: No aplica

Horario: 8 horas

Relaciones Internas con: Gerente General, Jefe de Ventas, Secretaria, Jefe de Producción.

Jefe Inmediato: Gerente General

Relaciones Externas con: Organismos de control.

2.- NATURALEZA DEL PUESTO

Se encarga de tomar decisiones contables, administrativas y legales que permitan el mejor uso de los recursos y el desarrollo organizacional.

3.- FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

- a) Emitir estados financieros oportunos, confiables y de acuerdo a los principios contables.
- b) Revisar contratos de proveedores.
- c) Atender requerimientos de información de organismos fiscales y de control.
- d) Declaraciones al SRI.
- e)

4.- PERFIL DEL PUESTO

Edad: 25 años en adelante

Sexo: Indistinto

Conocimientos Básicos: Manejo de caja chica, conciliaciones bancarias, cuentas contables.

Educación: Profesional:

Experiencia: Conocimientos en Word, Excel, contabilidad, normas SRI, manejo página IESS.

Habilidades y Destrezas: Persona preparada para realizar la función encomendada

Actitudes: Responsabilidad, eficiencia, supervisión y control del trabajo en el área administrativa-financiera.

5.- CONDICIONES DE TRABAJO

Ambiente físico: Ambiente interno y externo **Requisitos físicos:** Esfuerzo físico para realizar la actividad que le corresponde.

Riesgos de trabajo: Riesgo bajo

Esfuerzo físico: Resistencia a

Requisitos mentales: Concentración en el puesto de trabajo

jornadas prolongadas de trabajo.

Herramientas necesarias para el puesto: Computadora, suministros de oficina.

 DEFINICIÓN DE PERFILES Y CARGOS ECUADOR SPORTING	
1.- IDENTIFICACION DEL PUESTO	
Nombre del puesto: Operario	Nº de personas que ocupan el puesto: 4 personas
	Supervisa a: No aplica
Horario: 8 horas	Relaciones Internas con: Jefe de Producción y Operarios
Jefe Inmediato: Jefe de Producción	Relaciones Externas con: No aplica
2.- NATURALEZA DEL PUESTO	
Persona profesional preparada para garantizar un buen producto terminado, satisfaciendo las exigencias de los clientes en cada prenda deportiva.	
3.- FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES	
a) Tener una buena planificación de la materia prima e insumos para la producción.	
b) Elaborar los patrones de las prendas deportivas de acuerdo a los modelos y tallas requeridas	
c) Realizar el proceso de trazo y corte de las prendas deportivas.	
d) Estampado y bordado en las prendas deportivas.	
e) Unión de las piezas.	
f) Planchado de la prenda deportiva.	
g) Embalaje del producto terminado.	
4.- PERFIL DEL PUESTO	
Edad: 22 años en adelante	
Sexo: Indistinto	
Conocimientos Básicos: Conocimiento del proceso de corte y trazo de los patrones, unión de la	
Educación: Bachiller en corte y confección.	
Experiencia: Conocimientos en el proceso de corte y trazo de prendas deportivas.	
Habilidades y Destrezas: Persona preparada para la confección de prendas deportivas.	
Actitudes: Elaboración de un producto que satisfaga las necesidades de los consumidores, control de los recursos.	
5.- CONDICIONES DE TRABAJO	
Ambiente físico: Ambiente interno y externo	Requisitos físicos: Esfuerzo físico para realizar la actividad que le corresponde.
Riesgos de trabajo: Riesgo bajo	
Esfuerzo físico: Esfuerzo máximo para manejar la maquinaria.	Requisitos mentales: Concentración en el puesto de trabajo
Herramientas necesarias para el puesto: Maquinaria, materia prima, herramientas.	

 DEFINICIÓN DE PERFILES Y CARGOS ECUADOR SPORTING	
1.- IDENTIFICACION DEL PUESTO	
Nombre del puesto: Operario	Nº de personas que ocupan el puesto: 4 personas
	Supervisa a: No aplica
Horario: 8 horas	Relaciones Internas con: Jefe de Producción y Operarios
Jefe Inmediato: Jefe de Producción	Relaciones Externas con: No aplica
2.- NATURALEZA DEL PUESTO	
Persona profesional preparada para garantizar un buen producto terminado, satisfaciendo las exigencias de los clientes en cada prenda deportiva.	
3.- FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES	
a) Tener una buena planificación de la materia prima e insumos para la producción.	
b) Elaborar los patrones de las prendas deportivas de acuerdo a los modelos y tallas requeridas	
c) Realizar el proceso de trazo y corte de las prendas deportivas.	
d) Estampado y bordado en las prendas deportivas.	
e) Unión de las piezas.	
f) Planchado de la prenda deportiva.	
g) Embalaje del producto terminado.	
4.- PERFIL DEL PUESTO	
Edad: 22 años en adelante	
Sexo: Indistinto	
Conocimientos Básicos: Conocimiento del proceso de corte y trazo de los patrones, unión de las piezas,	
Educación: Bachiller en corte y confección.	
Experiencia: Conocimientos en el proceso de corte y trazo de prendas deportivas.	
Habilidades y Destrezas: Persona preparada para la confección de prendas deportivas.	
Actitudes: Elaboración de un producto que satisfaga las necesidades de los consumidores, control de los recursos.	
5.- CONDICIONES DE TRABAJO	
Ambiente físico: Ambiente interno y externo	Requisitos físicos: Esfuerzo físico para realizar la actividad que le corresponde.
Riesgos de trabajo: Riesgo bajo	
Esfuerzo físico: Esfuerzo máximo para manejar la maquinaria.	Requisitos mentales: Concentración en el puesto de trabajo
Herramientas necesarias para el puesto: Maquinaria, materia prima, herramientas.	

 DEFINICIÓN DE PERFILES Y CARGOS ECUADOR SPORTING	
1.- IDENTIFICACION DEL PUESTO	
Nombre del puesto: Vendedor	Nº de personas que ocupan el puesto: 1 persona
	Supervisa a: No aplica
Horario: 8 horas	Relaciones Internas con: Contador, Jefe de producción.
Jefe Inmediato: Gerente General	Relaciones Externas con: Clientes
2.- NATURALEZA DEL PUESTO	
Persona profesional preparada para realizar el servicio de preventa y posventa de las prendas deportivas, logrando una fidelidad con los clientes.	
3.- FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES	
a) Brindar atención al cliente de forma clara y oportuna.	
b) Aportar con ideas para realizar una mejor gestión de ventas.	
c) Planear los objetivos concretos de venta y evaluar su cumplimiento.	
d) Responsabilidad por el proceso que se ofrece a los clientes.	
e) Presentar informe de satisfacción de los clientes.	
4.- PERFIL DEL PUESTO	
Edad: 22 años en adelante	
Sexo: Indistinto	
Conocimientos Básicos: Conocimiento en ventas y atención al cliente.	
Educación: Bachiller en comercio y administración.	
Experiencia: en ventas	
Habilidades y Destrezas: Persona preparada para atender a los clientes.	
Actitudes: Amabilidad, Responsabilidad, Respeto, Disciplina, Energía positiva.	
5.- CONDICIONES DE TRABAJO	
Ambiente físico: Ambiente interno y externo	Requisitos físicos: Esfuerzo físico para realizar la actividad que le corresponde.
Riesgos de trabajo: Riesgo bajo	Requisitos mentales: Concentración en el puesto de trabajo
Esfuerzo físico: Esfuerzo máximo para realizar tareas de mantenimiento y limpieza del	Herramientas necesarias para el puesto: Prendas deportivas

 DEFINICIÓN DE PERFILES Y CARGOS ECUADOR SPORTING	
1.- IDENTIFICACION DEL PUESTO	
Nombre del puesto: Cajera	Nº de personas que ocupan el puesto: 1 persona
	Supervisa a: No aplica
Horario: 8 horas	Relaciones Internas con: Contador, Jefe de producción.
Jefe Inmediato: Gerente General	Relaciones Externas con: Clientes
2.- NATURALEZA DEL PUESTO	
Emisión de facturas y notas de venta, cobro de pedidos, revisar el stock de productos disponibles para la venta, arqueo de caja.	
3.- FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES	
a) Cobrar los pedidos.	
b) Conciliar cuentas de los clientes.	
c) Servir de apoyo a la gestión del contador.	
d) Realizar reportes de ventas.	
e) Realizar arqueos de caja	
f) Conciliar los inventarios.	
4.- PERFIL DEL PUESTO	
Edad: 20 años en adelante	
Sexo: Indistinto	
Conocimientos Básicos: Conocimiento en ventas y atención al cliente, paquete office.	
Educación: Bachiller en comercio y administración.	
Experiencia: en ventas, computación.	
Habilidades y Destrezas: Persona preparada para atender a los clientes.	
Actitudes: Amabilidad, Responsabilidad, Respeto, Disciplina, Energía positiva.	
5.- CONDICIONES DE TRABAJO	
Ambiente físico: Ambiente interno y externo	Requisitos físicos: Esfuerzo físico para realizar la actividad que le corresponde.
Riesgos de trabajo: Riesgo bajo	
	Requisitos mentales: Concentración en el puesto de
Esfuerzo físico: Trabajo bajo presión. trabajo	
Herramientas necesarias para el puesto: Suministros de oficina, Equipo de computación.	



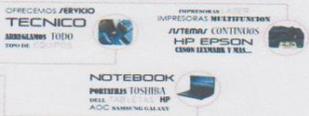
ANEXO N° 10

PROFORMAS PARA LA ADQUISICIÓN DE ACTIVOS, SUMINISTROS DE OFICINA, EQUIPO DE COMPUTACIÓN





NUESTRO TRABAJO ES HACER FACIL EL SUYO



	Procesador AMD E350N Dual Core 1.6GHz	Intel Pentium Dual Core G640 2.8GHZ	Intel Core i3-3220 3.1Ghz	Intel Core i5-3330 3.0GHZ	Intel Core i5-3470 3.20GHZ	Intel Core i7-3770 3.40GHZ
Procesador						
Motherboard	GA-E350N GIGABYTE	GIGABYTE H61	GIGABYTE H61	GIGABYTE H61	Intel H67	Intel H67
Memoria	DDR3 2GB	DDR3 2 Gb	DDR3 4GB	DDR3 4GB	DDR3 4GB	DDR3 8GB
Disco Duro	500GB SATA	500 Gb SATA	500 GB SATA	1000 GB SATA	1000 GB SATA	2000 GB SATA
Lector Memorias		5 en 1	5 en 1	5 en 1	5 en 1	5 en 1
Unidad Optica	DVD RW 20X	DVD RW 20X	DVD RW 20X	DVD RW 20X	DVD RW 20X	DVD RW 20X
Case	MICRO ATX 500W	ATX FP 600W	ATX FP 600W	ATX FP 600W	ATX FP 600W	ATX FP 600W
Puertos usb	4 puertos USB 2.0		8 Puertos USB 2.0	8 Puertos USB 2.0	8 Puertos USB 2.0	8 Puertos USB 2.0
Teclado	Genius KB-220 PS2	Genius KB-220 PS2	Multimedia Genius USB	Multimedia Genius USB	Multimedia Genius	Multimedia Genius
Mouse	Optico Genius PS2	Optico Genius PS2	Optico Genius USB	Optico Genius USB	Optico Genius	Optico Genius
Parlantes	Genius 2 pcs	Genius 2 pcs	Genius 2 pcs	Genius 2 pcs	Genius 2 pcs	Genius 2 pcs
Video	AMD Radeon HD 6310 (DirectX11) - HDMI	Intel Graphics Media Accelerator 3100	Intel Graphics Media Accelerator 3100	Intel Graphics Media Accelerator 3100	Puertos: DVI-HDMI	2 GB PCI EXPRESS GT 610
Sonido	8 canales Realtek ALC887	8 canales Realtek ALC887	8 canales Realtek ALC887	8 canales Realtek ALC887	10 canales (7.1)	10 canales (7.1)
Red	LAN Gigabit 10/100/1000	LAN Gigabit 10/100/1000	LAN Gigabit 10/100/1000	LAN Gigabit 10/100/1000	LAN Gigabit 10/100/1000	LAN Gigabit 10/100/1000
Protección	Regulador Voltaje	Regulador Voltaje	Regulador Voltaje	Regulador Voltaje	Regulador Voltaje	Regulador Voltaje
GARANTIA	1 AÑO DE GARANTÍA + 1 SERVICIO TÉCNICO					
PRECIO SI/MONITOR	286	364	463	592	688	964
Monitor 15.6" LCD	384	461	559	685	779	1067
Monitor 18.5" LCD	411	490	589	718	814	1106
Monitor 22" LED	538	616	716	845	940	1233



Por \$65 dólares, llévate una impresora multifunción HP 2050 o una CANON MG2210.
*Hasta agotar stock



* COMPRAS EN EFECTIVO APLICAN UN 8% DE DESCUENTO - GARANTIA DE 1 AÑO



ENCUENTRANOS EN:

 /Gigacomputers.com.ec

PRESIDENTE CÓRDOVA 8-42 ENTRE LUIS CORDERO Y BENIGNO MALO
TELÉFONOS: 282561 - 2832847
WWW.GIGACOMPUTERS.COM.EC
CUENCA - ECUADOR





Cuenca, 01 Mayo del 2013
 000763 GORDILLO MARGOTH
 EL CARMEN

HORA: 11:01

FF 64

0102064050

2390519

VENCE: 01-05-2013

CATTY

#	CODIGO	CANT	DESCRIPCION	PU	PT
1	378080	4	*Archivador Alex T/D	2.2000	8.80
2	386436	4	*Archivador Alex T/T	2.0000	8.00
3	00339	4	*Borrador Pelikan FZ-20 blanco queso	0.2000	0.80
4	614550	50	*Carpeta colgante de carton	0.6000	30.00
5	00475	100	*Carpeta Manila C/V Ideal	0.2000	20.00
6	45743	12	*Cinta Transparente China 18x36	0.3000	3.60
7	00869	10	*Clips Lancer x50u	0.2500	2.50
8	01009	4	*Dispensador Eagle 898M mediano	2.3000	9.20
9	6251191	4	*Engrapadora Eagle 848 Grande	10.9001	43.60
10	01128	24	*Esfero Bic pf azul	0.3500	8.40
11	04070	24	*Esfero Bic pf negro	0.3500	8.40
12	01614	60	*Lapiz Othello HB c/b ref.288	0.5000	30.00
13	398635	4	*Marcador Pelikan 420 permanente	0.4000	1.60
14	01868	6	*Marcador Simbalion numerado 0.4	0.9000	5.40
15	346092	3	*Notitas Adhe. Kai Wen 3x3 colores	0.7500	2.25
16	435637	1	Papel Bond T/A4 75gr.Copylaser caja	31.0000	31.00
17	498462	4	*Perforadora Eagle 708 Mediana	2.5000	10.00
18	423240	4	*Portaclips cuadrado, Koupee Ref-2704	0.5500	2.20
19	448488	4	*Resaltador Tratto Pax	0.7500	3.00
20	02997	50	*Sobres Manila F6	0.2000	10.00
21	02997	50	*Sobres Manila F6	0.2000	10.00
22	448350	100	*Sobres Terrestre Ideal T/D	0.0500	5.00
23	06116	2	*Tijera Lancer numerada	0.3500	0.70
24	414290	8	*Tinta p/imp. Canon /Epson 1 litro Deltain	21.0000	168.00

TOTAL: 422.45

 CLIENTE


 AUTORIZADO PER



MAQUICEDI
SERVICIO TECNICO CEDILLO

VENTA, MANTENIMIENTO Y DISTRIBUCION DE MAQUINAS INDUSTRIALES Y DOMESTICAS. PROFORMA N:206
R.U.C. 0103587705-001

ACCESORIOS Y REPUESTOS ORIGINALES TELF: 2844-469

Dir: Pio Bravo 7-23 y Borrero

GERENTE: SANTIAGO CEDILLO

Sr (a) MARGOTH GORDILLO C.I. .0104233259
Dir: EL CARMEN DE SININCA Y
Fecha: 15/04/2013
Telf: 72390519

CANT	DESCRIPCION	V/ UNITARIO	TOTAL
1	MAQUINA CORTADORA INDUSTRIAL MARCA KL	1150	1150
1	MAQUINA OVERLOCK MARCA JUKI MODELO MO6714	1400	1400
1	MAQUINA PUNTADA RECTA MARCA JUKI MODELO DDL 8100	500	500
1	MAQUINA RECUBRIDORA MARCA JUKI MODELO CW 500	1450	1450
1	MAQUINA ELASTICADORA MARCA KANSAI 9 AGUJAS MODELO FX4409P	2380	2380
1	MAQUINA ESTAMPADORA NACIONAL MODELO 45 CTM	690	690
1	MAQUINA BORDADORA 15 AGUJAS MARCA SWF MODELO SWFETIS01	15450	15450
1	PLANCHA INDUSTRIAL MARCA SILVERSTAR MODELO ES 300	170	170
		TOTAL	23190

NOTA: LOS PRECIOS INCLUYE IVA

RECIBE CONFORME


 SERVICIO TECNICO CEDILLO
 MAQUICEDI
 VENTA, MANTENIMIENTO Y DISTRIBUCION DE MAQUINAS INDUSTRIALES Y DOMESTICAS
 Pio Bravo 7-23 y Borrero - Telf: 2844 469
 RUC: 0103587705001
 ENTREGADO POR



ANEXO N° 11

TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO

TABLA DE AMORTIZACION								
AÑOS	PERIODO	CAPITAL	INTERES	CUOTA	CAPITAL PAGADO	SALDO DE DEUDA	INTERES ANUAL	PAGO DE CAPITAL ANUAL
AÑO 1	1	34.314,21	279,09	725,03	445,94	33.868,27	3.103,08	5.597,29
	2	33.868,27	275,46	725,03	449,57	33.418,70		
	3	33.418,70	271,81	725,03	453,22	32.965,48		
	4	32.965,48	268,12	725,03	456,91	32.508,57		
	5	32.508,57	264,40	725,03	460,63	32.047,94		
	6	32.047,94	260,66	725,03	464,37	31.583,57		
	7	31.583,57	256,88	725,03	468,15	31.115,42		
	8	31.115,42	253,07	725,03	471,96	30.643,46		
	9	30.643,46	249,23	725,03	475,80	30.167,66		
	10	30.167,66	245,36	725,03	479,67	29.688,00		
	11	29.688,00	241,46	725,03	483,57	29.204,43		
	12	29.204,43	237,53	725,03	487,50	28.716,93		
AÑO 2	13	28.716,93	233,56	725,03	491,47	28.225,46	2.531,67	6.168,69
	14	28.225,46	229,57	725,03	495,46	27.730,00		
	15	27.730,00	225,54	725,03	499,49	27.230,51		
	16	27.230,51	221,47	725,03	503,56	26.726,95		
	17	26.726,95	217,38	725,03	507,65	26.219,30		
	18	26.219,30	213,25	725,03	511,78	25.707,52		
	19	25.707,52	209,09	725,03	515,94	25.191,58		
	20	25.191,58	204,89	725,03	520,14	24.671,44		
	21	24.671,44	200,66	725,03	524,37	24.147,07		
	22	24.147,07	196,40	725,03	528,63	23.618,44		
	23	23.618,44	192,10	725,03	532,93	23.085,50		
	24	23.085,50	187,76	725,03	537,27	22.548,24		
AÑO 3	25	22.548,24	183,39	725,03	541,64	22.006,60	1.901,93	6.798,43
	26	22.006,60	178,99	725,03	546,04	21.460,55		
	27	21.460,55	174,55	725,03	550,48	20.910,07		
	28	20.910,07	170,07	725,03	554,96	20.355,11		
	29	20.355,11	165,55	725,03	559,48	19.795,63		
	30	19.795,63	161,00	725,03	564,03	19.231,61		



	31	19.231,61	156,42	725,03	568,61	18.662,99		
	32	18.662,99	151,79	725,03	573,24	18.089,76		
	33	18.089,76	147,13	725,03	577,90	17.511,86		
	34	17.511,86	142,43	725,03	582,60	16.929,26		
	35	16.929,26	137,69	725,03	587,34	16.341,92		
	36	16.341,92	132,91	725,03	592,12	15.749,80		
AÑO 4	37	15.749,80	128,10	725,03	596,93	15.152,87	1.207,90	7.492,46
	38	15.152,87	123,24	725,03	601,79	14.551,08		
	39	14.551,08	118,35	725,03	606,68	13.944,40		
	40	13.944,40	113,41	725,03	611,62	13.332,79		
	41	13.332,79	108,44	725,03	616,59	12.716,20		
	42	12.716,20	103,43	725,03	621,61	12.094,59		
	43	12.094,59	98,37	725,03	626,66	11.467,93		
	44	11.467,93	93,27	725,03	631,76	10.836,17		
	45	10.836,17	88,13	725,03	636,90	10.199,28		
	46	10.199,28	82,95	725,03	642,08	9.557,20		
	47	9.557,20	77,73	725,03	647,30	8.909,90		
	48	8.909,90	72,47	725,03	652,56	8.257,34		
AÑO 5	49	8.257,34	67,16	725,03	657,87	7.599,47	443,02	8.257,34
	50	7.599,47	61,81	725,03	663,22	6.936,25		
	51	6.936,25	56,41	725,03	668,62	6.267,63		
	52	6.267,63	50,98	725,03	674,05	5.593,58		
	53	5.593,58	45,49	725,03	679,54	4.914,05		
	54	4.914,05	39,97	725,03	685,06	4.228,98		
	55	4.228,98	34,40	725,03	690,63	3.538,35		
	56	3.538,35	28,78	725,03	696,25	2.842,10		
	57	2.842,10	23,12	725,03	701,91	2.140,18		
	58	2.140,18	17,41	725,03	707,62	1.432,56		
	59	1.432,56	11,65	725,03	713,38	719,18		
	60	719,18	5,85	725,03	719,18	0,00		
TOTAL			9.187,59	43.501,80	34.314,21		9.187,59	34.314,21



ANEXO N° 12
PROGRAMA DE PRODUCCIÓN ANUAL

PROGRAMA DE PRODUCCION ANUAL DE PRENDAS DEPORTIVAS													
AÑOS	DETALLE				PRECIO				VENTAS ANUALES				TOTAL INGRESOS ANUALES
	TERNOS DEPORTIVOS COMPLETOS	CALENTADORES	CAMISETAS	PANTALONETAS O LICRAS	TERNOS DEPORTIVOS COMPLETOS	CALENTADORES	CAMISETAS	PANTALONETAS O LICRAS	TERNOS DEPORTIVOS COMPLETOS	CALENTADORES	CAMISETAS	PANTALONETAS O LICRAS	
1	910	2912	5824	5460	45,00	15,00	12,00	10,00	40950,00	43680,00	69888,00	54600,00	209118,00
2	929	2971	5943	5571	46,92	15,64	12,51	10,43	43569,03	46473,64	74357,82	58092,05	222492,54
3	947	3031	6062	5683	48,93	16,31	13,05	10,87	46339,15	49428,42	79085,47	61785,53	236638,57
4	966	3090	6181	5794	51,01	17,00	13,60	11,34	49266,47	52550,90	84081,44	65688,62	251587,42
5	984	3150	6300	5906	53,19	17,73	14,18	11,82	52359,29	55849,91	89359,86	69812,39	267381,44



ANEXO N° 13

REQUERIMIENTO DE MATERIALES

MATERIA PRIMA DIRECTA E INDIRECTA																					
MATERIALES DIRECTOS E INDIRECTOS				MATERIA PRIMA SEMANAL						MATERIA PRIMA ANUAL						COSTO TOTAL					
MATERIA PRIMA	TIPO DE COSTO	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	TERMINOS DEPORTIVOS COMPLETOS	CALENTADORES	CAMISetas	PANTALONETA O LUCRA	TERMINOS DEPORTIVOS COMPLETOS	CALENTADORES	CAMISetas	PANTALONETA O LUCRA	TERMINOS DEPORTIVOS COMPLETOS	CALENTADORES	CAMISetas	PANTALONETA O LUCRA	TERMINOS DEPORTIVOS COMPLETOS	CALENTADORES	CAMISetas	PANTALONETA O LUCRA		
AÑO 1	TELA POLIESTER	COSTO DIRECTO	METROS	3.05	5.25	-	22	10.5	26.25	-	112	52.5	1365	-	5824	2730	4.163.25	-	17.763.20	8.326.50	
	TELA RIB	COSTO DIRECTO	METROS	2.95	0.74	-	5	-	3.684	-	23.579	-	191.579	-	1226.105	-	565.158	-	3617.011	-	
	TELA DE ALGODON	COSTO DIRECTO	METROS	3.65	9.45	13.44	-	-	47.25	67.2	-	-	2457	3494.4	-	-	8.968.05	12.754.56	-	-	
	TELA PARA FORRO	COSTO DIRECTO	METROS	1.5	6.37	10.08	-	4.41	31.85	50.4	-	22.05	1656.2	2620.8	-	1146.6	2.484.30	3.931.20	-	1.719.90	
	ETIQUETAS	COSTO INDIRECTO	LINDADES	0.05	14	11.2	22	0	70	56	112	0	3640	2912	5824	0	182.00	145.60	291.20	-	
	ELASTICO	COSTO INDIRECTO	METROS	0.547	4.095	4.144	-	7.77	20.475	20.72	-	-	38.85	1064.7	1077.44	-	2020.2	582.39	589.36	-	1.105.05
	CORDON	COSTO INDIRECTO	METROS	0.055	5.145	5.6	-	9.87	25.725	26	-	-	49.35	1337.7	1456	-	2566.2	73.57	80.08	-	141.14
	HILLO	COSTO INDIRECTO	YARDAS	0.00025	35358.80	24031.50	48552.93	45059.06	176798.99	120157.46	242764.65	225295.28	9193547.68	6248188.98	12623762.03	11715354.33	2298.39	1562.05	3155.94	-	2928.84
	CIERRES	COSTO INDIRECTO	LINDADES	0.35	3.5	-	-	-	17.5	-	-	-	910	-	-	-	318.50	-	-	-	-
																	COSTO DE MATERIA PRIMA DIRECTA		16.180.76	16.685.76	21.380.21
																COSTO DE MATERIA PRIMA INDIRECTA		3.454.85	2.377.09	3.447.14	4.175.03
																COSTO TOTAL AÑO 1		19.635.61	19.062.85	24.827.35	14.221.43
AÑO 2	TELA POLIESTER	COSTO DIRECTO	METROS	3.18	6	-	22	10.5	30	-	110	52.5	1560	-	5720	2730	4.758.00	-	17.446.00	8.326.50	
	TELA RIB	COSTO DIRECTO	METROS	3.08	0.84	-	5	-	4.2	-	23.155	-	218.4	-	1204.06	-	644.28	-	3.551.98	-	
	TELA DE ALGODON	COSTO DIRECTO	METROS	3.81	10.8	13.2	-	-	54	66	-	-	2808	3432	-	-	10.249.20	12.526.80	-	-	
	TELA PARA FORRO	COSTO DIRECTO	METROS	1.56	7.28	9.9	0	4.41	36.4	49.5	-	22.05	1892.8	2574	-	1146.6	2.839.20	3.861.00	-	1.719.90	
	ETIQUETAS	COSTO INDIRECTO	LINDADES	0.05	16	11	22	21	80	55	110	105	4160	2860	5720	5460	208.00	143.00	286.00	-	
	ELASTICO	COSTO INDIRECTO	METROS	0.570	4.68	4.07	0	7.77	23.4	20.35	-	-	38.85	1216.8	1058.2	-	2020.2	665.59	578.84	-	1.105.05
	CORDON	COSTO INDIRECTO	METROS	0.057	5.88	5.5	0	9.87	29.4	27.5	-	-	49.35	1528.8	1430	-	2566.2	84.08	78.65	-	141.14
	HILLO	COSTO INDIRECTO	YARDAS	0.00026	40411.20	23602.36	47685.91	46574.80	202055.99	118011.81	238429.57	232874.02	1050691.64	613661.17	12398337.71	12109448.82	2626.73	1534.15	3099.58	-	3027.36
	CIERRES	COSTO INDIRECTO	LINDADES	0.36	4	-	-	-	20	-	-	-	1040	-	-	-	364.00	-	-	-	-
																	COSTO DE MATERIA PRIMA DIRECTA		18.490.68	16.387.80	20.997.98
																COSTO DE MATERIA PRIMA INDIRECTA		3.948.40	2.334.64	3.385.58	4.273.55
																COSTO TOTAL AÑO 2		22.439.08	18.722.44	24.383.56	14.319.95
AÑO 3	TELA POLIESTER	COSTO DIRECTO	METROS	3.32	6	-	26	12	30	-	130	60	1560	-	6760	3120	4.758.00	-	20.618.00	9.516.00	
	TELA RIB	COSTO DIRECTO	METROS	3.21	0.84	-	5	-	4.2	-	27.365	-	218.4	-	1422.98	-	644.28	-	4.197.79	-	
	TELA DE ALGODON	COSTO DIRECTO	METROS	3.97	10.8	15.6	-	-	54	78	-	-	2808	4056	-	-	10.249.20	14.804.40	-	-	
	TELA PARA FORRO	COSTO DIRECTO	METROS	1.63	7.28	11.7	0	5.04	36.4	58.5	-	25.2	1892.8	3042	-	1310.4	2.839.20	4.563.00	-	1.965.60	
	ETIQUETAS	COSTO INDIRECTO	LINDADES	0.05	16	13	26	24	80	65	130	120	4160	3380	6760	6240	208.00	169.00	338.00	-	
	ELASTICO	COSTO INDIRECTO	METROS	0.595	4.68	4.81	0	8.88	23.4	24.05	-	-	44.4	1216.8	1250.6	-	2308.8	665.59	684.08	-	1.262.91
	CORDON	COSTO INDIRECTO	METROS	0.060	5.88	6.5	0	11.28	29.4	32.5	-	-	56.4	1528.8	1690	-	2932.8	84.08	92.95	-	161.30
	HILLO	COSTO INDIRECTO	YARDAS	0.00027	40411.20	27893.70	56356.08	53228.35	202055.99	139488.50	281780.40	266141.73	1050691.64	7252362.20	14652580.93	13839370.08	2626.73	1813.09	3663.15	-	3459.84
	CIERRES	COSTO INDIRECTO	LINDADES	0.38	4	-	-	-	20	-	-	-	1040	-	-	-	364.00	-	-	-	-
																	COSTO DE MATERIA PRIMA DIRECTA		18.490.68	19.367.40	24.815.79
																COSTO DE MATERIA PRIMA INDIRECTA		3.948.40	2.759.12	4.001.15	4.884.06
																COSTO TOTAL AÑO 3		22.439.08	22.126.52	28.816.94	16.365.66



A N O 4	T ELA POLIESTER	COST O DIRECT O	MET ROS	3,46	7,5	-	29	13,5	37,5	-	145	67,5	1950	-	7540	3510	5.947,50	-	22.997,00	10.705,50
	T ELA RIB	COST O DIRECT O	MET ROS	3,34	1,05	-	5	-	5,25	-	27,365	-	273	-	1422,98	-	805,35	-	4.197,79	-
	T ELA DE ALGODÓN	COST O DIRECT O	MET ROS	4,14	13,5	16,8	-	-	67,5	84	-	-	3510	4368	-	-	12.811,50	15.943,20	-	-
	T ELA PARA FERRRO	COST O DIRECT O	MET ROS	1,70	9,1	12,6	0	5,67	45,5	63	-	28,35	2366	3276	-	1474,2	3.549,00	4.914,00	-	2.211,30
	ET IQUET AS	COST O INDIRECT O	UNDA DES	0,06	20	14	29	27	100	70	145	135	5200	3640	7540	7020	260,00	182,00	377,00	-
	ELASTICO	COST O INDIRECT O	MET ROS	0,620	5,85	5,18	0	9,99	29,25	25,9	-	49,95	1521	1346,8	-	2597,4	831,99	736,70	-	1.420,78
	CORDON	COST O INDIRECT O	MET ROS	0,062	7,35	7	0	12,69	36,75	35	-	63,45	1911	1820	-	3299,4	105,11	100,10	-	181,47
	HILO	COST O INDIRECT O	Y ARDAS	0,00028	50514,00	30039,37	62858,71	59881,89	252569,99	150196,85	314293,53	299409,45	13133639,55	7810236,22	16343263,34	15569291,34	3283,41	1952,56	4085,82	3892,32
	CIERRES	COST O INDIRECT O	UNDA DES	0,40	5	-	-	-	25	-	-	-	1300	-	-	-	455,00	-	-	-
	COST O DE MAT ERIA PRIMA DIRECT A																	23.113,35	20.857,20	27.194,79
COST O DE MAT ERIA PRIMA INDIRECT A																	4.935,50	2.971,36	4.462,82	5.494,57
COST O TOT AL AÑO 4																	28.048,85	23.828,56	31.657,61	18.411,37
A N O 5	T ELA POLIESTER	COST O DIRECT O	MET ROS	3,61	7,5	-	32	19	37,5	-	160	75	1950	-	8320	3900	5.947,50	-	25.376,00	11.895,00
	T ELA RIB	COST O DIRECT O	MET ROS	3,49	1,05	-	7	-	5,25	-	33,68	-	273	-	1751,36	-	805,35	-	5.166,51	-
	T ELA DE ALGODÓN	COST O DIRECT O	MET ROS	4,31	13,5	19,2	-	-	67,5	96	-	-	3510	4992	-	-	12.811,50	18.220,80	-	-
	T ELA PARA FERRRO	COST O DIRECT O	MET ROS	1,77	9,1	14,4	0	6,3	45,5	72	-	31,5	2366	3744	-	1638	3.549,00	5.616,00	-	2.457,00
	ET IQUET AS	COST O INDIRECT O	UNDA DES	0,06	20	16	32	30	100	80	160	150	5200	4160	8320	7800	260,00	208,00	416,00	-
	ELASTICO	COST O INDIRECT O	MET ROS	0,647	5,85	5,92	0	11,1	29,25	29,6	-	55,5	1521	1539,2	-	2886	831,99	841,94	-	1.578,64
	CORDON	COST O INDIRECT O	MET ROS	0,065	7,35	8	0	14,1	36,75	40	-	70,5	1911	2080	-	3666	105,11	114,40	-	201,63
	HILO	COST O INDIRECT O	Y ARDAS	0,00030	50514,00	34330,71	69361,33	66535,43	252569,99	171653,54	346806,65	332677,17	13133639,55	8925984,25	18033945,76	17299212,60	3283,41	2231,50	4508,49	4324,80
	CIERRES	COST O INDIRECT O	UNDA DES	0,41	5	-	-	-	25	-	-	-	1300	-	-	-	455,00	-	-	-
	COST O DE MAT ERIA PRIMA DIRECT A																	23.113,35	23.836,80	30.542,51
COST O DE MAT ERIA PRIMA INDIRECT A																	4.935,50	3.395,84	4.924,49	6.105,08
COST O TOT AL AÑO 5																	28.048,85	27.232,64	35.467,00	20.457,08



ANEXO N° 14

MATERIA PRIMA DIRECTA E INDIRECTA

	TERNOS DEPORTIVOS COMPLETOS	CALENTADORES	CAMISETAS	PANTALONETA O LICRA	TOTAL
AÑO 1	19.635,61	19.062,85	24.827,35	14.221,43	77.747,24
COSTO DIRECTO	16.180,76	16.685,76	21.380,21	10.046,40	64.293,13
COSTO INDIRECTO	3.454,85	2.377,09	3.447,14	4.175,03	13.454,11
AÑO 2	22.439,08	18.722,44	24.383,56	14.319,95	79.865,03
COSTO DIRECTO	18.490,68	16.387,80	20.997,98	10.046,40	65.922,86
COSTO INDIRECTO	3.948,40	2.334,64	3.385,58	4.273,55	13.942,18
AÑO 3	22.439,08	22.126,52	28.816,94	16.365,66	89.748,20
COSTO DIRECTO	18.490,68	19.367,40	24.815,79	11.481,60	74.155,47
COSTO INDIRECTO	3.948,40	2.759,12	4.001,15	4.884,06	15.592,73
AÑO 4	28.048,85	23.828,56	31.657,61	18.411,37	101.946,39
COSTO DIRECTO	23.113,35	20.857,20	27.194,79	12.916,80	84.082,14
COSTO INDIRECTO	4.935,50	2.971,36	4.462,82	5.494,57	17.864,24
AÑO 5	28.048,85	27.232,64	35.467,00	20.457,08	111.205,56
COSTO DIRECTO	23.113,35	23.836,80	30.542,51	14.352,00	91.844,66
COSTO INDIRECTO	4.935,50	3.395,84	4.924,49	6.105,08	19.360,90
Total general	120.611,48	110.973,00	145.152,45	83.775,48	460.512,42

**ANEXO N° 15
MANO DE OBRA DIRECTA**

COSTOS DE MANO DE OBRA DIRECTA ANUAL												
AÑOS	Nº	CARGO	SUELDO MENSUAL	SUELDO TOTAL	APORTE PATRONAL	FONDOS DE RESERVA	XIII SUELDO	XIV SUELDO	VACACIONES	TOTAL BENEFICIOS	TOTAL SUELDO MAS BENEFICIOS	TOTAL AÑO
AÑO 1	4	OPERARIOS	320,39	1.281,56	38,93	0,00	26,70	26,50	13,35	105,48	425,87	20.441,57
AÑO 2	4	OPERARIOS	334,07	1.336,29	40,59	27,84	27,84	28,50	13,92	138,69	472,76	22.692,56
AÑO 3	4	OPERARIOS	348,34	1.393,36	42,32	29,03	29,03	30,50	14,51	145,39	493,74	23.699,29
AÑO 4	4	OPERARIOS	363,22	1.452,87	44,13	30,27	30,27	32,50	15,13	152,30	515,52	24.744,91
AÑO 5	4	OPERARIOS	378,73	1.514,92	46,02	31,56	31,56	34,50	15,78	159,42	538,15	25.831,09

**ANEXO N° 16
MANO DE OBRA INDIRECTA**

COSTOS DE MANO DE OBRA INDIRECTA												
AÑOS	Nº	CARGO	SUELDO MENSUAL	APORTE PATRONAL	FONDOS DE RESERVA	XIII SUELDO	XIV SUELDO	VACACIONES	TOTAL BENEFICIOS	TOTAL SUELDO MAS BENEFICIOS	TOTAL AÑO	TOTAL
AÑO 1	1	JEFE DE PRODUCCION	335,00	40,70	0,00	27,92	26,50	13,96	109,08	444,08	5.328,93	10.457,42
	1	BODEGUERO	321,60	39,07	0,00	26,80	26,50	13,40	105,77	427,37	5.128,49	
AÑO 2	1	JEFE DE PRODUCCION	349,31	42,44	29,11	29,11	28,50	14,55	143,71	493,02	5.916,24	11.609,52
	1	BODEGUERO	335,33	40,74	27,94	27,94	28,50	13,97	139,10	474,44	5.693,27	
AÑO 3	1	JEFE DE PRODUCCION	364,23	44,25	30,35	30,35	30,50	15,18	150,63	514,86	6.178,31	12.124,12
	1	BODEGUERO	349,66	42,48	29,14	29,14	30,50	14,57	145,83	495,48	5.945,82	
AÑO 4	1	JEFE DE PRODUCCION	379,78	46,14	31,65	31,65	32,50	15,82	157,76	537,54	6.450,54	12.658,66
	1	BODEGUERO	364,59	44,30	30,38	30,38	32,50	15,19	152,75	517,34	6.208,12	
AÑO 5	1	JEFE DE PRODUCCION	396,00	48,11	33,00	33,00	34,50	16,50	165,11	561,11	6.733,37	13.213,97
	1	BODEGUERO	380,16	46,19	31,68	31,68	34,50	15,84	159,89	540,05	6.480,60	



ANEXO N° 17

ENERGIA ELECTRICA

CONSUMO ENERGIA ELECTRICA PRODUCCION					
AÑOS	CONSUMO MENSUAL KW/H	CONSUMO ANUAL KW/H	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
1	800	9600	0,135	108,00	1296,00
2	800	9600	0,14	112,61	1351,34
3	800	9600	0,15	117,42	1409,04
4	800	9600	0,15	122,43	1469,21
5	800	9600	0,16	127,66	1531,94

ANEXO N° 18

AGUA POTABLE

CONSUMO AGUA PRODUCCION					
AÑOS	CONSUMO MENSUAL m 3	CONSUMO ANUAL m3	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
1	16	192	0,29	4,64	55,68
2	16	192	0,30	4,84	58,06
3	16	192	0,32	5,04	60,54
4	17	199	0,33	5,45	65,44
5	17	202	0,34	5,76	69,11

ANEXO N° 19

ARRIENDO

ARRIENDO AREA DE PRODUCCION					
COSTO MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
700	8400	8758,68	9132,68	9522,64	9929,26



ANEXO N° 20

SUMINISTROS VARIOS

SUMINISTROS VARIOS DE PRODUCCION					
AÑO	ARTICULO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
AÑO 1	TIJERAS INDUSTRIALES	UNIDAD	8	16,00	128,00
	TIZAS	UNIDAD	0,5	100,00	50,00
	CINTA METRICA	UNIDAD	8	1,50	12,00
	JUEGO DE REGLAS	UNIDAD	4	3,70	14,80
	AGUJAS	UNIDAD	40	0,08	3,20
	ESFEROS	UNIDAD	12	0,35	4,20
	LAPICES	UNIDAD	12	0,50	6,00
TOTAL AÑO 1					218,20
AÑO 2	TIJERAS INDUSTRIALES	UNIDAD	8	16,68	133,47
	TIZAS	UNIDAD	0,5	104,27	52,14
	CINTA METRICA	UNIDAD	8	1,56	12,51
	JUEGO DE REGLAS	UNIDAD	4	3,86	15,43
	AGUJAS	UNIDAD	40	0,08	3,34
	ESFEROS	UNIDAD	12	0,36	4,38
	LAPICES	UNIDAD	12	0,52	6,26
TOTAL AÑO 2					227,52
AÑO 3	TIJERAS INDUSTRIALES	UNIDAD	8	17,40	139,16
	TIZAS	UNIDAD	0,5	108,72	54,36
	CINTA METRICA	UNIDAD	8	1,63	13,05
	JUEGO DE REGLAS	UNIDAD	4	4,02	16,09
	AGUJAS	UNIDAD	40	0,09	3,48
	ESFEROS	UNIDAD	12	0,38	4,57
	LAPICES	UNIDAD	12	0,54	6,52
TOTAL AÑO 3					237,23
AÑO 4	TIJERAS INDUSTRIALES	UNIDAD	8	18,14	145,11
	TIZAS	UNIDAD	0,5	113,36	56,68
	CINTA METRICA	UNIDAD	8	1,70	13,60
	JUEGO DE REGLAS	UNIDAD	4	4,19	16,78
	AGUJAS	UNIDAD	40	0,09	3,63
	ESFEROS	UNIDAD	12	0,40	4,76



	LAPICES	UNIDAD	12	0,57	6,80
TOTAL AÑO 4					247,36
AÑO 5	TIJERAS INDUSTRIALES	UNIDAD	8	18,91	151,30
	TIZAS	UNIDAD	0,5	118,21	59,10
	CINTA METRICA	UNIDAD	8	1,77	14,18
	JUEGO DE REGLAS	UNIDAD	4	4,37	17,49
	AGUJAS	UNIDAD	40	0,09	3,78
	ESFEROS	UNIDAD	12	0,41	4,96
	LAPICES	UNIDAD	12	0,59	7,09
TOTAL AÑO 5					257,92



ANEXO N° 21

DEPRECIACIÓN

DEPRECIACIONES AREA DE PRODUCCION						
AÑO	DETALLE	VALOR	VIDA UTIL	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACION	TOTAL AÑO
AÑO 1	MAQUINARIA Y EQUIPO	23360,00	10	2.336,00	2102,40	2173,50
	MUEBLES Y ENSERES	790,00	10	79,00	71,10	
AÑO 2	MAQUINARIA Y EQUIPO	23360,00	10	2.336,00	2102,40	2173,50
	MUEBLES Y ENSERES	790,00	10	79,00	71,10	
AÑO 3	MAQUINARIA Y EQUIPO	23360,00	10	2.336,00	2102,40	2173,50
	MUEBLES Y ENSERES	790,00	10	79,00	71,10	
AÑO 4	MAQUINARIA Y EQUIPO	23360,00	10	2.336,00	2102,40	2173,50
	MUEBLES Y ENSERES	790,00	10	79,00	71,10	
AÑO 5	MAQUINARIA Y EQUIPO	23360,00	10	2.336,00	2102,40	2173,50
	MUEBLES Y ENSERES	790,00	10	79,00	71,10	

ANEXO N° 22

MANTENIMIENTO

MANTENIMIENTO AREA DE PRODUCCION						
AÑO	DETALLE	VALOR	DEPRECIACION ANUAL	% MANTEN.	VALOR DE MANTENIMIENTO ANUAL	TOTAL AÑO
AÑO 1	MAQUINARIA Y EQUIPO	23360,00	2102,40	2%	467,20	483,00
	MUEBLES Y ENSERES	790,00	79,00	2%	15,80	
AÑO 2	MAQUINARIA Y EQUIPO	21257,60	2102,40	2%	425,15	439,37
	MUEBLES Y ENSERES	711,00	79,00	2%	14,22	
AÑO 3	MAQUINARIA Y EQUIPO	19155,20	2102,40	2%	383,10	395,74
	MUEBLES Y ENSERES	632,00	79,00	2%	12,64	
AÑO 4	MAQUINARIA Y EQUIPO	17052,80	2102,40	2%	341,06	352,12
	MUEBLES Y ENSERES	553,00	79,00	2%	11,06	
AÑO 5	MAQUINARIA Y EQUIPO	14950,40	2102,40	2%	299,01	308,49
	MUEBLES Y ENSERES	474,00	79,00	2%	9,48	



ANEXO N° 23

UTILES DE LIMPIEZA

UTILES DE LIMPIEZA AREA DE PRODUCCION				
AÑO	DETALLE	CANTIDAD ANUAL	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL ANUAL
AÑO 1	PAPEL HIGIENICO	288	0,35	100,80
	DESINFECTANTE FRESKLIN 1 GALON	8	6,66	53,28
	TOALLA	4	4,00	16,00
	TRAPEADOR	3	3,50	10,50
	ESCOBAS	8	3,30	26,40
	RECOGEDOR	4	2,00	8,00
	FUNDAS PLASTICAS LARGAS PAQUETES 10 US	12	1,00	12,00
	BASURERO	8	4,00	32,00
TOTAL AÑO 1				258,98
AÑO 2	PAPEL HIGIENICO 24 UNIDADES 2 PAQUETES	288	0,36	105,10
	DESINFECTANTE FRESKLIN 1 GALON	8	6,94	55,56
	TRAPEADOR	4	4,17	16,68
	TOALLA	3	3,65	10,95
	ESCOBAS	8	3,44	27,53
	RECOGEDOR	4	2,09	8,34
	FUNDAS PLASTICAS LARGAS PAQUETES 10 US	12	1,04	12,51
	BASURERO	8	4,17	33,37
TOTAL AÑO 2				270,04
AÑO 3	PAPEL HIGIENICO 24 UNIDADES 2 PAQUETES	288	0,38	109,59
	DESINFECTANTE FRESKLIN 1 GALON	8	7,24	57,93
	TRAPEADOR	4	4,35	17,40
	TOALLA	3	3,81	11,42
	ESCOBAS	8	3,59	28,70
	RECOGEDOR	4	2,17	8,70
	FUNDAS PLASTICAS LARGAS PAQUETES 10 US	12	1,09	13,05
	BASURERO	8	4,35	34,79
TOTAL AÑO 3				281,57



AÑO 4	PAPEL HIGIENICO 24 UNIDADES 2 PAQUETES	288	0,40	114,27
	DESINFECTANTE FRESKLIN 1 GALON	8	7,55	60,40
	TRAPEADOR	4	4,53	18,14
	TOALLA	3	3,97	11,90
	ESCOBAS	8	3,74	29,93
	RECOGEDOR	4	2,27	9,07
	FUNDAS PLASTICAS LARGAS PAQUETES 10 US	12	1,13	13,60
	BASURERO	8	4,53	36,28
TOTAL AÑO 4				293,59
AÑO 5	PAPEL HIGIENICO 24 UNIDADES 2 PAQUETES	288	0,41	119,15
	DESINFECTANTE FRESKLIN 1 GALON	8	7,87	62,98
	TRAPEADOR	4	4,73	18,91
	TOALLA	3	4,14	12,41
	ESCOBAS	8	3,90	31,21
	RECOGEDOR	4	2,36	9,46
	FUNDAS PLASTICAS LARGAS PAQUETES 10 US	12	1,18	14,18
	BASURERO	8	4,73	37,83
TOTAL AÑO 5				306,13



ANEXO N° 24
EMBALAJE DE PRENDAS DEPORTIVAS

EMBALAJE PRENDAS DEPORTIVAS									
AÑOS	ARTICULO	VALOR UNITARIO	REQUERIMIENTO ANUAL				CANTIDAD ANUAL PRENDAS	TOTAL ANUAL	
			TERNOS DEPORTIVOS COMPLETOS	CALENTADORES	CAMISETAS				PANTALONETAS O LICRAS
1	FUNDAS PLASTICAS TRANSPARENTES	0,040	780	2496	4992		4680	12948	517,92
2	FUNDAS PLASTICAS TRANSPARENTES	0,042	910	2912	5824		5460	15106	636,49
3	FUNDAS PLASTICAS TRANSPARENTES	0,044	1040	3328	6656		6240	17264	764,28
4	FUNDAS PLASTICAS TRANSPARENTES	0,046	1170	3744	7488		7020	19422	901,28
5	FUNDAS PLASTICAS TRANSPARENTES	0,049	1300	4160	8320		7800	21580	1047,49

ANEXO N° 25

COSTO DE MANO DE OBRA DE ADMINISTRACION

COSTOS DE MANO DE OBRA ADMINISTRACION												
AÑOS	Nº	CARGO	SUELDO MENSUAL	APORTE PATRONAL	FONDOS DE RESERVA	XIII SUELDO	XIV SUELDO	VACACIONES	TOTAL BENEFICIOS	TOTAL SUELDO MAS BENEFICIOS	TOTAL AÑO	TOTAL
AÑO 1	1	GERENTE GENERAL	350,00	42,53	0,00	29,17	26,50	14,58	112,78	462,78	5.553,30	16.061,58
	1	CONTADOR	335,00	40,70	0,00	27,92	26,50	13,96	109,08	444,08	5.328,93	
	1	SECRETARIO	325,00	39,49	0,00	27,08	26,50	13,54	106,61	431,61	5.179,35	
AÑO 2	1	GERENTE GENERAL	364,95	44,34	30,41	30,41	28,50	15,21	148,87	513,82	6.165,84	17.831,93
	1	CONTADOR	349,31	42,44	29,11	29,11	28,50	14,55	143,71	493,02	5.916,24	
	1	SECRETARIO	338,88	41,17	28,24	28,24	28,50	14,12	140,27	479,15	5.749,85	
AÑO 3	1	GERENTE GENERAL	380,53	46,23	31,71	31,71	30,50	15,86	156,01	536,55	6.438,56	18.621,67
	1	CONTADOR	364,23	44,25	30,35	30,35	30,50	15,18	150,63	514,86	6.178,31	
	1	SECRETARIO	353,35	42,93	29,45	29,45	30,50	14,72	147,05	500,40	6.004,81	
AÑO 4	1	GERENTE GENERAL	396,79	48,21	33,07	33,07	32,50	16,53	163,37	560,16	6.721,91	19.442,07
	1	CONTADOR	379,78	46,14	31,65	31,65	32,50	15,82	157,76	537,54	6.450,54	
	1	SECRETARIO	368,44	44,77	30,70	30,70	32,50	15,35	154,03	522,47	6.269,63	
AÑO 5	1	GERENTE GENERAL	413,73	50,27	34,48	34,48	34,50	17,24	170,96	584,69	7.016,33	20.294,43
	1	CONTADOR	396,00	48,11	33,00	33,00	34,50	16,50	165,11	561,11	6.733,37	
	1	SECRETARIO	384,18	46,68	32,01	32,01	34,50	16,01	161,22	545,39	6.544,73	



ANEXO N° 26
ENERGIA ELECTRICA ADMINISTRACIÓN

CONSUMO ENERGIA ELECTRICA ADMINISTRACION					
AÑOS	CONSUMO MENSUAL KW/H	CONSUMO ANUAL KW/H	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
1	200	2400	0,135	27,00	324,00
2	200	2400	0,14	28,15	337,83
3	200	2400	0,15	29,36	352,26
4	200	2400	0,15	30,61	367,30
5	200	2400	0,16	31,92	382,99

ANEXO N° 27
AGUA ADMINISTRACIÓN

CONSUMO AGUA ADMINISTRACION					
AÑOS	CONSUMO MENSUAL m 3	CONSUMO ANUAL m3	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
1	4	48	0,29	1,16	13,92
2	4	48	0,30	1,21	14,51
3	4	48	0,32	1,26	15,13
4	4	50	0,33	1,36	16,36
5	4	50	0,34	1,44	17,28

ANEXO N° 28
SERVICIO TELEFONICO ADMINISTRACION

CONSUMO SERVICIO TELEFONICO ADMINISTRACION					
AÑOS	CONSUMO MENSUAL MINUTOS	CONSUMO ANUAL MINUTOS	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
1	800	9600	0,030	24,00	288,00
2	800	9600	0,031	25,02	300,30
3	800	9600	0,033	26,09	313,12
4	800	9600	0,034	27,21	326,49
5	800	9600	0,035	28,37	340,43



ANEXO N° 29

DEPRECIACION AREA ADMINISTRATIVA

DEPRECIACIONES AREA DE ADMINISTRACION						
AÑO	DETALLE	VALOR	VIDA UTIL	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACION	TOTAL AÑO
AÑO 1	EQUIPOS DE OFICINA	120,00	10	12,00	10,80	285,93
	EQUIPO DE COMPUTACION	1887,00	3	188,70	169,83	
	MUEBLES Y ENSERES	1170,00	10	117,00	105,30	
AÑO 2	EQUIPOS DE OFICINA	120,00	10	12,00	10,80	285,93
	EQUIPO DE COMPUTACION	1887,00	3	188,70	169,83	
	MUEBLES Y ENSERES	1170,00	10	117,00	105,30	
AÑO 3	EQUIPOS DE OFICINA	120,00	10	12,00	10,80	285,93
	EQUIPO DE COMPUTACION	1887,00	3	188,70	169,83	
	MUEBLES Y ENSERES	1170,00	10	117,00	105,30	
AÑO 4	EQUIPOS DE OFICINA	120,00	10	12,00	10,80	308,63
	EQUIPO DE COMPUTACION	2139,19	3	213,92	192,53	
	MUEBLES Y ENSERES	1170,00	10	117,00	105,30	
AÑO 5	EQUIPOS DE OFICINA	120,00	10	12,00	10,80	308,63
	EQUIPO DE COMPUTACION	2139,19	3	213,92	192,53	
	MUEBLES Y ENSERES	1170,00	10	117,00	105,30	



ANEXO N° 30

MANTENIMIENTO AREA ADMINISTRATIVA

MANTENIMIENTO AREA DE ADMINISTRACION						
AÑO	DETALLE	VALOR	DEPRECIACION ANUAL	% MANTEN.	VALOR DE MANTENIMIENTO ANUAL	TOTAL AÑO
AÑO 1	EQUIPOS DE OFICINA	120,00	10,80	2%	2,40	63,54
	EQUIPO DE COMPUTACION	1887,00	169,83	2%	37,74	
	MUEBLES Y ENSERES	1170,00	105,30	2%	23,40	
AÑO 2	EQUIPOS DE OFICINA	109,20	10,80	2%	2,18	57,82
	EQUIPO DE COMPUTACION	1717,17	169,83	2%	34,34	
	MUEBLES Y ENSERES	1064,70	105,30	2%	21,29	
AÑO 3	EQUIPOS DE OFICINA	98,40	10,80	2%	1,97	52,10
	EQUIPO DE COMPUTACION	1547,34	169,83	2%	30,95	
	MUEBLES Y ENSERES	959,40	105,30	2%	19,19	
AÑO 4	EQUIPOS DE OFICINA	87,60	10,80	2%	1,75	61,62
	EQUIPO DE COMPUTACION	2139,19	192,53	2%	42,78	
	MUEBLES Y ENSERES	854,10	105,30	2%	17,08	
AÑO 5	EQUIPOS DE OFICINA	76,80	10,80	2%	1,54	55,45
	EQUIPO DE COMPUTACION	1946,67	192,53	2%	38,93	
	MUEBLES Y ENSERES	748,80	105,30	2%	14,98	



ANEXO N° 31

SUMINISTROS DE OFICINA AREA ADMINISTRATIVA

SUMINISTROS DE OFICINA ADMINISTRACION					
AÑO	ARTICULO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
AÑO 1	CARPETA COLGANTE DE CARTON	RESMAS	25	0,60	15,00
	ENGRAMPADORA	RESMAS	3	10,90	32,70
	PAPEL BOND TAMAÑO A4	RESMAS	8	3,10	24,80
	ESFEROS PUNTA FINA	UNIDAD	24	0,35	8,40
	PERFORADORA	UNIDAD	3	2,50	7,50
	CLIPS	CAJAS	6	0,25	1,50
	CINTA ESCOSH	UNIDAD	6	0,30	1,80
	DISPENSADOR DE CINTA	UNIDAD	3	2,30	6,90
	PORTA CLIPS	UNIDAD	3	0,55	1,65
	TIJERA	UNIDAD	1	0,35	0,35
	NOTAS ADHESIVAS	PAQUETES	2	0,75	1,50
	TINTA PARA IMPRESORA	LITRO	4	21,00	84,00
	SOBRES DE MANILA	UNIDAD	50	0,20	10,00
	BORRADORES	UNIDAD	3	0,20	0,60
	RESALTADOR	UNIDAD	3	0,75	2,25
	CARPETAS DE CARTON	UNIDAD	50	0,20	10,00
	RAPIDOGRAFO	UNIDAD	5	0,90	4,50
	MARCADOR PUNTA GRUESA	UNIDAD	3	0,40	1,20
	LAPIZ HB	UNIDAD	36	0,50	18,00
	SOBRES BLANCOS	UNIDAD	80	0,05	4,00
ARCHIVADOR GRANDE	UNIDAD	3	2,20	6,60	
ARCHIVADOR PEQUEÑO	UNIDAD	3	2,00	6,00	
TOTAL AÑO 1					249,25
AÑO 2	CARPETA COLGANTE DE CARTON	RESMAS	25	0,63	15,64
	ENGRAMPADORA	RESMAS	3	11,37	34,10
	PAPEL BOND TAMAÑO A4	RESMAS	8	3,23	25,86
	ESFEROS PUNTA FINA	UNIDAD	24	0,36	8,76
	PERFORADORA	UNIDAD	3	2,61	7,82
	CLIPS	CAJAS	6	0,26	1,56



	CINTA ESCOSH	UNIDAD	6	0,31	1,88
	DISPENSADOR DE CINTA	UNIDAD	3	2,40	7,19
	PORTA CLIPS	UNIDAD	3	0,57	1,72
	TIJERA	UNIDAD	1	0,36	0,36
	NOTAS ADHESIVAS	PAQUETES	2	0,78	1,56
	TINTAPARA IMPRESORA	LITRO	4	21,90	87,59
	SOBRES DE MANILA	UNIDAD	50	0,21	10,43
	BORRADORES	UNIDAD	3	0,21	0,63
	RESALTADOR	UNIDAD	3	0,78	2,35
	CARPETAS DE CARTON	UNIDAD	50	0,21	10,43
	RAPIDOGRAFO	UNIDAD	5	0,94	4,69
	MARCADOR PUNTA GRUESA	UNIDAD	3	0,42	1,25
	LAPIZ HB	UNIDAD	36	0,52	18,77
	SOBRES BLANCOS	UNIDAD	80	0,05	4,17
	ARCHIVADOR GRANDE	UNIDAD	3	2,29	6,88
	ARCHIVADOR PEQUEÑO	UNIDAD	3	2,09	6,26
	TOTAL AÑO 2				
AÑO 3	CARPETA COLGANTE DE CARTON	RESMAS	25	0,65	16,31
	ENGRAMPADORA	RESMAS	3	11,85	35,55
	PAPEL BOND TAMAÑO A4	RESMAS	8	3,37	26,96
	ESFEROS PUNTA FINA	UNIDAD	24	0,38	9,13
	PERFORADORA	UNIDAD	3	2,72	8,15
	CLIPS	CAJAS	6	0,27	1,63
	CINTA ESCOSH	UNIDAD	6	0,33	1,96
	DISPENSADOR DE CINTA	UNIDAD	3	2,50	7,50
	PORTA CLIPS	UNIDAD	3	0,60	1,79
	TIJERA	UNIDAD	1	0,38	0,38
	NOTAS ADHESIVAS	PAQUETES	2	0,82	1,63
	TINTAPARA IMPRESORA	LITRO	4	22,83	91,33
	SOBRES DE MANILA	UNIDAD	50	0,22	10,87
	BORRADORES	UNIDAD	3	0,22	0,65
	RESALTADOR	UNIDAD	3	0,82	2,45
	CARPETAS DE CARTON	UNIDAD	50	0,22	10,87
	RAPIDOGRAFO	UNIDAD	5	0,98	4,89
MARCADOR PUNTA GRUESA	UNIDAD	3	0,43	1,30	



	LAPIZ HB	UNIDAD	36	0,54	19,57
	SOBRES BLANCOS	UNIDAD	80	0,05	4,35
	ARCHIVADOR GRANDE	UNIDAD	3	2,39	7,18
	ARCHIVADOR PEQUEÑO	UNIDAD	3	2,17	6,52
TOTAL AÑO 3					270,99
AÑO 4	CARPETA COLGANTE DE CARTON	RESMAS	25	0,68	17,00
	ENGRAMPADORA	RESMAS	3	12,36	37,07
	PAPEL BOND TAMAÑO A4	RESMAS	8	3,51	28,11
	ESFEROS PUNTA FINA	UNIDAD	24	0,40	9,52
	PERFORADORA	UNIDAD	3	2,83	8,50
	CLIPS	CAJAS	6	0,28	1,70
	CINTA ESCOSH	UNIDAD	6	0,34	2,04
	DISPENSADOR DE CINTA	UNIDAD	3	2,61	7,82
	PORTA CLIPS	UNIDAD	3	0,62	1,87
	TIJERA	UNIDAD	1	0,40	0,40
	NOTAS ADHESIVAS	PAQUETES	2	0,85	1,70
	TINTA PARA IMPRESORA	LITRO	4	23,81	95,23
	SOBRES DE MANILA	UNIDAD	50	0,23	11,34
	BORRADORES	UNIDAD	3	0,23	0,68
	RESALTADOR	UNIDAD	3	0,85	2,55
	CARPETAS DE CARTON	UNIDAD	50	0,23	11,34
	RAPIDOGRAFO	UNIDAD	5	1,02	5,10
	MARCADOR PUNTA GRUESA	UNIDAD	3	0,45	1,36
	LAPIZ HB	UNIDAD	36	0,57	20,41
	SOBRES BLANCOS	UNIDAD	80	0,06	4,53
ARCHIVADOR GRANDE	UNIDAD	3	2,49	7,48	
ARCHIVADOR PEQUEÑO	UNIDAD	3	2,27	6,80	
TOTAL AÑO 4					282,56
AÑO 5	CARPETA COLGANTE DE CARTON	RESMAS	25	0,71	17,73
	ENGRAMPADORA	RESMAS	3	12,88	38,65
	PAPEL BOND TAMAÑO A4	RESMAS	8	3,66	29,31
	ESFEROS PUNTA FINA	UNIDAD	24	0,41	9,93
	PERFORADORA	UNIDAD	3	2,96	8,87
	CLIPS	CAJAS	6	0,30	1,77



CINTA ESCOSH	UNIDAD	6	0,35	2,13
DISPENSADOR DE CINTA	UNIDAD	3	2,72	8,16
PORTA CLIPS	UNIDAD	3	0,65	1,95
TIJERA	UNIDAD	1	0,41	0,41
NOTAS ADHESIVAS	PAQUETES	2	0,89	1,77
TINTA PARA IMPRESORA	LITRO	4	24,82	99,29
SOBRES DE MANILA	UNIDAD	50	0,24	11,82
BORRADORES	UNIDAD	3	0,24	0,71
RESALTADOR	UNIDAD	3	0,89	2,66
CARPETAS DE CARTON	UNIDAD	50	0,24	11,82
RAPIDOGRAFO	UNIDAD	5	1,06	5,32
MARCADOR PUNTA GRUESA	UNIDAD	3	0,47	1,42
LAPIZ HB	UNIDAD	36	0,59	21,28
SOBRES BLANCOS	UNIDAD	80	0,06	4,73
ARCHIVADOR GRANDE	UNIDAD	3	2,60	7,80
ARCHIVADOR PEQUEÑO	UNIDAD	3	2,36	7,09
TOTAL AÑO 5				294,63



ANEXO N° 32

UTILES DE LIMPIEZA AREA ADMINISTRATIVA

UTILES DE LIMPIEZA AREA DE ADMINISTRACION				
AÑO	DETALLE	CANTIDAD ANUAL	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL ANUAL
AÑO 1	PAPEL HIGIENICO 4 UNIDADES 1 PAQUETES	96	0,35	33,60
	DESINFECTANTE FRESKLIN 1 LITRO	8	1,75	14,00
	TOALLA	1	4,00	4,00
	JABON LIQUIDO	6	2,50	15,00
	ESCOBAS	4	3,30	13,20
	RECOGEDOR	2	2,00	4,00
	FUNDAS PLASTICAS LARGAS PAQUETES 10 US	1	1,00	1,00
	BASURERO	4	4,00	16,00
TOTAL AÑO 1				100,8
AÑO 2	PAPEL HIGIENICO 24 UNIDADES 2 PAQUETES	96	0,36	35,03
	DESINFECTANTE FRESKLIN 1 GALON	8	1,82	14,60
	TOALLA	1	4,17	4,17
	JABON LIQUIDO	6	2,61	15,64
	ESCOBAS	4	3,44	13,76
	RECOGEDOR	2	2,09	4,17
	FUNDAS PLASTICAS LARGAS PAQUETES 10 US	1	1,04	1,04
	BASURERO	4	4,17	16,68
TOTAL AÑO 2				105,10
AÑO 3	PAPEL HIGIENICO 24 UNIDADES 2 PAQUETES	96	0,38	36,53
	DESINFECTANTE FRESKLIN 1 GALON	8	1,90	15,22
	TOALLA	1	4,35	4,35
	JABON LIQUIDO	6	2,72	16,31
	ESCOBAS	4	3,59	14,35
	RECOGEDOR	2	2,17	4,35
	FUNDAS PLASTICAS LARGAS PAQUETES 10 US	1	1,09	1,09
	BASURERO	4	4,35	17,40
TOTAL AÑO 3				109,59



AÑO 4	PAPEL HIGIENICO 24 UNIDADES 2 PAQUETES	96	0,40	38,09
	DESINFECTANTE FRESKLIN 1 GALON	8	1,98	15,87
	TOALLA	1	4,53	4,53
	JABON LIQUIDO	6	2,83	17,00
	ESCOBAS	4	3,74	14,96
	RECOGEDOR	2	2,27	4,53
	FUNDAS PLASTICAS LARGAS PAQUETES 10 US	1	1,13	1,13
	BASURERO	4	4,53	18,14
TOTAL AÑO 4				114,27
AÑO 5	PAPEL HIGIENICO 24 UNIDADES 2 PAQUETES	96	0,41	39,72
	DESINFECTANTE FRESKLIN 1 GALON	8	2,07	16,55
	TOALLA	1	4,73	4,73
	JABON LIQUIDO	6	2,96	17,73
	ESCOBAS	4	3,90	15,60
	RECOGEDOR	2	2,36	4,73
	FUNDAS PLASTICAS LARGAS PAQUETES 10 US	1	1,18	1,18
	BASURERO	4	4,73	18,91
TOTAL AÑO 5				119,15

ANEXO N° 33

INTERNET AREA ADMINISTRATIVA

CONSUMO SERVICIO DE INTERNET ADMINISTRACION					
COSTO MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
25.00	300.00	312.81	326.17	340.09	354.62

ANEXO N° 34

GASTOS DE CONSTITUCIÓN

AMORTIZACIÓN GASTOS DE CONSTITUCIÓN					
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
715.31	715.31	715.31	715.31	715.31	3576.57



ANEXO N° 35

PUBLICIDAD

PUBLICIDAD AREA DE VENTAS			
AÑOS	DETALLE	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
AÑO 1	PUBLICIDAD EMSORA LA ROJA	390,00	4.680,00
	FUNDAS PUBLICITARIAS	100,00	1.200,00
	LETREROS	33,33	399,96
TOTAL AÑO 1			6.279,96
AÑO 2	PUBLICIDAD EMSORA LA ROJA	406,65	4.879,84
	FUNDAS PUBLICITARIAS	104,27	1.251,24
TOTAL AÑO 2			6.131,08
AÑO 3	PUBLICIDAD EMSORA LA ROJA	424,02	5.088,20
	FUNDAS PUBLICITARIAS	108,72	1.304,67
TOTAL AÑO 3			6.392,87
AÑO 4	PUBLICIDAD EMSORA LA ROJA	442,12	5.305,47
	FUNDAS PUBLICITARIAS	113,36	1.360,38
TOTAL AÑO 4			6.665,85
AÑO 5	PUBLICIDAD EMSORA LA ROJA	461,00	5.532,01
	FUNDAS PUBLICITARIAS	118,21	1.418,47
TOTAL AÑO 5			6.950,48

ANEXO N° 36
ARRIENDO AREA DE VENTAS

ARRIENDO AREA DE VENTAS					
COSTO MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
600	7200	7507,44	7828,01	8162,26	8510,79

ANEXO N° 37
SERVICIO TELEFONICO AREA DE VENTAS

CONSUMO SERVICIO TELEFONICO VENTAS					
AÑOS	CONSUMO MENSUAL MINUTOS	CONSUMO ANUAL MINUTOS	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
1	400	4800	0,030	12,00	144,00
2	400	4800	0,031	12,51	150,15
3	400	4800	0,033	13,05	156,56
4	400	4800	0,034	13,60	163,25
5	400	4800	0,035	14,18	170,22

ANEXO N° 38
DEPRECIACION AREA DE VENTAS

DEPRECIACIONES AREA DE VENTAS						
AÑO	DETALLE	VALOR	VIDA UTIL	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACION	TOTAL AÑO
AÑO 1	EQUIPO DE COMPUTACION	709,00	3	70,90	63,81	175,41
	MUEBLES Y ENSERES	1240,00	10	124,00	111,60	
AÑO 2	EQUIPO DE COMPUTACION	709,00	3	70,90	63,81	175,41
	MUEBLES Y ENSERES	1240,00	10	124,00	111,60	
AÑO 3	EQUIPO DE COMPUTACION	709,00	3	70,90	63,81	175,41
	MUEBLES Y ENSERES	1240,00	10	124,00	111,60	
AÑO 4	EQUIPO DE COMPUTACION	803,76	3	80,38	72,34	183,94
	MUEBLES Y ENSERES	1240,00	10	124,00	111,60	
AÑO 5	EQUIPO DE COMPUTACION	803,76	3	80,38	72,34	183,94
	MUEBLES Y ENSERES	1240,00	10	124,00	111,60	

ANEXO N° 39

MANO DE OBRA AREA DE VENTAS

COSTOS DE MANO DE OBRA VENTAS												
AÑOS	Nº	CARGO	SUELDO MENSUAL	APORTE PATRONAL	FONDOS DE RESERVA	XIII SUELDO	XIV SUELDO	VACACIONES	TOTAL BENEFICIOS	TOTAL SUELDO MAS BENEFICIOS	TOTAL AÑO	TOTAL
AÑO 1	1	CAJERO	325,00	39,49	0,00	27,08	26,50	13,54	106,61	431,61	5.179,35	10.358,70
	1	VENDEDOR	325,00	39,49	0,00	27,08	26,50	13,54	106,61	431,61	5.179,35	
AÑO 2	1	CAJERO	338,88	41,17	28,24	28,24	26,50	14,12	138,27	477,15	5.725,81	11.451,61
	1	VENDEDOR	338,88	41,17	28,24	28,24	26,50	14,12	138,27	477,15	5.725,81	
AÑO 3	1	CAJERO	353,35	42,93	29,45	29,45	26,50	14,72	143,05	496,39	5.956,72	11.913,44
	1	VENDEDOR	353,35	42,93	29,45	29,45	26,50	14,72	143,05	496,39	5.956,72	
AÑO 4	1	CAJERO	368,44	44,76	30,70	30,70	26,50	15,35	148,02	516,46	6.197,49	12.394,99
	1	VENDEDOR	368,44	44,76	30,70	30,70	26,50	15,35	148,02	516,46	6.197,49	
AÑO 5	1	CAJERO	384,17	46,68	32,01	32,01	26,50	16,01	153,21	537,38	6.448,55	12.897,10
	1	VENDEDOR	384,17	46,68	32,01	32,01	26,50	16,01	153,21	537,38	6.448,55	



ANEXO N° 40

MANTENIMIENTO AREA DE VENTAS

MANTENIMIENTO AREA DE VENTAS						
AÑO	DETALLE	VALOR	DEPRECIACION ANUAL	% MANT	VALOR DE MANTENIMIENTO ANUAL	TOTAL AÑO
AÑO 1	EQUIPO DE COMPUTACION	709,00	63,81	2%	14,18	38,98
	MUEBLES Y ENSERES	1240,00	111,60	2%	24,80	
AÑO 2	EQUIPO DE COMPUTACION	645,19	63,81	2%	12,90	35,47
	MUEBLES Y ENSERES	1128,40	111,60	2%	22,57	
AÑO 3	EQUIPO DE COMPUTACION	581,38	63,81	2%	11,63	31,96
	MUEBLES Y ENSERES	1016,80	111,60	2%	20,34	
AÑO 4	EQUIPO DE COMPUTACION	803,76	72,34	2%	16,08	34,18
	MUEBLES Y ENSERES	905,20	111,60	2%	18,10	
AÑO 5	EQUIPO DE COMPUTACION	731,42	72,34	2%	14,63	30,50
	MUEBLES Y ENSERES	793,60	111,60	2%	15,87	



ANEXO N° 41

UTILES DE LIMPIEZA AREA DE VENTAS

UTILES DE LIMPIEZA AREA DE VENTAS				
AÑO	DETALLE	CANTIDAD ANUAL	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL ANUAL
AÑO 1	PAPEL HIGIENICO 4 UNIDADES 1 PAQUETES	48	0,35	16,80
	DESINFECTANTE FRESKLIN 1 LITRO	12	4,07	48,81
	TOALLA	1	2,47	2,47
	JABON LIQUIDO	6	1,23	7,40
	ESCOBAS	2	4,93	9,86
	RECOGEDOR	2	2,00	4,00
	FUNDAS PLASTICAS LARGAS PAQUETES 10 US	1	1,00	1,00
	BASURERO	1	4,00	4,00
TOTAL AÑO 1				94,329
AÑO 2	PAPEL HIGIENICO 24 UNIDADES 2 PAQUETES	48	0,36	17,52
	DESINFECTANTE FRESKLIN 1 GALON	12	4,24	50,89
	TOALLA	1	2,57	2,57
	JABON LIQUIDO	6	1,29	7,71
	ESCOBAS	2	5,14	10,28
	RECOGEDOR	2	2,09	4,17
	FUNDAS PLASTICAS LARGAS PAQUETES 10 US	1	1,04	1,04
	BASURERO	1	4,17	4,17
TOTAL AÑO 2				98,36
AÑO 3	PAPEL HIGIENICO 24 UNIDADES 2 PAQUETES	48	0,38	18,27
	DESINFECTANTE FRESKLIN 1 GALON	12	4,42	53,07
	TOALLA	1	2,68	2,68
	JABON LIQUIDO	6	1,34	8,04
	ESCOBAS	2	5,36	10,72
	RECOGEDOR	2	2,17	4,35
	FUNDAS PLASTICAS LARGAS PAQUETES 10 US	1	1,09	1,09
	BASURERO	1	4,35	4,35
TOTAL AÑO 3				102,56



AÑO 4	PAPEL HIGIENICO 24 UNIDADES 2 PAQUETES	48	0,40	19,05
	DESINFECTANTE FRESKLIN 1 GALON	12	4,61	55,33
	TOALLA	1	2,79	2,79
	JABON LIQUIDO	6	1,40	8,38
	ESCOBAS	2	5,59	11,18
	RECOGEDOR	2	2,27	4,53
	FUNDAS PLASTICAS LARGAS PAQUETES 10 US	1	1,13	1,13
	BASURERO	1	4,53	4,53
TOTAL AÑO 4				106,94
AÑO 5	PAPEL HIGIENICO 24 UNIDADES 2 PAQUETES	48	0,41	19,86
	DESINFECTANTE FRESKLIN 1 GALON	12	4,81	57,69
	TOALLA	1	2,91	2,91
	JABON LIQUIDO	6	1,46	8,74
	ESCOBAS	2	5,83	11,66
	RECOGEDOR	2	2,36	4,73
	FUNDAS PLASTICAS LARGAS PAQUETES 10 US	1	1,18	1,18
	BASURERO	1	4,73	4,73
TOTAL AÑO 5				111,50



ANEXO N° 42

SUMINISTROS DE OFICINA AREA DE VENTAS

SUMINISTROS DE OFICINA VENTAS					
AÑO	ARTICULO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
AÑO 1	CARPETA COLGANTE DE CARTON	RESMAS	12	0,60	7,20
	ENGRAMPADORA	RESMAS	1	10,90	10,90
	PAPEL BOND TAMAÑO A4	RESMAS	2	3,10	6,20
	ESFEROS PUNTA FINA	UNIDAD	12	0,35	4,20
	PERFORADORA	UNIDAD	1	2,50	2,50
	CLIPS	CAJAS	2	0,25	0,50
	CINTA ESCOSH	UNIDAD	2	0,30	0,60
	DISPENSADOR DE CINTA	UNIDAD	1	2,30	2,30
	PORTA CLIPS	UNIDAD	1	0,55	0,55
	TIJERA	UNIDAD	1	0,35	0,35
	NOTAS ADHESIVAS	PAQUETES	1	0,75	0,75
	TINTAPARA IMPRESORA	LITRO	4	21,00	84,00
	SOBRES DE MANILA	UNIDAD	50	0,20	10,00
	BORRADORES	UNIDAD	1	0,20	0,20
	RESALTADOR	UNIDAD	1	0,75	0,75
	CARPETAS DE CARTON	UNIDAD	50	0,20	10,00
	RAPIDOGRAFO	UNIDAD	1	0,90	0,90
	MARCADOR PUNTA GRUESA	UNIDAD	1	0,40	0,40
	LAPIZ HB	UNIDAD	12	0,50	6,00
	SOBRES BLANCOS	UNIDAD	20	0,05	1,00
ARCHIVADOR GRANDE	UNIDAD	1	2,20	2,20	
ARCHIVADOR PEQUEÑO	UNIDAD	1	2,00	2,00	
TOTAL AÑO 1					153,50
AÑO 2	CARPETA COLGANTE DE CARTON	RESMAS	12	0,63	7,51
	ENGRAMPADORA	RESMAS	1	11,37	11,37
	PAPEL BOND TAMAÑO A4	RESMAS	2	3,23	6,46
	ESFEROS PUNTA FINA	UNIDAD	12	0,36	4,38
	PERFORADORA	UNIDAD	1	2,61	2,61
	CLIPS	CAJAS	2	0,26	0,52



	CINTA ESCOSH	UNIDAD	2	0,31	0,63
	DISPENSADOR DE CINTA	UNIDAD	1	2,40	2,40
	PORTA CLIPS	UNIDAD	1	0,57	0,57
	TIJERA	UNIDAD	1	0,36	0,36
	NOTAS ADHESIVAS	PAQUETES	1	0,78	0,78
	TINTAPARA IMPRESORA	LITRO	4	21,90	87,59
	SOBRES DE MANILA	UNIDAD	50	0,21	10,43
	BORRADORES	UNIDAD	1	0,21	0,21
	RESALTADOR	UNIDAD	1	0,78	0,78
	CARPETAS DE CARTON	UNIDAD	50	0,21	10,43
	RAPIDOGRAFO	UNIDAD	1	0,94	0,94
	MARCADOR PUNTA GRUESA	UNIDAD	1	0,42	0,42
	LAPIZ HB	UNIDAD	12	0,52	6,26
	SOBRES BLANCOS	UNIDAD	20	0,05	1,04
	ARCHIVADOR GRANDE	UNIDAD	1	2,29	2,29
	ARCHIVADOR PEQUEÑO	UNIDAD	1	2,09	2,09
TOTAL AÑO 2					160,05
AÑO 3	CARPETA COLGANTE DE CARTON	RESMAS	12	0,65	7,83
	ENGRAMPADORA	RESMAS	1	11,85	11,85
	PAPEL BOND TAMAÑO A4	RESMAS	2	3,37	6,74
	ESFEROS PUNTA FINA	UNIDAD	12	0,38	4,57
	PERFORADORA	UNIDAD	1	2,72	2,72
	CLIPS	CAJAS	2	0,27	0,54
	CINTA ESCOSH	UNIDAD	2	0,33	0,65
	DISPENSADOR DE CINTA	UNIDAD	1	2,50	2,50
	PORTA CLIPS	UNIDAD	1	0,60	0,60
	TIJERA	UNIDAD	1	0,38	0,38
	NOTAS ADHESIVAS	PAQUETES	1	0,82	0,82
	TINTAPARA IMPRESORA	LITRO	4	22,83	91,33
	SOBRES DE MANILA	UNIDAD	50	0,22	10,87
	BORRADORES	UNIDAD	1	0,22	0,22
	RESALTADOR	UNIDAD	1	0,82	0,82
	CARPETAS DE CARTON	UNIDAD	50	0,22	10,87
RAPIDOGRAFO	UNIDAD	1	0,98	0,98	
MARCADOR PUNTA GRUESA	UNIDAD	1	0,43	0,43	



	LAPIZ HB	UNIDAD	12	0,54	6,52
	SOBRES BLANCOS	UNIDAD	20	0,05	1,09
	ARCHIVADOR GRANDE	UNIDAD	1	2,39	2,39
	ARCHIVADOR PEQUEÑO	UNIDAD	1	2,17	2,17
TOTAL AÑO 3					166,89
AÑO 4	CARPETA COLGANTE DE CARTON	RESMAS	12	0,68	8,16
	ENGRAMPADORA	RESMAS	1	12,36	12,36
	PAPEL BOND TAMAÑO A4	RESMAS	2	3,51	7,03
	ESFEROS PUNTA FINA	UNIDAD	12	0,40	4,76
	PERFORADORA	UNIDAD	1	2,83	2,83
	CLIPS	CAJAS	2	0,28	0,57
	CINTA ESCOSH	UNIDAD	2	0,34	0,68
	DISPENSADOR DE CINTA	UNIDAD	1	2,61	2,61
	PORTA CLIPS	UNIDAD	1	0,62	0,62
	TIJERA	UNIDAD	1	0,40	0,40
	NOTAS ADHESIVAS	PAQUETES	1	0,85	0,85
	TINTA PARA IMPRESORA	LITRO	4	23,81	95,23
	SOBRES DE MANILA	UNIDAD	50	0,23	11,34
	BORRADORES	UNIDAD	1	0,23	0,23
	RESALTADOR	UNIDAD	1	0,85	0,85
	CARPETAS DE CARTON	UNIDAD	50	0,23	11,34
	RAPIDOGRAFO	UNIDAD	1	1,02	1,02
	MARCADOR PUNTA GRUESA	UNIDAD	1	0,45	0,45
	LAPIZ HB	UNIDAD	12	0,57	6,80
	SOBRES BLANCOS	UNIDAD	20	0,06	1,13
ARCHIVADOR GRANDE	UNIDAD	1	2,49	2,49	
ARCHIVADOR PEQUEÑO	UNIDAD	1	2,27	2,27	
TOTAL AÑO 4					174,01
AÑO 5	CARPETA COLGANTE DE CARTON	RESMAS	12	0,71	8,51
	ENGRAMPADORA	RESMAS	1	12,88	12,88
	PAPEL BOND TAMAÑO A4	RESMAS	2	3,66	7,33
	ESFEROS PUNTA FINA	UNIDAD	12	0,41	4,96
	PERFORADORA	UNIDAD	1	2,96	2,96
	CLIPS	CAJAS	2	0,30	0,59



CINTA ESCOSH	UNIDAD	2	0,35	0,71
DISPENSADOR DE CINTA	UNIDAD	1	2,72	2,72
PORTA CLIPS	UNIDAD	1	0,65	0,65
TIJERA	UNIDAD	1	0,41	0,41
NOTAS ADHESIVAS	PAQUETES	1	0,89	0,89
TINTA PARA IMPRESORA	LITRO	4	24,82	99,29
SOBRES DE MANILA	UNIDAD	50	0,24	11,82
BORRADORES	UNIDAD	1	0,24	0,24
RESALTADOR	UNIDAD	1	0,89	0,89
CARPETAS DE CARTON	UNIDAD	50	0,24	11,82
RAPIDOGRAFO	UNIDAD	1	1,06	1,06
MARCADOR PUNTA GRUESA	UNIDAD	1	0,47	0,47
LAPIZ HB	UNIDAD	12	0,59	7,09
SOBRES BLANCOS	UNIDAD	20	0,06	1,18
ARCHIVADOR GRANDE	UNIDAD	1	2,60	2,60
ARCHIVADOR PEQUEÑO	UNIDAD	1	2,36	2,36
TOTAL AÑO 5				181,45

ANEXO N° 43

INTERNET AREA DE VENTAS

CONSUMO SERVICIO DE INTERNET VENTAS					
COSTO MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
25.00	300.00	312.81	326.17	340.09	354.62



ANEXO N° 44
INCREMENTO DE COSTOS DE PRODUCCIÓN EN UN 5%

INCREMENTO DE COSTOS DE PRODUCCIÓN 5%							
ECUADOR ESPORTING							
FLUJO DE CAJA							
		0	1	2	3	4	5
(+)	INGRESOS		209,118.00	222,492.54	236,638.57	251,587.42	267,381.44
(-)	COSTOS DE PRODUCCION		96,684.54	132,204.04	144,745.32	159,811.66	171,886.01
	MATERIA PRIMA		50,630.84	69,219.00	77,863.24	88,286.25	96,436.90
	MANO DE OBRA DIRECTA		16,097.74	23,827.19	24,884.25	25,982.15	27,122.64
	COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION		29,955.96	39,157.85	41,997.82	45,543.26	48,326.47
(-)	GASTOS ADMINISTRATIVOS		13,050.82	19,220.20	20,061.04	20,950.77	21,858.97
(-)	GASTOS DE VENTA		18,427.10	25,846.97	26,918.46	28,041.57	29,206.65
(-)	GASTOS FINANCIEROS		3,103.08	2,531.67	1,901.93	1,207.90	443.02
(=)	UTILIDAD ANTES DE IMP. RENTA Y PART. TRAB.		77,852.47	42,689.66	43,011.83	41,575.52	43,986.80
(-)	15% TRBAJADORES		11,677.87	6,403.45	6,451.77	6,236.33	6,598.02
(=)	UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO A RENTA		66,174.60	36,286.21	36,560.05	35,339.19	37,388.78
(-)	25% IMPUESTO A LA RENTA		16,543.65	9,071.55	9,140.01	8,834.80	9,347.20
(=)	UTILIDAD NETA		49,630.95	27,214.66	27,420.04	26,504.39	28,041.59
(-)	INVERSION	-73,314.21	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	INVERSIONES FIJAS	-32,852.57	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	CAPITAL DE TRABAJO	-40,461.64	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
(=)	FLUJO DE FONDO NETO	-73,314.21	49,630.95	27,214.66	27,420.04	26,504.39	28,041.59



ANEXO N° 45
DISMINUCIÓN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN EN UN 5%

DISMINUCIÓN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN 5%							
ECUADOR ESPORTING							
FLUJO DE CAJA							
		0	1	2	3	4	5
(+)	INGRESOS		209,118.00	222,492.54	236,638.57	251,587.42	267,381.44
(-)	COSTOS DE PRODUCCION		87,476.48	119,613.18	130,960.05	144,591.50	155,515.91
	MATERIA PRIMA		45,808.85	62,626.71	70,447.70	79,878.03	87,252.43
	MANO DE OBRA DIRECTA		14,564.62	21,557.93	22,514.32	23,507.66	24,539.53
	COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION		27,103.01	35,428.53	37,998.03	41,205.81	43,723.95
(-)	GASTOS ADMINISTRATIVOS		13,050.82	19,220.20	20,061.04	20,950.77	21,858.97
(-)	GASTOS DE VENTA		18,427.10	25,846.97	26,918.46	28,041.57	29,206.65
(-)	GASTOS FINANCIEROS		3,103.08	2,531.67	1,901.93	1,207.90	443.02
(=)	UTILIDAD ANTES DE IMP. RENTA Y PART. TRAB.		87,060.52	55,280.52	56,797.09	56,795.68	60,356.90
(-)	15% TRBAJADORES		13,059.08	8,292.08	8,519.56	8,519.35	9,053.53
(=)	UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO A RENTA		74,001.44	46,988.44	48,277.53	48,276.33	51,303.36
(-)	25% IMPUESTO A LA RENTA		18,500.36	11,747.11	12,069.38	12,069.08	12,825.84
(=)	UTILIDAD NETA		55,501.08	35,241.33	36,208.15	36,207.25	38,477.52
(-)	INVERSION	-73,314.21	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	INVERSIONES FIJAS	-32,852.57	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	CAPITAL DE TRABAJO	-40,461.64	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
(=)	FLUJO DE FONDO NETO	-73,314.21	55,501.08	35,241.33	36,208.15	36,207.25	38,477.52



ANEXO N° 46
INCREMENTO DE LOS INGRESOS EN UN 5%

INCREMENTO DE INGRESOS 5%							
ECUADOR ESPORTING							
FLUJO DE CAJA							
		0	1	2	3	4	5
(+)	INGRESOS		219,573.90	233,617.16	248,470.50	264,166.79	280,750.52
(-)	COSTOS DE PRODUCCION		92,080.51	125,908.61	137,852.68	152,201.58	163,700.96
	MATERIA PRIMA		48,219.85	65,922.86	74,155.47	84,082.14	91,844.66
	MANO DE OBRA DIRECTA		15,331.18	22,692.56	23,699.29	24,744.91	25,831.09
	COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION		28,529.48	37,293.19	39,997.92	43,374.53	46,025.21
(-)	GASTOS ADMINISTRATIVOS		13,050.82	19,220.20	20,061.04	20,950.77	21,858.97
(-)	GASTOS DE VENTA		18,427.10	25,846.97	26,918.46	28,041.57	29,206.65
(-)	GASTOS FINANCIEROS		3,103.08	2,531.67	1,901.93	1,207.90	443.02
(=)	UTILIDAD ANTES DE IMP. RENTA Y PART. TRAB.		92,912.40	60,109.71	61,736.39	61,764.97	65,540.92
(-)	15% TRBAJADORES		13,936.86	9,016.46	9,260.46	9,264.75	9,831.14
(=)	UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO A RENTA		78,975.54	51,093.26	52,475.93	52,500.23	55,709.78
(-)	25% IMPUESTO A LA RENTA		19,743.88	12,773.31	13,118.98	13,125.06	13,927.45
(=)	UTILIDAD NETA		59,231.65	38,319.94	39,356.95	39,375.17	41,782.34
(-)	INVERSION	-73,314.21	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	INVERSIONES FIJAS	-32,852.57	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	CAPITAL DE TRABAJO	-40,461.64	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
(=)	FLUJO DE FONDO NETO	-73,314.21	59,231.65	38,319.94	39,356.95	39,375.17	41,782.34



ANEXO N° 47
DISMINUCIÓN DE LOS INGRESOS EN UN 5%

DISMINUCIÓN DE INGRESOS 5%							
ECUADOR ESPORTING							
FLUJO DE CAJA							
		0	1	2	3	4	5
(+)	INGRESOS		198,662.10	211,367.91	224,806.64	239,008.05	254,012.37
(-)	COSTOS DE PRODUCCION		92,080.51	125,908.61	137,852.68	152,201.58	163,700.96
	MATERIA PRIMA		48,219.85	65,922.86	74,155.47	84,082.14	91,844.66
	MANO DE OBRA DIRECTA		15,331.18	22,692.56	23,699.29	24,744.91	25,831.09
	COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION		28,529.48	37,293.19	39,997.92	43,374.53	46,025.21
(-)	GASTOS ADMINISTRATIVOS		13,050.82	19,220.20	20,061.04	20,950.77	21,858.97
(-)	GASTOS DE VENTA		18,427.10	25,846.97	26,918.46	28,041.57	29,206.65
(-)	GASTOS FINANCIEROS		3,103.08	2,531.67	1,901.93	1,207.90	443.02
(=)	UTILIDAD ANTES DE IMP. RENTA Y PART. TRAB.		72,000.60	37,860.46	38,072.53	36,606.23	38,802.78
(-)	15% TRBAJADORES		10,800.09	5,679.07	5,710.88	5,490.93	5,820.42
(=)	UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO A RENTA		61,200.51	32,181.39	32,361.65	31,115.30	32,982.36
(-)	25% IMPUESTO A LA RENTA		15,300.13	8,045.35	8,090.41	7,778.82	8,245.59
(=)	UTILIDAD NETA		45,900.38	24,136.04	24,271.24	23,336.47	24,736.77
(-)	INVERSION	-73,314.21	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	INVERSIONES FIJAS	-32,852.57	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	CAPITAL DE TRABAJO	-40,461.64	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
(=)	FLUJO DE FONDO NETO	-73,314.21	45,900.38	24,136.04	24,271.24	23,336.47	24,736.77



ANEXO N° 48

PLAN DE MANEJO AMBIENTAL

ECUADOR SPORTING	
PLAN DE MANEJO AMBIENTAL	
PRESUPUESTO	
NOMBRE DEL PROGRAMA	COSTO \$
Programa de Prevención, Mitigación y Control	100.00
Programa de Seguridad Industrial y Salud Ocupacional	100.00
Programa de Manejo de Residuos de Materia Prima	100.00
Programa de Capacitación y Comunicación	100.00
Programa de Relaciones Comunitarias	100.00
Programa de Contingencias	100.00
Programa de Monitoreo y Seguimiento Ambiental	100.00
Programa de Cierre	100.00
TOTAL	800.00



UNIVERSIDAD DE CUENCA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

“DISEÑO DE TESIS”

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA CASA
DEPORTIVA EN LA CIUDAD DE CUENCA. PERIODO 2012-2016”**

ALUMNAS:

MARGOTH GORDILLO C.

MARTHA GUALLPA

DIRECTORA:

Ing. XIMENA PERALTA

CUENCA - ECUADOR



**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA CASA DEPORTIVA
EN LA CIUDAD DE CUENCA. PERIODO 2012-2016”**

2.- RESUMEN EJECUTIVO

El estudio de factibilidad, sirve para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y en base a ello tomar la mejor decisión; es por ello que al finalizar este trabajo podremos determinar si es un proyecto viable o no.

Nuestro proyecto, se refiere al estudio de Factibilidad para la creación de una Casa Deportiva. En el que se producirá ropa deportiva, ya que la misma ha ganado un espacio en el mercado debido a la gran acogida que tienen los diferentes deportes hoy en día, considerando que este es practicado por diferentes segmentos de la población.

Para este trabajo partiremos con la realización de un estudio de mercado, a continuación se realizará un estudio técnico, estudio legal y concluiremos con un estudio económico-financiero.

3.- ANTECEDENTES.

3.1.- IMPORTANCIA DEL TEMA.

En la actualidad las personas consideran que es importante realizar deportes, ya sean incentivadas por sus allegados o por necesidad propia; previniendo enfermedades futuras.

Es por ello que practicar un deporte, genera consigo la necesidad de adquirir los implementos necesarios tales como: vestimenta e insumos que se requieren de acuerdo a la actividad deportiva a practicar.

Se debe considerar además que en nuestra ciudad existen grandes deportistas que sirven de referencia para que otras personas practiquen algún deporte.

Además se ha observado que tanto en los centros educativos así como en diferentes organizaciones, se llevan a cabo anualmente las llamadas “jornadas deportivas” para las cuales es necesario tener un uniforme que les distinga de cada uno de los equipos participantes.

3.2.- DELIMITACIÓN DEL TEMA.

- 1) **Contenido:** Creación de una Casa Deportiva
- 2) **Campo de Aplicación:** Área Empresarial
- 3) **Espacio:** Ciudad de Cuenca
- 4) **Período:** Para el período 2012-2016

3.3.- JUSTIFICACIÓN DEL TEMA

Criterio Académico.

- ❖ Sirve de apoyo para otras tesis.
- ❖ Servir como material de consulta, para quienes necesiten conocer sobre el tema.
- ❖ Servir como bibliografía para alumnos.

Criterio Institucional.



Contribuye a la sociedad en general para tener un referente de cómo se maneja el sector de la ropa deportiva, y si este es un negocio que le va a dar una rentabilidad que se espera, al final de un período económico.

Criterio Social.

El desarrollo de este tema será importante para la ciudad de Cuenca, ya que la creación de una Casa Deportiva, ayudará a sus habitantes a tener mejores opciones de compra.

Criterio Personal.

Al realizar este estudio, podremos adquirir nuevos conocimientos tanto teóricos así como de aplicación en el campo administrativo.

Criterio de Factibilidad.

Esta investigación contará con bases teóricas proporcionadas por fuentes bibliográficas existentes, complementadas con los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera universitaria. Además existe información de empresas existentes en el mercado, tales como: Casa Deportiva Ortega, Rodeport, Casa Deportiva Calle, etc.

3.4.- DESCRIPCIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO

3.4.1.- Descripción del Objeto de Estudio en el cantón Cuenca

La Casa Deportiva estará ubicada en la provincia del Azuay, ciudad de Cuenca, en las calles Rumihurco y Paseo de los Cañaris.

Esta contará con lo siguiente:

- Área de Producción.
- Área Administrativa.
- Área de Ventas
- Estacionamiento

3.4.2.- Potenciales Clientes

Nuestros potenciales clientes serán las personas que viven en la ciudad de Cuenca.

3.4.3.- Objeto de la Organización

- Ofrecer productos de excelente calidad.
- Crear en la mente del consumidor un ambiente de fidelidad.
- Mantenerse en el mercado siendo competitivos.
- Llegar a ser una empresa líder en el mercado.
- Ser responsables con la sociedad.

3.4.4.- Estructura de la Organización

La Casa Deportiva estará constituida de acuerdo a la Ley de Compañías, como una Cía. de Responsabilidad Limitada.

3.4.5.- Actividades de la Organización

Fabricación de Ropa Deportiva de calidad a precios cómodos, satisfaciendo los gustos, exigencias y necesidades de los habitantes de la ciudad de Cuenca

3.4.6.- Perspectivas de la Organización

La perspectiva de la Casa Deportiva es posicionarse en el mercado, aplicando buenas políticas de publicidad, para que las personas conozcan la empresa y sean los futuros clientes.

4.- MARCO TEÓRICO

- ❖ Estudio de Factibilidad
- ❖ Estudio de Mercado
- ❖ Estudio Técnico
- ❖ Estudio Administrativo-Legal



- ❖ Estudio Económico – Financiero
- ❖ Estudio Ambiental

Estudio de Factibilidad

“La factibilidad se asocia al carácter técnico para expresar las posibilidades que tienen un proyecto determinado en el marco de los recursos físicos y tecnológicos, es decir si un proyecto cuenta con los elementos necesarios para ser ejecutado”⁵⁰. “En factibilidad, la información tiende a ser demostrativa, recurriéndose principalmente a información de tipo primario. La información primaria es la que genera la fuente misma de la información”⁵¹.

Estudio de mercado

“El estudio de mercado es más que el análisis y la determinación de la oferta y demanda, o de los precios del proyecto. Muchos costos de operación pueden preverse simulando la situación futura y especificando las políticas y los procedimientos que se utilizarán como estrategia comercial. Pocos proyectos son los que explican, por ejemplo, la estrategia publicitaria, la cual tiene en muchos casos una fuerte repercusión, tanto en la inversión inicial –cuando las estrategias de promoción se ejecutan antes de la puesta en marcha del proyecto– como en los costos de operación, cuando se define como un plan concreto de acción”⁵².

Estudio Técnico

“Consiste en indicar en forma explícita las etapas principales de perfeccionamiento de la idea original, hasta llegar al diseño propuesto, como soluciones de proyectos definitivos. Al mismo tiempo se presentarán la justificación de las decisiones adoptadas, mostrando sus ventajas frente a las demás alternativas que actualmente se hayan considerado.

⁵⁰ Rojas López Miguel David, Gerencia de la Construcción, pág. 46

⁵¹ Fontaine Ernesto R., Evaluación Social de Proyectos, pág. 29

⁵² Sapag Chain Nassir, Sapag Chain Reinaldo, Preparación y Evaluación de Proyectos, pág. 26



Este estudio no solamente debe demostrar la habilidad técnica del proyecto, sino que también debe mostrar y justificar cual es la alternativa técnica que mejor se ajusta a los criterios de optimización que se ajusta al proyecto”.⁵³

Estudio Administrativo-Legal

“Uno de los aspectos que menos se tiene en cuenta en el estudio de proyectos es aquel que se refiere a los factores propios de la actividad ejecutiva de su administración: organización, procedimientos administrativos y aspectos legales..... Para ello deberá definirse, con detalle que sea necesario, los procedimientos administrativos que podrían implementarse junto con el proyecto. Pueden existir diferencias sustanciales, entre los costos de llevar registros normales frente a los computacionales, y mientras en algunos proyectos convenga la primera modalidad, en otros puede ser más adecuada la segunda.... Tan importante como los aspectos anteriores es el estudio legal. Aunque no responde a decisiones internas del proyecto, como la organización y los procedimientos administrativos, influye indirectamente en ellos y, en consecuencia, sobre la cuantificación de sus desembolsos.”⁵⁴

Estudio Económico-Financiero

“Los objetivos de esta etapa son ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores, elaborar los cuadros analíticos y datos adicionales para la evaluación del proyecto y evaluar los antecedentes para determinar su rentabilidad. La sistematización de la información financiera consiste en identificar y ordenar todos los ítems de inversiones, costos e ingresos que puedan deducirse de los estudios previos.”⁵⁵

Estudio Ambiental

“Un enfoque de la gestión ambiental sugiere introducir en la evaluación de proyectos las normas ISO 14000, las cuales consisten en una serie de procedimientos asociados con dar a los consumidores una mejora ambiental continua de los productos y servicios que proporcionará la inversión, asociada con los menores

⁵³ ROJAS LÓPEZ, Miguel David, 2007 Evaluación De Proyectos Para Ingenieros, Edit. Multilibros, pág. 40

⁵⁴ Sapag Chain Nassir, Sapag Chain Reinaldo, Preparación y Evaluación de Proyectos, pág. 28

⁵⁵ Sapag Chain Nassir, Sapag Chain Reinaldo, Preparación y Evaluación de Proyectos, pág. 26



costos futuros de una eventual reparación de los daños causados sobre el medio ambiente”⁵⁶

5.-PROBLEMAS

Problema Central

La necesidad de la creación de una Casa Deportiva en la ciudad de Cuenca.

Problemas Complementarios

- La Casa Deportiva deberá realizar constantes investigaciones de mercado, las cuales permitirán determinar el grado de aceptación y acogida de los clientes hacia nuestro negocio; además nos permitirá conocer si nuestros productos cumplen con las expectativas de los clientes en cuanto a calidad, precios, diseños, gustos y preferencias.

Por otro lado, el cumplimiento de la normativa legal es importante para el correcto funcionamiento y desarrollo de la empresa.

- El manejo de la Tecnología de la Información, deberá ser de manera correcta, lo que reflejará confianza y seguridad, a los clientes, proveedores y empleados; demostrándolo en cada una de las transacciones que se realizan.

- La distribución de planta, se tendrá que definir de acuerdo a la producción estimada y nivel de ventas. Una correcta distribución nos permitirá ahorrar tiempo, dinero y espacio. Además hay que considerar que el Talento Humano, es de vital importancia por lo que esta distribución evitará posibles riesgos de trabajo.

- Por otro lado, la correcta selección y negociación con los proveedores nos permitirá ofrecer productos de calidad, en el tiempo establecido.

6.- OBJETIVOS GENERALES

Realizar un estudio para determinar la factibilidad de la creación de una Casa Deportiva en la ciudad de Cuenca, para el período 2012-2016.

7.- OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

⁵⁶ Sapag Chain Nassir, Sapag Chain Reinaldo, Preparación y Evaluación de Proyectos, pág. 31

- 1.- Realizar un estudio de mercado para conocer la aceptación del producto y la cantidad que se espera vender a futuro en determinadas condiciones.
- 2.- Efectuar un estudio Técnico para determinar si la ubicación es óptima para el proyecto, así como su distribución de planta.
- 3.- Realizar un Estudio Administrativo-Legal, para determinar las condiciones administrativas y legales sobre las cuales se va a regir.
- 4.- Hacer un estudio económico - financiero para determinar los resultados económicos del proyecto durante su vida útil.
- 5.- Realizar un Estudio Ambiental, con el fin de determinar el impacto ambiental que tendrá el proyecto.

8.- MÉTODOS Y TÉCNICAS

La presente investigación se realizara con la utilización del Método Deductivo, para la redacción de la parte teórica, este método sigue un proceso sintético-analítico; se presentan conceptos, principios, definiciones, leyes o normas generales de las cuales se extraen conclusiones o consecuencias en las que se aplica; o se examinan casos particulares sobre las bases de las afirmaciones generales presentadas.

Y para la realización de parte práctica se utilizará el Método Inductivo, que consiste en un proceso analítico-sintético mediante el cual se parte del estudio de casos como hechos o fenómenos particulares de un principio o ley general que los rige.

En el siguiente cuadro se presentan las técnicas que van a ser utilizadas en esta investigación.



MATRIZ PARA LA DEFINICIÓN DE LAS TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN									
LISTADO DE VARIABLES Y CATEGORIAS	TÉCNICAS CUANTITATIVAS					TÉCNICAS CUALITATIVAS			
	ESTADÍSTICA	REGISTRO	ENCUESTA	ESCALAS NUMÉRICAS	OBSERVACIONES ESTRUCTURALES	ENTREVISTA	GRUPOS FOCALES	TESTIMONIO	ESTUDIO DE CASO
VARIABLES									
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD									
Estudio de mercado									
Producto	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Oferta	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Demanda	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Precio	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Ubicación estratégica	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Canales de Comercialización	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Competencia	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Estudio Técnico									
Localización	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Tamaño	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Capacidad	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Especificaciones Técnicas	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Proceso Tecnológico	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Edificaciones	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Equipos e Instalaciones	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Distribución de Planta	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Insumos	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Costos de Producción	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Estudio Administrativo-Legal									
Conformación jurídica y requisitos de funcionamiento	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Estructura de la organización	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Definición de perfiles y cargos	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Estudio Económico-Financiero									
Plan de Inversión	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Estructura de Financiamiento	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Estimación de Ingresos	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Estimación de Costos y Gastos	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Estados Financieros Proforma	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Evaluación Financiera del negocio	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Estudio Ambiental									
Describir y analizar el proyecto	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Identificación, Valoración y Evaluación de los impactos ambientales	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Medidas correctoras	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
La Legislación Vigente	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Exigencia de una administración	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Plan de Manejo Ambiental	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
CATEGORIAS									
Seguridad	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Responsabilidad	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Cumplimiento	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Habilidad	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Estabilidad	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Esfuerzo	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Honradez	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Puntualidad	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Confianza	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Creatividad	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Eficiencia	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Honestidad	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Colaboración	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Ética	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Sinceridad	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Claridad	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Eficacia	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Credibilidad	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

	100%
	75%
	50%
	25%

9.- DISEÑO METODOLÓGICO

a) Recolección y Procesamiento de Información:

Para el presente trabajo, será necesario analizar las técnicas de recolección de datos, mediante la aplicación del muestreo. Se utilizará técnicas cuantitativas como: estadística, registro, encuestas, escalas numéricas, observación estructural y técnicas cualitativas como: entrevistas, grupos focales, estudio de caso y testimonios; y como complemento, para el procesamiento de esta información se va utilizar el programa de Excel, para la redacción se utilizará Word y para la presentación se utilizará Power Point.

b) Análisis de la Propuesta:

La información será ordenada en base a los capítulos de la tesis, el análisis cuantitativo de la información se realizará a través de la lectura de cuadros y gráficos y se explicará los resultados por medio de la relación causa-efecto.

Para el diseño de nuestra propuesta vamos a tener una visión de futuro y un análisis profundo de la misma.

c) Redacción:

- Elaboración del informe o texto preliminar
- Revisión del Texto Preliminar (Director).
- Elaboración de reajustes del texto, en base a los comentarios y sugerencias.
- Elaboración del Texto definitivo
- Entrega del texto o presentación de la tesis.

10.- ESQUEMA TENTATIVO O PLAN DE TRABAJO

Capítulo I. Antecedentes

1.1 Descripción del Objeto de Estudio

1.2 Marco Conceptual

1.3 Marco Legal



Capítulo II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

- 2.7 Estudio de Factibilidad
- 2.8 Estudio de mercado
- 2.9 Estudio Técnico
- 2.10 Estudio Administrativo-Legal
- 2.11 Estudio Económico – Financiero
- 2.12 Estudio Ambiental

Capítulo III ESTUDIO DE MERCADO

- 3.1 Producto
- 3.2 Demanda
- 3.3 Oferta
- 3.4 Precios
- 3.5 Ubicación Estratégica
- 3.6 Canales de comercialización.

CAPITULO IV ESTUDIO TÉCNICO

- 4.1 Localización
- 4.2 Tamaño o Capacidad
- 4.3 Especificaciones técnicas
- 4.4 Proceso tecnológico
- 4.5 Edificaciones
- 4.6 Equipos e Instalaciones
- 4.7 Distribución de Planta
- 4.8 Insumos

CAPITULO V ESTUDIO ADMINISTRATIVO-LEGAL

- 5.1 Conformación Jurídica y requisitos de funcionamiento
- 5.2 Estructura de la organización



5.3. Definición de perfiles y cargos

CAPITULO VI ESTUDIO ECONÓMICO - FINANCIERO

6.1 Plan de inversión

6.2 Estructura de Financiamiento

6.3 Estimación de ingresos

6.4 Estimación de Costos y Gastos

6.5 Estados Financieros Proforma

6.6 Evaluación Financiera del negocio

6.6.1 Valor presente neto

6.6.2. Tasa Interna de Retorno

6.6.3. Pay – back

6.6.4. Análisis de sensibilidad

CAPITULO VII ESTUDIO AMBIENTAL

7.1 Describir y analizar el proyecto

7.2 Identificación, Valoración y Evaluación de los impactos ambientales

7.3 Medidas Correctoras.

7.4 La legislación vigente

7.5 Exigencia de una administración

7.6 Plan de Manejo Ambiental

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFÍA



ANEXOS

11.- VARIABLES Y CATEGORÍAS

VARIABLES	CATEGORÍAS
◆ Producto	◆ Seguridad
◆ Oferta	◆ Responsabilidad
◆ Demanda	◆ Cumplimiento
◆ Precio	◆ Habilidad
◆ Ubicación estratégica	◆ Estabilidad
◆ Canales de Comercialización	◆ Esfuerzo
◆ Competencia	◆ Honradez
◆ Localización	◆ Puntualidad
◆ Tamaño	◆ Confianza
◆ Capacidad	◆ Creatividad
◆ Especificaciones Técnicas	◆ Eficiencia
◆ Proceso Tecnológico	◆ Honestidad
◆ Edificaciones	◆ Colaboración
◆ Equipos e Instalaciones	◆ Ética
◆ Distribución de Planta	◆ Sinceridad
◆ Insumos	◆ Claridad
◆ Costos de Producción	◆ Eficacia
◆ Constitución Jurídica	◆ Credibilidad
◆ Estructura Organizativa	
◆ Plan de Inversión	
◆ Estructura de Financiamiento	
◆ Estimación de Ingresos	
◆ Estimación de Costos y Gastos	
◆ Estimación de Resultados	
◆ Punto de Equilibrio	
◆ Análisis de Sensibilidad	
◆ Indicadores Financieros-Estáticos	
◆ Indicadores Financieros-Dinámicos	
◆ Peligros ambientales	
◆ Riesgos ambientales	
◆ Impactos ambientales	



12.- BIBLIOGRAFÍA

LIBROS

ADELL, Ramón, 2007, Aprender Marketing, Edit. Paidós, Argentina.

LÓPEZ-PINTO, Bernardo, 2010 Los Pilares del Marketing, Edit. Ediciones UPC, México.

ROJAS LÓPEZ, Miguel David, 2007 Evaluación De Proyectos Para Ingenieros, Edit. Multilibros, México.

DILLON, William, MADEM, Tomas, FRIDE, Nerl, La Investigación de Mercados Entorno de Marketing, Edit Mc. Graw Hill, México

SCHIFFMAN, León G., LAZAR Kanuk Leslie, 2005 Comportamiento del Consumidor,

KOTLER, Philip, 2005 El marketing según Kotler, Edit. Pearson Educación, Madrid

NIETO, Alfonso, IGLESIAS Francisco, 2000 La empresa Informativa, Edit. Ariel, México

DICCIONARIOS

LID Editorial Empresarial, Dearborn Financial Publishing, 1999, Diccionario Bilingüe de Negocios, Edit. Dearborn Financial Publishing, Chicago.

PAGINAS WEB

<http://www.promonegocios.net/oferta/definicion-oferta.html>

<http://es.wikipedia.org/wiki/Microempresa>

<http://www.marketing-free.com/precio/definicion-precio.html>

TESIS

BRITO Mary, y PESANTEZ Marisol, Estudio de Factibilidad para la creación de un multicomercio en el sector de la Cooperativa Léntag- cantón Girón durante el periodo 2009



PAREDES ARÉVALO Aida Marcela y SÁNCHEZ CABRERA Fabiola Cristina, Creación
de una fábrica de pantalones jeans en la ciudad de Cuenca, 2009



13.- CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDADES	FECHA	MAYO																JUNIO				JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE				ENERO				FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO			
		SEMANA 1				SEMANA 2				SEMANA 3				SEMANA 4				S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4				
Capítulo I. ANTECEDENTES																																																																	
1.1 Descripción del Objeto de Estudio																																																																	
1.2 Marco Conceptual																																																																	
1.3 Marco Legal																																																																	
Capítulo II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA																																																																	
2.1 Estudio de Factibilidad																																																																	
2.2 Estudio de mercado																																																																	
2.3 Estudio Técnico																																																																	
2.4 Estudio Administrativo-Legal																																																																	
2.5 Estudio Económico – Financiero																																																																	
2.6 Estudio Ambiental																																																																	
Capítulo III ESTUDIO DE MERCADO																																																																	
3.1 Producto																																																																	
3.2 Demanda																																																																	
3.3 Oferta																																																																	
3.4 Precios																																																																	
3.5 Ubicación Estratégica																																																																	
3.6 Canales de comercialización.																																																																	
Capítulo IV ESTUDIO TECNICO																																																																	
4.1 Localización																																																																	
4.2 Tamaño o Capacidad																																																																	
4.3 Especificaciones técnicas																																																																	
4.4 Proceso tecnológico																																																																	
4.5 Edificaciones																																																																	
4.6 Equipos e Instalaciones																																																																	
4.7 Distribución de Planta																																																																	
4.8 Insumos																																																																	

