



**Uleam**  
UNIVERSIDAD LAICA  
ELOY ALFARO DE MANABÍ

**UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABÍ**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**  
**CARRERA ADMINTRACION DE EMPRESAS**

**TEMA:**

Creación de una microempresa dedicada a la confección y comercialización de ropa deportiva a ubicarse en la ciudad de Manta.

**Nombre**

Mauro Jonathan Mendoza Saltos

**Tutor:**

Ing. Luis Mario Moreira Moreira

Martes, 19 de Agosto del 2022

## Document Information

---

Analyzed document	Tesis Mauro Listo.docx (D126684463)
Submitted	2022-01-31T19:20:00.0000000
Submitted by	
Submitter email	e1314859727@live.ulead.edu.ec
Similarity	4%
Analysis address	mario.moreira.uleam@analysis.orkund.com

## Sources included in the report

---

	<b>UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ / DAMARYS SARIDY CEDEÑO GARCÍA</b>	
	<b>TESIS.docx</b>	
<b>SA</b>	Document DAMARYS SARIDY CEDEÑO GARCÍA TESIS.docx (D126345755) Submitted by: evelyn.cano@uleam.edu.ec Receiver: evelyn.cano.uleam@analysis.orkund.com	 6
<b>SA</b>	<b>DIEGO CAÑAR TESIS FINAL UNIFORMES DEPORTIVOS.docx</b> Document DIEGO CAÑAR TESIS FINAL UNIFORMES DEPORTIVOS.docx (D14867239)	 2
<b>W</b>	URL: <a href="https://www.revistagrantedearena.com/el-deporte-en-tiempos-de-pandemia-es-posible-y-factible/#:~:text=%E2%80%9CLa%20Organizaci%C3%B3n%20Mundial%20de%20la,pueden%20ser%20herramientas%20valiosas%20paraWachowicz">https://www.revistagrantedearena.com/el-deporte-en-tiempos-de-pandemia-es-posible-y-factible/#:~:text=%E2%80%9CLa%20Organizaci%C3%B3n%20Mundial%20de%20la,pueden%20ser%20herramientas%20valiosas%20paraWachowicz</a> Fetched: 2022-01-31T19:20:00.0000000	 2

---

## CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad de Ciencias Administrativa de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, certifico:

Haber dirigido y revisado el trabajo de titulación, cumpliendo el total de 400 horas, bajo la modalidad de Proyecto de Investigación, cuyo tema del proyecto es **“Creación de una microempresa dedicada a la confección y comercialización de ropa deportiva a ubicarse en la ciudad de Manta”**, el mismo que ha sido desarrollado de acuerdo a los lineamientos internos de la modalidad en mención y en apego al cumplimiento de los requisitos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico, por tal motivo CERTIFICO, que el mencionado proyecto reúne los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para ser sometido a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

La autoría del tema desarrollado corresponde al señor **Mauro Jonathan Mendoza Saltos**, estudiante de la carrera de Administración de Empresas, período académico 2022 (2), quien se encuentra apto para la sustentación de su trabajo de titulación.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, 19 de Agosto del 2022.

Lo certifico,

Ing. Mario Moreira

**Docente Tutor**

**Área: Ciencias Administrativas (Administración de Empresas)**

## **APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban, aprueban el Ensayo Académico, cuyo tema es: **“Creación de una microempresa dedicada a la confección y comercialización de ropa deportiva a ubicarse en la ciudad de Manta”**

Presentado por el Señor **Mauro Jonathan Mendoza Saltos**. De acuerdo con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, constancia que el mencionado proyecto investigativo se encuentra aprobado.

Para constancia firman:

---

**PRESIDENTA DEL TRIBUNAL**

Ing. María Jessenia Alcívar Mero

---

**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

Ing. Carmen Marieta Bayas Zambrano

---

**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

Eco. Cesar Raúl Alarcón Chávez

## **DEDICATORIA**

Dentro de mi recorrido por esta institución desde el inicio de nivel hasta las instancias que he llegado es un recorrido arduo, me pude dar cuenta, de que hay muchas cosas para las que soy bueno, encontré destrezas y habilidades que ni sabía que contenía este ser humano, las mismas que se desarrollaron en mí, pero lo realmente importante es que como persona lo logré descubrir que por más que disfrute trabajar solo, siempre obtendré un mejor resultado si lo llevo a cabo con ayuda y la compañía perfecta.

Por ello quiero dedicar esta tesis a mis padres, quienes fueron un pilar muy importante para la elaboración de esta investigación, por su apoyo incondicional en las decisiones que tome, su cariño, amor y grandes demostraciones de afecto, que dan muestra de las cosas que tiene que brindar y ofrecerme como familia.

Muchas gracias por suponer mi constancia, motivación y ayudarme a concluir de la manera en que se suponía que fuera.

## INDICE

CERTIFICACIÓN .....	3
APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN .....	4
DEDICATORIA .....	5
INDICE .....	6
INDICE DE TABLA .....	10
INDICE DE FIGURA.....	12
RESUMEN EJECUTIVO .....	13
CAPITULO I .....	14
1. Descripción del Proyecto .....	14
1.1 Planteamiento del Problema.....	14
1.1.1 Formulación del Problema.....	17
1.2 Objetivos del Proyecto.....	17
1.2.1 Objetivo General.....	17
1.2.2 Objetivos Específicos .....	17
1.3 Justificación del Proyecto .....	18
1.4 Delimitación del Proyecto .....	21
1.4.1 Delimitación Geográfica.....	21
1.4.2 Delimitación Temporal .....	21

1.4.3 Delimitación social .....	22
2. Planteamiento estratégico .....	22
2.1 Visión.....	22
2.2 Misión .....	22
2.3 Valores Empresariales .....	23
2.4 Análisis Interno del Proyecto .....	23
3. Estudio de Mercadotecnia.....	24
3.1 Análisis Externo.....	24
3.2 Segmento del Mercado .....	24
3.3 Estudio de Variables del Marketing Mix .....	25
3.3.1 Producto:.....	25
3.3.2 Precio .....	25
3.3.3 Plaza.....	27
3.3.4 Promoción.....	27
3.4 Análisis Competitivo .....	27
3.4.1 Amenaza de Entrada de Nuevos Competidores.....	28
3.4.2 Competidores Potenciales .....	29
3.4.3 Amenazas de Ingreso de Productos Sustitutos.....	30
3.4.4 Poder Negociación de los Clientes .....	30
3.4.5 Poder Negociación de los Proveedores.....	31

4.	Descripción del Producto.....	32
4.1	Característica del Producto / Servicio.....	32
4.1.1	Principales tipologías de la ropa deportiva.....	33
4.2	Análisis Comparativos con Productos Similares.....	34
5.	Estudio Técnico.....	34
5.1	Descripción de las Características de Localización del Negocio.....	34
5.2	Realización de un Bosquejo del Área de Trabajo.....	36
5.3	Diagrama de Procesos.....	37
5.5	Calculo de los Materiales y Materia Prima a Utilizar en el Proceso Productivo.....	43
5.6	Listado de los Proveedores.....	44
6.	Estudio Organizacional.....	45
6.1	Organigrama Estructural y Funcional.....	45
6.2	Funciones según las Responsabilidades de cada Persona.....	46
6.3	Previsión de RRHH.....	47
7.	Estudio Legal y Societario.....	47
7.1	Marco Legal.....	47
7.2	Requisitos para su Legitimidad.....	48
8.	Estudio Económico Financiero.....	49
8.1	Costo Unitario.....	49

8.2	Estructura del Costo y Gastos .....	50
8.3	Proyección de Ventas .....	50
8.4	Plan de Inversión.....	52
8.5	Líneas de financiamiento .....	53
8.6	Flujo de Caja Proyectado (5 años) .....	55
8.7	Estado de Resultado proyectado (5 años) .....	56
8.8	Estado de Situación Financiera proyectado (5 Años) .....	59
9.	Evaluación Financiera.....	60
9.1	VAN .....	60
9.2	TIR .....	61
9.3	Relación de Beneficio/ Costo (RBC) .....	62
9.4	Razones Financieras.....	62
9.4.1	Liquidez.....	62
9.4.2	Endeudamiento.....	63
9.4.3	Rentabilidad .....	63
	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	64
	BIBLIOGRAFÍA .....	66
	ANEXOS .....	68
	Anexo 1: Encuesta .....	68

## INDICE DE TABLA

Tabla 1: Valores Empresariales .....	23
Tabla 2: Análisis Interno del Proyecto .....	23
Tabla 3: Análisis Externo .....	24
Tabla 4: Comparación de Productos Similares.....	34
Tabla 5: Descripción Máquina Overlock.....	39
Tabla 6: Cantidad y Costo Maquinaria Overlock .....	39
Tabla 7: Descripción de Máquina Recta.....	40
Tabla 8: Cantidad y Costo Máquina Recta .....	40
Tabla 9: Descripción de Máquina Recubridora .....	41
Tabla 10: Cantidad y Costo Máquina Recubridora .....	41
Tabla 11: Descripción Máquina Cortadora.....	41
Tabla 12: Cantidad y Costo Máquina Cortadora .....	42
Tabla 13: Descripción de Máquina Elasticadora .....	42
Tabla 14: Cantidad y Costo Máquina Elasticadora .....	42
Tabla 15: Descripción Plancha Transfer.....	43
Tabla 16: Cantidad y Costo Plancha Transfer .....	43
Tabla 17: Calculo de Materiales y Materia Prima .....	44
Tabla 18: Lista de Proveedores.....	45
Tabla 19: Funciones de responsabilidad.....	46
Tabla 20: Recurso Humanos.....	47
Tabla 21: Costo de Publicidad .....	50
Tabla 22: Estructura del Costo y Gastos.....	50

Tabla 23: Proyección de Venta de un Año .....	51
Tabla 24: Proyección de Venta (5 años).....	51
Tabla 25: Activos Fijos.....	52
Tabla 26:Activos Intangibles .....	52
Tabla 27:Inversión Inicial .....	52
Tabla 28: Tabla de Amortización .....	53
Tabla 29: Financiamiento del Proyecto .....	53
Tabla 30: Ingreso Operativo .....	54
Tabla 31: Compras, Adecuaciones, Activos intangibles y otros .....	54
Tabla 32: Otros Ingresos.....	55
Tabla 33: Proyección de un Año.....	55
Tabla 34: Flujo de Caja Proyectado.....	55
Tabla 35: Designación de Activo (Vida Útil y Porcentaje) .....	56
Tabla 36: Desglose de Maquinaria .....	56
Tabla 37: Depreciación Mensual-Anual .....	57
Tabla 38: Proyección de Depreciación (5 años) .....	57
Tabla 39: Estado de Resultado.....	58
Tabla 40: Estado de Situación Financiera (5 años).....	59
Tabla 41: VAN.....	61
Tabla 42: Flujos Acumulados .....	62
Tabla 43: Costo / Beneficio (RBC).....	62
Tabla 44: Ratios Financieros .....	63

## INDICE DE FIGURA

Figura 1: Máquina Overlock.....	39
Figura 2: Máquina Recta.....	40
Figura 3: Máquina Recubridora.....	40
Figura 4: Máquina Cortadora.....	41
Figura 5: Máquina Elasticadora.....	42
Figura 6: Plancha Transfer.....	43

## **RESUMEN EJECUTIVO**

La presente investigación se basó en la creación de una microempresa cuya actividad comercial es la confección de ropa deportiva única de acuerdo a diferentes modelos, para ello se realizó la descripción del proyecto, la determinación de los objetivos específicos hacia donde queremos llegar en 5 años, donde está ubicada, se pretende tener una ubicación limitada que sería en los contenedores del nuevo tarqui, pero todo esto genera un costo y gasto.

Por lo tanto, se realizó por medio de una encuesta permitiendo verificar que tan factible es apertura el negocio en esta zona debido que ya existen muchos locales que vende este tipo de prendas, es aquí donde se da la competencia o segmentación de mercado, dando como que, si es conveniente abrir este tipo de empresa, con la pequeña particularidad de vender modelos únicos y creados en la misma.

Adicional se realizó un estudio económico financiero el mismo que determino que el proyecto, si es rentable desde el año hasta el año cinco, por medio de la adquisición de materia, suministros y materiales, activos fijos, proyección de ventas, flujo de caja proyecto, con la finalidad de mostrarlo en la situación real de estimación por medio de un Estado de Situación Financiera y Estado de Resultado.

El tiempo es muy evidente por eso se realiza una evaluación financiera por medio del van y el tir, relación de costo y beneficio, la razón financiera está compuesta por los índices de liquidez y endeudamiento.

# CAPITULO I

## 1. Descripción del Proyecto

### 1.1 Planteamiento del Problema

El presente trabajo se llevará a cabo con la finalidad de crear una microempresa dedica a la elaboración y comercialización de ropa deportiva, oportunidad que se presenta al incremento notable de la adquisición de esta línea de prenda, convirtiéndose en un fenómeno de nuestra sociedad, la cultura deportiva se ha metido en la sangre de los jóvenes, siendo signo de invasión de la vida diaria.

Por ello, (Manzano D y Pescador C.A , 2017 ) nos expone “actualmente la actividad física es considerado como un factor positivo para todas las personas, sin importar edad, género, credo o filiación política, ya sea por salud, entretenimiento o practica de forma profesional; a ello hay que sumarle que el deporte posibilita la creación y socialización de vínculos con otras personas, gracias a compartir gustos similares, un ejemplo es el fútbol en donde la gran mayoría de la población conoce sobre este deporte y les permite socializar sobre temas relacionados”.

En el mundo actual no se hubiera creído en la implementación de la indumentaria, podría ser una identificación en una persona, esto ha marcado tendencia, se lleva de carácter de sanidad, actividad, luciendo bien por fuera y adentro. Entonces de acuerdo al estudio realizado en la ciudad de Manta existe un gran número de tiendas que su actividad principal es la comercialización de ropa deportiva como lo son; Marathón y KAO Sport, cuyo fin es satisfacer los gusto y comodidad del cliente.

Existe una gran concentración de empresas textiles su principal factor es; baja Competitividad, niveles de innovación, no aperturas a mercados internacionales. Sin embargo, es notorio que por la naturaleza de este sector se justifica en la alta potencia de la exportación, lo que se vería reflejado hipotéticamente en las ventas, generando solvencia y liquidez a la actividad y al país.

Según (Coronel Ordoñez, Evelyn Johanna y Porras Muñoz, Jose Marcos, 2021) nos dice: “ En el Ecuador la producción textil es la actividad que más aporta dentro del sector industrial a la economía del país. A partir del año 2000, con la dolarización, esta actividad tuvo un importante y destacado crecimiento, lo cual permitió que las empresas textiles decidieran importar maquinaria con mejor tecnología para obtener una mayor producción, por lo cual las exportaciones de ese mismo año tuvieron un aumento del 8,14% con respecto al año 1999”.

Entonces, el sector textil ha pasado por un sin número de situaciones severas pese a las circunstancias en los últimos años, una de sus consecuencias se refleja en la quiebra, debido a la competencia con las marcas ya posicionadas, llevando un precio bajo, no ha sido factible, cabe indicar que las empresas de hoy se enfrentan a grandes problemas como; el contrabando y los productos de China.

Según (Coronel Ordoñez, Evelyn Johanna y Porras Muñoz, Jose Marcos, 2021) se evidencia; “ un problema en el sector, dada la importación de prendas de vestir de China y de la comunidad andina, que para el 2011 alcanzaron el 59% de las importaciones totales en este rubro, esto representan un reto de competitividad para los productores nacionales.

Cabe recalcar, que la pandemia del COVID-19 ha tenido un gran impacto en el deporte, actividad física y educación física, también otros sectores han tenido dificultades,

dejándonos en claro la importancia de la actividad física y la inclusión del deporte. Por ello, los gobiernos, organismos internacionales, federaciones, ligas, profesionales, han hecho un llamado tras esta cuarentena de promover la actividad física, utilizando estrategias creativas que cuiden la salud física, mental y emocional de un ser humano.

Entonces, se debe proponer tomar medidas adecuadas por parte de las organizaciones, gobiernos y otros, que tomen conciencia ambiental y tomar así acciones de consumo y producción, para la mejora de la contaminación producida por la industria, generando cada día miles de toneladas de contaminación perjudicial para el ambiente y todo ser vivo que habita en el planeta tierra.

Según (Róger, 2010) nos dice “la contaminación es un problema muy grande hoy en día y mira que la forma más viable de combatirlo es por medio de la enseñanza de valores éticos, morales y prácticas ambientales, que de esta manera puedan impartirse en la sociedad y que tanto los dueños de las compañías textiles y alumnos creen una conciencia y puedan ser partícipes de todo el proceso”.

Esta investigación se basa en el análisis de la creación una micro empresa dedicada a la confección y comercialización de ropa deportiva, y tener una nueva opción en tendencia de ropa deportiva, en la que va inspirar en las personas pasión al deporte sin perder el estilo de vida urbano y moderno, centrada en las tendencias actuales, ya que las personas deben experimentar y percibir un estilo de vida moderno. Se busca satisfacer una necesidad que permita generar un negocio rentable, mejorar la accesibilidad de las personas al momento de comprar la indumentaria adecuada para la actividad física que desean realizar.

### **1.1.1 Formulación del Problema**

#### **Problema General**

¿Será viable crear una micro empresa dedicada a la confección y comercialización de ropa deportiva en la ciudad de Manta?

### **1.2 Objetivos del Proyecto**

#### **1.2.1 Objetivo General**

Crear una micro empresa dedicada a la confección y comercialización de ropa deportiva en la ciudad de Manta.

#### **1.2.2 Objetivos Específicos**

- ✓ Realizar la descripción del proyecto para crear una micro empresa dedicada a la confección y comercialización de ropa deportiva en la ciudad de Manta.
- ✓ Desarrollar el estudio de mercado para crear una micro empresa dedicada a la confección y comercialización de ropa deportiva en la ciudad de Manta.
- ✓ Efectuar el estudio técnico para crear una micro empresa dedicada a la confección y comercialización de ropa deportiva en la ciudad de Manta.
- ✓ Implementar el estudio organizacional para crear una micro empresa dedicada a la confección y comercialización de ropa deportiva en la ciudad de Manta.
- ✓ Realizar un estudio legal y societario financiero para crear una micro empresa dedicada a la confección y comercialización de ropa deportiva en la ciudad de Manta.
- ✓ Desarrollar un estudio financiero para crear una micro empresa dedicada a la confección y comercialización de ropa deportiva en la ciudad de Manta.
- ✓ Efectuar la evaluación financiera para crear una micro empresa dedicada a la confección y comercialización de ropa deportiva en la ciudad de Manta.

### **1.3 Justificación del Proyecto**

Es de gran importancia abordar este tema investigativo, que nace del deseo de ofrecer un aporte a la sociedad ecuatoriana respecto a su identidad, en este país en la producción de prendas de vestir desde su origen con su enfoque en las modas extranjeras, estas no son consideradas en los aspectos y costumbres sociales, culturales, económicas en los países de Latinoamérica.

La idea de la realización de un estudio de factibilidad para la creación de una comercializadora de ropa deportiva en la ciudad de Manta, se crea a partir del reconocimiento por la ciudad como; fuente de potencia deportiva en crecimiento, se busca satisfacer una necesidad que genere un ingreso sustentable, se escogió este sector con la finalidad del acceso de las personas al momento de comprar indumentaria adecuada para realizar una actividad física. A su vez generando tendencia actual hacia el ejercicio, cada persona es un potencial consumidor por lo que se puede obtener un gran progreso como empresa una vez que se logre generar confianza en los clientes y así ser una de las empresas más reconocidas para la comercialización de ropa deportiva en la ciudad de Manta.

El presente estudio tiene un especial interés por la población de estratos medio-bajo, medio y medio-alto debido al poder adquisitivo que representaría mayor acceso a los productos a ofrecer, sin dejar a un lado los demás, pues cualquier persona puede sentirse libre de poder ponerse en contacto con la empresa y realizar un pedido, pero en el estudio los esfuerzos en la estrategia de mercadeo irán enfocados hacia los estratos anteriormente mencionados, por lo que se debe hacer un seguimiento a las localidades en donde se concentran la población características de los mismos.

El sector textil en el Ecuador, es una industria que aporta significativamente a la generación de empleo, demanda de mano de obra no calificada y adicionalmente en su proceso de producción se identifican cadenas de valor que logran integrar diversos sectores de la economía como: agricultura, plásticos, ganadero; con la producción textil.

Según (Coronel Ordoñez, Evelyn Johanna y Porras Muñoz, Jose Marcos, 2021) nos dice; “en el transcurso de los años, diferentes firmas se dedicaron a fabricar y confeccionar prendas en algunas ciudades del Ecuador, la gran mayoría de empresarios decidieron optar por las provincias de Guayas, Pichincha, Azuay, Imbabura y Tungurahua. En esas provincias es donde se concentra la mayor cantidad de industrias textiles en el país, hoy en día, el sector textil tiene una gran variedad de productos, por dicha razón, entre los materiales que con mayor frecuencia usan para la fabricación de prendas son: el algodón, poliéster, nylon, lana, acrílicos y seda”.

Según (Coronel Ordoñez, Evelyn Johanna y Porras Muñoz, Jose Marcos, 2021) nos indica; “es indispensable indicar que el sector textil obtuvo sus primeros crecimientos en la región interandina del Ecuador, en las que debido al crecimiento que se presentó en las capitales interandinas y el desarrollo del ferrocarril, represento un 90% del sector textil en el año 1930. El auge de dicho sector se presentó en mayor parte en la sierra norte, en este sector se producía en su mayoría para exportar para la década de 1920, para este año de 200 mil sucres que se exportaba se pasó a un millón”.

El énfasis de la actualidad se basa en los modelos atractivos de prenda de vestir los poseen, únicamente tiendas de ropa de marca costosas y extranjeras, a diferencia de las empresas de aquí, se encuentra limitadas a modelos clásicos sin considerar las exigencias del consumidor, solo se basan en las exigencias de ellos mismos, se considera que el éxito de

una empresa, está basado en el valor agregado que se genera por lo que se ofrece, por ello la idea es generar productos nuevos para esta comunidad, enfocando los esfuerzos en la producción de ropa deportiva en base a modelos creativos, y que estos se han utilizados no solo para realizar deporte, esperando entregar al cliente prendas de vestir cómodas, versátiles y elegantes.

La economía se focaliza en; impacto ambiental, producción de residuos, industria deportiva, productos sostenibles. Según (ONU, 2017) 8 millones de toneladas de plástico terminan en el océano cada año, esta enorme cantidad de plásticos terminan afectando la vida de los ecosistemas marinos. La marca española Ecoalf con la colección deportiva: ‘‘Because there is no planet b’’, encuentra soluciones al sacar más de 500 toneladas de desechos del fondo del mar y reciclar más de 120 millones de botellas plásticas para crear prendas deportivas de alta calidad.

Así mismo, Adidas junto a Parley For The Oceans, desde el 2016 realizaron una alianza estratégica para brindar soluciones tangibles frente a la contaminación de los océanos debido al plástico.

El aislamiento social dispuesto para la prevención del contagio de COVID-19, obligó a cambiar la forma de entrenar a quienes realizan ejercicio en gimnasios, clubes o al aire libre. En este sentido, la recomendación de los profesionales de la educación física, la actividad física y la salud es seguir ejercitando, utilizando los elementos que cada persona tiene a su disposición y en el espacio en el que vive para evitar los riesgos de una vida sedentaria.

Según (Villatoro, 2021) nos señala que “la Organización Mundial de la Salud (OMS) sostiene que “el comportamiento sedentario y los bajos niveles de actividad física pueden tener efectos negativos en la salud, el bienestar y la calidad de vida de las personas, mientras que la actividad física y las técnicas de relajación pueden ser herramientas valiosas para ayudar a mantener la calma y proteger su salud durante las cuarentenas”.

Por ello, es necesario estar en total comunicación, por medio de las redes sociales facilitan la forma de dar a conocer los diferentes productos que se van ofrecer por medio de la publicidad, aplicando su coste por cada hoja de publicidad es muy bajo, pero de ayuda para atraer a los consumidores. Con este proyecto se espera aplicar un cambio positivo en las personas de indumentaria deportiva y así generar un impacto en el mercado en la adquisición de la ropa deportiva muy cómoda y confiable.

#### **1.4 Delimitación del Proyecto**

##### **1.4.1 Delimitación Geográfica**

Este proyecto de investigación está enfocado en la creación de una micro empresa cuya actividad principal será la confección y creación de ropa deportiva se llevará en un lugar específico en la ciudad de Manta siendo esta la Provincia de Manabí del País Ecuador.

##### **1.4.2 Delimitación Temporal**

Este proyecto tiene una estimación de tiempo de 5 años comenzando desde el mes de diciembre 2022 hasta el mes de diciembre del 2027.

### **1.4.3 Delimitación social**

#### **1.4.3.1 Universidad laica Eloy Alfaro de Manabí**

Su enfoque se da principalmente en proveer profesionales a la colectividad empresarial, con la finalidad de que se han de aporte intelectual a la microempresa y elaboren productos nacionales que consuman los clientes.

#### **1.4.3.2 Estudiantes de la universidad**

Toda persona que se involucre a este proyecto de manera empírica pondrá en práctica los conocimientos adquiridos por la misma.

#### **1.4.3.3 Sociedad**

Beneficia a la sociedad por generar plazas de empleos, gracias a que el establecimiento requiere de personal para funcionar, este aportara socialmente a la comunidad de Manta generando puestos de trabajo adecuados y mejorando la calidad de vida de las familias de los trabajadores.

## **2. Planteamiento estratégico**

### **2.1 Visión**

Ser una empresa líder en producción y comercialización de ropa deportiva en el mercado con signos de innovación y satisfacción a los clientes, ofreciendo productos con acabados y diseños exclusivo de creación, con precios cómodos y así contribuir a la economía de la ciudad y con la finalidad de expandir la cobertura a nivel nacional.

### **2.2 Misión**

Somos una comercializadora de ropa deportiva en la ciudad de Manta con productos de buena calidad, comodidad, funcionalidad y diseños de vanguardia en la moda deportiva,

satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes, superando sus expectativas, para lograr solidez, crecimiento y rentabilidad con responsabilidad social.

### 2.3 Valores Empresariales

Entre los valores empresariales que se van implementar dentro de esta organización se plantean los siguiente:

*Tabla 1: Valores Empresariales*

Valores	Significado
<b>Lealtad</b>	Fidelidad con nuestro clientes y colaboradores.
<b>Honestidad</b>	Por la coherencia y transparencia en ser y parecer.
<b>Constancia</b>	Ser firmes, perseverantes y recursivos en las acciones.
<b>Responsabilidad</b>	Ofrecer un servicio de calidad al cliente
<b>Respeto</b>	Brindar comunicación a nuestros colaboradores y clientes.

**Fuente:** Creado por Mauro Jonathan Mendoza Saltos.

### 2.4 Análisis Interno del Proyecto

*Tabla 2: Análisis Interno del Proyecto*

Aspectos Positivos	Aspectos Negativos
Análisis Interno	
Fortalezas	Debilidades
1. Satisfacción de los clientes atendidos.	1. Problemas de Motivación del personal.
2. Continuación capacitación al personal.	2. Es una empresa nueva en el mercado competitivo.
3. Conocimiento de los productos ofrecidos en los colaboradores.	3. Carencia de los diferentes canales publicitarios.
4. Precios ofrecidos ante cualquier comprador.	4. Poca lealtad por parte de clientes.
5. Excelente calidad de los productos.	5. Lento crecimiento de las ventas.
6. Calidad y Confort.	6. Ausencia de estrategias.
7. Precios competitivos.	7. No existe un canal apropiado de distribución.
8. Diseño personalizado	8. No cuenta con Marketing personalizado.

**Fuente:** Creado por Mauro Jonathan Mendoza Saltos.

### 3. Estudio de Mercadotecnia

#### 3.1 Análisis Externo

*Tabla 3: Análisis Externo*

Análisis Externo	
Oportunidades	Amenazas
1. Oferta de asesoría de imagen a los clientes.	1. Cambios en el entorno político, social.
2. Posicionamiento estratégico.	2. Competencias de productos sustitutivos.
3. Inculcar la cultura del deporte y la salud, aumentando las ventas de ropa deportiva.	3. Afectación por parte de las grandes marcas.
4. Incremento de los ingresos con promociones especiales en eventos deportivos.	4. Ingreso de ropa deportiva a bajo precio.
5. No contar con competencia a la altura de la elaboración de ropa deportiva.	5. Marcas existente con mayor participación.
6. Herramientas tecnológicas (Facebook, Instagram y WhatsApp)	6. Disposiciones legales que afecten el incumplimiento de los servicios.
7. Implementación en la tendencia de hacer ejercicios por salud.	7. Existencias de precios más bajos por parte de este mundo competitivo.
8. Tener responsabilidad Social.	8. La aceptación por parte de productos similares.

**Fuente:** Creado por Mauro Jonathan Mendoza Saltos.

#### 3.2 Segmento del Mercado

La segmentación de mercado para el presente trabajo, esta direccionada a todo el tipo de personas entre ellos tenemos; niños y adultos, edad promedio desde los 15 años en adelante, que le guste hacer o practicar algún deporte, o simplemente se sienta atraídos por la ropa deportiva, a nivel geográfico en la ciudad de Manta, se realizó un estudio de ingreso económico para poder tener eficientemente clientes, los mismo que van a interactuar con la empresa. Para llegar a obtener una buena segmentación de mercado es necesario considerar lo siguiente:

- ✓ Variable geográfica: es aquel que se divide el mercado de acuerdo a su ubicación como país, provincia, ciudad, parroquia, otros. **Por ejemplo:** Ecuador, Manabí, Manta, Zona Urbana.
- ✓ Variable demográfica: se define como la separación del mercado en distintos grupos se han estos de género, religión y otros. **Por ejemplo:** Hombres y Mujeres, sin importar que se ha negro, mulato o mestizo.
- ✓ Variable psicográficas: Se refiere específicamente a los pensamientos, sentimientos y comportamientos de una persona. Por medio de la personalidad, estilo de vida y valores. **Por ejemplo:** Gente que le guste usar ropa cómoda y deportiva.
- ✓ Variables conductuales: Se basa en el comportamiento con relación al producto. Se recalca una ventaja que se enmarcan en los consumidores. **Por ejemplo:** Gente activa decidida a verse bien.

### **3.3 Estudio de Variables del Marketing Mix**

#### **3.3.1 Producto:**

Es aquel producto se va elaborar y comercializar es todo tipo de indumentaria deportiva como son; pantalonetas, camisas, camiseta, short, licras, buzos, chompas y conjuntos deportivos de muy buena calidad, que consta de un empaque, bolsa y logotipo de la empresa.

#### **3.3.2 Precio**

Es el valor que se le asigna al producto que se va a comercializar, estos son confeccionados, de calidad e innovadores debemos tener en cuenta lo siguiente:

**Costo de producción.** – Este se debe cubrir el total de los costos de producción de las diferentes prendas.

**La competencia.** – Se referencia a el precio de venta de los competidores directos de la empresa “Mauro Sport”.

**Margen Bruto.** – No, es más, que la ganancia que se quiere obtener por la venta de cada producto.

**Impuestos.** – Son todos los impuestos que incurren por la adquisición de maquinaria, instrumentos, inventario, un sin número de compras, los mismo que se deberán pagar de manera mensual y anual.

De acuerdo a estos factores se indica que la empresa será en un local, se utilizara como estrategia de precios se han con un valor inferior al promedio de mercado, debido que la elaboración de las prendas será elaborada directamente en la fábrica ahorrando así la distribución, comercialización, transporte.

Por lo tanto, se debe establecer el precio de venta de los productos a ofrecer se deberá tener en cuenta que se deben realizar contratos con los proveedores donde se indica un costo para la empresa de adquisición por cada una de las prendas deportivas, los proveedores están dispuestos a disminuir el costo de adquisición si se adquieren las prendas al por mayor, lo que significa que entre más se venda, menor será el costo de adquisición y del mismo modo se puede reducir el precio de venta o aumentar el margen de rentabilidad, los márgenes de utilidad se establecerán entre un rango del 20% al 30% dependiendo de la prenda, y se puede ir ajustando mes a mes a medida que se vaya acercando a un punto estable y dependiendo de la cantidad de unidades vendidas, si se aplican descuentos o estrategias de venta que modifiquen el precio de venta, los precios de los compradores van a encontrar son relativamente menores a los de la competencia, las mujeres que adquieran esta mercancía se

sorprenderán de manera grata, porque sin necesidad de comprar marcas extranjeras encontrarán una gran satisfacción al momento de usar los productos nacionales.

### **3.3.3 Plaza**

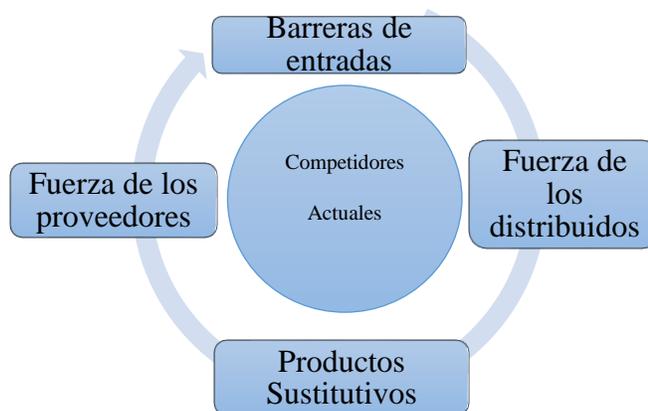
El producto se distribuirá a través de un local en los módulos del nuevo tarqui en la ciudad de Manta.

### **3.3.4 Promoción**

Se realizará por medio de un buen programa de publicidad como son: hojas volantes, tarjetas de presentación, medios de comunicación (radio, prensa).

Ofrecer incentivos en las mercaderías que adquieren los compradores como; promociones de venta personalizada, siempre y cuando se brinde una asesoría necesaria, durante los primeros seis meses del año se dará a conocer al público el “viernes deportivo” con descuentos en camisetas para todas las tallas. este día será informado a los clientes una semana antes a través de las redes sociales del establecimiento y medios impresos colocados en el exterior del mismo. El descuento aplicable será del 10% y estará vigente un día de cada mes.

## **3.4 Análisis Competitivo**



De acuerdo al proyecto es llamativo y atractivo, por los diseños y colores, toque particular de no repetir diseños, creándose una ventaja competitiva. El sector de distribución y producción de productos por la actividad de comercialización y producción de prenda de vestir. Las principales características de cada una de las cinco fuerzas de Porter serían las siguientes:

#### **3.4.1 Amenaza de Entrada de Nuevos Competidores**

Esta se basa en identificar las organizaciones que venden el mismo producto que nuestra microempresa ofrece en el mercado, por ello se deben mantener estrategias, para combatir a estos rivales y así tomar acciones.

Según (Dirección General de Marketing, 2012) “las barreras pueden ser de muchos tipos y pueden dificultar o impedir la entrada de nuevos competidores. Estas barreras pueden ser naturales o creadas”.

Según (Blog de Pablo, 2016) “la llegada de nuevas empresas suele estar condicionada por la existencia o no de barreras de entrada, tales como patentes, economías de escala, requisitos de capital importantes, costes de transferencia, acceso a la distribución, políticas gubernamentales, etc.”

De acuerdo a la información presentada por estos autores nos indica las fuerzas de Porter, por lo tanto, direccionándola a la confección textil de ropa deportiva, se puede evidenciar que las barreras de entrada son bajas, con lo que la amenaza de nuevos competidores aumenta. Esto se debe a una serie de aspectos que se explican a continuación. En cuanto a la diferenciación del producto, las empresas ya establecidas poseen identificación de marca y lealtad por parte de los clientes, lo cual dificulta el posicionamiento de las nuevas empresas.

Aplicando a la industria textil se puede decir que:

- 1) La manera y el ritmo que llevan las empresas textiles es de crecimiento reducido, ya que se encuentra en fase de madurez.
- 2) Las barreras de salida son escasas en la distribución y elevadas en la producción
- 3) Los costos de almacenamiento son bajos al considerar que los productos no son perecibles.
- 4) No existe una gran diferenciación en cuanto a la calidad de los productos textiles, por lo que la elección de los consumidores se basa en el precio y en la marca.

### **3.4.2 Competidores Potenciales**

La rivalidad en una industria textil usualmente toma la forma cuando las empresas luchan por una posición utilizando diversas tácticas (por ejemplo, la competencia de precios, batallas publicitarias, lanzamientos de productos). “Esta rivalidad tiende a aumentar en intensidad cuando las empresas sienten la presión competitiva o ven una oportunidad para mejorar su posición”. (Potter, M, 1997)

Aplicando a la industria textil se tiene que:

- 1) No hay restricciones administrativas, lo cual genera mayor facilidad para la creación de empresas y microempresas que deseen competir en el mercado.
- 2) En cuanto a la producción se puede decir que si existen barreras de entrada por la existencia de economías de escala y el capital mínimo necesario es mediano.
- 3) Las posibilidades de reacción de las empresas ya establecidas ante los nuevos entrantes son reducidas ya que no les ven como una amenaza.

### **3.4.3 Amenazas de Ingreso de Productos Sustitutos**

Los productos sustitutos son aquellos que pueden desempeñar la misma función que los del sector analizado. “Constituyen también una fuerza que determina el atractivo de la industria, ya que pueden reemplazar los productos y servicios que se ofrecen o bien representar una alternativa para satisfacer la demanda.” (Aredith Alemán, 2015).

Un mercado o segmento no es atractivo si existen productos sustitutos reales o potenciales. La situación se complica si los sustitutos están más avanzados tecnológicamente o pueden entrar a precios más bajos reduciendo los márgenes de utilidad de la corporación y de la industria. (mercadeo)

- ✓ Al aplicar a la industria textil la amenaza de ingreso de productos sustitutos se puede considerar que no existe ya que no hay en el mercado productos sustitutivos para los artículos textiles, si se toma en cuenta como única función la de vestir.

### **3.4.4 Poder Negociación de los Clientes**

El poder de negociación de los compradores una de las 5 fuerzas competitivas que describe Porter (2015) en uno de sus famosos modelos es la capacidad de los clientes para imponer precios y condiciones de venta. Por ello se define los compradores que determinan la existencia de una organización, por medio del poder de la negociación. En el caso del comercio de ropa deportiva para mayorista, los clientes son los de almacenes de centros comerciales que compran para la venta, el monto de compra de cada uno de ellos es significativo para la empresa porque son volúmenes altos que representa ganancias significativas.

Un mercado o segmento no será atractivo cuando los clientes están muy bien organizados, el producto tiene varios o muchos sustitutos, el producto es muy diferenciado o

es de bajo costo para el cliente, lo que permite que pueda hacer sustituciones por igual o a muy bajo costo. A mayor organización de los compradores mayores serán sus exigencias en materia de reducción de precios, de mayor calidad y servicios y por consiguiente la corporación tendrá una disminución en los márgenes de utilidad.

Al aplicar a la industria textil se tiene que:

- ✓ Los clientes del sector textil son muy numerosos y no poseen la información para defender sus intereses.
- ✓ No puede negociar ya que el volumen de compra del cliente es pequeño.
- ✓ Existen cambios significativos en los hábitos de compra del consumidor estos pueden ser: por cambios demográficos, de estilo de vida, cultural o tecnológico, que implican nuevos arreglos o cambios en la demanda del producto.

#### **3.4.5 Poder Negociación de los Proveedores**

Este se basa especialmente en los proveedores si estos se encuentran bien organizados, no será aceptable, por ello el precio y tamaño serán impuestos con un fuerte recurso. Si este mantiene totalmente activo.

Si se aplica quedaría:

- ✓ Si existe un sin número de proveedores esto genera que el cliente presione y imponga las cosas a su favor, por medio de su interés.
- ✓ En base al producto que este se ha distribuable y almacenables, la única inconsistencia sería los cambios.

## **4. Descripción del Producto**

### **4.1 Característica del Producto / Servicio**

Dentro de las características que ofrece la comercializadora “Mauro sport” se presentan las siguientes:

- ✓ Productos personalizados
- ✓ Materia Prima de calidad
- ✓ Variedad de colores y tendencia

Los productos que se han escogido en este negocio son ternos variados (camisetas, pantalonetas, sudaderas, pantalón), realizados en un 30% en tela Vioto. Entre la Línea de ropa deportiva tenemos:

- ✓ Pantalonetas
- ✓ Calentadores
- ✓ Camisas
- ✓ Shorts
- ✓ Lycras
- ✓ Chompas
- ✓ Conjuntos deportivos
- ✓ Equipos deportivos

En la producción se utilizará los siguientes materiales como son los que se detallan a continuación:

- ✓ Tela Algodón

- ✓ Tela lycra
- ✓ Tela Spandex
- ✓ Tela Poliester
- ✓ Tela Airflow

#### **4.1.1 Principales tipologías de la ropa deportiva**

**Transpirabilidad:** Ropa deportiva debe ser transpirable y ser capaz de transferir al exterior el sudor de la piel. El secado debe ser rápido, tanto para la humedad externa de la lluvia a partir del sudor, que se debe utilizar para los tejidos que absorben poca humedad.

**Resistente al agua:** Para los deportes de la lluvia es necesario el uso de ropa impermeable, pero se debe utilizar telas que son transpirables para evitar la condensación del sudor.

**Confort:** La comodidad de la ropa deportiva es un aspecto básico. En algunos deportes como el golf o el tenis está buscando, ropa suelta, mientras que otros como el ciclismo o patinaje con prendas elásticas ajustadas por razones de aerodinámica. Aislamiento térmico para los deportes de invierno en un clima frío o con pañuelos usados capacidad aislante, pero ambos son ligeros y transpirables.

**Ligereza:** Una característica necesaria en ropa de deporte es el camino, para no sobrecargar al usuario con peso innecesario.

**Estética:** Dada la notoriedad que actualmente tiene el deporte en la sociedad, la estética es un factor clave en el diseño de ropa deportiva.

**Versatilidad:** En ropa deportiva puede encontrar tanto un deporte prendas específicas que no admiten otro uso, como andar en bicicleta o nadar hasta que la tapa de malla ropa versátil que se puede utilizar en casi cualquier ocasión, tales como camisetas, chándales o

entrenadores de baloncesto, que se han convertido un icono cultural, incluso más allá del deporte, lo que resulta en los estilos de prendas de vestir y casual, informal o deportiva.

#### **4.2 Análisis Comparativos con Productos Similares**

La proyección con estimación de este proyecto puede ser un poco similar al de un análisis de proceso productivo enfocados en los productos que estos obtienen para la elaboración de sus prendas como se muestra en la tabla a continuación;

**Tabla 4: Comparación de Productos Similares**

	<b>Trabajos Completados</b>	<b>Porcentaje de uso</b>
Botonadora	9	22,4%
Ojaladora	9	22,4%
Plana dos agujas	11	35,9%
Fileteadora	39	55,9%
Plancha 1	32	65,3%
Plancha 2	32	60,8%
Tiempo promedio en el sistema		43.2min

Contiene productos como es la botonadura, ojaladora, planas, planchas todos aquellos suministros o implementos que se utilizan en su elaboración así mismo como en esta creación de la empresa presentamos lo que se pretende confeccionar con un periodo de 5 años para al final recuperar la inversión inicial que se hace en este negocio que se verá refleja a largo plazo, la motivación de esto radica principalmente en la motivación y así poder incrementar un volumen de ventas de manera que se ha adquisitivo para el cliente y queden totalmente satisfechos.

### **5. Estudio Técnico**

#### **5.1 Descripción de las Características de Localización del Negocio**

El lugar donde se ubica la empresa es una de las variables más importantes en cuanto a decisiones logísticas, la empresa debe estar localizada en un punto tal que los tiempos de

respuesta sean óptimos tanto de proveedores como de la empresa hacia sus clientes. La microempresa se ubicará en el Nuevo Tarqui teniendo acceso a todos los consumidores.

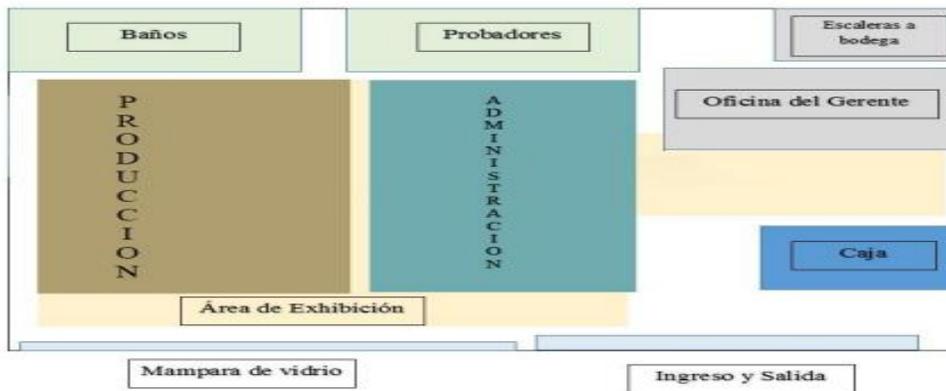
Un factor positivo es que la planta productora y punto de venta se encuentran ubicados en el centro comercial de la ciudad, estas poseen todos los servicios básicos, como alcantarillado, agua potable, luz eléctrica. Lo cual permite el buen desenvolvimiento de las actividades de producción y ventas en los sitios mencionados.

Para la producción de ropa deportiva uno de los servicios indispensable es la energía eléctrica, debido al uso de la maquinaria industrial; un valor estimado de Kw. (kilovatios) que se requiere para la producción de un calentador deportivo es de 0.25 Kw., el costo aproximado ya incluido impuestos del kilovatio por hora es de \$0.12.

La empresa al encontrarse en la zona urbana de Manta cuenta con una gran disponibilidad de mano de obra calificada para sus operaciones, para conseguirla es necesario realizar un proceso de selección de personal a través de pruebas prácticas para poder probar las habilidades en el manejo de las máquinas, así como el tiempo que se demoran en la realización de una prenda deportiva.

Los únicos requerimientos que deben poseer los empleados es vivir en la ciudad de Manta, tener experiencia en la elaboración de ropa deportiva, disponibilidad de tiempo completo, ser responsables, puntuales, honrados.

## 5.2 Realización de un Bosquejo del Área de Trabajo

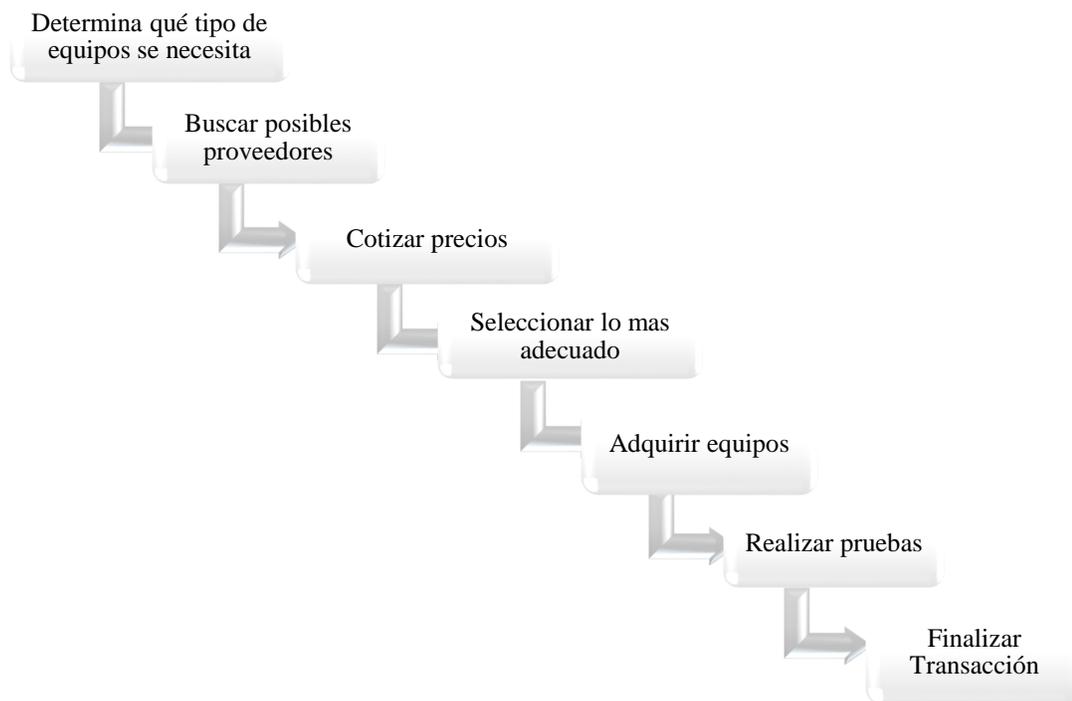


Se pueden observar un total de siete áreas dentro del establecimiento compuesta por la caja, que es quien recibe a los clientes, un área de exhibición que es donde se muestra lo oferta a los clientes, el área de producción que estará junto a los probadores y los baños los mismos que llevan a la bodega en la parte superior del establecimiento. Los probadores, habiendo uno para hombres y otro para mujeres al igual que el baño, encontrándose también una oficina para el gerente donde se entenderán a clientes mayoristas. Para obtener una óptima distribución de la planta se debe tomar en cuenta ciertos parámetros que permite ser más eficiente el uso de los espacios físicos como son: la integración total, mínima distancia de recorrido, utilización del espacio físico, bienestar y seguridad del trabajador. Las dimensiones de la planta son de 72 metros cuadrados en los que se distribuye la mesa de corte, la maquinaria industrial, la zona de empaque; además se incluye una batería sanitaria y un espacio destinado a oficina de la administración. El tipo de proceso que manejará la empresa Mauro Sport es la distribución por proceso la cual ubica al personal y la maquinaria juntas ya que sus operaciones tienen secuencia y sus volúmenes de producción no son considerables

### 5.3 Diagrama de Procesos

Todo establecimiento comercial requiere de ciertos equipos a fin de garantizar un correcto funcionamiento del mismo, los mismos que intervendrán en los procesos de compra y venta de mercadería, declaraciones de impuestos, atención al cliente, temperatura ambiente adecuada del establecimiento, entre otros procesos que se lleven a cabo.

La adquisición de estos equipos para “Mauro sport” se realizará analizando modelos, características y funcionalidades de los mismos ya que deben ser adecuados para hacer frente a las necesidades del local, estar en perfectas condiciones funcionando de forma óptima a fin de que no sufran desperfectos tempranos, además se debe tomar en cuenta que el proveedor ofrezca una rápida solución en caso de problemas con los productos adquiridos.



Para el proyecto se requiere de una tecnología específica, como es el caso de las máquinas industriales, debido a su rapidez y capacidad de producción. Es decir se requerirán

dos máquinas overlock, cuya capacidad de producción se estima que es de 25 conjuntos de prendas deportivas por día por máquina; una máquina cortadora vertical que se estima puede cortar alrededor de 1000 metros de tela diarios, una recubridora de cinco hilos y tres agujas, la cual permite realizar doblados y refuerzos en 300 calentadores por día; una máquina recta industrial, cuyo uso es para colocación de encaje y su capacidad es de trabajar en unas 250 prendas al día; y una elasticadora, la cual puede poner el elástico en un día alrededor de 160 prendas.

Entre las maquinarias y equipos requeridos se mencionan computadores portátiles y de escritorio ya que el control del inventario se realizará a través de un software, es necesario adquirir un scanner e impresoras multifunción, routers para garantizar que dentro del establecimiento haya red wifi y acondicionadores de aire para un ambiente agradable del local. En cuanto a maquinarias de producción se mencionan:

- Recta,
- Overlock
- Recubridora
- Estampadora
- Cortadora.
- Plancha transfer

Para nuestro proceso directo se realizará el corte de tela necesario en las diferentes tallas y modelos requeridos por nuestros clientes la misma que será procesada en los diferentes tipos de máquinas hasta llegar al empaquetado y entrega. Para la confección de la ropa deportiva es indispensable contar con máquinas industriales debido a su gran capacidad y rapidez al momento de coser, por lo que la empresa contará con la siguiente maquinaria.

*Figura 1: Máquina Overlock*



*Fuente: Mercado libre*

*Tabla 5: Descripción Máquina Overlock*

<b>Maquina Overlock</b>	
<b>Descripción</b>	Máquina overlock 5 hilos, marca Kingtex, sistema semipesado 6000-7000c.punt/min lubricación automática Motor 3450rpm Por las dos máquinas se confeccionarán alrededor de 25 conjuntos deportivos por día.

**Fuente:** Creado por Mauro Jonathan Mendoza Saltos.

*Tabla 6: Cantidad y Costo Maquinaria Overlock*

<b>Requerimiento Máquina Overlock</b>			
<b>Concepto</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Máquina Overlock Kingtex	2	940	1880

**Fuente:** Creado por Mauro Jonathan Mendoza Saltos.

**Figura 2: Máquina Recta**



**Fuente:** Mercado libre

**Tabla 7: Descripción de Máquina Recta**

Máquina Recta	
<b>Descripción</b>	Máquina de coser recta GEM 8500: Costura recta Lubricación automática Velocidad de 5.500 puntadas por minuto Costura liviana e intermedia. Trabaja en 250 prendas al día coloca encajes

**Fuente:** Creado por Mauro Jonathan Mendoza Saltos.

**Tabla 8: Cantidad y Costo Máquina Recta**

Requerimiento máquina recta					
Concepto			Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Máquina	Recta	GEM8500	1	1200	1200

**Fuente:** Creado por Mauro Jonathan Mendoza Saltos.

**Figura 3: Máquina Recubridora**



*Fuente: Mercado libr*

**Tabla 9: Descripción de Máquina Recubridora**

<b>Máquina Recubridora</b>	
<b>Descripción</b>	Recubridora Pegasus CW 500 N Motor Wang Sing Velocidad de 5.500 puntadas por minuto Tiene 5 hilos y 3 agujas Permite realizar doblados y refuerzos Recubre alrededor de 300 calentadores por día.

**Fuente:** Creado por Mauro Jonathan Mendoza Saltos.

**Tabla 10: Cantidad y Costo Máquina Recubridora**

<b>Requerimiento Máquina Recubridora</b>			
<b>Concepto</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Máquina Recubridora	1	1000	1000

**Fuente:** Creado por Mauro Jonathan Mendoza Saltos.

**Figura 4: Máquina Cortadora**



*Fuente: Mercado libre*

**Tabla 11: Descripción Máquina Cortadora**

<b>Máquina Recubridora</b>
----------------------------

Descripción	Cortadora de tela 11' pulgadas
-------------	--------------------------------

**Fuente:** Creado por Mauro Jonathan Mendoza Saltos.

**Tabla 12: Cantidad y Costo Máquina Cortadora**

Requerimiento Máquina Cortadora			
Concepto	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Máquina Cortadora	1	2200	2200

**Fuente:** Creado por Mauro Jonathan Mendoza Saltos.

**Figura 5: Máquina Elasticadora**



**Fuente:** Mercado libre

**Tabla 13: Descripción de Máquina Elasticadora**

Máquina Elasticadora	
Descripción	Ponen elastic en un día 160 prendas Modelo Z100 A4DF-1 5 Hilos Con pega Elastic

**Fuente:** Creado por Mauro Jonathan Mendoza Saltos.

**Tabla 14: Cantidad y Costo Máquina Elasticadora**

Requerimiento Máquina Elasticadora			
Concepto	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Máquina Elasticadora	1	2200	2200

**Fuente:** Creado por Mauro Jonathan Mendoza Saltos.

**Figura 6: Plancha Transfer**



**Fuente:** Mercado libre

**Tabla 15: Descripción Plancha Transfer**

Plancha Transfer	
<b>Descripción</b>	Plancha Transfer Ad3 Requiere papel para sublimar

**Fuente:** Creado por Mauro Jonathan Mendoza Saltos.

**Tabla 16: Cantidad y Costo Plancha Transfer**

Requerimiento Plancha Transfer			
Concepto	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Máquina Plancha Transfer	1	300	300

**Fuente:** Creado por Mauro Jonathan Mendoza Saltos.

### 5.5 Calculo de los Materiales y Materia Prima a Utilizar en el Proceso Productivo.

Al ser un producto el cual se va a producir, se considerará como materia prima básica lo siguiente:

**Tabla 17: Calculo de Materiales y Materia Prima**

<b>Producto</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor</b>	<b>Valor Total</b>
TELA ALGODÓN	500 mt	3,85	1.925,00
TELA LYCRA	500 mt	1,40	700,00
TELA POLIESTER	500 mt	0,50	250,00
TELA EXPANDEX	500 mt	3,00	1.500,00
TELA AIRFLOW	500 mt	2,00	1.000,00
Carretes de hilo algodón	50 uds	0.90	45,00
Carretes de hilo poliéster	50 uds	0,50	25,00
Carretes de hilo elástico	50 uds	0,95	47.50
Carretes de hilo nylon	50 uds	0,95	47,50
Agujas para maquinas	300 uds	0,17	51,00
Tiza para costura	100 uds	0,50	50,00
Cierres	200 uds	0,50	100,00
Etiquetas para ropa	300 uds	0,20	60,00
Elástico	500 uds	0,03	15,00

---

**Fuente:** Creado por Mauro Jonathan Mendoza Saltos.

Sin embargo, se considera necesaria la adquisición de otro tipo de insumos como fundas plásticas biodegradables con el logo de la empresa necesario para una correcta entrega de los productos al cliente.

### **5.6 Listado de los Proveedores.**

Entre nuestros principales proveedores tenemos los siguientes:

*Tabla 18: Lista de Proveedores*

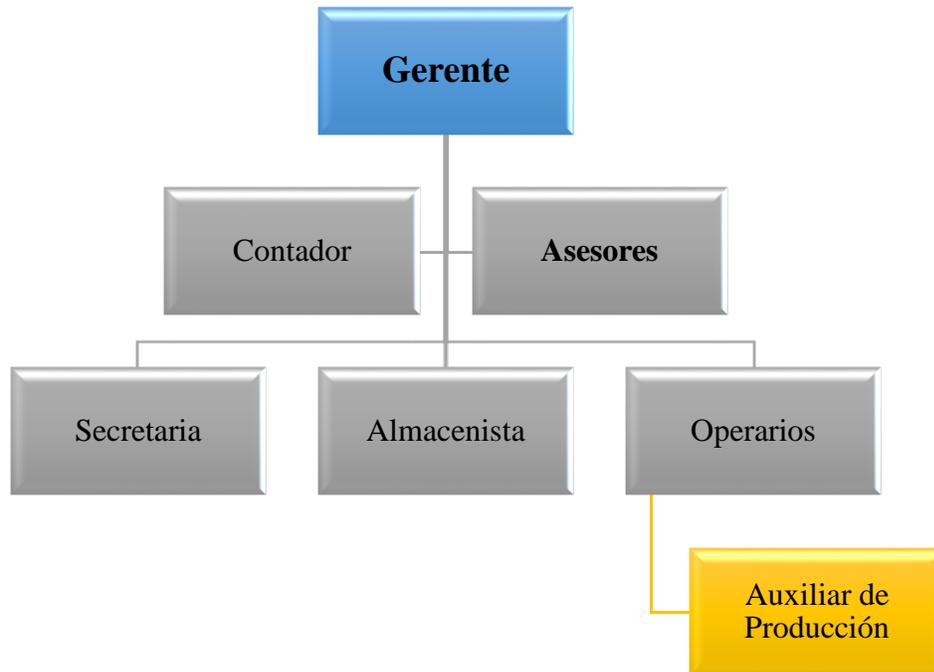
<b>NOMBRES DE PROVEEDORES</b>	<b>DENOMINACIÓN</b>
MEGATEX	Telas
NEYMATEX	Telas
ODIMA TEXTILES	Telas
BOBINA MANTA	Suministros y Materiales
BAZAR OCEÁNICO	Suministros y Materiales
ROPA Y VARIEDADES	Suministros y Materiales

**Fuente:** Sitio de la ciudad Mantaa.

**Elaborado:** Sr. Mauro Jonathan Mendoza Saltos

## 6. Estudio Organizacional

### 6.1 Organigrama Estructural y Funcional



**Elaborado:** Sr. Mauro Jonathan Mendoza Saltos

## 6.2 Funciones según las Responsabilidades de cada Persona

Se definen los cargos iniciales a partir de las necesidades principales de la empresa para su correcto funcionamiento al momento de su puesta en marcha. Mediante una constante autoevaluación se tomarán decisiones administrativas en cuanto la contratación de más personal.

**Tabla 19: Funciones de responsabilidad**

PERSONAS	CARGO	FUNCIÓN
01	Gerente General	Establecer los objetivos organizacionales, metas parámetros, políticas y hoja de ruta por la cual la empresa se rige. En otras palabras, se debe crear el mapa por el cual se desea que la empresa siga
01	Secretaria	Está encargada de brindar un apoyo incondicional con las tareas establecidas, además de acompañar en la vigilancia de los procesos a seguir; además cuentan con sus respectivos folders, computadoras y todos los demás materiales de oficina, así como de contribuir al proceso contable.
01	Almacenista	Estará encargado del punto de venta, para atender a los clientes que deseen comprar en la fábrica. Realizara rotación de mercancía en las vitrinas y estantes.
03	Asesor comercial	Serán los encargados de visitar los diferentes clientes de la empresa para concretar las ventas de la ropa deportiva, o realizar las ventas del punto.
01	Contador	Llevar a cabo la contabilidad de la empresa, con la finalidad de producir informes para la gerencia y que sirven para la toma de decisiones
02	Auxiliar de producción	Responsable del acabado del producto final, así como de mantener las instalaciones de la empresa en total orden y limpieza, con los implementos necesarios para ejecutar bien su trabajo.
06	Operaria	Serán las personas encargadas de confeccionar las prendas deportivas

---

**Elaborado:** Sr. Mauro Jonathan Mendoza Saltos

### 6.3 Previsión de RRHH

Se debe tener en referencia que el plan de previsión del área de recursos humanos de este proyecto es muy importante debido que es de aquí donde parte las respectivas contrataciones de las personas que nos colaborarían con la mano de obra en la confección de ropa, personal administrativo y de servicio. Lo primordial es tener en cuenta la vacante que está solicitando el aspirante, si está capacitado, tiene conocimientos. Por ello actualmente para empezar con este emprendimiento se necesita del siguiente personal como se muestra a continuación:

**Tabla 20: Recurso Humanos**

Denominación	Nivel	Plaza	Naturaleza
Gerente general	Profesional	1	Carrera Administración
Secretaria	Profesional	1	Carrera Secretariado
Almacenista	Profesional	1	Logística
Asesor Comercial	Profesional	3	Carrera Marketing
Contador	Profesional	1	Carrera Marketing
Auxiliar de producción	Profesional	2	Limpieza
Operaria	Profesional	6	Artesanal

**Fuente:** Sabaneta Plan de Previsión de Recursos Humanos

**Elaborado:** Sr. Mauro Jonathan Mendoza Saltos

## 7. Estudio Legal y Societario

### 7.1 Marco Legal

La empresa “Mauro sport” se constituirá como una sociedad Anónima, misma que responderá a las siglas “S.A” al ser una sociedad anónima estará conformada por las aportaciones de los socios quienes responderán con el monto invertido sin poner en riesgo

propiedades que no se encuentren ligadas a dicha actividad. Se consideran como socios a los autores de este proyecto. De acuerdo a Derecho Ecuador (2013) para constituir esta sociedad es necesario tener un monto mínimo de capital y que será determinado por la Superintendencia de Compañías, el cual responde a 800,00 USD.

## **7.2 Requisitos para su Legitimidad**

Según El Emprendedor (2020), la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros desde el año 2014 implementó un plan de constitución de empresas de forma electrónica de empresas que se encuentra disponible en 11 provincias del país, y permitirá reducir el trámite de 1-2 meses a dos días, el cual tendrá un costo de 190 dólares en relación de 700 a 1500 dólares que solía costar el trámite anterior. El proceso a realizar es:

Ingresar a la página web perteneciente a la Superveniencia de Compañías, Valores y Seguros <http://www.supercias.gob.ec/portalConstitucionElectronica/>

- ✓ Registrarse como como usuario.
- ✓ Abrir sesión y seleccionar reserva de denominación aprobada, para la compañía a constituir.
- ✓ Se debe llenar el formulario de “Solicitud de Constitución de Compañía” dentro del sistema.
- ✓ Se deben también adjuntar documentos habilitantes.
- ✓ Seleccionar la Notaría de su preferencia dentro del listado de notarías en estado activo.
- ✓ Se notificará posteriormente la Notaria seleccionada, valores a pagar, el número de trámite y en qué institución bancaria debe realizar el pago.
- ✓ Realizar el pago correspondiente.

- ✓ El notario deberá ingresar al sistema, validar la información proporcionada y asignar la fecha y hora para firmar las escrituras y nombramientos de la empresa.
- ✓ Cuando se hayan firmado los documentos, esta información se enviará al Registro Mercantil a través del sistema para validar la información, la razón de inscripción de la escritura y los respectivos nombramientos.
- ✓ Este sistema generará un número de expediente y enviará dicha información al Servicio de Rentas Internas quienes darán un RUC para la empresa de forma inmediata.
- ✓ Una vez cumplido estos requisitos, el sistema conformará que el trámite de constitución ha finalizado.

## **8. Estudio Económico Financiero**

Este se basa específicamente en conocer y determinar mediante un análisis a los estados de situación financiera, mediante un conjunto de técnicas las mismas que se realizan a través de un diagnóstico para así poder tomar las decisiones más oportunas en cuanto a la empresa Mauro Sport.

### **8.1 Costo Unitario**

En los costó unitario de nuestra tabla (21), encontramos lo que son costo de publicidad, por el cual está constituido por 4 elemento, haciendo referencia lo que es, el detalle o descripción de la publicidad y así mismo indicado el costo unitario y costo total de las unidades obtenida de los costó de publicidad.

Por lo que el área de marketing se encarga de costear con el productor de radio para que le realice los que son: afiches, hojas de volante, tarjeta de presentación y gigantografía , se obtuvo un total de \$800, es decir que el costo unitario de una cuña fue de \$3 por lo que se

pide realizar 100 cuñas, por lo tanto, nos dio un total de \$300, esto resultados fueron obtenido directamente de la hoja de cálculo de Excel

**Tabla 21: Costo de Publicidad**

DETALLE	CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
PUBLICIDAD RADIAL	100	CUÑAS	\$ 3,00	300,00
PUBLICIDAD TV	10	SPOTS	\$ 20,00	200,00
AFICHES	100	AFICHES	\$ 0,50	50,00
HOJAS VOLANTES	500	HOJAS	\$ 0,04	20,00
TARJETAS DE PRESENTACIÓN	500	TARJETAS	\$ 0,06	30,00
GIGANTOGRAFÍAS	4	ESLOGAN	\$ 50,00	200,00
<b>TOTALES</b>				<b>800,00</b>

**Elaborado:** Sr. Mauro Jonathan Mendoza Saltos

## 8.2 Estructura del Costo y Gastos

**Tabla 22: Estructura del Costo y Gastos**

Denominación	Periodos				
	1	2	3	4	5
<b>Materia Prima</b>	5.375,00	5.912,50	6.450,00	6.987,50	7.525,00
<b>Mano de Obra Directa</b>	2.850,00	3.135,00	3.420,00	3.705,00	3.990,00
<b>Costos Indirectos de Fabricación</b>	11.491,00	12.640,10	13.789,20	14.938,30	16.087,40
<b>Totales</b>	<b>19.716,00</b>	<b>21.687,60</b>	<b>23.659,20</b>	<b>25.630,80</b>	<b>27.602,40</b>

**Elaborado:** Sr. Mauro Jonathan Mendoza Saltos

## 8.3 Proyección de Ventas

Se estima una referencia en tiempo por día, semana, mes y año, establecido por medio de horas, precio por horas valorado en \$12,00 dólares, dándonos un total de ingreso.

Es decir, que 8 días por \$ 12,00 la hora obtendríamos \$96 de ingresos y así mismo en un año sería un total de \$23.040,00 en ingresos (Tabla 23) .

**Tabla 23: Proyección de Venta de un Año**

REFERENCIA DE TIEMPO	NUMEROS DE HORAS	PRECIO HORAS	INGRESOS
DIA	8	12,00	96,00
SEMANA	40	12,00	480,00
MES	160	12,00	1920,00
AÑO	1920	12,00	23.040,00
<b>TOTALES</b>			<b>25.536,00</b>

**Elaborado:** Sr. Mauro Jonathan Mendoza Saltos

Se ha sacado la proyección por los 5 años de estimación se obtiene los siguientes ingresos totales del año del uno hasta el cinco.

En la tabla 24 nos indica en un mes sería 160 horas, por lo tanto, en un año es 1920 horas, por lo que cada hora es de \$12,00 dolares, pero a partir del tercer año este porcentaje cambiaría al 4% en el precio y un 40% en aumento de ventas cada año, por lo tanto, los ingresos del primer año serían \$23.040,00

**Tabla 24: Proyección de Venta (5 años)**

AÑOS	NÚMERO DE HORAS AL AÑO	PRECIO+4% A PARTIR DEL 3 AÑO	INGRESOS TOTALES	INGRESOS TOTALES + AUMENTO 40% VENTAS ANUALES
1	1.920,00	12,00	23.040,00	23.040,00
2	1.920,00	12,00	23.040,00	32.256,00
3	1.920,00	12,00	23.040,00	45.158,40
4	1.920,00	12,48	23.961,60	63.221,76
5	1.920,00	12,98	24.920,06	88.510,46

**Elaborado:** Sr. Mauro Jonathan Mendoza Saltos

#### 8.4 Plan de Inversión

Este es aquel donde vamos a considerar los gastos que han incurrido en la elaboración y creación de la microempresa “Mauro sport”, con la finalidad de ver cuánto se va a necesitar para tener un local apropiado a los clientes se presenta a continuación:

*Tabla 25: Activos Fijos*

AÑOS	ACTIVOS FIJOS CONCEPTO	VALOR
1	EQUIPO DE COMPUTACIÓN	10.000,00
1	EQUIPOS DE OFICINA	600,00
1	EQUIPO DE AUDIO Y VIDEO	1.000,00
1	MUEBLE SY ENSERES	7.000,00
1	ADECUACIÓN DEL LOCAL	3.000,00
1	OTROS ACTIVOS	500,00
<b>TOTAL</b>		<b>30.880,00</b>

**Elaborado:** Sr. Mauro Jonathan Mendoza Saltos.

*Tabla 26: Activos Intangibles*

AÑOS	ACTIVOS INTANGIBLES CONCEPTO	VALOR
1	ORGANIZACIÓN	300,00
1	PATENTES Y LICENCIAS	100,00
1	GASTOS DE CONSTITUCION	930,00
1	CAPACITACIÓN	990,00
<b>TOTAL</b>		<b>2.320,00</b>

**Elaborado:** Sr. Mauro Jonathan Mendoza Saltos

*Tabla 27: Inversión Inicial*

INVERSIÓN INICIAL	
ACTIVOS FIJOS	30.880,00
ACTIVOS INTANGIBLES	2.320,00
CAPITAL DE TRABAJO	4.938,43
<b>TOTAL</b>	<b>38.138,43</b>

Elaborado: Sr. Mauro Jonathan Mendoza Saltos

Una vez obtenido este valor de capital de trabajo se suma el activo fijo, activo intangible y el antes ya mencionado, obteniendo la inversión inicial de este proyecto, es decir de \$38.138,43ctv.

### 8.5 Líneas de financiamiento

Como se sabe para emprender un negocio hay que realizar una inversión en este caso la que vamos a utilizar, es por medio de un préstamo, es decir, los recursos económicos para la inversión inicial del proyecto serán en parte fondos propios el 47,56% equivalentes a 18167,00 dólares y los 20000,00 dólares que representan el 52,44% serán financiados por la cooperativa de jeep de la ciudad de manta mediante un crédito especial, el cual es otorgado con una tasa de interés anual del 20,5% anual, lo mismo que resulta a pagar durante 60 meses cuotas fijas de 525 dólares de capital e interés por lo tanto en 5 años tendríamos que pagar \$31500 .

**Tabla 28: Tabla de Amortización**

<b>AÑO</b>	<b>CAPITAL AL AÑO</b>	<b>INTERES AL AÑO</b>	<b>CUOTA MENSUAL</b>	<b>TOTAL POR AÑO</b>
1	2,300.00	4,000.00	525.00	6,300.00
2	3,300.00	3,000.00	525.00	6,300.00
3	4,400.00	1,900.00	525.00	6,300.00
4	4,500.00	1,800.00	525.00	6,300.00
5	5,500.00	800.00	525.00	6,300.00
<b>Total</b>	<b>20,000.00</b>	<b>11,500.00</b>	<b>6,300.00</b>	<b>31,500.00</b>

**Elaborado:** Sr. Mauro Jonathan Mendoza Saltos

El total de financiamiento del proyecto sería \$38138.43ctv es decir el 100% como se muestra en la tabla 29.

**Tabla 29: Financiamiento del Proyecto**

<b>FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO</b>		
<b>ORIGEN</b>	<b>VALOR</b>	<b>%</b>
PRÉSTAMO A LARGO PLAZO	20,000.00	52.44%
CAPITAL SOCIAL	18,138.43	47.56%
<b>TOTAL</b>	<b>38,138.43</b>	<b>100%</b>

**Elaborado:** Sr. Mauro Jonathan Mendoza Saltos

Como ingresos operativos aplicables a la fuente de financiamiento son las que se presentan a continuación:

**Tabla 30: Ingreso Operativo**

<b>CONCEPTO</b>	<b>CANTIDAD</b>
CAPITAL SOCIAL	18,138.43
PRÉSTAMO	20,000.00
<b>TOTAL</b>	<b>38,138.43</b>

**Elaborado:** Sr. Mauro Jonathan Mendoza Saltos

Como egresos operativos aplicables a la fuente de financiamiento son las que se presentan a continuación:

Por lo tanto, como podemos apreciar en tabla 31, obtendremos un total de \$33.200 de compras, adecuaciones, activos intangibles y otros.

**Tabla 31: Compras, Adecuaciones, Activos intangibles y otros**

<b>CONCEPTO</b>	<b>CANTIDAD</b>
COMPRAS DE EQUIPOS DE COMPUTAC. Y SOFTWARE	10.000,00
COMPRA DE EQUIPO DE OFICINA	600,00
COMPRA DE EQUIPO DE AUDIO Y VIDEO	1.000,00
COMPRA DE MUEBLES Y ENSERES	7.000,00
	8.780,00
ADECUACIONES E INSTALACIONES	3.000,00
OTROS ACTIVOS	500,00
ACTIVOS INTANGIBLES	2.320,00
<b>TOTAL</b>	<b>33.200,00</b>

**Elaborado:** Sr. Mauro Jonathan Mendoza Saltos

**Tabla 32: Otros Egresos**

CONCEPTO	CANTIDAD
OTROS EGRESOS 1	3500.41
OTROS EGRESOS 2	2287.08
OTROS EGRESOS 3	3854.92
OTROS EGRESOS 4	2618.8
OTROS EGRESOS 5	5207.44

**Elaborado:** Sr. Mauro Jonathan Mendoza Saltos

**Tabla 33: Proyección de un Año**

PROYECCIÓN DEL PRIMER AÑO	
CONCEPTO	CANTIDAD
ARRIENDO	900,00
SERVICIOS BÁSICOS E INTERNET	1.404,00
PAGO DE SUELDOS	9.200,00
PUBLICIDAD	800,00
DEPRECIACIÓN	2.035,00
PAPELERÍAS, ÚTILES Y MATERIALES DE ESCRITORIO	1.100,00
REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO	1.000,00
GASTOS FINANCIEROS	60,00
COPIAS E IMPRESIÓN	700,00
ÚTILES Y MATERIALES DE ASEO	800,00
GASTOS VARIOS E IMREVISTOS	900,00
ACTUALIZACIÓN Y MEJORAMIENTO	1.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>19.899,00</b>

**Elaborado:** Sr. Mauro Jonathan Mendoza Saltos

### **8.6 Flujo de Caja Proyectado (5 años)**

Para obtener nuestro flujo de caja en la tabla 34 se resta ventas, egresos depreciación otros egresos y este resultado se lo suman con las utilidades obteniendo en 5 años por lo tanto nuestro flujo neto de \$ 94.648,67ctvs.

**Tabla 34: Flujo de Caja Proyectado**

<b>COMERCIALIZACION D ROPA DEPORTIVA EN EL CANTÓN MANTA</b>						
<b>AÑOS</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
VENTAS		23.040,00	32.256,00	45.158,40	63.221,76	88.510,46
EGRESOS PARA PREST. SERV		17.864,00	18.708,64	19.563,46	20.428,86	21.305,26
DEPRECIACIÓN		2.035,00	4.070,00	6.105,00	8.140,00	10.175,00
OTROS EGRESOS		3.500,41	2.287,08	3.854,92	2.618,8	5.207,44
UTILIDAD		2.013,86	2.025,57	8.408,59	18.074,98	32.340,50
<b>FLUJO NETO</b>	<b>38.138,43</b>	<b>1.654,45</b>	<b>9.215,85</b>	<b>24.043,61</b>	<b>50.109,08</b>	<b>84.163,26</b>

**Elaborado:** Sr. Mauro Jonathan Mendoza Saltos

### **8.7 Estado de Resultado proyectado (5 años)**

Aquí se muestra un resumen de los ingresos, costos y gastos que se pretender tener desde el año uno hasta el año cinco haciendo referencia a su vida útil , los mismos que se presentan de la siguiente manera:

**Tabla 35: Designación de Activo (Vida Útil y Porcentaje)**

<b>ACTIVOS FIJOS</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>VIDA ÚTIL</b>
EQUIPOS DE COMPUTO	10%	5
EQUIPO DE OFICINA	10%	5
EQUIPO DE AUDIO	10%	5
MUEBLES Y ENSERES	10%	10
ADECUACIONES	10%	5
MAQUINARIA	10%	10

**Elaborado:** Sr. Mauro Jonathan Mendoza Saltos

De acuerdo a la tabla 36 se muestra el desglose de cada una de la maquinaria requerida como por ejemplo la Maquina OVERLOCK KINGTEX esta valorada en \$940 y por lo tanto se adquiere dos de ella seria \$1880.

**Tabla 36: Desglose de Maquinaria**

<b>DESGLOSE DE MAQUINARIA</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor</b>	<b>Valor total</b>
Máquina Overlock Kingtex	2	940	1,880.00
Máquina Recta GEM 8500	1	1200	1,200.00
Máquina Recubridora	1	1000	1,000.00
Máquina Cortadora	1	2200	2,200.00
Máquina Elasticadora	1	2200	2,200.00
Máquina Plancha Transfer	1	300	300.00
<b>Total</b>			<b>8,780.00</b>

**Elaborado:** Sr. Mauro Jonathan Mendoza Saltos

**Tabla 37: Depreciación Mensual-Anual**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR DEL BIEN</b>	<b>VALOR RESIDUAL</b>	<b>DEPRECIACIÓN MENSUAL</b>	<b>DEPRECIACIÓN ANUAL</b>
EQUIPOS DE COMPUTO	10.000,00	4.000,00	100,00	1.200,00
EQUIPO DE OFICINA	600,00	300,00	5,00	60,00
EQUIPO DE AUDIO	1.000,00	500,00	8,33	100,00
MUEBLES Y ENSERES	7.000,00	3.500,00	29,17	350,04
ADECUACIONES	3.000,00	1.500,00	25,00	300,00
MAQUINARIA	8.780,00	4.390,00	2,08	24,96
<b>TOTALES</b>		<b>14.190,00</b>	<b>169,58</b>	<b>2.035,00</b>

**Elaborado:** Sr. Mauro Jonathan Mendoza Saltos.

**Tabla 38: Proyección de Depreciación (5 años)**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>AÑOS</b>				
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
EQUIPOS DE COMPUTO	1.200,00	2.400,00	3.600,00	4.800,00	6.000,00
EQUIPO DE OFICINA	60,00	120,00	180,00	240,00	300,00
EQUIPO DE AUDIO	100,00	200,00	300,00	400,00	500,00
MUEBLES Y ENSERES	350,04	700,08	1.050,12	1.400,16	1.750,20
ADECUACIONES	300,00	600,00	900,00	1.200,00	1.500,00
MAQUINARIA	24,96	49,92	74,88	99,84	124,80
<b>TOTALES</b>	<b>2.035,00</b>	<b>4.070,00</b>	<b>6.105,00</b>	<b>8.140,00</b>	<b>10.175,00</b>

**Elaborado:** Sr. Mauro Jonathan Mendoza Saltos

*Tabla 39: Estado de Resultado*

<b>COMERCIALIZACION D ROPA DEPORTIVA EN EL CANTÓN MANTA</b>					
<b>CONCEPTO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
INGRESOS POR SERVICIOS	23.040,00	32.256,00	45.158,40	63.221,76	88.510,46
(-) EGRESOS					
ARRIENDO	900,00	954,00	1.008,00	1.062,00	1.116,00
SERVICIOS BASICOS E INTERNET	1.404,00	1.488,24	1.572,48	1.656,72	1.740,96
PAGO DE SUELDOS Y APORTACIONES	9.200,00	9.652,00	10.104,00	10.556,00	11.008,00
PUBLICIDAD	800,00	832,00	865,28	899,89	935,89
PAPELERIA, UT Y MAT. DE ESCRIT.	1.100,00	1.144,00	1.189,76	1.237,35	1.286,84
REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO	1.000,00	1.040,00	1.081,60	1.124,86	1.169,86
GASTOS BANCARIOS	60,00	62,00	64,90	67,50	70,20
COPIAS E IMPRESIÓN	700,00	728,00	757,12	787,40	818,90
ÚTILES Y MATERIALES DE ASEO	800,00	832,00	865,28	899,89	935,89
GASTOS VARIOS E IMPREVISTOS	900,00	936,00	973,44	1.012,38	1.052,87
ACT. Y MEJORA PROFESIONAL	1.000,00	1.040,00	1.081,60	1.124,86	1.169,86
<b>TOTAL DEL EGRESO</b>	<b>17.864,00</b>	<b>18.708,64</b>	<b>19.563,46</b>	<b>20.428,86</b>	<b>21.305,26</b>
DEPRECIACIÓN	2.035,00	4.070,00	6.105,00	8.140,00	10.175,00
<b>TOTAL DE EGRESOS</b>	<b>19.899,00</b>	<b>22.778,64</b>	<b>25.668,46</b>	<b>28.568,86</b>	<b>31.480,26</b>
= UTILIDADES					
= UTILIDAD EN OPERACIÓN	<b>3.141,00</b>	<b>9.477,36</b>	<b>19.489,94</b>	<b>34.652,90</b>	<b>57.030,20</b>
(-) PAGO DE PRESTAMOS	2.300,00	3.300,00	4.400,00	4.500,00	5.500,00
(-) GASTOS DE INTERESES	<b>4.000,00</b>	<b>3.000,00</b>	<b>1.900,00</b>	<b>1.800,00</b>	<b>800,00</b>
= UT. ANTES DEL 15%	-3.159,00	3.177,76	13.189,94	28.352,90	50.730,20
(-) 15% UTILIDAD DE TRABAJADORES	473,85	476,60	1.978,49	4.252,94	7.609,53
= UT. ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA	2.685,15	2.700,76	11.211,45	24.099,97	43.120,67
IMPUESTO A LA RENTA 25%	671,29	675,19	2.802,86	6.024,99	10.780,17
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>2.013,86</b>	<b>2.025,57</b>	<b>8.408,59</b>	<b>18.074,98</b>	<b>32.340,50</b>

**Elaborado:** Sr. Mauro Jonathan Mendoza Saltos

## 8.8 Estado de Situación Financiera proyectado (5 Años)

Tabla 40: Estado de Situación Financiera (5años)

COMERCIALIZACION DE ROPA DEPORTIVA EN EL CANTÓN MANTA					
Denominación	Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>ACTIVO</b>					
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>					
Efectivo Y Equivalentes Al Efectivo	23.040,00	46.080,00	92.160,00	184.320,00	368.640,00
<u>Cuentas Y Documentos Por Cobrar</u>					
<u>Clientes Corrientes</u>	-				
No Relacionados Locales	15.035,12	15.035,12	15.035,12	15.035,12	15.035,12
<u>Activos Por Impuestos Corrientes</u>					
Crédito Tributario A Favor Del Sujeto Pasivo (Renta)					
Inventario De Prod. Term. Y Mercad. En Almacén (Excluyendo Obras/Inmuebles Terminados Para La Venta)	23.040,00	32.256,00	45.158,40	63.221,76	88.510,46
Gastos Pagados Por Anticipado (Prepagados)					
<b>Total Activos Corrientes</b>	<b>61.115,12</b>	<b>93.371,12</b>	<b>152.353,52</b>	<b>262.576,88</b>	<b>472.185,58</b>
<b>Activos No Corrientes</b>					
Terrenos					
Edificios Y Otros Inmuebles (Excepto Terrenos)					
Maquinaria, Equipo, Instalaciones Y Adecuaciones	30.380,00	30.380,00	30.380,00	30.380,00	30.380,00
Equipo De Computación Y Software					
Vehículos, Equipo De Transporte Y Caminero Móvil					
(-) Depreciación Acumulada					
Propiedades, Planta Y Equipo	2.035,00	4.070,00	6.105,00	8.140,00	10.175,00
<b>Total Activos No Corrientes</b>	<b>28.345,00</b>	<b>26.310,00</b>	<b>24.275,00</b>	<b>22.240,00</b>	<b>20.205,00</b>
<b>Total Del Activo</b>	<b>89.460,12</b>	<b>119.681,12</b>	<b>176.628,52</b>	<b>284.816,88</b>	<b>492.390,58</b>
<b>Pasivo</b>					
<b>Pasivos Corrientes</b>					
Otras Cuentas Y Documentos Por Pagar Corrientes	4.000,00	3.000,00	1.900,00	1.800,00	800
Prestamos	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00

Impuesto A La Renta Por Pagar Del Ejercicio					
Pasivos Corrientes Por Beneficios A Los Empleados					
Participación Trabajadores Por Pagar Del Ejercicio	473,85	476,60	1.978,49	4.252,94	7.609,53
Obligaciones Con El Iess					
Otros Pasivos Corrientes	-	-	-	-	-
Otros Pasivos Corrientes Por Beneficios A Empleados					
<b>Total Pasivos Corrientes</b>	<b>24.473,85</b>	<b>23.476,60</b>	<b>23.878,49</b>	<b>26.052,94</b>	<b>28.409,53</b>
<b>Pasivos No Corrientes</b>	-	-	-	-	-
<b>Total Pasivos No Corrientes</b>	-	-	-	-	-
<b>Total Del Pasivo</b>	<b>24.473,85</b>	<b>23.476,60</b>	<b>23.878,49</b>	<b>26.052,94</b>	<b>28.409,53</b>
<b>Patrimonio</b>	64.986,27	96.204,52	152.70,03	258.763,94	463.981,05
Capital	38.138,43	38.138,43	38.138,43	38.138,43	38.138,43
Resultados Acumulados					
<b>Utilidad Del Ejercicio</b>	<b>2.013,86</b>	<b>2.025,57</b>	<b>8.408,59</b>	<b>18.074,98</b>	<b>32.340,50</b>
<b>Total Patrimonio Neto</b>	<b>40.152,30</b>	<b>40.164,00</b>	<b>46.547,02</b>	<b>56.213,41</b>	<b>70.478,94</b>
<b>Total Pasivo Y Patrimonio</b>	<b>64.626,15</b>	<b>63.640,60</b>	<b>70.425,51</b>	<b>82.266,35</b>	<b>98.888,47</b>

**Elaborado:** Sr. Mauro Jonathan Mendoza Saltos

## 9. Evaluación Financiera

Es la estimación numérica de demostración de los costos y beneficios que se esperar obtener con este proyecto de inversión por medio de un indicador financiero de valor neto actual y la tasa interna de retorno.

### 9.1 VAN

Este se basa en determinar la viabilidad del proyecto, en identificar si este es factible aplicarlo en la vida real o no se obtendrá una rentabilidad, por lo tanto, para detectar esta parte procedemos a determinar el VAN de la siguiente manera:

Años	Flujos Netos	Flujo De Fondos (12%)
0	-38.138,43	-38.138,43
1	1.654,45	1.455,92
2	9.215,85	9.565,86
3	24.043,61	30.724,24
4	50.109,08	74.820,24
5	84.163,26	148.883,91
<b>VAN</b>		<b>110.745,48</b>

*Tabla 41: VAN*

**Elaborado:** Sr. Mauro Jonathan Mendoza Saltos

## 9.2 TIR

Se realiza con la finalidad de obtener una tasa interna de retorno por medio de una estimación de información neta.

La tasa neta utilizable en este proyecto es de 12%, en el cual se pagará el préstamo de 20,5%, en caso de tener el 5% anual tomando en valoración de un 2.96,1.17, 1.39,1.44,1.66 durante los 5 periodos dando un van de 110.745,48 – 38.138,43 nuestra inversión inicial del proyecto quedando un valor de 72.607,05 realizando la fórmula de la TIR se puede evidenciar que el proyecto tiene probabilidad de que se lo llegue a ejecutar.

$$TIR = 0.12 + (0.09 - 0.12) \left[ \frac{110.745,45}{72607,05 - 45638} \right]$$

$$TIR = 0.12 + (0.21) \left[ \frac{110.745,45}{26.969.05} \right]$$

$$TIR = 0.33 \text{ (4.10)}$$

$$TIR = 1.35$$

### 9.3 Relación de Beneficio/ Costo (RBC)

En la relación beneficio se evaluado la rentabilidad como índice financiero y como la obtención de la inversión inicial y el flujo acumulado que se obtendrá si este es mayor a 1 significa que los ingresos son superiores a los egresos.

Datos:

Tasa = 9%

Inversión Inicial = 38.138,43

*Tabla 42: Flujos Acumulados*

AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
1.455,92	9.565,86	30.724,24	74.820,24	148.883,91

**Elaborado:** Sr. Mauro Jonathan Mendoza Saltos

*Tabla 43: Costo / Beneficio (RBC)*

---

<b>Costo y beneficio</b>	<b>4,80</b>
--------------------------	-------------

---

**Elaborado:** Sr. Mauro Jonathan Mendoza Saltos

### 9.4 Razones Financieras

#### 9.4.1 Liquidez

En las empresas es preciso tener claridad que la liquidez es la capacidad que tiene un ente económico para cumplir con sus obligaciones, es por eso por lo que la autora (Tovar, 2008), menciona que la liquidez de los activos financieros es uno de los elementos considerados por los participantes en los mercados a la hora de seleccionar los valores en los que invertir, sobre todo por aquellos que adquieren los valores para gestionar su liquidez más que para mantenerlos en cartera a largo plazo.

Por su parte (Wachowicz, 2010), sostienen que “la capacidad de vender un volumen significativo de valores en un periodo corto en el mercado secundario sin una concesión importante en el precio” (p. 33).

#### 9.4.2 Endeudamiento

Este índice marca es uno de las ratios de solvencia y a su vez es un indicador de comparación del pasivo y el Activo para determinar la solvencia con la cuenta la empresa estimada en su proyección con proporción de bienes propios y financiamientos de deudas.

#### 9.4.3 Rentabilidad

Según Crece Negocios:

“La rentabilidad es la capacidad que tiene algo para generar suficiente capital de trabajo, siendo los índices de rentabilidad los que mide la relación entre utilidades o beneficios, y la inversión que se utilizaron para obtenerlos”. (Cristina Alexandra Andrade Salinas, 2016).

Esta se basa en la parte empresarial, económica, financiera, dando lugar para que se va utilizar y es la comparación del beneficio económico con los recursos necesarios y así obtener lucro.

**Tabla 44: Ratios Financieros**

Ratios Financiero		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Índice de Liquidez	Activo Corriente/Pasivo Corriente	2,50	3,98	6,38	10,08	16,62
	Índice de Endeudamiento	27%	20%	14%	9%	6%

**Elaborado:** Sr. Mauro Jonathan Mendoza Saltos

## **CONCLUSIONES**

En la ciudad de Manta, existe gran aceptación por la ropa deportiva siempre y cuando se cumpla con las exigencias y necesidades del mercado, resaltando la calidad y precio.

De acuerdo a la investigación realizada la ventaja competitiva es bien alta, pero a pesar de eso, nos vamos a riesgo a implementar este sueño de la empresa “Mauro sport”, con la finalidad de que se ha atractivo para los consumidores.

El estudio económico si es factible de acuerdo a los costos y gastos que incurren en el negocio, este se realiza por medio de los índices financieros que es no es más que los activos y pasivos.

La ubicación de la microempresa es n un punto estratégico el cual responde a ciertas necesidades y expectativas del mercado meta de una manera eficaz y eficiente

## **RECOMENDACIONES**

Es recomendable que existan más negocios que se arriesguen a emprender un negocio realizando un estudio minucioso, de todo lo que se va a utilizar, aunque siempre van a acrecer más deudas o pagos, sin olvidar quien es el personal.

Establecer todos los controles de calidad antes y después de confeccionar los conjuntos deportivos, para así obtener la información que permita realizar una apropiada retroalimentación en busca del mejoramiento continuo.

La confección y comercialización de prendas deportivas debe evitar caer en el estancamiento de no innovar los diseños que se ofrecen con el fin de siempre estar en las nuevas tendencias de la moda.

El personal debe estar siempre capacitado y enterado de las normas, procedimientos de la empresa, con el fin de que pueda satisfacer inquietudes tanto del cliente interno como externo.

## **BIBLIOGRAFÍA**

*Aredith Alemán. (2015).*

*Blog de Pablo. (2016). 5 Fuerzas de Poder. Obtenido de Redacción Dircomfidencial:  
<https://dircomfidencial.com/diccionario/5-fuerzas-porter-20161109-1320/>*

*Coronel Ordoñez, Evelyn Johanna y Porras Muñoz, Jose Marcos. (2021). Estudio de  
Impacto de la Dolarización en el Sector Textil del Ecuador. Guayaquil - Ecuador:  
Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.*

*Cristina Alexandra Andrade Salinas. (2016). Universidad Técnica de Ambato Facultad de  
Contabilidad y Auditoria Carrera de Economía.*

*Derecho Ecuador.com. (2013). Sociedad Anonima. Obtenido de  
<https://derechoecuador.com/sociedad-anonima/>*

*Dirección General de Marketing. (24 de Mayo de 2012). Quiminet.com. Obtenido de  
Información y Negocios segundo a segundo:  
<https://www.quiminet.com/empresas/rivalidad-entre-los-competidores-modelo-de-porter-de-las-5-fuerzas-2745040.htm>*

*Emprendedor. (01 de Junio de 2020). Lideres. Obtenido de  
<https://www.revistalideres.ec/lideres/emprendedor-nuevo-modelo-constitucion-empresas.html>*

*Manzano D y Pescador C.A . (2017 ). Promocion de la Actividad Fisica para la salud a  
traves del entrenamiento funcional en escolares adolescentes. Bogotá: Universidad  
Libre.*

*ONU, O. U. (05 de Mayo de 2017). Noticias ONU. Obtenido de La ONU lucha por mantener  
los océanos limpios plásticos: <https://news.un.org/es/story/2017/05/1378771>*

Potter, M. (1997). *Estrategia Competitiva (El Análisis de las fuerzas competitivas)*. México: Continental.

Róger, M. C. (2010). *La importancia de la educación ambiental ante la problemática actual*. *Educare*, 99-111.

Tovar, N. B. (2008). *La liquidez en los mercados financieros: repercusiones de la crisis crediticia*. Comisión Nacional del Mercado de Valores.

Villatoro, R. (2021). *El deporte en tiempo de pandemia es factible*. *Granito de Arena*, 1.

Obtenido de [https://www.revistagranitodearena.com/el-deporte-en-tiempos-de-pandemia-es-posible-y-](https://www.revistagranitodearena.com/el-deporte-en-tiempos-de-pandemia-es-posible-y-factible/#:~:text=%E2%80%9CLa%20Organizaci%C3%B3n%20Mundial%20de%20la,pueden%20ser%20herramientas%20valiosas%20para)

[factible/#:~:text=%E2%80%9CLa%20Organizaci%C3%B3n%20Mundial%20de%20la,pueden%20ser%20herramientas%20valiosas%20para](https://www.revistagranitodearena.com/el-deporte-en-tiempos-de-pandemia-es-posible-y-factible/#:~:text=%E2%80%9CLa%20Organizaci%C3%B3n%20Mundial%20de%20la,pueden%20ser%20herramientas%20valiosas%20para)

Wachowicz, J. C. (2010). *Fundamentos de Administración Financiera*. Pearson.

## ANEXOS

### Anexo 1: Encuesta

#### MODELO DE ENCUESTA

##### Actividad de comercialización de ropa deportiva

1. ¿Qué tan factible es realizar la confección de ropa deportiva con este mercado competitivo?

a) Si

b) No

2. ¿Cuánto tiempo cree que se demorara en posesionarse en el mercado?

a) 1 Día

b) 1 Semana

c) 1 Mes

3. ¿Usted, le gusta utilizar ropa cómoda para hacer ejercicio?

a) Si

b) No

4. ¿Cuánto pagaría usted, por un modelo único?

a) Nada

b) Poco

c) Regular

d) Mucho

5. ¿Usted, realizaría compras masivas en esta empresa?

a) Si

b) No

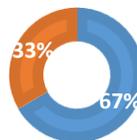
## Tabulación

Se realizó el bosquejo de 30 personas que nos indicaron lo siguiente:

Si	No	Total
20	10	30
66.67%	33.33%	100.00%

### ¿QUÉ TAN FACTIBLE ES REALIZAR LA CONFECCIÓN DE ROPA DEPORTIVA CON ESTE MERCADO COMPETITIVO?

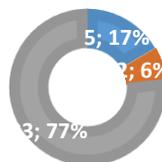
■ Si ■ No



Si	No	De pronto	Total
5	2	23	30
16.67%	6.67%	76.67%	100.00%

### ¿CUÁNTO TIEMPO SE DEMORARA EN POSESIONARSE EN EL MERCADO?

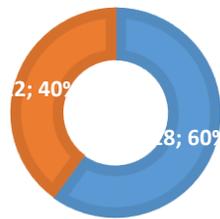
■ Si ■ No ■ De pronto



Si	No	Total
18	12	30
<b>60.00%</b>	<b>40.00%</b>	<b>100.00%</b>

### ¿USTED, LE GUSTA UTILIZAR ROPA CÓMODA PARA HACER EJERCICIO?

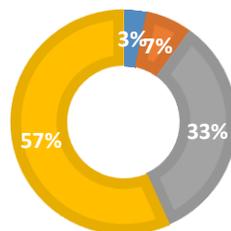
■ Si ■ No



Nada	Poco	Regular	Mucho	Total
1	2	10	17	30
<b>3.33%</b>	<b>6.67%</b>	<b>33.33%</b>	<b>56.67%</b>	<b>100.00%</b>

### ¿CUÁNTO PAGARÍA USTED, POR UN MODELO ÚNICO?

■ Nada ■ Poco ■ Regular ■ Mucho



Si	No	Total
18	12	30
60.00%	40.00%	100.00%

**¿USTED, REALIZARÍA COMPRAS MASIVAS EN  
ESTA EMPRESA?**

■ Si ■ No

