



**Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
CARRERA DE INGENIERIA COMERCIAL**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA
COMERCIAL**

TEMA:

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
PRODUCCIÓN DE UNIFORMES DEPORTIVOS Y BORDADOS EN EL
CANTÓN SANTA ELENA, PERIODO 2016.**

Tutor

MBA. Ing. Civil MANUEL JIBAJA CAMACHO

Autor

NELLY HERMINIA QUIMI GUTIÉRREZ

Guayaquil, 2016

REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS

TITULO Y SUBTITULO:

PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN DE UNIFORMES DEPORTIVOS Y BORDADOS EN EL CANTÓN SANTA ELENA, PERIODO 2016.

AUTOR/ES:

NELLY HERMINIA QUIMI GUTIÉRREZ

REVISORES:

MBA. ING. CIVIL MANUEL JIBAJA
CAMACHO

INSTITUCIÓN:

UNIVERSIDAD LAICA VICENTE
ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL

FACULTAD:

ADMINISTRACIÓN

CARRERA:

INGENIERIA COMERCIAL

FECHA DE PUBLICACIÓN:

N. DE PAGS:

122

ÁREAS TEMÁTICAS:

PALABRAS CLAVE:

NEGOCIO, INDUSTRIA, METODOLOGÍA, EMPRESA, MISIÓN Y VISIÓN.

RESUMEN:		
EL PROYECTO TIENE COMO FINALIDAD REALIZAR UN PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN DE UNIFORMES DEPORTIVOS Y BORDADOS EN EL CANTÓN SANTA ELENA, PERIODO 2016., ESTE PLAN DE NEGOCIO BUSCA A SATISFACER LA DEMANDA DE LOS USUARIOS DE ROPA DEPORTIVA, BRINDÁNDOLES UN PRODUCTO QUE CUMPLE CON LAS ESPECIFICACIONES QUE REQUIEREN.		
N. DE REGISTRO (en base de datos):	N. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		
ADJUNTO URL (tesis en la web):		
ADJUNTO PDF:	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
CONTACTO CON AUTORES/ES: NELLY HERMINIA QUIMI GUTIERREZ	Teléfono: 043847564 0967232651	E-mail: nhquimi@gmail.com
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	MSC. ROSA HINOJOSA DE LEIMBERG, DECANA Teléfono: 2596500 EXT. 201 DECANATO E-mail: rhinojosal@ulvr.edu.ec MSc. Ing. Rafael Iturralde Solórzano Teléfono: 2596500 EXT: 203	

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

La estudiante egresada NELLY HERMINIA QUIMÍ GUTIÉRREZ, declaro bajo juramento, que la autoría del presente trabajo de investigación, corresponde totalmente a la suscrita y nos responsabilizamos con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedemos nuestros derechos patrimoniales y de titularidad a la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, según lo establece la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador.

Este proyecto se ha ejecutado con el propósito de estudiar, PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN DE UNIFORMES DEPORTIVOS Y BORDADOS EN EL CANTÓN SANTA ELENA, PERIODO 2016.

Autora:

NELLY HERMINIA QUIMÍ GUTIÉRREZ
C.I. 0925802456

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN DE UNIFORMES DEPORTIVOS Y BORDADOS EN EL CANTÓN SANTA ELENA, PERIODO 2016., nombrado por el Consejo Directivo de la Facultad de Administración de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y analizado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN DE UNIFORMES DEPORTIVOS Y BORDADOS EN EL CANTÓN SANTA ELENA, PERIODO 2016., presentado por la estudiante NELLY HERMINIA QUIMÍ GUTIÉRREZ, como requisito previo a la aprobación de la investigación para optar al Título de INGENIERA COMERCIAL, encontrándose apto para su sustentación.

Firma:

MBA. Ing. Civil MANUEL JIBAJA CAMACHO

C.I. 0908742596

CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO



Urkund Analysis Result

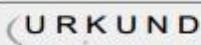
Analysed Document: TESIS 4-3-16 Nelly Quimi.docx (D20952318)
Submitted: 2016-06-27 15:52:00
Submitted By: mjibajac@ulvr.edu.ec
Significance: 8 %

Sources included in the report:

TRABAJO-ANALISIS DE 9 ARTICULOS DEL- CODIGO ORGANICO DE LA PRODUCCION.docx (D12743697)
CAPITULO 4- aprobado.docx (D14487709)
http://www.aeropuertoquito.com/transparecia/2013/ABASE_LEGAL_7-A/COPCI.pdf
<http://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/135/1/PROYECTO%20FACTIBILIDAD%20UNIFORMES%20DEPORTIVOS.pdf>
<http://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/805/1/138.-ROSALES%20SUAREZ%20KATHERIN.pdf>
<http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/381/File/TIPS%20LEGALES%20N%2014.pdf>
<http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/06/Guia-del-Inversionista-2013.pdf>
<https://www.clubensayos.com/Negocios/Aduana/1774980.html>
<http://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/03/CODIGO-DEL-TRABAJO-1.pdf>
<http://www.eumed.net/rev/cccs/06/icg27.htm>
<http://www.justicia.gob.ec/wp-content/uploads/2015/05/CODIGO-DEL-TRABAJO.pdf>
<http://www.gestiopolis.com/que-caracteristicas-debe-tener-un-plan-de-negocios/>
<http://economiaparatodosyalgomas.blogspot.com/2012/06/definicion-de-economia-segun-algunos.html>

Instances where selected sources appear:

34



TESIS 4-3-16 Nelly Quimi.docx (D20952318)

DEDICATORIA

El presente trabajo lo dedico a mi madre, que me dio la vida y que es mi fortaleza, a mis hermanos que constituyen mi razón de ser, todos ellos son el pilar fundamental de mi vida. Me han dado el aliento, ganas y valentía necesaria para avanzar en beneficio de mis objetivos y quienes han hecho posible culminar esta meta tan anhelada. Con todo mi cariño y mi amor para las personas que han hecho todo en la vida para que yo pudiera lograr mis sueños, por motivarme y darme la mano cuando sentía que el camino se terminaba.

Nelly

AGRADECIMIENTO

En primer lugar a Dios por haberme guiado por el camino de la felicidad y permitirme seguir luchando por mis sueños y permitirme alcanzar las metas y objetivos propuestos. Él me da la fuerza y valentía para avanzar, en todo lo que me propongo. A mi familia y amigos, por el apoyo brindado para salir adelante y cumplir este objetivo. A todos los compañeros con quienes he compartido momentos de alegrías, nostalgias, siempre pensando en la culminación de esta carrera como objetivo primordial. A su vez deseo dejar constancia de mi eterno agradecimiento a la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, por haberme acogido en su seno y darme la oportunidad de superarme y de esta manera servir a nuestra Patria, a los señores catedráticos y de manera muy especial al MBA Ing. Civil. Manuel Eduardo Jibaja Camacho por su valioso aporte, con la dirección y orientación necesaria para la elaboración de este trabajo.

Nelly

ÍNDICE

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES	IV
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR	V
DEDICATORIA	VII
AGRADECIMIENTO	VIII
ÍNDICE DE TABLAS	XIII
ÍNDICE DE FIGURAS	XV
INTRODUCCIÓN.	XVI
CAPÍTULO I.....	1
DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.	1
1.1. TEMA DE INVESTIGACIÓN.	1
1.2. PLANTEAMIENTO DEL TEMA.	1
1.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	4
1.4. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA.	4
1.5. JUSTIFICACIÓN.	5
1.6. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	6
1.6.1. Objetivo General.	6
1.6.2. Objetivos Específicos.....	6
1.7. DELIMITACIÓN DEL TEMA.....	7
1.8. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN.....	7
1.8.1. General.	7
1.8.2. Especifica.	8
1.9. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.	9
CAPÍTULO II	10

MARCO TEÓRICO.....	10
2.1. ANTECEDENTES.....	10
2.2. BASES TEÓRICAS.....	12
2.2.1. Plan de Negocios.....	12
2.2.1.1. Características de planes de negocios.	15
2.2.1.2. Contenido de un plan de negocio.	16
2.3. MARCO CONCEPTUAL.....	31
2.4. MARCO LEGAL.	33
2.4.1. Constitución política del Ecuador (2008)	33
2.4.2. Ley de compañías. (2013).....	34
2.4.3. Requisito para obtener R.U.C las sociedades.....	36
2.4.4. Requisitos del permiso de funcionamiento (GAD Santa Elena).....	37
2.4.5. Requisitos con la superintendencia de compañía.....	38
CAPÍTULO III.....	40
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.	40
3.1. METODOLOGÍA.	40
3.1.1. Tipo de investigación.	40
3.1.2. Métodos de investigación.....	40
3.1.3. Técnicas de investigación.	42
3.1.4. Instrumentos de investigación.....	42
3.2. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	43
3.2.1. Población.....	43
3.2.2. Muestra.....	44
3.3. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS.	45
CAPÍTULO IV.....	53
PROPUESTA.....	53

5.1. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA.	53
5.1.1. Datos generales.	55
5.1.2. Ubicación de la empresa.	55
5.1.3. Misión, Visión y Valores.	56
5.1.4. Análisis FODA y estrategias de la empresa.	56
4.1.4. Estrategias.	58
5.1.4.1. Imagen corporativa.	59
5.1.5. Organigrama, funciones.	62
5.1.5.1. Adquisición de materia prima.	64
5.1.6. PROCESOS DE PRODUCCIÓN	65
5.2. VIABILIDAD FINANCIERA	69
5.2.1. Inversión inicial.	69
5.2.2. Descripción de Activos Fijos.	70
5.2.3. Tipo de inversión.	71
5.2.4. Presupuesto de Ingresos.	74
5.2.5. Presupuestos de Costos Directos.	75
5.2.6. Presupuesto de Gastos Administrativos.	76
5.2.7. Presupuesto de Gastos de Personal.	77
5.2.8. Presupuesto de inversión en propiedad, planta y equipo.	79
5.2.9. Estado de Resultado integral.	81
5.2.10. Flujo de Caja.	82
5.2.11. Indicadores de rentabilidad.	84
5.2.12. Estimación del Punto de Equilibrio.	86
5.2.13. Análisis de Sensibilidad.	87
CONCLUSIONES	88
RECOMENDACIONES.	89

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	90
ANEXOS	94
Anexo A- 1: Modelo de Encuesta	94
Anexo B-1 Constitución política del Ecuador (2008).....	96
Anexo B-2 Código orgánico de la producción, comercio e inversiones (2010)...	97
Anexo B-3 Ley de compañías. (2013)	100
Anexo B- 4 SECCION V	101
Anexo B-5 Código de trabajo (2013).....	103

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Operacionalización – Variable Dependiente.	9
Tabla N° 2: Características generales de las PYMES (Olmedo, 2012)	21
Tabla N° 3: Población.	43
Tabla N° 4: Muestra.	44
Tabla N° 5: Pregunta Introdutoria: Sexo.....	45
Tabla N° 6: Problemas al comprar uniformes.....	46
Tabla N° 7: Frecuencia de adquisición de uniformes.	47
Tabla N° 8: Disposición de pago	48
Tabla N° 9: Compra de ropa deportiva	49
Tabla N° 10: Medios para recibir información de la empresa.	50
Tabla N° 11: Ubicación del local.	51
Tabla N° 12: Fortalezas y Oportunidades.	57
Tabla N° 13: Debilidades y Amenazas.	57
Tabla N° 14: Proveedores Potenciales	64
Tabla N° 15: Inversión Inicial.....	69
Tabla N° 16: Muebles y Enseres	70
Tabla N° 17: Insumos de oficina.....	70
Tabla N° 18: Capital Social	71
Tabla N° 19: Presupuesto de ingresos.....	74
Tabla N° 20: Presupuesto de costos.	75
Tabla N° 21: Presupuesto de gastos administrativos.	76

Tabla N° 22: Presupuesto de gastos de personal.....	77
Tabla N° 23: Presupuesto de gastos de beneficios sociales	78
Tabla N° 24: Presupuesto de compra de maquinarias y equipos.	79
Tabla N° 25: Presupuesto de compra de equipos de computación.	80
Tabla N° 26: Presupuesto de compra de muebles y enseres.	80
Tabla N° 27: Estado de Resultado Integral Presupuestado.	81
Tabla N° 28: Flujo de Caja Proyectado.	82
Tabla N° 29: Payback	85
Tabla N° 30: Análisis de sensibilidad.	87

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1: Obtención del R.U.C.....	36
Figura N° 2: Permiso de Funcionamiento.....	37
Figura N° 3: Inscripción en la Superintendencia de Compañías	38
Figura N°4: Requisitos inscripción en el Registro mercantil.....	39
Figura N°5 Pregunta Introdutoria: Sexo.....	45
Figura N° 7: Problemas al comprar uniformes.	46
Figura N° 8: Frecuencia de adquisición de uniformes.	47
Figura N° 9: Disposición de pago.	48
Figura N° 10: Compra de ropa deportiva.....	49
Figura N° 11: Medios para recibir información de la empresa.....	50
Figura N° 12: Ubicación del local.....	51
Figura N° 13: Incentivos General	53
Figura N° 14: Incentivos Sectoriales	54
Figura N° 15: Ubicación de la empresa.	55
Figura N° 16 Logotipo.	59
Figura N° 17 Tarjeta de presentación	60
Figura N° 18 Hojas Membretadas.....	60
Figura N° 19 Factura.....	61
Figura N° 20: Organigrama.....	62
Figura N° 17: Tabla de Amortización del crédito a solicitar.	72

INTRODUCCIÓN.

El siguiente proyecto tiene como finalidad diseñar un Plan de Negocio para la creación de una empresa de producción de uniformes deportivos y bordados en el cantón Santa Elena, periodo 2016.

El cantón Santa Elena se caracteriza por una actividad comercial reconocida; el sector textil en los últimos cinco años ha tenido un óptimo crecimiento dando oportunidad a desarrollarse la confección de prendas en todas las líneas de ropa dando oportunidad tanto al sector de la confección nacional como al de importación de marcas reconocidas.

El plan de negocio busca satisfacer la demanda insatisfecha de los usuarios de ropa deportiva, brindándoles un producto que cumple con las especificaciones que requieren.

1. Para la presentación de este trabajo de investigación, se tomó en cuenta la legislación universitaria y sobretodo las normas generales, por lo tanto el presente trabajo de titulación contiene lo siguiente:
2. En los resultados se presenta la tabulación de las encuestas con el procedimiento estadístico para analizarlas acerca de la oferta y la demanda previo a desarrollar el diagnóstico en el cual consta el estudio de mercado.

En el estudio técnico se determina la localización, tamaño y distribución del local así como los requerimientos operativos para iniciar el proyecto. El estudio administrativo propone la respectiva organización legal, estructura organizativa que servirán de base para un normal desarrollo del talento humano de la empresa.

3. En el estudio financiero, se conocen los presupuestos, costos, la inversión económica necesaria para el proyecto y en la evaluación financiera se establece la conveniencia económica del proyecto y su ejecución a través del análisis de los siguientes indicadores: Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Punto de Equilibrio, Relación Beneficio Costo Periodo de Recuperación de Capital, y Análisis de Sensibilidad.

CAPÍTULO I

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.

1.1. TEMA DE INVESTIGACIÓN.

PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN DE UNIFORMES DEPORTIVOS Y BORDADOS EN EL CANTÓN SANTA ELENA, PERIODO 2016.

1.2. PLANTEAMIENTO DEL TEMA.

En la actualidad el deporte es considerado una actividad indispensable para tener una buena salud, en tal virtud es notable el aumento de personas que realizan algún tipo de ejercicio provocando un crecimiento impresionante en la industria deportiva, puesto que, también tiene un nivel de importancia muy considerable para las políticas gubernamentales incluyéndolo como necesidad no solo en el área educativa sino en el área de salud.

El deporte ha tenido una gran transformación a medida del avance de la humanidad por ende se puede considerar característico dentro de la sociedad, y por la expansión que se está suscitando cada vez con mayor intensidad se requiere que una empresa esté dedicada a la producción de uniformes deportivos y bordados en cada ciudad, para que los habitantes opten por la utilización de indumentaria deportiva, la misma que juega un rol importante en la comercialización de equipos.

Es decir, la utilización de indumentaria deportiva permite que las personas luzcan bien al ofrecer diversos estilos que se pueden usar en cualquier momento por seguir las tendencias del entorno, debido a esto es importante que se tenga accesibilidad a las diversas líneas de producción de uniformes deportivos con diseños y bordados acorde a las necesidades de la población en general. Por ello, la presente investigación se basa en un estudio que logre que, los habitantes del Cantón Santa Elena, cuenten con una línea de productos deportivos que sea conocida, de calidad, posicionada y comercializada en el cantón.

En diversos estudios analizados, para hacer efectiva la investigación, se determina que la confección de uniformes deportivos va creciendo en el mercado nacional, según el estudio de factibilidad realizado por Mario Sisalema Carrillo (2013) debido a esta demanda del país, las grandes marcas en el mundo deportivo como Adidas se han visto con la necesidad de invertir entre \$20.000 y \$30.000 en cada sucursal inaugurada en los principales centros comerciales del país, tanto así que se encuentran alternativas de elaboración de este tipo de prendas en diferentes lugares del Ecuador, muchas empresas están exclusivamente vinculadas a la industria textil, ya que se consideran como el tercer sector económico más importante de la industria ecuatoriana, al representar el 8% del total de la industria, generando empleos directos e indirectos a 300.000 personas de las cuales, el 70% son mujeres que tienen bajo su responsabilidad su familia, Así lo determina el estudio de AITE¹, (como se ve en boletín mensual N°29, el 27 de enero del 2016).

¹ AITE (Asociación de Industrias Textiles del Ecuador)

El presente trabajo de investigación se debe a la necesidad que tiene la provincia de Santa Elena en contar con una empresa de uniformes deportivos y bordados para que los habitantes no acudan a otras ciudades. Dentro de las actividades que día a día realizan los peninsulares, la mayor parte están inmiscuidas con el deporte, por ello la creación de una empresa de producción de uniformes deportivos tiene como finalidad proporcionar a todos los clientes del cantón Santa Elena uniformes, a precios que satisfaga las necesidades de la comunidad, cuyo fin es de lograr la captación de clientes y sobre todo la adquisición de materia prima del sector, generando empleo y calidad de producto.

La creación de una empresa de uniformes deportivos y bordados busca brindar confianza, accesibilidad, bajos costos, así como de una producción más rápida y bajo un control de calidad minucioso, ya que dentro de la investigación de la Srta. Katherin Rosales en el cantón Santa Elena (2013) se determinó que las microempresas que confeccionan ropas deportivas, no brindan un trabajo con acabados de calidad, el tiempo de entrega es demorado y sobre todo las tallas no son respetadas por lo que el producto final tiende a ser incómodo.

Por esta razón, el presente proyecto busca brindar nuevas alternativas a los habitantes del cantón Santa Elena, para la elaboración de uniformes deportivos, en virtud de que en la actualidad la comunidad prefiere productos de otras provincias del país, la finalidad es lograr que se incorpore una empresa de uniformes deportivos y bordados que obtenga la aceptación e identificación del producto en el cantón Santa Elena, así como obtener nuevos clientes diagnosticando

preferencias, necesidades y tendencias mediante la recolección de datos, a través de la aplicación de encuestas que permitan la viabilidad de la propuesta final.

Para ello se determinó, mediante este estudio de observación directa, que la problemática radica en la inexistencia de empresas dentro del cantón Santa Elena, que se dediquen a la elaboración de uniformes deportivos, por lo que la propuesta a realizar tendrá la viabilidad y factibilidad necesaria para la ejecución así como de la aceptación de clientes.

1.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

En la actualidad dentro del cantón Santa Elena no se ha evidenciado alguna empresa que se dedique exclusivamente a la producción de uniformes deportivos ni bordados, por lo general las personas optan por adquirir uniformes deportivos en el cantón La Libertad y en la ciudad de Guayaquil, por lo que se plantea la siguiente interrogante:

¿El diseño de un Plan de Negocio demostrará la viabilidad de la creación de una empresa de uniformes deportivos y bordados, en el cantón Santa Elena?, periodo 2016.

1.4. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA.

1. ¿Cómo diagnosticar la demanda de adquisición de uniformes deportivos y bordados en el cantón Santa Elena?

2. ¿Qué debemos hacer para efectuar un estudio financiero que determine requerimientos económicos y técnicos?
3. ¿Cómo definir la organización administrativa, técnica y jurídica para la conformación de la empresa encargada de la creación de una empresa de uniformes deportivos y bordados?

1.5. JUSTIFICACIÓN.

En la actualidad las empresas dedicadas a la confección de uniformes deportivos se incrementan diariamente ya que abarcan un mercado educativo, institucional, deportivo y empresarial, cada uno de ellos con el fin de satisfacer necesidades. La presente investigación, mediante un estudio de factibilidad, busca crear una línea de producción de uniformes deportivos y bordados que sea una alternativa que permita a los peninsulares contar con una empresa con estándares de calidad en los productos que ofrece, así como una excelente materia prima, bajos costos, diversidad de diseño, calidad de confección, lo que lograría que la empresa alcance un posicionamiento y confianza dentro del cantón Santa Elena, al convertirse en un ente competitivo de diferenciación y posicionamiento se podrá tener el éxito global de la empresa.

Este estudio es de gran utilidad ya que tiene como misión alcanzar el objetivo propuesto, como incorporar la imagen de la empresa en la mente de los consumidores del cantón Santa Elena, así como generar fuentes de empleos y brindar calidad de producto en el sector siendo factible al contar con la predisposición del investigador, así como de conocer a través de la recolección de

datos (encuesta) el tipo de cliente que requiere de este servicio, precios, inversiones, distribución y establecer el funcionamiento de la empresa que permita brindar nuevas alternativas de calidad en uniformes deportivos y bordados dentro del cantón Santa Elena y provincia en general.

1.6. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.6.1. Objetivo General.

Elaborar un plan de negocio para crear una empresa de producción de uniformes deportivos y bordados en el cantón Santa Elena.

1.6.2. Objetivos Específicos.

1. Diagnosticar la demanda de adquisición de uniformes deportivos y bordados en el cantón Santa Elena.
2. Elaborar estrategias competitivas para posicionar el negocio en el cantón Santa Elena.
3. Definir la organización administrativa, técnica y jurídica para la conformación de la empresa encargada de la creación de línea de uniformes deportivos y bordados.
4. Efectuar un estudio financiero que determine requerimientos económicos y técnicos.

1.7. DELIMITACIÓN DEL TEMA.

Campo: Comercial

Área: Emprendimiento

Aspecto: Desarrollo empresarial

Delimitación Temporal: El trabajo de investigación se realizara en 3 meses.

Delimitación Poblacional: El total de la población es de 62.817 habitantes, es la población de la investigación planteada por ser posibles compradores del cantón de Santa Elena.

Delimitación Espacial: El trabajo de investigación de realizará en el cantón Santa Elena.

Delimitación contextual: El desarrollo del proyecto se con desarrollará en base a la investigación realizada en hombres y mujeres del cantón Santa Elena.

1.8. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN.

1.8.1. General.

La realización de un plan de negocio contribuirá a la creación de una empresa de producción de uniformes deportivos y bordados en el cantón Santa Elena, periodo 2016.

1.8.2. Especifica.

1. Si se conoce la demanda que requiere utilizar uniformes deportivos se viabiliza la producción de una línea de uniformes deportivos y bordados.
2. Si se va a contar con un estudio técnico de localización, tamaño e ingeniería, la producción de línea de uniformes deportivos y bordados tendrá la acogida de toda la población del cantón Santa Elena, generando rentabilidad para la empresa.
3. Si se efectúa un estudio financiero que determine requerimientos económicos y técnicos, se podrá establecer la viabilidad financiera de implementar el negocio propuesto.
4. Si se diseña una organización administrativa y jurídica, la empresa encargada de la producción de uniformes deportiva en el cantón Santa Elena logrará ser conocida y posicionada en el mercado cantonal.

1.9. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.

Tabla N° 1 Operacionalización – Variable Dependiente.

HIPÓTESIS	VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMES	INSTRUMENTOS
La realización de plan de negocio contribuirá a la implementación de una empresa de producción de uniformes deportivos y bordados para establecimientos educativos, empresas en el cantón Santa Elena.	Creación de empresa de producción de bordados y uniformes deportivos.	La creación de una empresa es la formulación e implementación de aspectos técnicos y legales que vuelven objetivo una idea de negocio, convirtiéndola en emprendimiento, el cual puede traer consigo como valor agregado a la innovación. Por lo general todo emprendimiento genera a una microempresa sujeta a las condiciones y actividades de su entorno, adaptándose a él o transformándolo con la ayuda de sus empleados o dentro de una asociatividad con otras empresas similares y/o complementarias que coadyuvan a la producción y comercialización de sus productos. Su constitución como empresa depende de los bienes o servicios que ofrecerá, sus ingresos y gastos, sus clientes y proveedores, sus alianzas estratégicas y ante todo de las normas legales que rigen el entorno donde piensa operar.	<ul style="list-style-type: none"> ○ Microempresa. ○ Producción. ○ Marco Legal. 	<ul style="list-style-type: none"> • Antecedentes nacionales. • Actividades. • Estructura organizacional. • Tamaño. • Número de empleados. • Ventajas y desventajas. • Tipos de Bordados. • Formas de confección. • Modelos de uniformes deportivos. • Relación con la Constitución. • Relación con el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones. • Aporte al Buen Vivir. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ¿De qué manera se puede emprender un negocio de producción de bordados y uniformes deportivos? ▪ ¿Qué valor agregado puede ofrecer este tipo de negocios? ▪ ¿Existe a nivel nacional rentabilidad para las microempresas? ▪ ¿Qué ventajas y desventajas existen? ▪ ¿Qué tamaño y cuántos empleados deberían tener este tipo de negocios en el cantón? ▪ ¿A nivel internacional, nacional o local existen empresas con las cuales se pueda formalizar una asociatividad? ▪ ¿Existen manera de exportar fácilmente los productos o de importar los materiales? ▪ ¿Cuáles son los gustos y preferencias de los clientes en el cantón en cuanto a bordados y modelos de uniformes deportivos ▪ ¿El proyecto se enmarca dentro de la Constitución, fundamentado en el Código de la Producción y el plan del Buen Vivir? 	Cuestionarios de encuestas

Elaborado por: La Autora.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES.

El comercio ha existido desde el inicio de la humanidad ya que es considerado de esta manera, toda actividad económica que consiste en realizar operaciones comerciales como compra o venta de mercancías con el fin de obtener algún beneficio, pero, a medida del avance social del hombre se han presentado diversas necesidades como la creación de planes de negocio que sirvan como instrumentos para disminuir la incertidumbre y riesgo que existen al implementar un nuevo negocio.

La ropa deportiva en la actualidad, se puede considerar como una opción importante para los deportistas, por los beneficios que se les puede brindar a este fragmento del mercado. Existe un sinnúmero de empresas que se han destacado en los avances de sus investigaciones acerca de la ropa para eventos deportivos y la materia de elementos que se utilizan para cumplir con la exigencia física, entre estas grandes empresas se puede mencionar PUMA, ADIDAS Y NIKE, firmas comerciales que patrocinan diversas competencias a nivel mundial para de esta forma promocionar sus productos no solo en calidad sino en estilo.

La demanda de ropa deportiva en los dos últimos años, se encuentra en auge porque el estilo de vida de las personas está cambiando por uno más saludable haciendo común que muchas personas hagan ejercicio. Así lo confirma Jefferson Carrasco, gerente de Producto de Kao Sports Center, quien asegura que en el año

2015 y lo que va del año en curso, las ventas en ropa deportiva han aumentado alrededor del 10% en comparación al año 2014.

Este aumento también se puede dar porque ya no se utiliza este tipo de vestimenta solo para hacer ejercicios; sino que, se utiliza en cualquier ocasión que se desee lucir bien convirtiéndose en un producto de moda porque las grandes marcas han confeccionado ropa deportiva con diseños cómodos y estilos novedosos ampliando el mercado al atraer mayor cantidad de clientes.

Según el Registro de la Propiedad y Mercantil en el cantón de Santa Elena no se existen registros de establecimientos que se dediquen a esta actividad, es decir, no se puede encontrar dentro de los límites de este sector, una empresa que produzca uniformes deportivos por la falta de emprendimiento de los habitantes; situación que permite que el plan de negocio sea rentable al desarrollar un servicio necesario para los habitantes del cantón antes mencionado.

El proyecto pretende cubrir la demanda existente, diseñando un plan de negocio para la creación de una empresa de producción de uniformes deportivos y bordados que permita cumplir con la necesidad de las personas que hacen ejercicio al aire libre, como las que asisten a un gimnasio, es decir, todas las personas a partir de los trece años puede ser un cliente potencial ya que a partir de esta edad se está pendiente de los productos de moda y la mejor forma de verse bien, asimismo adquieren uniformes de buena calidad para realizar deportes en las instituciones educativas.

Además, al realizar este plan de negocio, no solo se pueden obtener beneficios para la empresa sino que también se beneficia al cantón Santa Elena al brindar un

servicio que no es posible encontrarlo dentro del mismo, ayudando a potenciar la economía de dicho sector.

2.2. BASES TEÓRICAS.

2.2.1. Plan de Negocios.

Según Hernández (2004) citado en Suárez (2013) manifiesta al respecto que:

Plan de negocio es un documento en el que se escribe con claridad los objetivos de un negocio y describe los métodos que se van a emplear para alcanzarlos, también ayuda a tener un panorama claro a largo plazo y de su futuro financiero, con ello, brindarle a los inversionistas potenciales mayor certidumbre (pág. 28).

Partiendo de la conceptualización de Hernández se puede decir que los planes de negocios tienen como función principal evaluar un negocio a través de reunir la información necesaria estableciendo los lineamientos para poner en marcha, sabiendo que este sirve para buscar el financiamiento para el inicio de las actividades.

Según López (2005) citado en Suárez (2013), manifiesta que en los planes de negocios:

Es importante destacar que si bien los aspectos financieros y económicos son fundamentales, un plan de negocios no debe limitarse sólo a planillas de cálculo y números. La información cuantitativa debe estar sustentada en propuestas estratégicas, comerciales, de operaciones y de recursos humanos.

Por lo tanto, la aprobación de un proyecto no dependerá sólo de una buena idea sino también de que se pueda demostrar su factibilidad y presentarla en forma vendedora (pág. 15).

Por ende se constata que el plan de negocios sirve como una herramienta fundamental en el desarrollo de cualquier trabajo porque evalúa las posibilidades y factibilidad de la idea que se pretende desarrollar, en base a esta evaluación se indagan nuevas estrategias para poner en marcha la propuesta o plan de negocio.

Por esta razón el programa Lifelong Learning (2012) menciona que “el plan de negocio tiene que ser constantemente renovado y actualizado (al menos una vez al año) si no, se vuelve obsoleto; es un documento dinámico que siempre refleja el estado actual de tu compañía” (pág. 8).

Es decir, todo plan de negocio debe mantenerse en renovación constante porque tiene como objetivo analizar modelos de negocios, disponibilidad financiera, actividades estratégicas, imagen corporativa y la economía del mismo, además, al mantenerse actualizado permite detectar errores y definir estrategias para la compañía generando que los beneficios aumenten haciéndola más atractiva para los socios e inversionistas al brindar mayor seguridad al momento de obtener utilidades.

Con el fin de optimizar la elaboración de un plan de negocio se han realizado investigación que contribuyan a este tema como es el realizado por Gonzalo Guerra García en el (2013) titulado “El poder de la investigación en un plan de negocio” que proporciona los parámetros que se deben tomar antes de elaborar un

plan de negocio así como las diferentes etapas que permitirán diseñar un plan exitoso.

Asimismo, se encuentra el trabajo desarrollado por Eduardo Paredes en el 2010 denominado “Metodologías de investigación para planes de negocio” que complementa el trabajo de Guerra puesto que este menciona como se pueden describir los problemas y mostrando los pasos para establecer soluciones a través de una serie de herramientas que hacen más fácil y rápida este trabajo permitiendo plantear de una mejor forma el plan en desarrollo.

Finalmente se encuentra el trabajo de titulación de Katherin Rosales Suárez estudiante de la Universidad Estatal Península de Santa Elena realizado en el año (2013) denominado “Plan de negocio de confecciones de uniformes escolares para el gremio de modistas de la sociedad de artesanos de la ciudad de Santa Elena” que presenta un estudio muy factible desarrollado en la misma población del tema de estudio proporcionando información base acerca de la implementación de este tipo de negocio en este ambiente.

Los estudios mencionados anteriormente son importantes ya que son una base para el desarrollo del estudio planteado, al tener datos que permiten conocer el poder de un plan de negocio, el tipo de metodología que se debe utilizar para el correcto desarrollo del mismo y la factibilidad de un plan de este tipo de negocio en Santa Elena ya que no existe otros dentro de este cantón, ubicándolo en el centro del mismo para que se haga más fácil el acceso a los clientes.

2.2.1.1. Características de planes de negocios.

Según Juan Bravo (2011) un plan de negocio se refiere a “un documento formal elaborado por escrito que sigue un proceso lógico, progresivo, realista, coherente y orientado a la acción, incluyendo en detalles las acciones futuras que habrán de ejecutar tanto el dueño como los colaboradores de la empresa (pág. 62).

Partiendo de este concepto se considera que las principales características de un plan de negocios al referirse como un documento escrito debe ser: **lógico** porque su elaboración responde a planteamientos racionales; **Progresivo** puesto que cada parte depende de la anterior siguiendo una cadena de secuencia; **Realista** al constituirse un documento eminentemente práctico, basado en la realidad de la empresa o las potencialidades de la misma; **Coherente** porque todas las partes de un plan de negocios debe ser consistente y armónicas entre sí; y finalmente debe estar **orientado a la acción** porque en todos los planes de negocios deben conducir a la ejecución de acciones específicas, claras y precisas.

Aunque no son características determinadas, puesto que, Gestipolis (2013) también menciona que los planes de negocios exitosos son: “el núcleo del plan operativo, son realistas en su perspectiva de mercado, el resumen ejecutivo es extremadamente claro, proyectan cifras financieras claves, integran ventas y marketing, presentan equipos de primer nivel y mezclan perfectamente el fondo y la forma” (pág. 2).

Se puede concluir que las características mencionadas por gestipolis son características determinadas luego del estudio de algunos planes exitosos concluyendo que todos presentan **un núcleo operativo** porque formulan la visión

de la empresa que sirven como base para llegar a cumplir los objetivos; se menciona que son **realistas en su perspectiva de mercado** al explicar la necesidad que llena el productos o servicio; asimismo, el **resumen ejecutivo es extremadamente claro** por ayudar a comprender al lector la finalidad del negocio enganando a posibles inversionistas.

Además, proyectan **cifras financieras clave** al hacer proyecciones atadas directamente con el método de ventas y marketing con el fin de explicar al lector las estrategias; al **integrar ventas y marketing** de acuerdo al análisis de mercado se explica el porqué de elegir un canal en particular esto solo se logra al **presentar equipos de primer nivel** que brinden confianza al inversionista de encontrar soluciones a los problemas que se puedan presentar y finalmente se debe hacer el plan de negocio **mezclando perfectamente el fondo y la forma** para que brinde información rápida sencilla y muy convincente al lector o inversionista.

Siempre se debe tener presente que el propósito del plan es desarrollar los factores que muestren el éxito que tendrá el negocio, esto se logra definiendo los detalles de operación, las fases del negocio y uniéndolas de una forma conveniente para la viabilidad del mismo a través de la información que permita estimar el resultado favorable de las actividades del negocio por ejemplo el examinar las fortalezas y amenazas de la empresa.

2.2.1.2. Contenido de un plan de negocio.

Los planes de negocios son de suma importancia puesto que en ellos se establecen los alcances y magnitudes de las organizaciones, el tipo de estructura o

contenido facilita cubrir todas las secciones de una empresa a través del proceso de planeación, brindando mayor posibilidad de éxito a un inversionista o una entidad financiera.

Según Hernández (2004) citado en Suárez (2013) menciona que los planes de negocios deben estar conformados por:

¿Cuál es la actividad exacta que la empresa realiza? ¿Cuál es el producto o servicio que vende? ¿Dónde está ubicado el mercado para dicho producto? ¿Cuál es el mercado meta del producto? ¿Cómo opera el negocio? ¿Cuál es la posición financiera actual de la empresa? ¿Por qué tendrá éxito? (pág. 65).

Para complementar estos aspectos mencionados por Hernández está la estructura que establece Sergio Viniegra (2011) considerando que:

Los planes de negocio están estructurados en una serie de planes individuales que hacen referencia a: la descripción general de una empresa, plan producto y/o servicio, plan de mercadotecnia y ventas, plan administrativo, plan operativo, plan financiero y plan legal (pág. 66).

Asimismo, es importante recalcar las principales secciones del plan de negocios propuesto por Ford, Bornstein y Pruitt en el año 2007 citado en Suárez (2013) que mencionan que existe una amplia variedad de riesgos que deben de ser completados en todo momento, estos son:

Riesgos Financieros: De mercado, financiero, de liquidez, fraude e impuestos. **Riesgos Operacionales:** de productos como materia prima, diseño, cadena de suministros, operaciones de manufactura, regulaciones

legales, canales de distribución y continuidad en el negocio. **Riesgos de Negocio:** Desorden tecnológico, formas de competencia cambiantes, propiedad intelectual, relaciones laborales. (pág. 73).

El conocer los riesgos que se pueden presentar al momento de desarrollar un plan de negocio es de mucha importancia puesto que permite que se esté prevenido ante estas posibles falencias; asimismo, Ford, Bornstein y Pruitt en el año 2007 citado en Suárez (2013) definen que los planes de negocios mantienen tres funciones principales que son “determinar y definir proyectos futuros; determinar cómo han sido alcanzadas las metas del negocio y aumentar o mejorar los flujos de capital” (pág. 80).

Asimismo, los autores Ford, Bornstein y Pruitt para el año 2007 mencionan, que un plan de negocios es un documento de mucha importancia en una institución por permitir idealizar el negocio, definiendo a su vez las estrategias que eviten cometer errores brindando más oportunidades como las de atraer inversionistas o evaluar el desempeño que tiene la empresa a lo largo del tiempo permitiendo que la toma de decisiones mejore notablemente.

2.2.2. Emprendimiento.

Todo proyecto en que se ha prosperado, debido a la fuerza de voluntad de alguien, afrontando los obstáculos para cumplir los objetivos propuestos, se conoce como emprendimiento.

Bueno Martínez (2011) establece que:

El emprendimiento empresarial, es una alternativa diferente a la ya conocida y que además, permite más libertades a quien la ejerce, podría definir como la iniciativa de un individuo para desarrollar un proyecto de negocio o una idea en particular que genere ingresos, es decir, crear una microempresa.

Es decir; al referirse al emprendimiento empresarial se requiere de compromiso, pasión y visión para desarrollar los objetivos planteados tomando acciones creativas, puesto que el ser humano siempre está en la búsqueda de oportunidades que le brinden independencia aunque esto implique tomar riesgos.

Además, la pagina psicología y empresa (2011), manifiesta al respecto que:

Un rasgo distintivo de un emprendedor es que se centra en un solo nicho de mercado o en una oportunidad que no ha sido cubierta o que hasta ahora no ha sido explotada adecuadamente, bien porque hay todavía margen en el mercado para uno o más competidores, o porque es muy nuevo y aún no ha sido observado por las empresas más grandes.

Es decir, las personas emprendedoras buscan dirigirse a brindar un servicio o bien de una necesidad que aún no ha sido explotada o cubierta de una forma adecuada, por ser nueva en el mercado y no ha sido detectada por las industrias más grandes; asimismo, psicología y empresa (2011), acota que:

Si bien es cierto que el talento para ser un buen emprendedor cumple un papel importante en el emprendimiento, la verdad es que la mayoría de ellos se hace a través de la adquisición de conocimientos en escuelas u

organizaciones que se dedican a formarlos o bien se van aprendiendo por experiencia dentro del negocio mismo.

Esta conceptualización es muy importante ya que manifiesta que los emprendedores a través del paso del tiempo por la experiencia adquirida en el negocio complementada con los conocimientos adquiridos en la escuela u entidades de formación empresarial.

2.2.2.1. Microempresas.

Mayorga (2006), afirma al respecto que:

El principal componente del sector informal es la microempresa. Esta es una forma de organización económica dedicada a producir bienes y servicios destinados al mercado, con una reducida escala de operación, en la que no existe separación clara entre la propiedad sobre los factores de la producción y el trabajo aportado por el propietario. (Pág. 58)

Estas pequeñas unidades productivas, por lo general, presentan una baja capacidad de producción debido a condicionamientos tecnológicos, de acceso al mercado, de fuentes de financiación y de fragilidad frente a las contingencias laborales. No obstante, pueden presentar una gran adaptación al cambio frente a las condiciones y las particularidades de la demanda, ya que producen en pequeña escala, cuentan con una tecnología fácilmente adaptable y montos reducidos de inversión.

En el Ecuador no existe una Ley que estipule las disposiciones fundamentales de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, en estas circunstancias no existe unanimidad en la definición de MIPYMES; sin embargo, para este documento se ha utilizado la definición que contempla el Proyecto de Ley para las PYMES, consensuado con los actores públicos y privados, que también lo recoge el Proyecto de Estatuto para las MIPYMES preparado por la Comunidad Andina de Naciones (Olmedo, 2012).

Tabla N° 2: Características generales de las PYMES (Olmedo, 2012)

DATOS	MICRO	PEQUEÑAS	MEDIANAS	GRANDES
Número de Empleados	1- 9	hasta 49	50 - 199	Mayor a 200
Valor bruto de ventas anuales	\$100.000	hasta \$1'000.000	De \$1'000.000 a \$5'000.000	Mayor a \$5'000.000
Valor activos finales	Manos a \$100.000	de \$100.001 hasta \$750.000	\$750.001 a \$4'000.000	Mayor a \$4'000.000

Fuente: Proyecto de Ley PYMES y Proyecto de Estatuto Andino para las MIPYMES

Elaborado por: La Autora.

Según Bravo (2011), existen cinco factores que determinan el posicionamiento de una pequeña empresa son:

productos y servicios porque aportan a los clientes resultados y beneficios que aportan; **la atmósfera** ya que permite que los clientes se sientan bien al momento de visitar la empresa; **comunicación formal** al mencionar a los clientes la información de la empresa que se considera necesaria; **Relaciones personales** que constituyen un complemento de hacer sentir bien a los clientes, puesto que al hacerlo se hace una publicidad positiva; y

finalmente la **comunicación “boca a boca”** siendo esta la mas importante puesto que esta puede potenciar o arruinar la imagen o reputación de su empresa (pág. 120).

2.2.2.2. Ventajas y desventajas de las microempresas.

Ventajas de las pymes

Desde el punto de vista de Pablo Orrlandi (2007), nos muestra a continuación 12 de las principales ventajas que presentan las pymes ante las grandes empresas:

1. **Trato personalizado:** las pymes, en comparación con las grandes empresas, tienen la ventaja de poder ofrecer una atención personalizada, por ejemplo, pueden procurar con mayor facilidad que un mismo trabajador atienda a un cliente durante todo el proceso de compra.
2. **Mejor atención al cliente:** las pymes suelen estar más cerca de sus clientes, lo que les permite conocer mejor sus necesidades, gustos y preferencias, y, de ese modo, poder ofrecerles una mejor atención, por ejemplo, un mejor asesoramiento en sus compras.
3. **Mejor acceso a información del mercado:** el tamaño de su mercado y la cercanía con sus clientes, les permite a las pymes conocer mejor a su público objetivo y estar al tanto de los nuevos cambios que surgen en mercado.

4. Mayor flexibilidad para adaptarse a los cambios del mercado: al contar con una estructura sencilla, las pymes tienen la ventaja de adaptarse mejor y más rápido a las nuevas necesidades, gustos y preferencias de los consumidores.
5. Mayor flexibilidad para satisfacer necesidades, gustos y preferencias particulares: las pymes tienen la ventaja también de poder adaptarse mejor a los requerimientos particulares de sus clientes, o a hacer concesiones cuando éste las solicite.
6. Mayor capacidad de innovación: las pymes tienen la ventaja de poder innovar constantemente, de poder lanzar al mercado nuevos productos, servicios o promociones sin correr demasiado riesgo.
7. Mayor capacidad de reacción: debido a su estructura sencilla y menos rígida que las grandes empresas, las pymes tienen mayor rapidez para adaptarse a los cambios del mercado, para satisfacer necesidades particulares, o para innovar.
8. Decisiones más rápidas y oportunas: debido a su estructura sencilla y poco jerarquizada, las pymes tienen la capacidad de tomar decisiones más rápidas y oportunas que las grandes empresas, lo que les permite, a la vez, tener una mayor capacidad de reacción.

9. Mayor capacidad para corregir errores: debido al tamaño de su estructura, las pymes tienen la ventaja de corregir sus errores rápidamente, por ejemplo, tienen mayor facilidad para remediar un producto que no tuvo éxito, una mala campaña publicitaria, o una mala elección del público objetivo.

10. Eficiencia en el manejo de reclamos: las pymes pueden atender mejor las quejas o reclamos del cliente, por ejemplo, pueden procurar que un mismo trabajador se encargue rápidamente de las quejas o reclamos de un cliente, y que éste no tenga que consultar con varios empleados.

11. Mayor compromiso en los trabajadores: al ser la pyme una organización sencilla y no tener una marcada división de funciones, los trabajadores suelen tener un mayor aporte en ideas y sugerencias para el mejoramiento en general de la empresa, lo que los hace sentir más útiles y, por tanto, más identificados y comprometidos con ésta.

12. Mayor productividad en los trabajadores: al haber un mayor compromiso en los trabajadores y, además, al recibir un trato personal por parte del empresario y los altos mandos de la empresa, los trabajadores suelen estar más motivados y, por tanto, suelen ser más productivos.

Desventajas de las pymes

El primero de ellos es el menor acceso a economías de escala productivas. Las economías de escala reducen el coste unitario al producir grandes cantidades, y las PYMES se encuentran muchas veces con que no pueden producir esas cantidades que les permitirían vender más barato es decir los costes fijos se reparten entre más unidades.

Tampoco tienen acceso a economías de escala comerciales, pues no tienen el mismo poder de negociación con sus proveedores que las grandes empresas, que pueden exigir descuentos debido al volumen de sus ventas.

Finalmente, tienen también más problemas para captar financiación, debido a que el hecho de tener un valor contable menor hace que a los inversores les parezca que tienen menos solvencia a largo plazo. Sin embargo, todo depende de la cantidad que se quiera obtener como financiación. Eso sí, no pueden realizar ampliaciones de capital como las grandes empresas que cotizan en bolsa.

2.2.2.3. Microempresas en Ecuador.

Según Magill John & Meyer Richard (2004), “las microempresas proveen trabajo a un gran porcentaje de los trabajadores de ingresos medios y bajos en Ecuador, más de un tercio (33.5 %) de hogares en áreas urbanas de ingresos medios y bajos tuvo uno o más miembros adultos de la familia con una microempresa” (pág. 95); las proyecciones de la población en conjunto de microempresarios según Paredes (2012), “indican un total de 646,084

microempresarios en Ecuador en áreas urbanas (definidas en este caso como pueblos de 2,000 o más habitantes). Estos microempresarios operan un total de 684,850 empresas distintas”.

Según el Banco Interamericano (2003), Una "microempresa" es un negocio personal o familiar que emplea hasta 10 personas, el cual es poseído y operado por una persona individual, una familia, o un grupo de personas individuales de ingresos relativamente bajos, cuyo propietario ejerce un criterio independiente sobre productos, mercados y precios y además constituye una importante (si no la más importante) fuente de ingresos para el hogar. No se incluyen profesionales, técnicos medios, científicos, intelectuales, ni peones, ni jornaleros.

Según ECUAPYME (2005), se ha logrado conocer, que en las Pequeñas Industrias, el 12.44% del personal tiene un nivel profesional, y el 1.32% ya ha alcanzado un nivel de post-grado. De acuerdo a estas cifras nos podemos dar cuenta que las PYMES emplean bastante personal que no puede acceder a estudios superiores, pero cabe recalcar el compromiso que deben tener las PYMES, con todos sus colaboradores, ya que no deben ser explotadores de personas que necesitan trabajar.

Con la ayuda de las PYMES se puede impulsar el desarrollo de una comunidad, porque al mejorar la calidad de vida de su fuerza laboral, estos invierten en el progreso individual y familiar; es decir, pueden invertir en bienes muebles o inmuebles que necesitan o que desean. Mejora el nivel de educación de la comunidad, porque al mejorar los ingresos familiares, tanto el colaborador como sus hijos pueden acceder a mejores centros de educación. Tomando en

cuenta también, la capacitación que puede ofrecer la PYME, aunque según el Banco Interamericano (2003), “en nuestro medio, únicamente el 35.2% del personal de la Pequeñas Industrias ha recibido un proceso de capacitación”.

Además de que la empresa al contribuir con los impuestos ayuda a que la comunidad se beneficie con obras encaminadas a su desarrollo. Inclusive la empresa puede dar nombre y categoría, al sector en el que se encuentra ubicada, es decir, se puede reconocer a un sector no por su nombre sino por el de la empresa o el conjunto de empresas. Si se crea una PYME, incluso puede disminuir el auge delictivo en la comunidad, esto se da por la creación de fuentes de trabajo, que emplea a más personas y por lo tanto cesarán sus actos delictivos, ya que muchas de las veces, se dice que la delincuencia se da por falta de empleo. La familia es el primer eslabón en la cadena de la sociedad, y la ayuda que brindan las PYMES a estos hogares, es muy grande, ya que los trabajos realizados en las mismas son remunerados, y por lo tanto la economía de los hogares se ve solventada

Según ECUAPYME (2005), “gracias a la existencia de PYMES, el país se ha visto muy favorecido, su influencia económica puede ser representada en el Producto Interno Bruto - PIB, producen el 80% del Producto Interno Bruto del país”.

ECUAPYME (2005), “puntualiza que en las diferentes áreas en que se desarrollan las PYMES, pueden generar recursos económicos, ya sea para la compra de suministros, para la remuneración de sus colaboradores, o hasta para la

re inversión en su negocio, nos podemos dar cuenta la circulación monetaria que esto significa”. Es decir, que si una PYME compra a un proveedor, este se ve favorecido económicamente. De la misma manera, que cuando se paga un sueldo o salario a un colaborador, este puede ahorrar o bien puede invertir en la compra de bienes y servicios, apoyando así la economía de otros sectores o de otras PYMES (pág. 78).

2.2.2.4. Los planes de negocio y su influencia en las microempresas.

Steve Blank (2010), manifiesta que el plan de negocios es un instrumento básico de dirección de la empresa, que establece:

1. La dirección, la orientación concreta de la gestión de las operaciones, en un período dado, para alcanzar sus objetivos. Una empresa sin plan de negocios es como "un automóvil sin dirección".
2. Un seguro para limitar los excesos del propietario PYMEs con su propia empresa y sus intereses. La mayoría de PYMEs son propiedad de una o pocas personas y la gestión suele ser personal más que de equipo. El plan ayuda a que la gestión no sea resultado de impulsos sin coordinación, facilita que pueda mantenerse un rumbo, que no impida aprovechar las oportunidades o incluso hacer atajos, pero manteniendo una ruta, dando estabilidad al proceso y a los actores que participan, haciendo ajustes del rumbo en forma permanente.
3. Un mínimo de propaganda interna y búsqueda de compromiso con el accionar de la empresa. Si alguna actividad participativa entre trabajadores ejecutivos, medios y operadores directos es mínima, indispensable, es la elaboración o el aporte o cuando menos el acuerdo con el plan de negocios para ejecutarlo y optimizar los resultados.

4. El plan de negocios permite trazar las operaciones, la organización de las personas, los recursos materiales y el conjunto de tareas que se llevarán a ejecución, así como la forma en que serán medidos los resultados. Es decir, compromete los tres aspectos esenciales de la gestión empresarial: Planear, ejecutar y evaluar operaciones.
5. Una fuente de instrucciones, hacia fuera y hacia adentro de la empresa, que traduce claramente la idea del servicio o producto a colocar en el mercado y los resultados a obtener.
6. En algunos casos, cuando está plenamente sistematizado, el plan de negocios se convierte en sí mismo, en un producto: por ejemplo, para actuar como franquicia, en tanto contiene el conjunto de las instrucciones para llevar adelante un negocio.

Luis López (2011), indica al respecto que:

Un plan de negocios tiene una estructura básica, pero su diseño y ejecución depende de la complejidad del negocio, del nivel de inversión comprometida y del objetivo del período, ciclo de vida o características del entorno. El plan de negocios puede ser diseñado para cumplir propósitos generales o específico (Pág. 98)

1. Mostrar la coherencia de las operaciones de una empresa. Es indispensable antes de poner en marcha una empresa, que el gerente guíe sus acciones por un plan de negocios. En una empresa en marcha es poner en ejecución una lista de chequeo a revisar cotidianamente.
2. Presentar el plan de desarrollo anual de una empresa en funciones, que el equipo de gestión, con el gerente a la cabeza, consiga la aprobación del directorio o el dueño.
3. Proponer la generación de una nueva empresa.
4. Afrontar el desarrollo de un ciclo de vida de la empresa.

5. Para orientar el paso de un ciclo de vida a otro.
6. Para conseguir capital de los accionistas, nuevos inversores o prestadores de fondos.
7. Para promover fusiones, adquisiciones.
8. Para conseguir una licencia, franquicia, representación, corresponsalía o distribución.

La viabilidad y el costo de un plan de negocios es un elemento clave para que la tarea se cumpla.

1. Todos creen que lo necesitan, pocos saben cómo hacerlo y muchos creen que no lo pueden pagar. Diseñar un plan de negocios es una inversión y debe evaluarse y decidir "a priori" cuánto tiempo y dinero en horas persona en servicios internos y externos se va a invertir. Este es un punto crucial para que la empresa encare hacer o no el plan de negocios.
2. El empresario puede abordar la elaboración de su plan de negocios comprendiendo el concepto, conociendo sus partes y resolviendo el asunto clave: seleccionar las variables que va a incorporar en su plan de negocios en función de sus objetivos, el tamaño de la empresa y la inversión de tiempo y la forma como organizará a su personal para que contribuya al mismo y que sea el primer grupo a comprar el plan. Un plan elaborado por un consultor y luego sometido a consulta no suele ser barato para las PYMEs y si además el consultor viene con una lista interminable de requisitos para cualquier tamaño y tipo de empresa se puede explicar la resistencia de los empresarios para trabajar en este asunto.

2.2.2.5. Los planes de trabajo y el negocio.

Martínez Castañeda (2012), indica que “aunque muchas PYMEs pueden hacerlo solos, resulta más económico promover esfuerzos asociativos. Lo cual

permite bajar costos, comparar resultados y tener contrapartes que lo van a ayudar a continuar el proceso. Muchas PYMEs han iniciado el trabajo y lo han abandonado porque siempre hay diferentes motivos para ello. El entrar a un proceso asociativo los obliga a impulsar un proceso que le permitirá conseguir apoyo para culminar la tarea”.

Castañeda manifiesta que se debe agrupar unas 12 empresas Pymes que pueden trabajar con un consultor para que éste les explique los aspectos conceptuales que sean necesarios y actúe como facilitador del proceso. Existen algunas condiciones que favorecen la asociatividad para esta tarea, por ejemplo pertenecer a una red de proveedor- cliente, potenciales consorcios o empresas en busca de la competitividad con disposición al intercambio de experiencias de aprendizaje.

2.3. MARCO CONCEPTUAL.

Bordados.- Es el adorno que realizan con aguja e hilo sobre un tejido cualquiera ya que es un dibujo que puede representar desde cadenas, flores, letras y más; puede añadir relieve al tejido, brillo, riqueza.

Confección.- Se considera a la fabricación de ropa, hechura de mano de alguna prenda de vestir, dentro de una perspectiva industrial la confección es una serie de actividades de manufactura que lleva a crear una indumentaria en base a un diseño realizado bajo patrones o moldes con ayuda de herramientas tecnológicas, adecuadas para la optimizar este tipo de procesamientos y crear un buen producto.

Emprendimiento.- Es aquella aptitud de emprender nuevos retos, nuevos negocios; lo que le permite seguir un paso más, es lo que hace que una persona esté insatisfecha con lo que es y lo que ha logrado, y como consecuencia de ello, se plantee nuevas metas para sobresalir.

Empresa.- Es una organización que se dedica a actividades comerciales para satisfacer las necesidades de bienes o servicios de los demandantes, asegurando la continuidad de la estructura productiva de una empresa.

Estudio.- Se le llama estudio, al desarrollo de habilidades y aptitudes mediante la incorporación de nuevos conocimientos, es decir, son aquellos conocimientos previos y prácticos que realiza un individuo para poner en práctica un determinado objetivo.

Factibilidad.- Es considerada a la posibilidad de lograr ejecutar un determinado proyecto, es decir, es el análisis que se efectúa a una determinada empresa para identificar si el negocio será bueno o malo.

Imagen corporativa.- Es el conjunto de cualidades que los consumidores atribuyen a una determinada compañía, es decir, es lo que la empresa significa para la sociedad, cómo se la percibe; la creación generalmente está a cargo de los responsables del área de relaciones públicas.

Inversiones.- Es el acto mediante el cual se usan ciertos bienes con el ánimo de obtener unos ingresos o rentas a lo largo del tiempo; se refiere al empleo de un capital en algún tipo de actividad o negocio, con el objetivo de incrementarlo.

Uniformes.- Se denomina al conjunto de prendas o atuendos que son utilizados desde la prehistoria, los uniformes son la imagen corporativa de una empresa y que en la actualidad son diseñados bajo modelos y estándares de calidad.

Uniformes deportivos.- Es denominado un conjunto estandarizado de ropa que utiliza miembros de un equipo para participar en actividades, es decir, es un vestido distintivo y peculiar que utiliza un establecimiento perteneciente a una escuela, grupo, deportistas, empresas.

Productividad.- Es la cantidad de producción de una unidad de producto o servicio por insumo de cada factor utilizado por unidad de tiempo.

2.4. MARCO LEGAL.

2.4.1. Constitución política del Ecuador (2008)

Capítulo Sexto: Trabajo y producción.

Sección Primera: Formas de organización de la producción y su gestión.

Art. 319.- Este artículo reconoce las diversas formas de organización de la producción en economía entre ellas las carácter público y privado, de capital

individual y mixto. El Estado promoverá y Alentará las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población, satisfaciendo la demanda interna y garantice una participación del Ecuador en el contexto internacional garantizando la protección de sus derechos de la naturaleza.

Sección Segunda: Tipos de propiedad.

Art. 321.- Nos indica que El Estado reconoce y garantiza el derecho a la propiedad pública y privada de economía personal y mixta dentro de un contexto social y ambiental..

2.4.2. Ley de compañías. (2013)

De esta ley se ha visto la necesidad de citar todo lo que tiene que ver con la creación de una Compañía de Responsabilidad Limitada ya que es más viable para este tipo de empresa porque es más beneficiosa, ya que permite que se conforme con 4 socios.

DISPOSICIONES GENERALES DE LA LEY DE COMPAÑÍAS

Art. 1.- Este artículo nos habla que el contrato de compañía es el que se firma entre dos o más personas que permite unir capitales o industrias y participar de las utilidades generado por las operaciones mercantiles

Art. 19.- Este artículo se refiere que la inscripción de una escritura pública en el Registro Mercantil suprime la obligación de inscribir a las compañías en el libro

de matrículas de comercio a su vez surtirá los mismos efectos y se la realizará en la Cámara de la Producción correspondiente. .

SECCION V

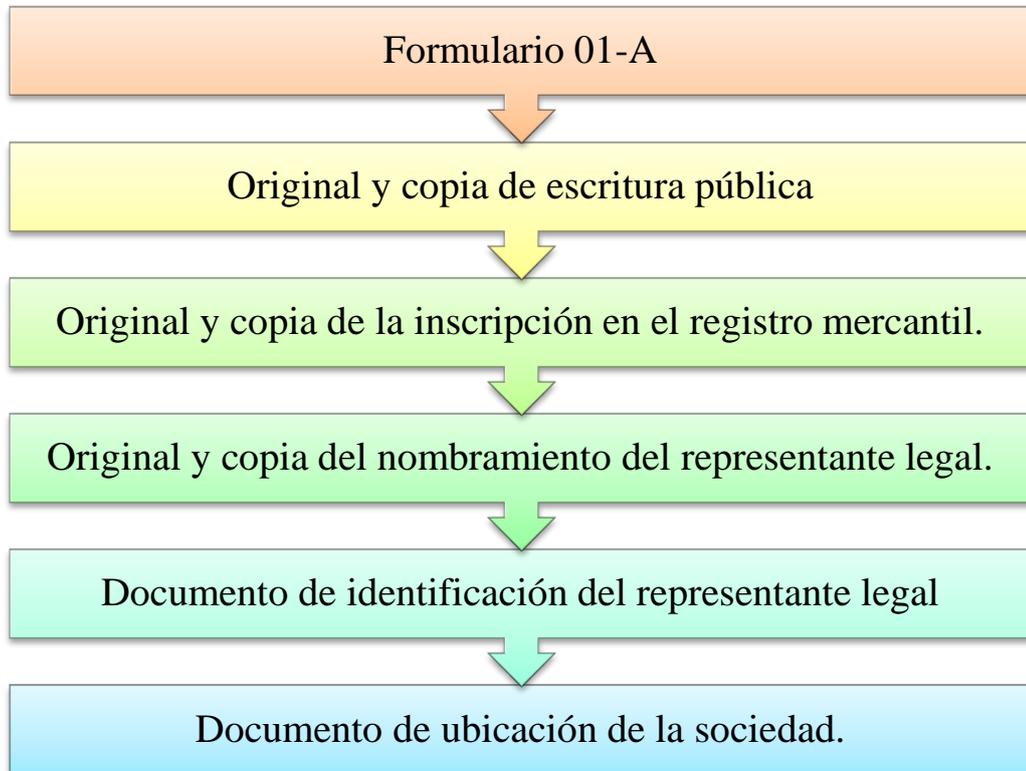
DE LA COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

Art. 92.- Esto nos indica que La Compañía de Responsabilidad Limitada se conforma desde 3 personas y responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales, si realizan el comercio bajo una razón social o denominación objetiva en cuyo caso será una que no puede confundir con la de una compañía preexistente. Los términos comunes que unen para determinar una clase de compañía como “comercial, industrial, etc”, no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar y se añadirá las palabras “Compañía Limitada” o su abreviación.

Art. 93.- El presente artículo hace referencia a los integrantes de la Compañía de Responsabilidad limitada no adquieren la calidad de comerciantes aun cuando está siempre sea mercantil y se constituirá de conformidad con las disposiciones de la presente sección.

2.4.3. Requisito para obtener R.U.C las sociedades.

Figura N° 1: Obtención del R.U.C.



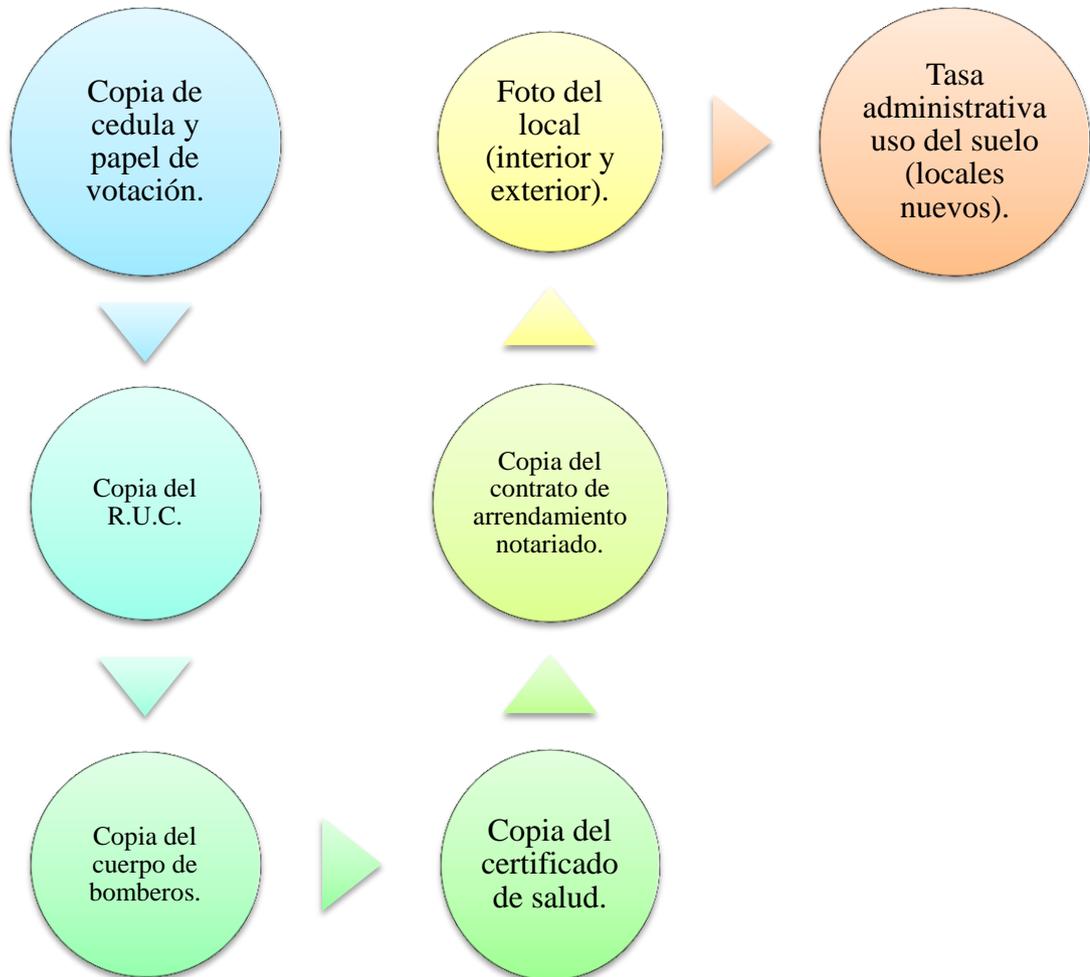
Fuente: Servicios de rentas internas.

Elaborado por: La Autora

Se consideran estos requisitos ya que se pretende crear una empresa de producción de uniformes a través de la constitución de una Sociedad Ltda., puesto que, las sociedades anónimas están direccionadas más al capital que a las cualidades de los accionistas siendo apropiada en el caso de tener un gran número de socios, así como un mayor movimiento de capital, mientras que las sociedades limitadas además de ser capitalistas también dan importancia a las cualidades de los asociados haciendo que sea apropiada para las actividades que tengan un pequeño desembolso inicial o para sociedades de profesionales o familiares como es el caso de este trabajo.

2.4.4. Requisitos del permiso de funcionamiento (GAD Santa Elena)

Figura N° 2: Permiso de Funcionamiento.

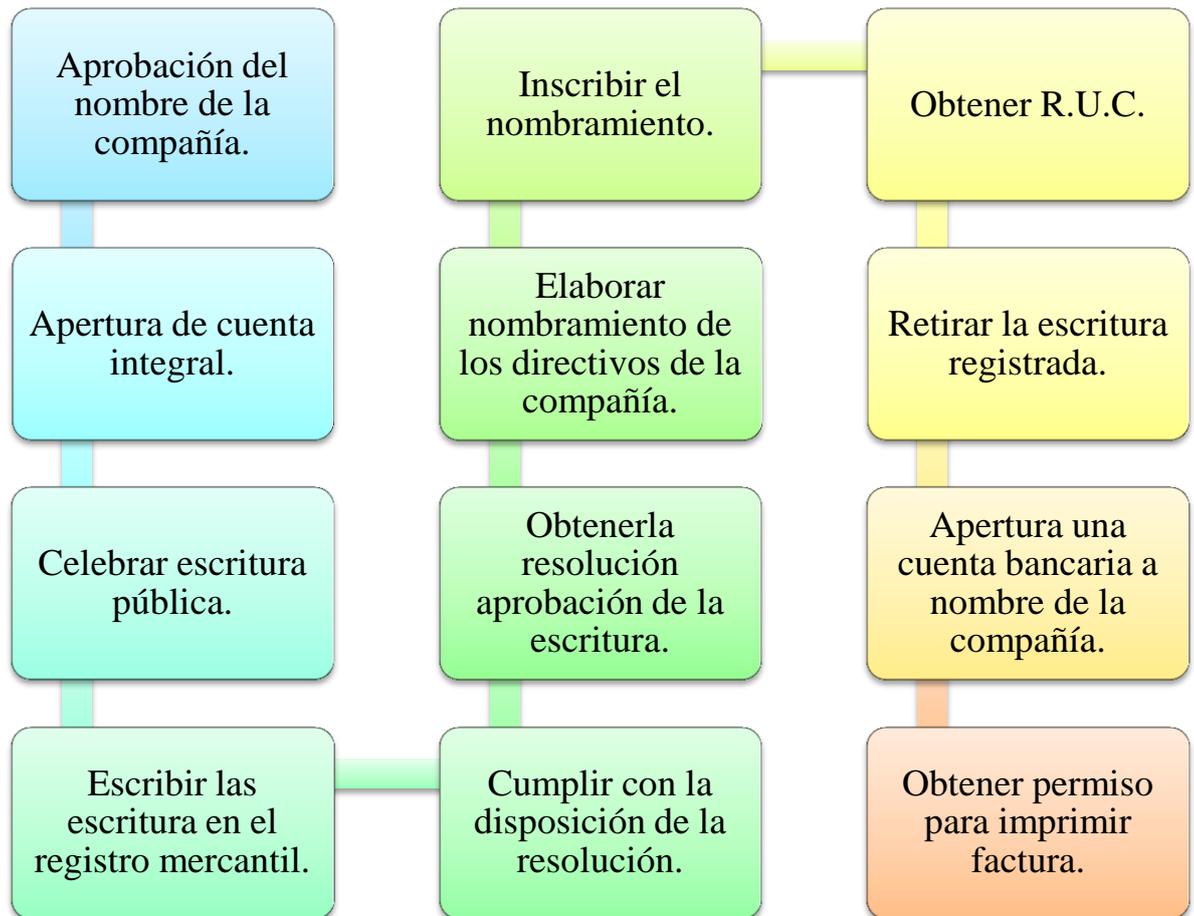


Fuente: G.A.D. Santa Elena.
Elaborado por: La Autora

Estos requisitos son fundamentales para obtener los permisos necesarios al momento de iniciar una actividad en el cantón puesto que según las ordenanzas municipales todo local comercial ubicado dentro de Santa Elena debe cumplir con los requisitos establecidos para el buen funcionamiento del local.

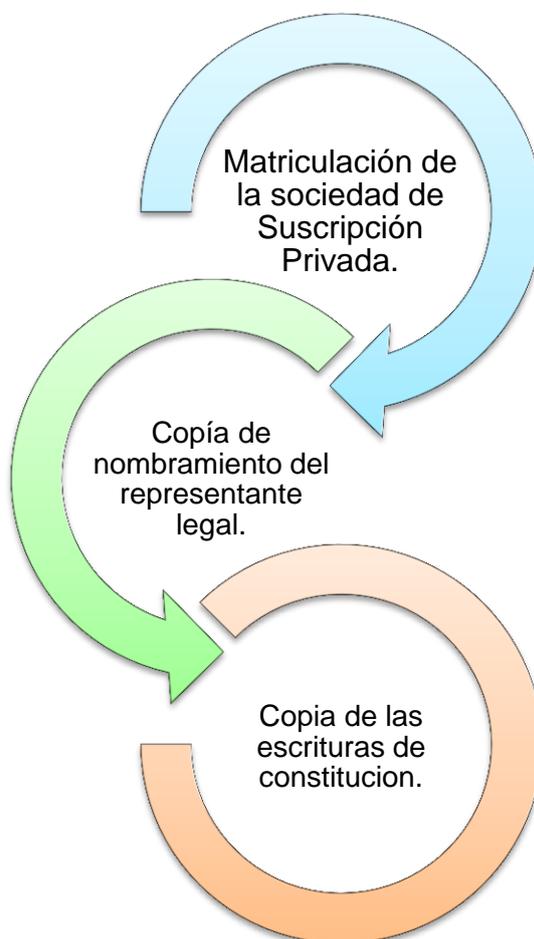
2.4.5. Requisitos con la superintendencia de compañía.

Figura N° 3: Inscripción en la Superintendencia de Compañías



Fuente: Superintendencia de Compañías
Elaborado por: La Autora

Figura N°4: Requisitos inscripción en el Registro mercantil



Fuente: G.A.D. Santa Elena
Elaborado por: La Autora

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.

3.1. METODOLOGÍA.

3.1.1. Tipo de investigación.

En el desarrollo de este trabajo se considera esencial utilizar los siguientes tipos de investigación:

3.1.1.1. Investigación documental.

Este tipo de investigación permite utilizar textos que sirvan como bibliografía para fundamentar el marco teórico, es decir, es de suma importancia en un trabajo investigativo por ayudar a plantear una base en el estudio a través de datos proporcionados por otros investigadores.

3.1.1.2. Investigación descriptiva.

La investigación descriptiva se utiliza con el fin de describir las actitudes de un objeto de estudio siendo este fundamental para todo estudio de campo, por permitir interpretar los resultados de las encuestas y sirvan como base para establecer las soluciones pertinentes.

3.1.2. Métodos de investigación.

Para la elaboración del proyecto se ha decidido aplicar diferentes métodos, con la finalidad de poder considerar varios ámbitos obteniendo información real.

3.1.2.1. Método inductivo.

Con este método se utiliza el razonamiento para obtener conclusiones que parten, de hechos particulares aceptados como válidos, para llegar a conclusiones, cuya aplicación sea de carácter general. El método se inicia con un estudio individual de los hechos y se formulan conclusiones universales.

3.1.2.2. Método deductivo.

En este método se desciende de lo general a lo particular, de forma que partiendo de enunciados de carácter universal y utilizando instrumentos científicos, se infieren enunciados particulares, pudiendo ser axiomático-deductivo cuando las premisas de partida la constituyen axiomas (proposiciones no demostrables), o hipotético-deductivo si las premisas de partida son hipótesis contrastables.

3.1.2.3. Método analítico.

El método analítico es aquel que consiste en la desmembración de un todo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos. Es necesario conocer la naturaleza del fenómeno y objeto que se estudia para comprender su esencia. Este método permite conocer más del objeto de estudio, con lo cual se puede: explicar, hacer analogías, comprender mejor su comportamiento y establecer nuevas teorías.

3.1.2.4. Método sintético.

El método sintético es un proceso de razonamiento que tiende a reconstruir un todo, a partir de los elementos distinguidos por el análisis; se trata en

consecuencia de hacer una explosión metódica y breve, en resumen. En otras palabras debemos decir consiste en integrar los componentes dispersos de un objeto de estudio para estudiarlos en su totalidad.

3.1.3. Técnicas de investigación.

3.1.3.1. Encuesta.

La encuesta es un conjunto de interrogantes normalizadas dirigidas a una muestra representativa de población o instituciones, con el fin de conocer estados de opinión o hechos específicos.

Se utilizó esta técnica por motivo de que no se puede conversar con todas las personas, sino más bien se tomó la población económicamente activa del cantón Santa Elena que se conforma por sesenta y dos mil ochocientos diecisiete personas ubicadas dentro de los límites establecidos, empleando preguntas sencillas cerradas para que sean de fácil interpretación al momento de analizar.

3.1.4. Instrumentos de investigación.

3.1.4.1. Cuestionario.

El cuestionario es un instrumento utilizado para la recolección de información, diseñado para poder cuantificar, universalizar la información y estandarizar el procedimiento de la entrevista ya que tiene como finalidad conseguir la comparabilidad de la información. La aplicación del instrumento en este caso la encuesta, es una técnica que se puede aplicar a sectores más amplios del universo,

de manera mucho más eficiente que la entrevistas, ya que cuenta con preguntas específicas.

3.2. POBLACIÓN Y MUESTRA.

3.2.1. Población.

Según Jany (1994), citado en Bernal (2010), manifiesta que población es **“La totalidad de elementos o individuos que tienen ciertas características similares y sobre las cuales se desea hacer inferencia”** (pág. 160)

Al analizar este concepto se determina que la población es todo lo comprendido como objeto de estudio en este caso está comprendido por habitantes del cantón Santa Elena que según el instituto nacional y censo de datos recolectados en el año 2010 es 144.076 de los cuales habitantes 43,6% pertenecen a la población económicamente activa que representan 62.817 personas que son la población de la investigación planteada por ser posibles compradores.

Tabla N° 3: Población.

POBLACIÓN	N°
Población económicamente activa del Cantón Santa Elena	62.817

FUENTE: INEC (2010)

3.2.2. Muestra.

En el presente proyecto se utilizará el método Probabilístico, razón por la cual se calcula la muestra para poder trabajar con un número reducido de habitantes del cantón Santa Elena.

El establecimiento de la muestra se efectuará mediante la siguiente fórmula.

Tabla N° 4: Muestra.

SIMBOLOGÍA	
N:	62.817
NC:	95%
i:	6%
Z:	1,96
p:	0.5
q:	0.5

Elaborado por: La Autora.

FÓRMULA PARA DETERMINAR MUESTRA DE FUTUROS CLIENTES

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

PROCEDIMIENTO

$$n = \frac{3,8416 \times 62817 \times 0,50 \times 0,50}{0,0036(62817 - 1) + 3,8416 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$n = \frac{60329,4468}{227,098}$$

$$n = 266$$

3.3. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Pregunta introductoria:

Género de los/las encuestados/as

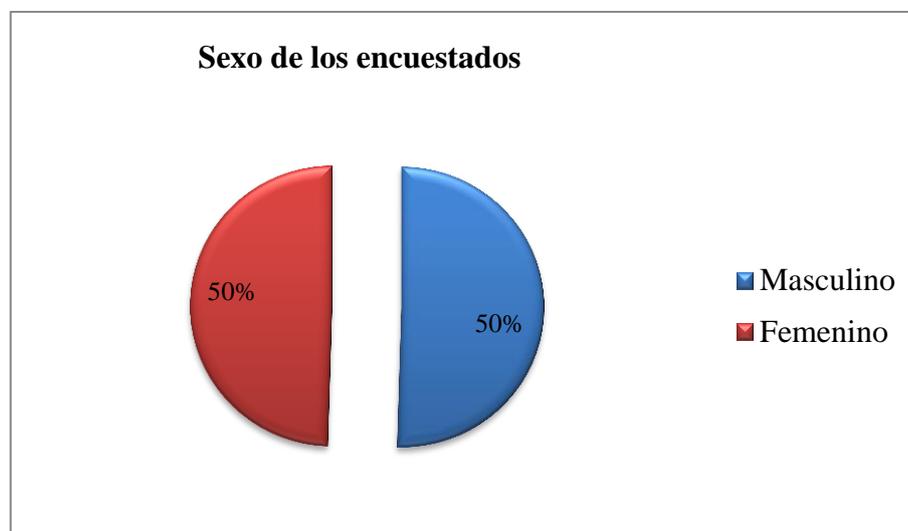
Tabla N° 5

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Masculino	133	50
Femenino	133	50
TOTALES	266	100

Fuente: Encuesta.

Elaboración: La Autora.

Figura N°5 Pregunta Introductoria: Sexo.



Fuente: Encuesta.

Elaboración: La Autora.

Análisis:

En la pregunta introductoria se pretendió establecer el sexo de los encuestados (as) con fines de hacer partícipes del estudio tanto a hombres como mujeres. Los resultados indican que el interés por el tema está equilibrado con un 50% de varones y 50% de féminas.

1. De las opciones que se dan a continuación: ¿Cuál es el problema más representativo que ha tenido usted cuando ha adquirido ropa deportiva en el Cantón Santa Elena? (Escoja solo una opción).

Tabla N° 6

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Materia prima de mala calidad	105	39
Falta de variedad en los diseños	26	10
Confección de pésima calidad	101	38
Precios excesivos	34	13
TOTALES	266	100

Fuente: Encuesta.

Elaboración: La Autora.

Figura N° 6: Problemas al comprar uniformes.



Fuente: Encuesta.

Elaboración: La Autora.

Análisis:

El factor principal que los clientes consideran de mayor conflicto al momento de la adquisición de los uniformes, como principal se obtuvo la materia prima de mala calidad (39%), seguida de la confección de pésima calidad (38%), precios excesivos (13%) y finalmente la falta de variedad en los diseños (10%), por lo tanto hay que poner mucho énfasis tanto en la materia prima que se adquiera como en la confección de las prendas.

2. ¿Con qué frecuencia adquiere los uniformes deportivos?

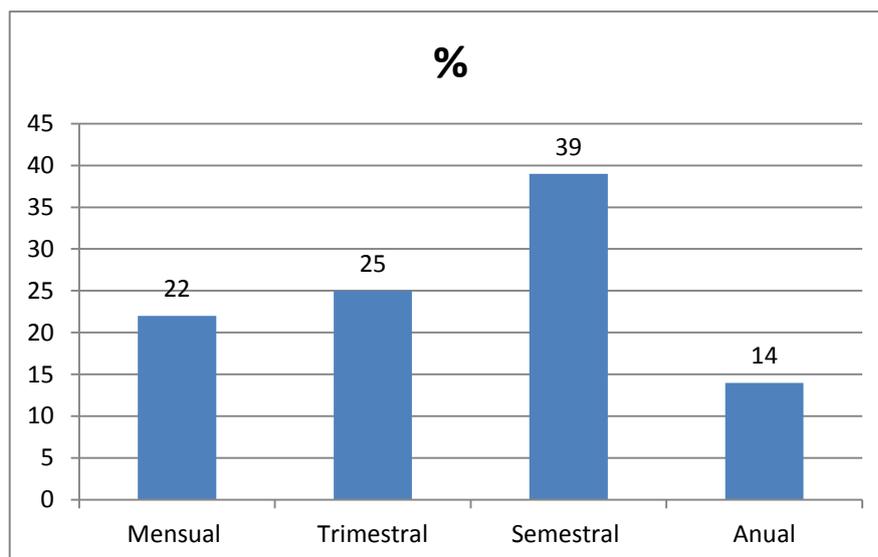
Tabla N° 7

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Mensual	58	22
Trimestral	67	25
Semestral	104	39
Anual	37	14
TOTALES	266	100

Fuente: Encuesta.

Elaboración: La Autora.

Figura N° 7: Frecuencia de adquisición de uniformes.



Fuente: Encuesta.

Elaboración: La Autora.

Análisis:

Se estableció la frecuencia de compra que tienen los clientes. Se conoció que el 39% compra de manera semestral, el 25% lo hace cada tres meses, el 22% mensualmente y el 14% adquiere prendas deportivas una vez al año, considerando estos resultados se tendrá cada semestre una afluencia en la elaboración y venta de prendas deportivas y uniformes deportivos.

3. ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar en uniformes deportivos?

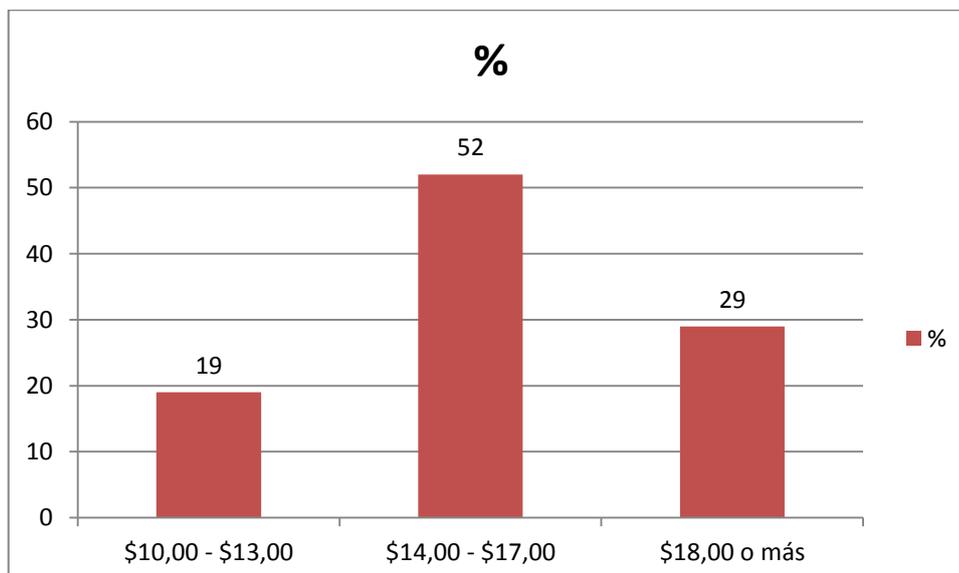
Tabla N° 8

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
\$10,00 - \$13,00	51	19
\$14,00 - \$17,00	138	52
\$18,00 o más	77	29
TOTALES	266	100

Fuente: Encuesta.

Elaboración: La Autora.

Figura N° 8: Disposición de pago.



Fuente: Encuesta.

Elaboración: La Autora.

Análisis:

El precio que los clientes están dispuestos a pagar por la confección de uniformes oscila entre \$14,⁰⁰ y \$17,⁰⁰ (precio ideal) que corresponde al 52% de los encuestados, por otro lado el 29% pagaría de \$18,⁰⁰ a más por la elaboración, y tan solo el 19% da a conocer que no tiene el poder adquisitivo suficiente como para cancelar un valor mayor a los \$13,⁰⁰ por lo tanto se tendrá que dar preferencia a la confección de prendas deportivas que oscilen entre los \$14,⁰⁰ y \$17,⁰⁰

4. ¿Adquiriría usted ropa deportiva de calidad y precio cómodo, confeccionada por una nueva empresa, la misma que pretende ubicarse en el Cantón Santa Elena?

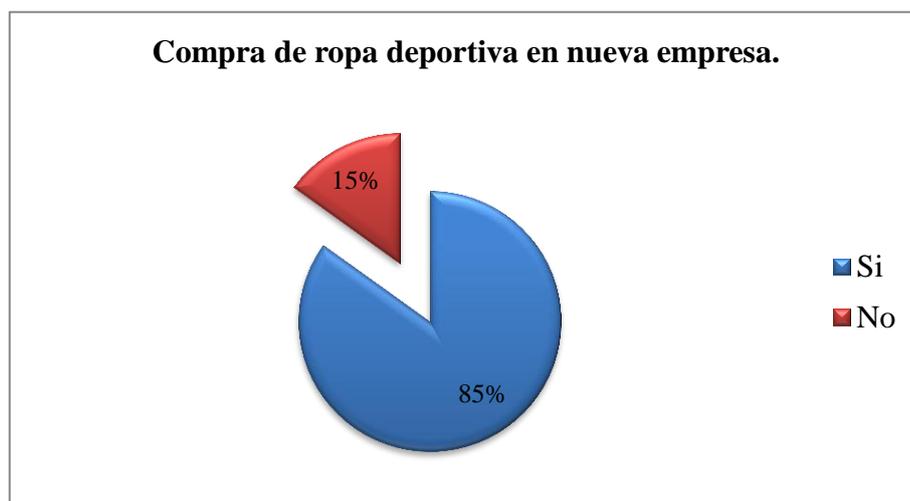
Tabla N° 9

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Si	226	85
No	40	15
TOTALES	266	100

Fuente: Encuesta.

Elaboración: La Autora.

Figura N° 9: Compra de ropa deportiva.



Fuente: Encuesta.

Elaboración: La Autora.

Análisis:

Al determinar la aceptación de un nuevo oferente ubicado en el cantón Santa Elena, los resultados manifiestan que un porcentaje muy elevado, es decir, un 85% del total de encuestados (as) encargarían la confección de sus uniformes deportivos a una nueva empresa dedicada a esta actividad. Solo un 15% se mantendrían inicialmente fieles a sus casas deportivas de confianza, lo que indica que la empresa tendría una buena aceptación en Santa Elena.

5. ¿A través de que medio usted quisiera recibir información de los uniformes deportivos que ofrecerá esta nueva empresa?

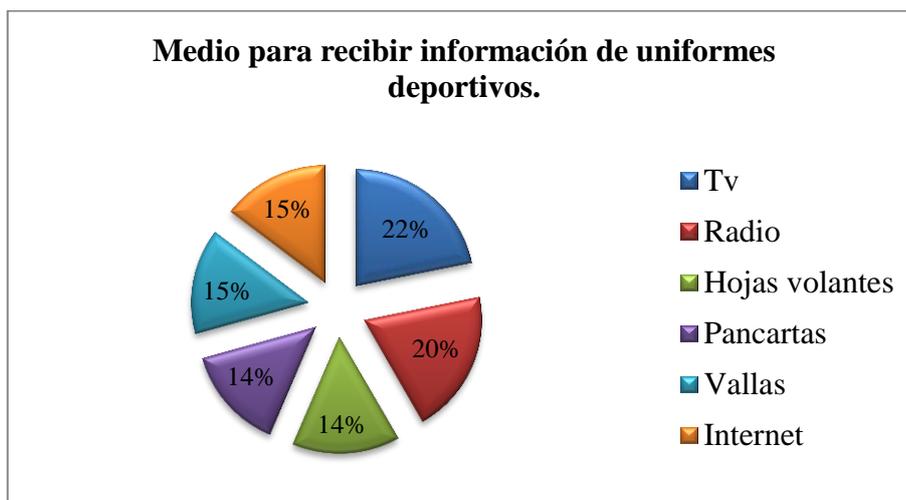
Tabla N° 10

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
TV	58	22
Radio	53	20
Hojas volantes	39	14
Pancartas	38	14
Vallas	39	15
Internet	39	15
TOTALES	266	100

Fuente: Encuesta.

Elaboración: La Autora.

Figura N° 10: Medios para recibir información de la empresa.



Fuente: Encuesta.

Elaboración: La Autora.

Análisis:

En cuanto a la manera en que los y las clientes desean conocer sobre los productos y la nueva empresa, los resultados indican que para ellos es indiferente el medio que empleen para publicitarlos, esto está reflejado en la mínima variación que presentan los porcentajes, en primer lugar aparece la tv con un 22% y en último lugar las pancartas con un 14%.

6. ¿En qué lugar del cantón, le gustaría a usted que esté ubicado el local de fabricación de ropa deportiva y bordados?

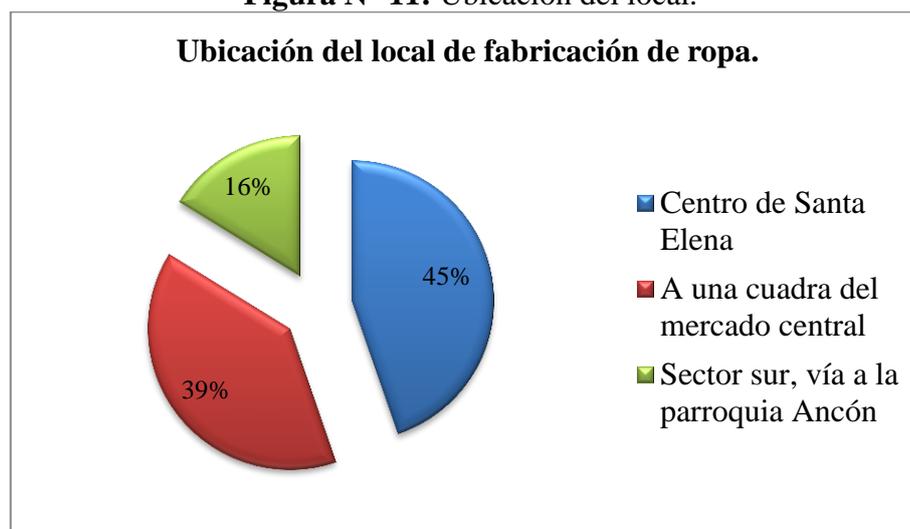
Tabla N° 11

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Centro de Santa Elena	119	45
A una cuadra del mercado central de Santa Elena	104	39
Sector sur, vía a la parroquia Ancón	43	16
TOTALES	266	100

Fuente: Encuesta.

Elaboración: La Autora.

Figura N° 11: Ubicación del local.



Fuente: Encuesta.

Elaboración: La Autora.

Análisis:

La ubicación elegida por la mayoría de encuestados es el centro de Santa Elena con un 45%, esto convertiría a dicha zona en la principal opción para ubicar la empresa; otro lugar aceptado por los clientes es el área cercana al mercado de la ciudad de Santa Elena con un 39% y el lugar con menos acogida es el sector vía a la parroquia Ancón con apenas un 16%, lo que indica que la empresa tendrá una buena aceptación si está ubicada en el Centro o una cuadra del mercado en Santa Elena.

CAPÍTULO IV

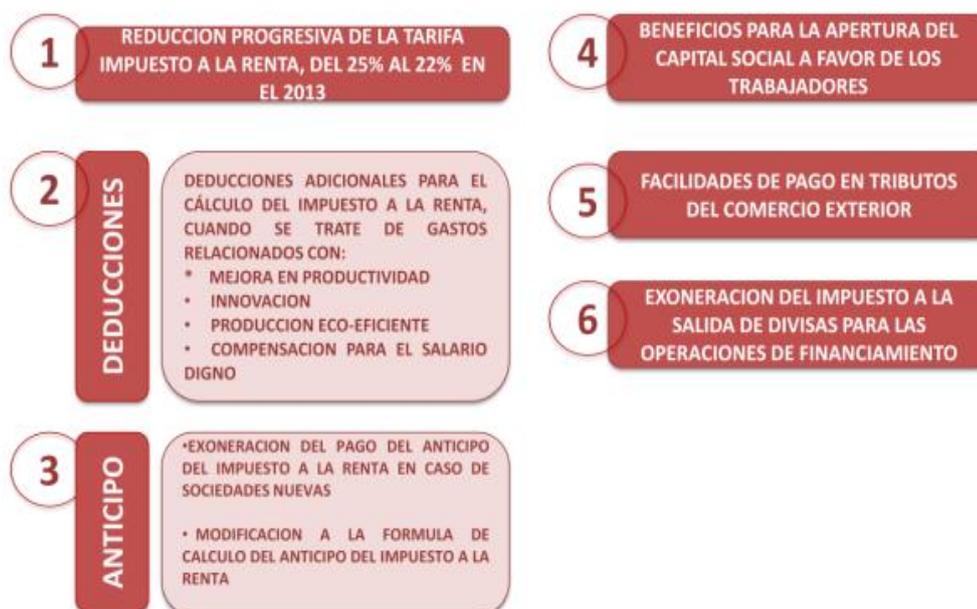
PROPUESTA

5.1. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA.

Es una empresa que se dedicará a la producción de uniformes deportivos y bordados en el cantón Santa Elena, debido a esto se encuentra ligada directamente con el código de la producción ya que esta normativa se creó para impulsar toda actividad productiva a nivel nacional brindando apoyo a nueva empresas en todos sus niveles de desarrollo y a los actores de la economía popular y solidaria.

Al acogerse a este código se goza de tres tipos de beneficios tributarios que son incentivos generales, sectoriales y para zonas deprimidas por ende se los detalla a continuación.

Figura N° 12: Incentivos General



Fuente: Código de Producción Comercio e Inversiones.

Además de los incentivos generales se puede acoger al incentivo sectorial que consiste en la exoneración de pago del impuesto a la renta, por cinco años para aplicar este incentivo se debe cumplir con lo siguiente:

Figura N° 13: Incentivos Sectoriales

REQUISITOS	CARACTERISTICAS	DOCUMENTOS /VERIFICACION
NUEVA EMPRESA	Es decir constituida a partir de la vigencia del COPCI	Escritura de constitución o fecha de inscripción posterior al 29 de diciembre de 2010
NUEVA INVERSION	Que INCREMENTE el acervo de la economía, es decir que sean NUEVOS RECURSOS	Que cuente con aporte a capital, nuevos activos que no hayan pertenecido a uno de sus socios y que no hayan estado en funcionamiento. En caso de terrenos, estos no deberán superar el 20% del valor total de la nueva inversión.
EN UNO DE LOS SECTORES PRIORITARIOS	Son los sectores determinados en el COPCI, incorporados en la Ley de Régimen Tributario Interno a través de la DISPOSICION REFORMATORIA 2.2 DEL COPCI	En el objeto social de la compañía deberá constar el sector en el que realizará sus actividades
FUERA DE LAS CIUDADES DE QUITO O GUAYAQUIL	SE REFIERE A LAS COMPAÑIAS CUYO DOMICILIO ESTA FUERA DE LAS ZONAS URBANAS DE QUITO Y GUAYAQUIL	El domicilio tributario principal de la compañía debe estar FUERA DE LAS ZONAS URBANAS de Quito o Guayaquil

Fuente: Código de Producción Comercio e Inversiones.

Para zonas deprimidas:

Además de que estas inversiones podrán beneficiarse de los incentivos generales y sectoriales antes descritos, en estas zonas se priorizará la nueva inversión otorgándole un beneficio fiscal mediante la deducción adicional del 100% del costo de contratación de nuevos trabajadores, por cinco años.

5.1.1. Datos generales.

Razón social: New Style CIA Ltda.

Localización: Cantón Santa Elena.

Actividad: Producción de uniformes deportivos y bordados.

Régimen legal: Bajo la ley de compañías.

Representante legal: Srta. Nelly Quimi Gutiérrez.

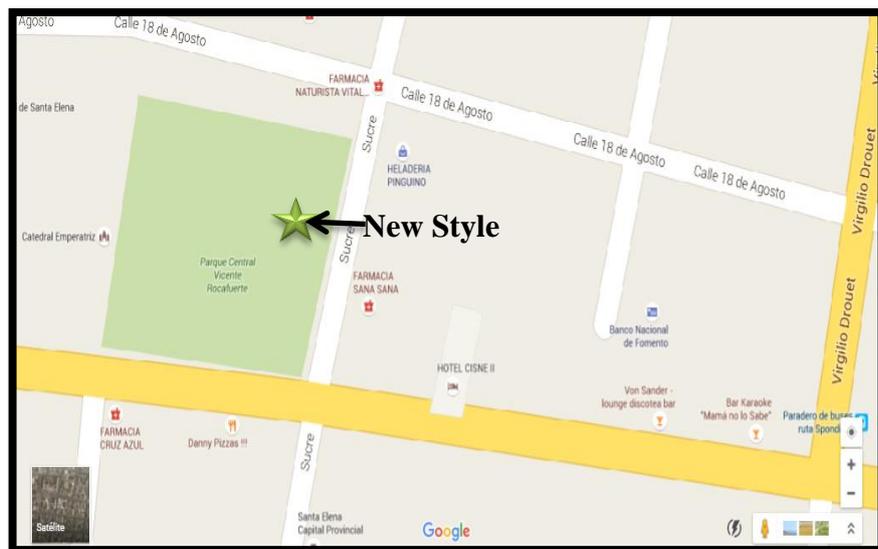
Norma de calidad: ISO 9001-2000

Registro: Superintendencia de Compañías.

5.1.2. Ubicación de la empresa.

Se ubicará en el Cantón Santa Elena entre la calle Sucre y 18 de Agosto; es decir, en el centro frente al parque ya que en los datos recolectados, según la encuesta este lugar son beneficiosos para el buen desarrollo de la empresa por ser un lugar de fácil acceso para los habitantes.

Figura N° 145: Ubicación de la empresa.



Fuente: Google Map.

5.1.3. Misión, Visión y Valores.

Misión.

Producir y comercializar uniformes deportivos y bordados para satisfacer las necesidades de nuestros clientes, operando con un servicio eficaz que cumpla con todas la expectativas de los usuarios.

Visión.

En el año 2021 New Style S.A. será una organización reconocida por su orientación y compromiso con sus clientes, brindando uniformes deportivos y bordados de calidad.

Valores.

Responsabilidad

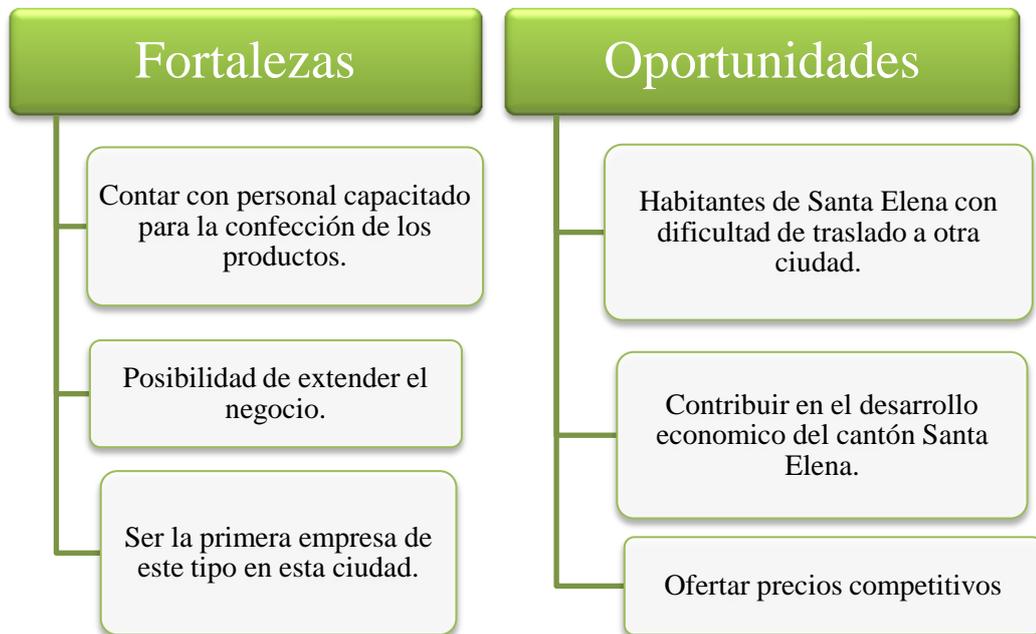
Seguridad

Confianza.

5.1.4. Análisis FODA y estrategias de la empresa.

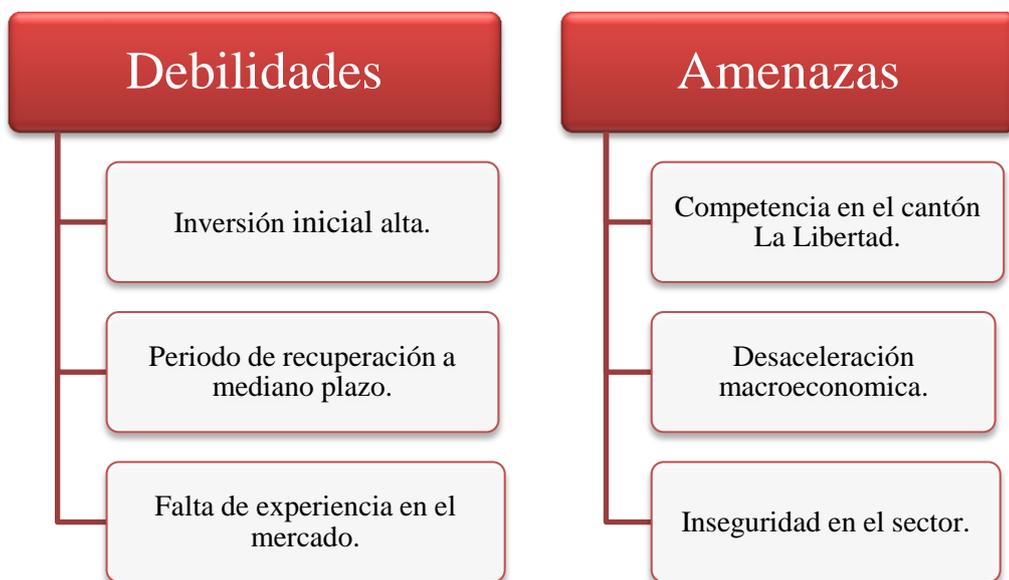
El análisis FODA consiste en realizar una evaluación a la empresa nueva o al nuevo negocio para conocer las limitaciones o externalidades que puede tener la creación de la misma.

Tabla N° 12: Fortalezas y Oportunidades.



Elaborado por: La Autora.

Tabla N° 13: Debilidades y Amenazas.



Elaborado por: La Autora.

4.1.4. Estrategias.

Estrategias de venta.

- Establecer alianzas con instituciones públicas o privadas.
- Mejorar el producto utilizando insumos de mejor calidad o diseños más sugestivos o agregarle nuevas características.
- Realizar cambios en los productos es decir, mantener una línea actualizada acorde a la moda.
- Aumentar la variedad de los productos para dar más alternativas a los clientes en el momento de su elección.
- Mantener una buena atención al cliente para brindar mayor comodidad al dar un buen trato y una atención rápida.
- Buscar clientes potenciales.
- Aumentar la publicidad para persuadir a los consumidores que compren el producto.

Estrategias de marketing.

- Mantener actualizada la presentación de producto de una forma periódica.
- Cada tres meses lanzar una nueva línea de modelos y accesorios.
- En cada nueva línea de uniformes crear un producto que se pueda comercializar en menor precio para de esta forma llamar atención a posibles clientes.
- Crear un sitio web propio y poner anuncios en otros sitios web
- Colocar afiches publicitarios en la fachada de la empresa.
- Repartir volantes y tarjetas de presentación.

- Adicionar servicios complementarios como la entrega a domicilio.
- Establecer ofertas, cupones o vales de descuento.

Estrategias de comunicación.

- Definir políticas de comunicación y establecer una cultura comunicativa en la empresa.
- Realizar publicidad a través de canales digitales, radio, hojas volantes, para dirigimos a los clientes potenciales recalcando la buena materia prima de nuestro producto, haciendo referencia a la pregunta N° 5 y 6 de la encuesta.
- Va ir dirigida a la población económicamente activa del cantón Santa Elena, instituciones públicas, privadas y educativas.

5.1.4.1. Imagen corporativa.

Para la creación de toda empresa se debe desarrollar la marca con la que se la identificará, se debe establecer logotipo, tarjeta de presentación, hojas membretadas y facturas.

Figura N° 156 Logotipo.



Figura N° 167 Tarjeta de presentación



Elaborado por: La Autora.

Figura N° 178 Hojas Membretadas

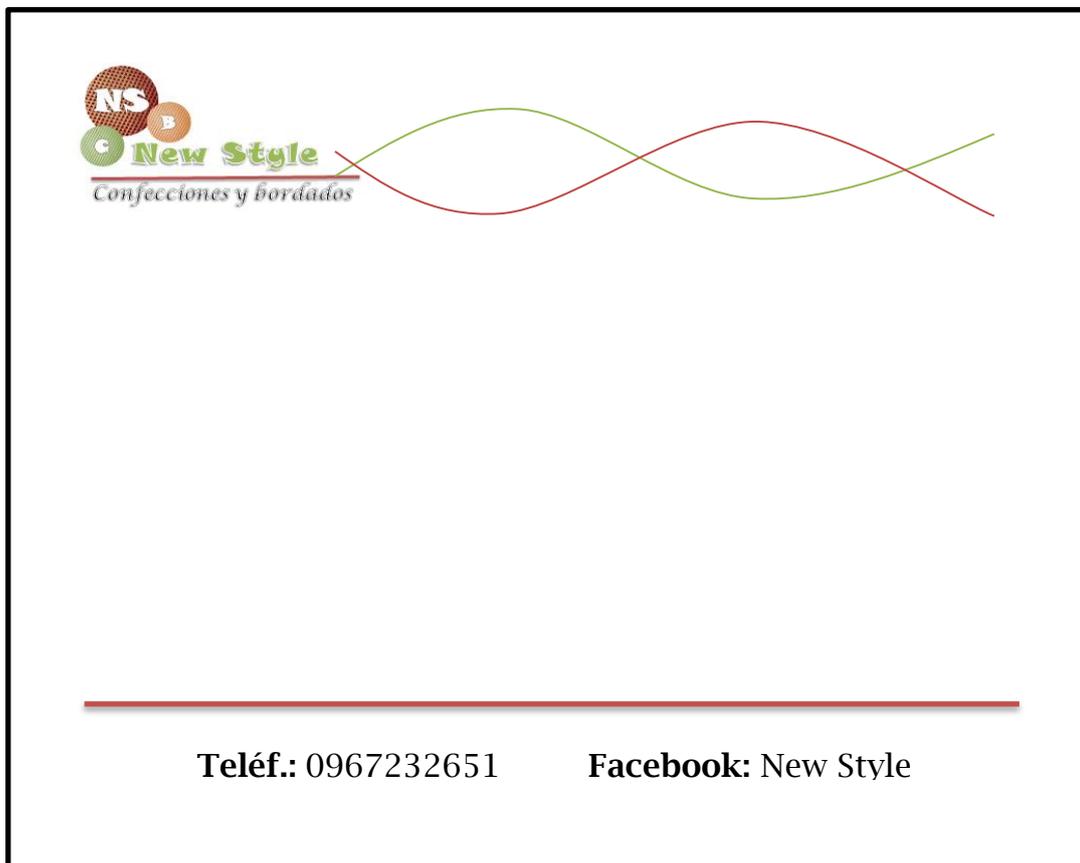


Figura N° 189 Factura.

New Style
RUC: 0922474556001



Ciente

Karla Macías Bravo
CC.: 2400142721
Santa Elena, Maquez de la Plata

FACTURA

Número de factura
Fecha de factura
Condiciones de pago (Días)
Fecha de vencimiento

Total a pagar \$ 20,16

Descripción	Cantidad	Unidad	Precio	Importe
Nombre del producto	1	Unidad	\$ 18,00	\$ 18,00
				\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -

Total Neto \$ 18,00
Importe IVA 14% \$ 2,52
Total a Pagar \$ 20,52

Recibí Conforme

Elaborado por: La Autora.

5.1.5. Organigrama, funciones.

Figura N° 19: Organigrama



Elaborado por: La Autora.

Descripción de funciones.

Gerente.- Es el encargado de coordinar las actividades desarrolladas por los diferentes departamentos con el fin de cumplir con la visión de la empresa, también es el encargado de autorizar los pagos de personal, gastos del negocio y atender a los clientes ya que también debe representar a la institución en eventos manteniendo la imagen de la misma, además de hacer cumplir con las estrategias de comunicación.

Contador.- Es el encargado de realizar los estados financieros de la empresa, realiza cálculos y declaraciones de impuestos, verificación y control de presupuestos, presenta reportes periódicos al gerente de la institución.

Asistente contable.- Realiza cálculos de impuestos, controlar los presupuestos, presenta reportes al contador de la institución de acuerdo a los ingresos y gastos de las distintas operaciones.

Jefe de Producción y adquisiciones.- Debe encargarse de planificar, desarrollar y controlar la producción, supervisar el funcionamiento de los equipos y realizar las adquisiciones de la materia prima.

Operarias.- Se encargan de la confección de los uniformes deportivos y los bordados además de verificar el buen funcionamiento de la maquinaria y presentar reportes periódicos.

Jefe de Marketing y Ventas.- Elaborar estrategias de promoción y venta del producto que debe ser aprobadas por la gerencia, visitar posibles clientes, cumplir con la planificación y las cuotas de ventas requeridas y presentar reportes a la gerencia.

Vendedor.- Se encarga de atender a los clientes de una forma adecuada presentándoles los productos y cumplir con las estrategias de venta designada por la gerencia.

Descripción de departamentos:

Producción.- Este departamento debe encargarse de planificar, desarrollar y controlar la producción, supervisar el funcionamiento de los equipos y verificar el funcionamiento de la maquinaria, además de presentar reportes periódicos.

Marketing.- Este departamento debe cumplir con las estrategias de promoción y venta del producto, cumplir con la planificación y las cuotas de ventas requeridas y presentar reportes a la gerencia.

Cabe recalcar que entre las funciones de todos los empleados de la institución se debe obedecer las estrategias designadas por la gerencia con el fin de cumplir con los objetivos planteados en la visión de la institución.

5.1.5.1. Adquisición de materia prima.

Para obtener una buena calidad de productos se debe escoger la materia prima con mucho cuidado analizando los proveedores y la calidad de producto que ofertan, luego de este exhaustivo trabajo se ha determinado que una lista detallada a continuación:

Tabla N° 14: Proveedores Potenciales

PROVEEDOR	DIRECCIÓN	MATERIAL
Ivantex	Guayaquil, Sucre 404 y Chile Esquina, Edificio IVANTEX	Telas DRI-FIT Elastano o Spandex Poliester, Clima-Cool, etc.
Din	Boyacá 1614 y Clemente Ballén, Frente al Grand Hotel Guayaquil Pbx: (04) 2322591	Hilos Tijeras Tizas Agujas, etc.
Etiquetex S.A.	Guayas, Guayaquil, Vélez 539 y García Avilés 1er Piso Ofic 101	Etiquetas.

Elaborado por: La Autora.

Se ha escogido estas empresas como proveedores potenciales debido a la trayectoria que tienen en el mercado, ya que para elaborar productos de buena calidad se necesita telas e hilos de calidad tales como:

- **Telas DRI-FIT.-** Esta tela absorbe la transpiración y la esparce a una segunda tela para que se evapore de una forma rápida.
- **Elastano o Spandex.-** Se adapta al cuerpo siendo muy cómoda para hacer ejercicio.
- **Poliéster.-** Tiene una gran elasticidad indispensable en ropa deportiva.
- **Clima-Cool.-** Tiene las características de las telas DRI FIT.
- **Nº: 120 (80/2).-** Es un hilo de coser producido de poliéster de fibra discontinua de alta resistencia.

5.1.6. PROCESOS DE PRODUCCIÓN

Maquinaria.

Las máquinas son importantes al momento de iniciar un negocio y en este caso las máquinas de coser son fundamentales por ser herramientas que se usan para unir tejidos y realizar costuras de alta gama, estas se utilizan en talleres de confección de acuerdo a las necesidades del negocio. Para la creación de una empresa de producción de uniformes deportivos y bordados se necesita:

Máquina de costura recta.

- Alta velocidad.



- Tablero de madera.
- Lubricación automática.
- Marca Singer.
- Vida útil 10 años.

Máquina overlock.

- Maquina industrial de 5 hilos.
- Puntada de seguridad de alta velocidad.
- Estante metálico.
- Marca Siruba.
- Vida útil 10 años.



Máquina recubridora.

- Estante metálico.
- Maquina industrial.
- Marca Siruba.
- Vida útil 10 años.



Máquina cortadora de tela.

- Cortadora vertical de 8''
- Motor de 750 watts.
- Corta telas livianas o pesadas.
- Vida útil 10 años.



Plancha industrial.

- Plancha industrial a vapor.
- Caldero incorporado.
- Optimo planchado.
- Caldero incorporado.
- Funcionamiento de 110w.
- Vida útil 10 años.



Bordadora

- Bordadora Toyota expert AD 850
- Sistema de 12 colores
- Entrada USB.
- Tambores 1200.
- Puntadas por minuto.
- Vida útil 10 años.



Computadora de escritorio.

- CORE 2 DUO 3.0 GHZ.
- 2 GB de RAM
- 500 GB de disco duro



- Windows XP
- Monitor de 17” pantalla plana.
- Vida útil 3 años.

Impresora

- Impresora HP color B/N
- Copiadora
- Scanner
- Vida útil 3 años.



VF PRO.

- Software de diseño.
- Con modelo en 3D
- Permite diseñar y modificar las prendas directamente sobre un maniquí y en tiempo real.



Esta maquinaria es indispensable para dar inicio a las actividades de la empresa, se las puede encontrar en centros comerciales que brindan financiación desde seis meses hasta años y medio, asimismo se las puede comprar en “mercado libre” que es una página de internet que brinda todo tipo de productos a un precio más accesible ya que hace una sola inversión con un precio más bajo evitando pagar interés en la adquisición de dicha maquinaria, es decir la única deuda sería

adquirida con el Banco Nacional del Fomento (BanEcuador B.P.), para la inversión inicial.

Para operar las maquinas se debe contratar a personas que tengan conocimiento en costura, es decir, se debe contratar a personas con experiencia y se puede capacitar a la persona que se encargara de hacer los diseños en el programa en cuatro semanas; en la asociación de artesanos de la provincia de Santa Elena se puede encontrar a personas con experiencia en estos temas.

5.2. VIABILIDAD FINANCIERA

5.2.1. Inversión inicial.

Para poner en marcha la empresa se ha dividido la inversión inicial en activos fijos, gastos administrativos y gastos de personal de tres meses, gastos publicitarios iniciales y capital de trabajo de tres meses, además del financiamiento tanto propio como prestado.

Tabla N° 15: Inversión Inicial



NEW STYLE
Confecciones y bordados



PRESUPUESTO DE INVERSIÓN INICIAL

Activos Fijos		15.184,28
Gastos Administrativos	3	1.803,69
Gastos de Personal	3	16.447,61
Inversión para lanzamiento de local Publicidad	1	500,00
Capital de Trabajo	3	17.469,41
Total Presupuesto Inversión Inicial		<u>51.404,98</u>
<i>Financiamiento</i>		
Propio	81%	41.404,98
Préstamo	19%	10.000,00

Elaborado por: La Autora.

5.2.2. Descripción de Activos Fijos.

Para empezar las actividades de la empresa se necesita muebles, enseres e insumos de oficina:

Tabla N° 16: Muebles y Enseres

MUEBLES Y ENSERES

CANT.	DESCRIPCION	V. UNIT	V. TOTAL	MESES DEPREC	DEPREC MENSUAL	DEPREC ANUAL
4	ESCRITORIOS	100,00	400,00	120	3,33	40,00
4	SILLAS DE ESCRITORIO	35,46	141,84	120	1,18	14,18
10	SILLAS PLASTICAS	7,55	75,50	120	0,63	7,55
1	DISPENSADOR DE AGUA	27,00	27,00	120	0,23	2,70
6	MESAS DE TRABAJO	19,99	119,94	120	1,00	11,99
TOTAL			764,28	600	6,37	76,43

Elaborado por: La Autora.

Tabla N° 17: Insumos de oficina.

INSUMOS DE OFICINA GASTO TRIMESTRAL

CANT.	DESCRIPCION	V. UNIT	V. TOTAL
1	CAJA DE RESMA DE HOJA	\$ 25,99	\$ 25,99
5	CARPETA	\$ 1,00	\$ 5,00
2	SELLOS	\$ 4,89	\$ 9,78
1	PAQUETE DE FACTURA	\$ 8,99	\$ 8,99
1	CAJA DE ESFEROGRÁFICOS	\$ 10,00	\$ 10,00
3	CAJA DE ALFILERES	\$ 0,75	\$ 2,25
3	CAJA DE TIZAS	\$ 2,35	\$ 7,05
3	TIJERAS	\$ 4,56	\$ 13,68
3	CAJA DE AGUJAS	\$ 0,65	\$ 1,95
TOTALES			\$ 84,69

5.2.3. Tipo de inversión.

Después de analizar los diferentes tipos de compañías se ha determinado que es más beneficiosa la creación de una sociedad de responsabilidad limitada puesto que permite que se conforme con 4 socios y con poco capital, además los socios de estas empresas responden solo por el capital que aportan.

Tabla N° 18: Capital Social

N°	NOMBRE	APORTE	PARTICIPACIÓN
1	Nelly Quimi Gutiérrez	11.150,00	26,93%
2	Karla Macías Bravo	10.100,00	24,39%
3	Ernesto Gómez Estrada	10.100,00	24,39%
4	Angélica Reyes Villao	10.054,98	24,28%
CAPITAL SOCIAL		41.404,98	100%

Elaborado por: La Autora.

Según la actividad económica se considera una empresa del sector secundario por centrarse en la transformación de la materia prima, según el ámbito de actuación es una empresa local por empezar sus actividades solo en el cantón Santa Elena es decir será una microempresa por tener pocos trabajadores.

Préstamo.

Para poder acceder a un préstamo en el Banco Nacional del Fomento, (BanEcuador B.P.), primero se debe desarrollar un plan de inversión no menor de 5 años, debe contar con una estructura jurídica y esquema organizacional del proyecto conjuntamente con los beneficios que se brinda a la comunidad, además

copia del RUC de la empresa, original y copia de planilla de servicios, copia de cédula y papeleta de votación del representante legal.

En este caso se cumple con los principales requerimientos de tener la propuesta lista y como garantía permite que se utilice los papeles de un automóvil o una camioneta a nombre de cualquiera de los socios de la empresa como garantía del préstamo.

Figura N° 207: Tabla de Amortización del crédito a solicitar.

Cuota	Saldo Capital	Capital.	Interés	Seguro Desgravamen	Valor a Pagar
1	\$ 10.000,00	\$ 240,91	\$ 79,74	\$ 2,62	\$ 323,27
2	\$ 9.759,09	\$ 242,83	\$ 77,82	\$ 2,56	\$ 323,21
3	\$ 9.516,26	\$ 244,77	\$ 75,88	\$ 2,49	\$ 323,15
4	\$ 9.271,49	\$ 246,72	\$ 73,93	\$ 2,43	\$ 323,08
5	\$ 9.024,77	\$ 248,69	\$ 71,96	\$ 2,37	\$ 323,02
6	\$ 8.776,08	\$ 250,67	\$ 69,98	\$ 2,30	\$ 322,95
7	\$ 8.525,41	\$ 252,67	\$ 67,98	\$ 2,23	\$ 322,89
8	\$ 8.272,74	\$ 254,68	\$ 65,97	\$ 2,17	\$ 322,82
9	\$ 8.018,06	\$ 256,71	\$ 63,94	\$ 2,10	\$ 322,75
10	\$ 7.761,34	\$ 258,76	\$ 61,89	\$ 2,03	\$ 322,69
11	\$ 7.502,58	\$ 260,83	\$ 59,83	\$ 1,97	\$ 322,62
12	\$ 7.241,76	\$ 262,91	\$ 57,75	\$ 1,90	\$ 322,55
13	\$ 6.978,85	\$ 265,00	\$ 55,65	\$ 1,83	\$ 322,48

14	\$ 6.713,85	\$ 267,11	\$ 53,54	\$ 1,76	\$ 322,41
15	\$ 6.446,74	\$ 269,24	\$ 51,41	\$ 1,69	\$ 322,34
16	\$ 6.177,49	\$ 271,39	\$ 49,26	\$ 1,62	\$ 322,27
17	\$ 5.906,10	\$ 273,56	\$ 47,10	\$ 1,55	\$ 322,20
18	\$ 5.632,54	\$ 275,74	\$ 44,91	\$ 1,48	\$ 322,13
19	\$ 5.356,81	\$ 277,94	\$ 42,72	\$ 1,40	\$ 322,06
20	\$ 5.078,87	\$ 280,15	\$ 40,50	\$ 1,33	\$ 321,98
21	\$ 4.798,72	\$ 282,39	\$ 38,27	\$ 1,26	\$ 321,91
22	\$ 4.516,33	\$ 284,64	\$ 36,01	\$ 1,18	\$ 321,84
23	\$ 4.231,69	\$ 286,91	\$ 33,74	\$ 1,11	\$ 321,76
24	\$ 3.944,78	\$ 289,20	\$ 31,46	\$ 1,03	\$ 321,69
25	\$ 3.655,59	\$ 291,50	\$ 29,15	\$ 0,96	\$ 321,61
26	\$ 3.364,09	\$ 293,83	\$ 26,83	\$ 0,88	\$ 321,53
27	\$ 3.070,26	\$ 296,17	\$ 24,48	\$ 0,80	\$ 321,46
28	\$ 2.774,09	\$ 298,53	\$ 22,12	\$ 0,73	\$ 321,38
29	\$ 2.475,56	\$ 300,91	\$ 19,74	\$ 0,65	\$ 321,30
30	\$ 2.174,65	\$ 303,31	\$ 17,34	\$ 0,57	\$ 321,22
31	\$ 1.871,34	\$ 305,73	\$ 14,92	\$ 0,49	\$ 321,14
32	\$ 1.565,61	\$ 308,17	\$ 12,48	\$ 0,41	\$ 321,06
33	\$ 1.257,44	\$ 310,62	\$ 10,03	\$ 0,33	\$ 320,98
34	\$ 946,82	\$ 313,10	\$ 7,55	\$ 0,25	\$ 320,90
35	\$ 633,71	\$ 315,60	\$ 5,05	\$ 0,17	\$ 320,82
36	\$ 318,12	\$ 318,12	\$ 2,54	\$ 0,08	\$ 320,74

Fuente: Banco Nacional del Fomento (BanEcuador B.P.)

5.2.4. Presupuesto de Ingresos.

Tabla N° 19: Presupuesto de ingresos.



NEW STYLE
Confecciones y bordados
PRESUPUESTO DE INGRESOS



PRODUCTOS	UNIDADES	INGRESOS				
		AÑO 1 (18%)	AÑO 2 (18.5%)	AÑO 3 (19%)	AÑO 4 (19.5%)	AÑO 5 (20%)
PRODUC. A (\$10)	2.148	\$ 21.483,41	\$ 22.080,18	\$ 22.676,94	\$ 23.273,70	\$ 23.870,46
PRODUC. B (\$14)	5.880	\$ 82.315,40	\$ 84.601,94	\$ 86.888,47	\$ 89.175,01	\$ 91.461,55
PRODUC. C (\$18)	3.279	\$ 59.022,85	\$ 60.662,38	\$ 62.301,90	\$ 63.941,42	\$ 65.580,95
TOTAL INGRESOS	11.307	\$ 162.821,66	\$ 167.344,49	\$ 171.867,31	\$ 176.390,14	\$ 180.912,96

Elaborado por: La Autora.

Esta tabla nos permite conocer los ingresos proyectados de cinco años de ventas en la empresa ya que detalla los valores recolectados en la encuesta en la pregunta N° 3. En el primer año se estima captar un 18% de la población económicamente activa del Cantón Santa Elena.

5.2.5. Presupuestos de Costos Directos.

Tabla N° 20: Presupuesto de costos.



NEW STYLE
Confecciones y bordados



PRESUPUESTO DE COSTOS

AÑOS	COSTO UNITARIO			CANTIDADES			TOTAL COSTOS
	PRODUC. A (\$10)	PRODUC. B (\$14)	PRODUC. C (\$18)	PRODUC. A (\$10)	PRODUC. B (\$14)	PRODUC. C (\$18)	
AÑO 1	\$ 5,08	\$ 6,08	\$ 7,08	2.148	5.880	3.279	\$ 69.877,63
AÑO 2	\$ 5,08	\$ 6,08	\$ 7,08	2.208	6.043	3.370	\$ 71.818,68
AÑO 3	\$ 5,08	\$ 6,08	\$ 7,08	2.268	6.206	3.461	\$ 73.759,72
AÑO 4	\$ 5,08	\$ 6,08	\$ 7,08	2.327	6.370	3.552	\$ 75.700,77
AÑO 5	\$ 5,08	\$ 6,08	\$ 7,08	2.387	6.533	3.643	\$ 77.641,81
TOTALES	\$ 25,40	\$ 30,40	\$ 35,40	11.338	31.032	17.306	\$ 368.798,61

Elaborado por: La Autora.

En este cuadro se detallan los precios de los materiales utilizados en la confección de los uniformes y cuanto es el presupuesto que se va a requerir por cada uno de acuerdo a cada producto para de esta forma cubrir con las necesidades de los futuros clientes.

5.2.6. Presupuesto de Gastos Administrativos.

Tabla N° 21: Presupuesto de gastos administrativos.



NEW STYLE
Confecciones y bordados



PRESUPUESTO DE GASTOS ADMINISTRATIVOS

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Agua	\$ 13,00	\$ 156,00	\$ 156,00	\$ 156,00	\$ 156,00	\$ 156,00
Electricidad	\$ 90,00	\$ 1.080,00	\$ 1.080,00	\$ 1.080,00	\$ 1.080,00	\$ 1.080,00
Alquiler Local	\$ 180,00	\$ 2.160,00	\$ 2.160,00	\$ 2.160,00	\$ 2.160,00	\$ 2.160,00
Teléfono	\$ 20,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00
Internet	\$ 20,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00
Publicidad	\$ 250,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
Insumos de oficina	\$ 28,23	\$ 338,76	\$ 338,76	\$ 338,76	\$ 338,76	\$ 338,76
TOTALES	\$ 601,23	\$ 7.214,76				

Elaborado por: La Autora.

En este cuadro se detallan los gastos básicos requeridos para la confección de los uniformes, la publicidad y los insumos de oficina que se utilizarán durante este proceso de producción.

5.2.7. Presupuesto de Gastos de Personal.

Tabla N° 22: Presupuesto de gastos de personal.



NEW STYLE
Confecciones y bordados



PRESUPUESTO DE GASTOS DE PERSONAL

NOMINA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gerente General	\$ 9.600,00	\$ 9.600,00	\$ 9.600,00	\$ 9.600,00	\$ 9.600,00
Contador	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00
Asistente Contable	\$ 4.368,00	\$ 4.368,00	\$ 4.368,00	\$ 4.368,00	\$ 4.368,00
Operarias	\$ 14.400,00	\$ 14.400,00	\$ 14.400,00	\$ 14.400,00	\$ 14.400,00
Jefe de producción	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00
Vendedor	\$ 4.368,00	\$ 4.368,00	\$ 4.368,00	\$ 4.368,00	\$ 4.368,00
Jefe de marketing	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00
Beneficios sociales	\$ 15.054,42	\$ 15.054,42	\$ 15.054,42	\$ 15.054,42	\$ 15.054,42
TOTALES	\$ 65.790,42				

Elaborado por: La Autora.

Se detalla el personal que se requiere en la empresa, los sueldos de los empleados y los beneficios sociales establecidos en la ley.

Tabla N° 23: Presupuesto de gastos de beneficios sociales

NOMINA	SUELDO	13° SUELDO	14° SUELDO	APORTE PATRONAL	VACACIO NES	TOTAL
Gerente General	\$ 800,00	\$ 66,67	\$ 30,33	\$ 97,20	\$ 33,33	\$ 227,53
Contador	\$ 500,00	\$ 41,67	\$ 30,33	\$ 60,75	\$ 20,83	\$ 153,58
Asistente Contable	\$ 364,00	\$ 30,33	\$ 30,33	\$ 44,23	\$ 15,17	\$ 120,06
Operarias	\$ 1.200,00	\$ 100,00	\$ 30,33	\$ 145,80	\$ 50,00	\$ 326,13
Jefe de producción	\$ 500,00	\$ 41,67	\$ 30,33	\$ 60,75	\$ 20,83	\$ 153,58
Vendedor	\$ 364,00	\$ 30,33	\$ 30,33	\$ 44,23	\$ 15,17	\$ 120,06
Jefe de marketing	\$ 500,00	\$ 41,67	\$ 30,33	\$ 60,75	\$ 20,83	\$ 153,58
TOTALES	\$ 4.228,00	\$ 352,33	\$ 212,33	\$ 513,70	\$ 176,17	\$ 1.254,54

Elaborado por: La Autora.

En este cuadro se detallan los cálculos de los beneficios sociales por empleado de la institución para de esta forma conocer el rubro que debe provisionar mensualmente la institución por estos beneficios de ley.

5.2.8. Presupuesto de inversión en propiedad, planta y equipo.

Tabla N° 24: Presupuesto de compra de maquinarias y equipos.



NEW STYLE
Confecciones y bordados
MAQUINARIAS Y EQUIPOS



Activos Fijos	Cantidad	Costo Histórico	Total ME	Meses Deprec.	Deprec. Mensual	Deprec. Anual
Máquina Recta	1	\$ 360,00	\$ 360,00	120	\$ 3,00	\$ 36,00
Máquina Overlock	1	\$ 450,00	\$ 450,00	120	\$ 3,75	\$ 45,00
Máquina Recubridora	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	120	\$ 10,00	\$ 120,00
Máquina Bordadora	1	\$ 8.300,00	\$ 8.300,00	120	\$ 69,17	\$ 830,00
Máquina Cortadora de tela	1	\$ 500,00	\$ 500,00	120	\$ 4,17	\$ 50,00
Plancha Industrial con caldero	1	\$ 1.243,00	\$ 1.243,00	120	\$ 10,36	\$ 124,30
TOTALES	6	\$ 12.053,00	\$ 12.053,00	720	\$ 100,44	\$ 1.205,30

Elaborado por: La Autora.

En este cuadro se enumeran las maquinarias y equipos para la producción de uniformes con la vida útil de cada uno además del detalle de la devaluación tanto mensual como anual.

Tabla N° 25: Presupuesto de compra de equipos de computación.



NEW STYLE
Confecciones y bordados
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN



ACTIVOS FIJOS	CANTIDAD	COSTO HIST.	TOTAL AF	MESES DEPREC.	DEPREC. MENSUAL	DEPREC. ANUAL
Computadora	1	\$ 629,00	\$ 629,00	36	\$ 17,47	\$ 209,67
Impresora	1	\$ 299,00	\$ 299,00	36	\$ 8,31	\$ 99,67
TOTALES	2	\$ 928,00	\$ 928,00	72	\$ 25,78	\$ 309,33

Elaborado por: La Autora.

Tabla N° 26: Presupuesto de compra de muebles y enseres.



NEW STYLE
Confecciones y bordados
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN



Activos Fijos	Cantidad	Costo Hist.	Total AF	Meses Deprec.	Deprec. Mensual	Deprec. Anual
Computadoras	3	629,00	1.887,00	36	52,42	629,00
Impresora	1	299,00	299,00	36	8,31	99,67
TOTALES	4	928,00	2.186,00	72	60,72	728,67

Elaborado por: La Autora.

5.2.9. Estado de Resultado integral.

Tabla N° 27: Estado de Resultado Integral Presupuestado.



NEW STYLE

Confecciones y bordados



ESTADO DE RESULTADO INTEGRAL PRESUPUESTADO

(Expresado en Dólares Americanos)

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	\$ 162.821,66	\$ 167.344,49	\$ 171.867,31	\$ 176.390,14	\$ 180.912,96	\$ 180.912,96
(-) COSTOS DIRECTOS	\$ 69.877,63	\$ 71.818,68	\$ 73.759,72	\$ 75.700,77	\$ 77.641,81	\$ 77.641,81
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS	\$ 73.005,18	\$ 73.005,18	\$ 73.005,18	\$ 73.005,18	\$ 73.005,18	\$ 73.005,18
(-) GASTOS FINANCIEROS	\$ 853,84	\$ 541,81	\$ 198,55	\$ -	\$ -	\$ -
(-) AMORTIZACIÓN	\$ 3.750,26	\$ 3.750,26	\$ 3.750,26	\$ 3.750,26	\$ 3.750,26	\$ 3.750,26
(-) DEPRECIACIÓN	\$ 2.004,40	\$ 2.004,40	\$ 2.004,40	\$ 2.004,40	\$ 2.004,40	\$ 2.004,40
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 13.330,35	\$ 16.224,16	\$ 19.149,20	\$ 21.929,53	\$ 24.511,31	\$ 24.511,31
(-) PARTICIPACIÓN A LOS TRABAJADORES	\$ 1.999,55	\$ 2.433,62	\$ 2.872,38	\$ 3.289,43	\$ 3.676,70	\$ 3.676,70
(=) UTILIDAD ANTES DE I.R.	\$ 11.330,80	\$ 13.790,54	\$ 16.276,82	\$ 18.640,10	\$ 20.834,61	\$ 20.834,61
(-) IMPUESTO A LA RENTA	\$ 2.492,78	\$ 3.033,92	\$ 3.580,90	\$ 4.100,82	\$ 4.583,61	\$ 4.583,61
(=) UTILIDAD NETA	\$ 8.838,02	\$ 10.756,62	\$ 12.695,92	\$ 14.539,28	\$ 16.251,00	\$ 16.251,00

Elaborado por: La Autora.

5.2.10. Flujo de Caja.

Tabla N° 28: Flujo de Caja Proyectado.



NEW STYLE

Confecciones y bordados



FLUJO DE CAJA

(Expresado en Dólares Americanos)

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS		\$ 162.821,66	\$ 167.344,49	\$ 171.867,31	\$ 176.390,14	\$ 180.912,96
(-) COSTOS DIRECTOS		\$ 69.877,63	\$ 71.818,68	\$ 73.759,72	\$ 75.700,77	\$ 77.641,81
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS		\$ 73.005,18	\$ 73.005,18	\$ 73.005,18	\$ 73.005,18	\$ 73.005,18
(-) GASTOS FINANCIEROS		\$ 853,84	\$ 541,81	\$ 198,55	\$ -	\$ -
(-) AMORTIZACIÓN		\$ 3.750,26	\$ 3.750,26	\$ 3.750,26	\$ 3.750,26	\$ 3.750,26
(-) DEPRECIACIÓN		\$ 2.004,40	\$ 2.004,40	\$ 2.004,40	\$ 2.004,40	\$ 2.004,40
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$ 13.330,35	\$ 16.224,16	\$ 19.149,20	\$ 21.929,53	\$ 24.511,31
(-) PARTICIPACIÓN A LOS TRABAJADORES		\$ 1.999,55	\$ 2.433,62	\$ 2.872,38	\$ 3.289,43	\$ 3.676,70
(=) UTILIDAD ANTES DE I.R.		\$ 11.330,80	\$ 13.790,54	\$ 16.276,82	\$ 18.640,10	\$ 20.834,61
(-) IMPUESTO A LA RENTA		\$ 2.492,78	\$ 3.033,92	\$ 3.580,90	\$ 4.100,82	\$ 4.583,61
(=) UTILIDAD NETA		\$ 8.838,02	\$ 10.756,62	\$ 12.695,92	\$ 14.539,28	\$ 16.251,00
DEPRECIACIÓN		\$ 2.004,40	\$ 2.004,40	\$ 2.004,40	\$ 2.004,40	\$ 2.004,40
AMORTIZACIÓN		\$ 3.750,26	\$ 3.750,26	\$ 3.750,26	\$ 3.750,26	\$ 3.750,26
(-) INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS	\$ (14.943,31)					
(-) INVERSIÓN EN ACTIVOS DIFERIDOS	\$ (18.751,30)					

(-) INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO	\$ (17.469,41)						
(-) REINVERSIÓN PRÉSTAMO	\$ 10.000,00						
(-) PAGO DE CAPITAL		\$ (3.021,15)	\$ (3.323,27)	\$ (3.655,59)			
VALOR DE DESECHO							\$ 17.469,41
(=) FLUJO NETO DE EFECTIVO	\$ (41.164,01)	\$ 11.571,53	\$ 13.188,01	\$ 14.794,99	\$ 20.293,93	\$ 22.005,65	

VAN \$ 15.595,65
TIR 24,61%
B/C \$ 1,24

Elaborado por: La Autora.

Para obtener el flujo de efectivo de la empresa se debe realizar el estado de resultados integral adhiriendo las amortizaciones y depreciaciones ya que a través de esto se puede observar el crecimiento anual asimismo se puede calcular el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR) para de esta forma evaluar y conocer la conveniencia del proyecto al determinar mediante un horizonte de evaluación de cinco años la rentabilidad de la propuesta.

5.2.11. Indicadores de rentabilidad.

Valor Actual Neto

El VAN permite evaluar la rentabilidad de la propuesta después de recuperar la inversión, se obtiene calculando el valor actual de los flujos de caja; existen tres respuestas a través de este método ya que en caso que el VAN sea igual a 0 es indiferente ejecutar el proyecto, si es menor que 0 no tiene rentabilidad y si es mayor a 0 es rentable, asimismo se aplica con la siguiente formula:

$$VAN = \sum_{t=1}^T \frac{\text{Flujo de efectivo}_t}{(1+r)^t}$$

$$VAN = 15.595,65$$

Como el resultado del VAN del proyecto es mayor que cero esto indica que es rentable y es factible que se ejecute.

Tasa Interna de Retorno

La tasa interna de retorno permite evaluar la rentabilidad como un porcentaje ya que es la tasa de descuento que iguala el valor equivalente al flujo de efectivo, si la tasa interna de retorno es igual al interés es indiferente realizar el proyecto, si es menor no es rentable y si es mayor significa que si tiene rentabilidad.

$$\sum_{t=1}^T \frac{\text{Flujo de efectivo}_t}{(1+r)^t} = 0$$

$$\text{TIR} = 24,61\%$$

Como la tasa interna de retorno es mayor que la tasa de interés es mayor que 0 significa que es muy rentable la propuesta planteada.

Periodo de recuperación de la inversión.

Este es un evaluador de proyectos de inversión más conocido como payback que permite conocer el tiempo en que se demora en recuperar la inversión, al aplicarla a esta propuesta se ha determinado que por ser una inversión baja con una alta rentabilidad se termina de recuperar el capital a los dos años y 10 meses y medio de operaciones.

Tabla N° 29: Payback

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Saldo Final de Caja	-41.164,01	11.571,53	13.188,01	14.794,99	20.293,93	22.005,65
ACUMULADO		-29.592,48	-16.404,48	-1.609,49	18.684,44	40.690,10

Elaborado por: La Autora.

2,89

Años

5.2.12. Estimación del Punto de Equilibrio.

Ventas= 859.336,56

Costos fijos= 365.025,92

Costos variables= 368.798,61

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

$$PE = \frac{365.025,92}{1 - \frac{368.798,61}{859.336,56}}$$

$$PE = \frac{365.025,92}{1 - 0,42916667}$$

$$PE = \frac{365.025,92}{0,57083333}$$

$$PE = 639.461,47$$

$$TPE = \frac{12 X PE}{VTAS}$$

$$TPE = \frac{12 X 639.461,47}{859.336,56}$$

$$TPE = \frac{7.673.537,59}{859.336,56}$$

$$TPE = 8,929606798$$

5.2.13. Análisis de Sensibilidad.

El análisis de sensibilidad es una herramienta sencilla en base a la información básica de la propuesta en desarrollo para de esta forma deducir el grado de riesgo que corre la inversión, para aplicar este análisis se deben identificar los posibles escenarios que se clasifican en pesimista, probable y optimista.

Tabla N° 300: Análisis de sensibilidad.

ESCENARIOS	INVERSIÓN	POSIBLES GANANCIAS	GANANCIAS INCLUYENDO INVERSIÓN	TIR
PESIMISTA	-51.164,01	45.876,00	-5.288,01	-10%
PROBABLE	-51.164,01	65.898,00	14.733,99	29%
OPTIMISTA	-51.164,01	89.342,00	38.177,99	75%

Elaborado por: La Autora.

CONCLUSIONES

- Se concluye que existe una gran necesidad insatisfecha de las habitantes de cantón Santa Elena en lo concerniente a la adquisición de uniformes deportivos, lo que sirve como base para hacer proyecciones financieras y ofrecer precios accesibles para los posibles clientes.
- Con el estudio realizado se ha llegado a la conclusión que, el mayor problema que se presenta al momento de adquirir uniformes deportivos es, la mala calidad de la materia prima que utilizan las diferentes empresas al confeccionar el producto o la falta de variedad en los diseños.
- Al realizar el sondeo de los hábitos de compra de los habitantes del cantón Santa Elena, se ha concluido que adquieren uniformes deportivos cada seis meses comúnmente o también lo hacen cada tres meses; pero es más frecuente en lugares que venden a precios accesibles a los consumidores.
- Luego de realizar las proyecciones financieras se determina que la tasa interna de retorno es mayor a la tasa del capital y, el valor actual neto tiene un valor mayor a cero; es decir, la implementación de la empresa es viable financieramente, esto es corroborado por la gran necesidad de los habitantes del cantón Santa Elena.
- Por la falta de empresas esta actividad comercial en el cantón Santa Elena se considera que, al ofrecer precios bajos se podrá captar más clientes, además al ofrecer diseños innovadores se atrae con más frecuencia clientes fieles.

RECOMENDACIONES.

- Aprovechando la necesidad insatisfecha de los habitantes del cantón Santa Elena se recomienda que se lleve a cabo la implementación de la empresa para satisfacer las necesidades de los pobladores de dicho sector.
- La empresa debe adquirir la materia prima de calidad para mantener una buena imagen de la misma ante los consumidores, además debe ofrecer varios productos llamativos que brinden confianza a los clientes.
- De acuerdo al hábito de compra de los habitantes de Santa Elena, la empresa debe presentar nuevos modelos o catálogos de uniformes deportivos cada tres meses para de esta forma, tener clientes fieles a sus productos logrando que se haga más frecuente las compras trimestrales que semestrales.
- Se debe mantener al personal bajo supervisión para que se cumpla con los objetivos de la empresa, además se debe considerar la adquisición de nuevas maquinarias en caso de que haya un aumento en la demanda.
- Para que la empresa se mantenga en competencia satisfaciendo las necesidades de los habitantes del cantón Santa Elena, se debe realizar sondeos de mercado frecuentes para conocer los nuevos gustos y mantenerse acorde las necesidades de los consumidores.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Artesanum. (6 de Julio de 2014). *Artesanum*. Recuperado el 16 de Enero de 2016, de Artesanum: <http://www.artesanum.com/definicion-bordado-50.html>

Asamblea Constituyente . (20 de Octubre de 2008). *Asamblea Nacional*. Recuperado el 17 de Diciembre de 2015, de Asamblea Nacional: http://www.asambleanacional.gob.ec/sites/default/files/documents/old/constitucion_de_bolsillo.pdf

Asamblea Nacional. (22 de Diciembre de 2010). *Proecuador*. Recuperado el 16 de Diciembre de 2015, de Proecuador: <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2014/02/1-Codigo-Organico-de-la-Produccion-Comercio-e-Inversiones-pag-37.pdf>

Asamblea Nacional. (30 de Mayo de 2013). *Ministerio de trabajo*. Recuperado el 22 de Marzo de 2016, de Ministerio de trabajo: <http://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/03/CODIGO-DEL-TRABAJO-1.pdf>

Asamblea Nacional. (20 de Julio de 2013). *Superintendencia de Compañías*. Recuperado el 27 de Marzo de 2016, de Superintendencia de Compañías: http://www.supercias.gob.ec/visorPDF.php?url=bd_supercias/descargas/ss/LEY_DE_COMPANIAS.pdf

Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación*. Lima: Pearson.

Bravo, J. (2011). *El Plan de Negocio*. Madrid: Diaz de Santos.

Bueno Martinez, J. (27 de Enero de 2011). *Secretos de prosperidad*. Recuperado el 15 de Enero de 2016, de Secretos de prosperidad:

<http://www.secretosdeprosperidad.net/finanzas-y-negocios/el-emprendimiento-empresarial-un-motor-de-desarrollo/>

Camara de Comercio de Cartagena. (19 de Enero de 2012). *Camara de Comercio de Cartagena*. Recuperado el 22 de Diciembre de 2015, de Camara de Comercio de Cartagena:

<http://www.cccartagena.org.co/asociatividadempresarial.php>

Casado Galván, I. (14 de Diciembre de 2012). *Contribuciones a las Ciencias Sociales*. Recuperado el 6 de Enero de 2016, de Contribuciones a las Ciencias Sociales: <http://www.eumed.net/rev/cccss/06/icg27.htm>

Comisión de Legislación. (24 de Julio de 2015). *Ediciones Legales*. Recuperado el 16 de Diciembre de 2015, de Ediciones Legales:

<http://www.justicia.gob.ec/wp-content/uploads/2015/05/CODIGO-DEL-TRABAJO.pdf>

Comptoir del Caribe. (14 de Agosto de 2012). *Comptoir del Caribe*. Recuperado el 18 de Diciembre de 2015, de Comptoir del Caribe:

http://comptoirdelcaribe.com/?page_id=466

Definición ABC. (16 de Septiembre de 2011). *Definición ABC*. Recuperado el 24 de Diciembre de 2015, de Definición ABC:

<http://www.definicionabc.com/comunicacion/imagen-corporativa.php>

El blog Salmon. (5 de Noviembre de 2011). *El blog Salmon*. Recuperado el 20 de Diciembre de 2015, de El blog Salmon:

<http://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/que-es-la-productividad>

- Gacía, G. G. (8 de Abril de 2013). *Conexion Esan*. Recuperado el 16 de Diciembre de 2015, de Conexion Esan:
<http://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2013/04/08/poder-investigacion-plan-negocio/>
- Gestiopolis. (8 de Octubre de 2013). *Gestiopolis*. Recuperado el 3 de Enero de 2016, de Gestiopolis: <http://www.gestiopolis.com/que-caracteristicas-debe-tener-un-plan-de-negocios/>
- Lifelong Learning Programme. (2012). *Plan de negocio*. España: Adventure Wors.
- Magill, J., & Meyer, R. (2004). *Estimating the size and structure of the Ecuadorian Microenterprise sector from census*. Quito: Salto.
- Massé, P. (2011). *La Elección de las inversiones*. Lima: Sagitario.
- Olmedo, N. (30 de Mayo de 2012). *Repositorio*. Recuperado el 15 de Enero de 2016, de Repositorio:
<http://repositorio.uisrael.edu.ec/bitstream/47000/714/1/UISRAEL-EC-ADME-378.242-107.pdf>
- Paredes, E. (11 de Septiembre de 2012). *Gestionando Empresas*. Recuperado el 16 de Diciembre de 2015, de Gestionando Empresas: <http://gestionando-empresas.blogspot.com/2010/09/metodologias-de-investigacion-para.html>
- Psicología y Empresa. (1 de Julio de 2011). *Psicología y Empresa*. Recuperado el 5 de Enero de 2016, de Psicología y Empresa:
<http://psicologiayempresa.com/emprendedores-y-su-definicion-actual.html>
- Robbins, L. (19 de Junio de 2012). *Economía y algo más*. Recuperado el 12 de Diciembre de 2015, de Economía y algo más:

<http://economiaparatodosyalgomias.blogspot.com/2012/06/definicion-de-economia-segun-algunos.html>

Sisalema Carrillo, M. R. (19 de Mayo de 2013). *Dspace*. Recuperado el 3 de Marzo de 2016, de Dspace:

<http://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/135/1/PROYECTO%20FACTIBILIDAD%20UNIFORMES%20DEPORTIVOS.pdf>

Stettinius, W., Robley Wood, D., Doyle, J., & Colley, J. (2011). *Plan de Negocio (Cómo diseñarlo e implementarlo)*. Barcelona: Profit.

Suárez, K. R. (12 de Febrero de 2013). *Repositorio UPSE*. Recuperado el 18 de Diciembre de 2015, de Repositorio UPSE:

<http://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/805/1/138.-ROSALES%20SUAREZ%20KATHERIN.pdf>

Valencia, J. R. (15 de Julio de 2014). *Gerence*. Recuperado el 17 de Diciembre de 2015, de Gerence: <http://www.gerencie.com/emprendimiento>

Viniegra, S. (2011). *Entendiendo el Plan de Negocios*. Madrid: Copyright.

ANEXOS

Anexo A- 1: Modelo de Encuesta



**UNIVERSIDAD LAICA
VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
CARRERA DE INGENIERIA COMERCIAL**



ENCUESTA

Objetivo.- Recolectar información acerca de la percepción de los habitantes del Cantón Santa Elena, sobre los uniformes deportivos para saber cuál es la probabilidad de consumo.

Instrucciones:

- a.- Responda con sinceridad las preguntas que se plantean a continuación.
- b.- Señale con una (x) en el lugar que corresponda

Ciudad fecha _____

PREGUNTA INTRODUCTORIA:

Género:

FEMENINO ___ MASCULINO ___

-
1. De las opciones que se da a continuación: ¿Cuál es el problema más representativo que ha tenido usted cuando ha adquirido ropa deportiva en el Cantón Santa Elena? (Escoja solo una opción).

- a. Materia prima de mala calidad ()
- b. Falta de variedad en los diseños ()
- c. Confección de pésima calidad ()
- d. Precios excesivos ()

2. ¿Con que frecuencia adquiere los uniformes deportivos?

- a. Mensual ()

- b. Trimestral ()
- c. Semestral ()
- d. Anual ()

3. ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar en uniformes deportivos?

- a. \$ 10,00 - \$ 13,00 ()
- b. \$ 14,00 - \$ 17,00 ()
- c. \$ 18,00 o más ()

4. ¿Adquiriría usted ropa deportiva de calidad y precio cómodo, confeccionada por una nueva empresa, la misma que pretende ubicarse en el Cantón Santa Elena?

- a. Si ()
- b. No ()

5. ¿A través de que medio usted quisiera recibir información de los uniformes deportivos que ofrecerá esta nueva empresa?

- a. TV ()
- b. Radio ()
- c. Hojas Volantes ()
- d. Pancartas ()
- e. Vallas ()
- f. Internet ()

6. ¿En qué lugar del cantón, le gustaría a Usted que este ubicado el local de fabricación de ropa deportiva y bordados?

- a. Centro de Santa Elena ()
- b. A una cuadra del mercado central de Santa Elena ()
- c. Sector sur, vía a la parroquia Ancón ()

GRACIAS POR SU ATENCIÓN.

Anexo B-1. Constitución Política del Ecuador (2008)

Capítulo Sexto: Trabajo y producción.

Sección Primera: Formas de organización de la producción y su gestión.

Art. 319.- Nos indica que reconoce toda organización de la producción, las comunitarias, cooperativas, empresas públicas y privadas entre otras. Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas. El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional (pág. 150).

Art. 320.- En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente. La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social (pág. 150).

Sección Segunda: Tipos de propiedad.

Art. 321.- El Estado reconoce y garantiza el derecho a la propiedad en sus formas pública, privada, comunitaria, estatal, asociativa, cooperativa, mixta, y que deberá cumplir su función social y ambiental (pág. 151).

Anexo B-2 Código orgánico de la producción, comercio e inversiones (2010).

Título Preliminar: Del Objetivo y Ámbito de Aplicación.

Art. 1.- Ámbito.- Se rigen por la presente normativa todas las personas naturales y jurídicas y demás formas asociativas que desarrollen una actividad productiva, en cualquier parte del territorio nacional. El ámbito de esta normativa abarcará en su aplicación el proceso productivo en su conjunto, desde el aprovechamiento de los factores de producción, la transformación productiva, la distribución y el intercambio comercial, el consumo, el aprovechamiento de las externalidades positivas y políticas que desincentiven las externalidades negativas. Así también impulsará toda la actividad productiva a nivel nacional, en todos sus niveles de desarrollo y a los actores de la economía popular y solidaria; así como la producción de bienes y servicios realizada por las diversas formas de organización de la producción en la economía, reconocidas en la Constitución de la República. De igual manera, se regirá por los principios que permitan una articulación internacional estratégica, a través de la política comercial, incluyendo sus instrumentos de aplicación y aquellos que facilitan el comercio exterior, a través de un régimen aduanero moderno transparente y eficiente (pág. 5).

Art. 2.- Actividad Productiva.- Se considerará actividad productiva al proceso mediante el cual la actividad humana transforma insumos en bienes y servicios lícitos, socialmente necesarios y ambientalmente sustentables, incluyendo actividades comerciales y otras que generen valor agregado (pág. 5).

Art. 3.- Objeto.- El presente Código tiene por objeto regular el proceso productivo en las etapas de producción, distribución, intercambio, comercio, consumo, manejo de externalidades e inversiones productivas orientadas a la realización del Buen Vivir. Esta

normativa busca también generar y consolidar las regulaciones que potencien, impulsen e incentiven la producción de mayor valor agregado, que establezcan las condiciones para incrementar productividad y promuevan la transformación de la matriz productiva, facilitando la aplicación de instrumentos de desarrollo productivo, que permitan generar empleo de calidad y un desarrollo equilibrado, equitativo, ecoeficiente y sostenible con el cuidado de la naturaleza (pág. 6).

Art. 4.- Fines.- La presente legislación tiene, como principales, los siguientes fines:

b. Democratizar el acceso a los factores de producción, con especial énfasis en las micro, pequeñas y medianas empresas, así como de los actores de la economía popular y solidaria; (pág. 7).

Art. 5.- Rol del Estado.- El Estado fomentará el desarrollo productivo y la transformación de la matriz productiva, mediante la determinación de políticas y la definición e implementación de instrumentos e incentivos, que permitan dejar atrás el patrón de especialización dependiente de productos primarios de bajo valor agregado. Para la transformación de la matriz productiva, **el Estado incentivará la inversión productiva, a través del fomento de:** (pág. 7).

a. La competitividad sistémica de la economía a través de la provisión de bienes públicos como la educación, salud, infraestructura y asegurando la provisión de los servicios básicos necesarios, para potenciar las vocaciones productivas de los territorios y el talento humano de las ecuatorianas y ecuatorianos. El Estado establecerá como objetivo nacional el alcance de una productividad adecuada de todos los actores de la economía, empresas, emprendimientos y gestores de la economía popular y solidaria,

mediante el fortalecimiento de la institucionalidad y la eficiencia en el otorgamiento de servicios de las diferentes instituciones que tengan relación con la producción; (pág. 7).

b. El establecimiento y aplicación de un marco regulatorio que garantice que ningún actor económico pueda abusar de su poder de mercado, lo que se establecerá en la ley sobre esta materia; (pág. 8).

c. El desarrollo productivo de sectores con fuertes externalidades positivas a fin de incrementar el nivel general de productividad y las competencias para la innovación de toda la economía, a través del fortalecimiento de la institucionalidad que establece este Código; (pág. 8).

d. La generación de un ecosistema de innovación, emprendimiento y asociatividad mediante la articulación y coordinación de las iniciativas públicas, privadas y populares y solidarias de innovación y transferencia tecnológica productivas, y la vinculación de investigación a la actividad productiva. Así también fortalecerá los institutos públicos de investigación y la inversión en el mejoramiento del talento humano, a través de programas de becas y financiamiento de estudios de tercer y cuarto nivel; (pág. 9).

e. La implementación de una política comercial al servicio del desarrollo de todos los actores productivos del país, en particular, de los actores de la economía popular y solidaria y de la micro, pequeñas y medianas empresas, y para garantizar la soberanía alimentaria y energética, las economías de escala y el comercio justo, así como su inserción estratégica en el mundo; (pág. 10).

f. La profundización del acceso al financiamiento de todos los actores productivos, a través de adecuados incentivos y regulación al sistema financiero privado, público y

popular y solidario, así como del impulso y desarrollo de la banca pública destinada al servicio del desarrollo productivo del país; (pág. 10).

g. La mejora de la productividad de los actores de la economía popular y solidaria y de las micro, pequeñas y medianas empresas, para participar en el mercado interno, y, eventualmente, alcanzar economías de escala y niveles de calidad de producción que le permitan internacionalizar su oferta productiva; (pág. 10).

h. Un desarrollo logístico y de infraestructura que potencie la transformación productiva, para lo que el Estado generará las condiciones para promover la eficiencia del transporte marítimo, aéreo y terrestre, bajo un enfoque integral y una operación de carácter multimodal; (pág. 10).

i. La producción sostenible a través de la implementación de tecnologías y prácticas de producción limpia; y, (pág. 10).

j. La territorialización de las políticas públicas productivas, de manera que se vayan eliminando los desequilibrios territoriales en el proceso de desarrollo. (pág. 10).

Anexo B-3 Ley de compañías. (2013)

De esta ley se ha visto la necesidad de citar todo lo que tiene que ver con la creación de una Compañía de Responsabilidad Limitada ya que es más viable para este tipo de empresa.

DISPOSICIONES GENERALES

Art. 1.- Contrato de compañía es aquel por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades (pág. 1).

Art. 19.- La inscripción en el Registro Mercantil surtirá los mismos efectos que la matrícula de comercio. Por lo tanto, queda suprimida la obligación de inscribir a las compañías, en el libro de matrículas de comercio.

Para inscribir la escritura pública en el Registro Mercantil se acreditará la inscripción de la compañía en la Cámara de la Producción correspondiente (pág. 5).

Anexo B- 4 SECCION V

DE LA COMPAÑIA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

Art. 92.- La compañía de responsabilidad 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 y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirán, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusive e irán acompañadas de una expresión peculiar (pág. 17).

Art. 93.- La compañía de responsabilidad limitada es siempre mercantil, pero sus integrantes, por el hecho de constituirla, no adquieren la calidad de comerciantes. La

compañía se constituirá de conformidad con las disposiciones de la presente Sección (pág. 17).

Art. 94.- La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitidos por la Ley, excepción hecha de operaciones de banco, capitalización, seguros, y ahorro (pág. 17).

Art. 95.- 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 (pág. 17).

Art. 96.- El principio de existencia de esta especie de compañía es la fecha de inscripción del contrato social en el Registro Mercantil (pág. 17).

Art. 97.- Para los efectos fiscales y tributarios las compañías de responsabilidad limitada son sociedades de capital (pág. 17).

Art. 138.- La aprobación de la escritura de constitución de la compañía será pedido al Superintendente de Compañías por los administradores o gerentes o por la persona en ella designada. Si éstos no lo hicieren dentro de los treinta días de suscrito el contrato, lo hará cualquiera de los socios a costa del responsable de la omisión (pág. 26).

Art. 139.- Los administradores o los gerentes podrán ser designados en el contrato constitutivo o por resolución de la junta general. Esta designación podrá recaer en cualquier persona, socio o no, de la compañía. En caso de remoción del administrador o del gerente designado en el contrato constitutivo o posteriormente, para que surta efecto

la remoción bastará la inscripción del documentos respectiva en el Registro Mercantil (pág. 26).

Anexo B-5 Código de trabajo (2013).

TITULO I

DEL CONTRATO INDIVIDUAL DE TRABAJO

Art. 8.- Contrato individual.- Contrato individual de trabajo es el convenio en virtud del cual una persona se compromete para con otra u otras a prestar sus servicios lícitos y personales, bajo su dependencia, por una remuneración fijada por el convenio, la ley, el contrato colectivo o la costumbre (pág. 2).

Art. 11.- Clasificación.- El contrato de trabajo puede ser: a) Expreso o tácito, y el primero, escrito o verbal; b) A sueldo, a jornal, en participación y mixto; c) Por tiempo fijo, por tiempo indefinido, de temporada, eventual y ocasional; d) A prueba; e) Por obra cierta, por tarea y a destajo; f) Por enganche; g) Individual, de grupo o por equipo (pág. 3).

Art. 13.- Formas de remuneración.- En los contratos a sueldo y a jornal la remuneración se pacta tomando como base, cierta unidad de tiempo. Contrato en participación es aquel en el que el trabajador tiene parte en las utilidades de los negocios del empleador, como remuneración de su trabajo. La remuneración es mixta cuando, además del sueldo o salario fijo, el trabajador participa en el producto del negocio del empleador, en concepto de retribución por su trabajo (pág. 3).

Art. 14.- Estabilidad mínima y excepciones.- Establecerse un año como tiempo mínimo de duración, de todo contrato por tiempo fijo o por tiempo indefinido, que celebren los trabajadores con empresas o empleadores en general, cuando la actividad o labor sea de naturaleza estable o permanente, sin que por esta circunstancia los contratos por tiempo indefinido se transformen en contratos a plazo, debiendo considerarse a tales trabajadores para los efectos de esta Ley como estables o permanentes (pág. 3)

CAPÍTULO II

DE LA CAPACIDAD PARA CONTRATAR

Art. 35.- Quienes pueden contratar.- Son hábiles para celebrar contratos de trabajo todos los que la Ley reconoce con capacidad civil para obligarse. Sin embargo, los adolescentes que han cumplido quince años de edad tienen capacidad legal para suscribir contratos de trabajo, sin necesidad de autorización alguna y recibirán directamente su remuneración (pág. 7).

CAPÍTULO V

DE LA DURACIÓN MÁXIMA DE LA JORNADA DE TRABAJO, DE LOS DESCANSOS OBLIGATORIOS Y DE LAS VACACIONES.

Art. 47.- De la jornada máxima.- La jornada máxima de trabajo será de ocho horas diarias, de manera que no exceda de cuarenta horas semanales, salvo disposición de la ley en contrario (pág. 12).

Art. 62.- Trabajo en días y horas de descanso obligatorio.- En los días y horas de descanso obligatorio el empleador no podrá exigir al trabajador labor alguna, ni aun por concepto de trabajo a destajo, exceptuándose los casos contemplados en el artículo 52 de este Código (pág. 14).

Universidad laica "VICENTE ROCAFUERTE" de Guayaquil



Facultad de Ciencias Administrativas
Carrera Ingeniería Comercial

Universidad laica "VICENTE ROCAFUERTE" de Guayaquil



**PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
PRODUCCIÓN DE UNIFORMES DEPORTIVOS Y BORDADOS EN EL
CANTÓN SANTA ELENA, PERIODO 2016.**



DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Necesidades que tiene el cantón Santa Elena

Plan de negocio

Satisfacer las demanda de los usuarios

Brindarles nuevas alternativas

DEFINICION DEL PROBLEMA A INVESTIGAR

En la actualidad dentro del cantón Santa Elena no se ha evidenciado alguna empresa que se dedique exclusivamente a la producción de uniformes deportivos ni bordados, por lo que se plantea la siguiente interrogante:

¿El diseño de un Plan de Negocio demostrará la viabilidad de la creación de una empresa de uniformes deportivos y bordados, en el cantón Santa Elena?, periodo 2016.

OBJETIVO GENERAL

Elaborar un plan de negocio para crear, emplear, formar y abrir una empresa de producción de uniformes deportivos y bordados en el cantón Santa Elena.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Diagnosticar la demanda de adquisición de uniformes deportivos y bordados en el cantón Santa Elena.
- Elaborar estrategias competitivas para posicionar el negocio en el Cantón Santa Elena.
- Definir la organización administrativa, técnica y jurídica para la conformación de la empresa encargada de la creación de línea de uniformes deportivos y bordados.
- Efectuar estudio financiero que determine requerimientos económicos y técnicos.



PLAN DE NEGOCIO

Es un documento en el que se detallan con claridad los objetivos de un negocio y describe los métodos que se van a emplear para alcanzarlos



CARACTERISTICAS DE PLANES DE NEGOCIOS

- Lógico
- Progresivo
- Realista
- Coherente
- Orientado a la acción



METODOLOGIA DE INVESTIGACION



INVESTIGACION

DOCUMENTAL
Y
DESCRIPTIVA.

METODOS

DEDUCTIVO E
INDUCTIVO.
ANALITICO Y
SINTETICO.

TECNICAS

ENCUESTAS.

PREGUNTAS

CERRADAS Y
DE SELECCIÓN
MÚLTIPLE.



POBLACION Y MUESTRA

Según datos de INEC del último censo poblacional del año 2010, estableció 144.076 habitantes del cantón Santa Elena, de los cuales el 43,6% pertenecen a la población económicamente activa que representan 62.817 personas que son la población de la investigación planteada por ser posibles compradores.

SIMBOLOGÍA	SIGNIFICADO
N:	62.817
NC:	95%
i:	6%
Z:	1,96
p:	0.5
q:	0.5

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS DE LA ENCUESTA

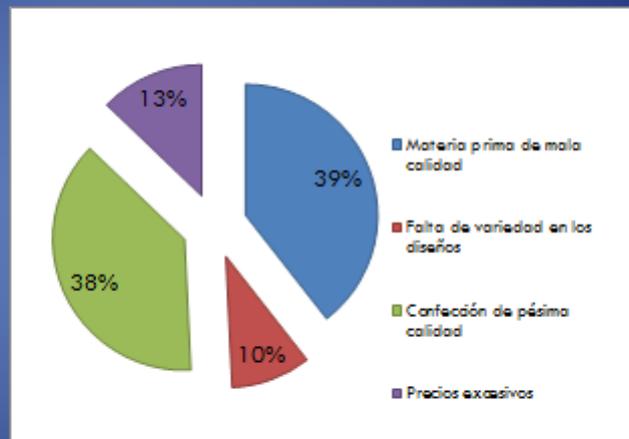
En la pregunta introductoria se pretendió establecer el sexo de los encuestados (as) con fines de hacer partícipes del estudio tanto a hombres como mujeres. Los resultados indican que el interés por el tema está equilibrado con un 50% de varones y 50% de femeninas.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Masculino	133	50
Femenino	133	50
TOTALES	266	100

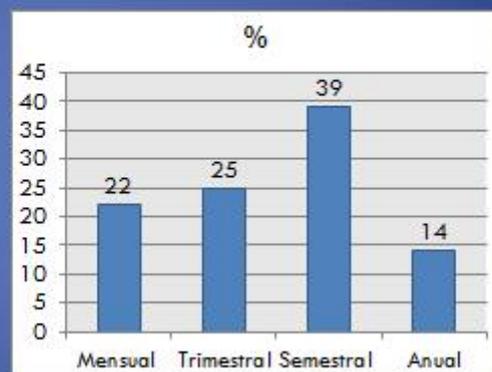
Sexo de los encuestados



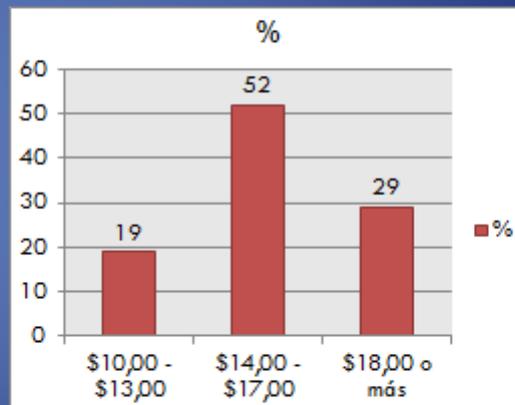
¿Cuál es el problema más representativo que ha tenido usted cuando ha adquirido ropa deportiva en el cantón Santa Elena?



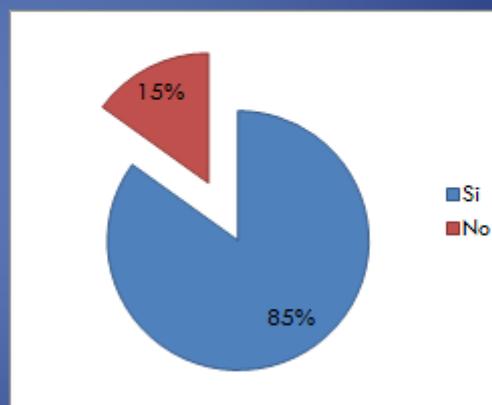
¿Con qué frecuencia adquiere los uniformes deportivos?



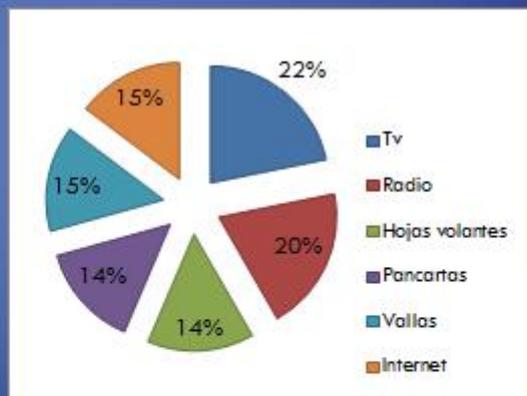
¿Cuánto estaría dispuesto a gastar en uniformes deportivos?



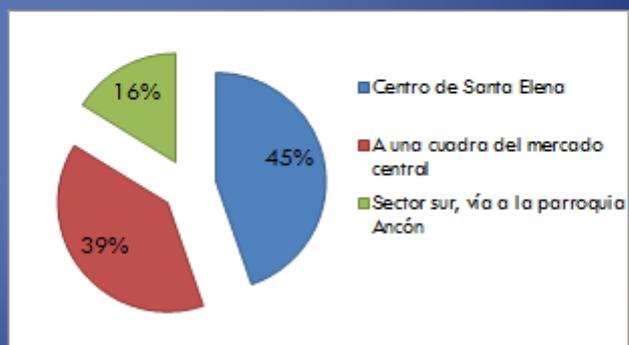
¿Adquiriría usted ropa deportiva de calidad y precio cómodo, confeccionada por una nueva empresa, la misma que pretende ubicarse en el Cantón Santa Elena?



¿A través de que medio usted quisiera recibir información de los uniformes deportivos que ofrecerá esta nueva empresa?



¿En qué lugar del cantón, le gustaría a usted que esté ubicado el local de fabricación de ropa deportiva y bordados?



PROPUESTA

Es una empresa que se dedicará a la producción de uniformes deportivos y bordados en el cantón Santa Elena, debido a esto se encuentra ligada directamente con el código de la producción ya que esta normativa se creó para impulsar toda actividad productiva a nivel nacional brindando apoyo a nueva empresas en todos sus niveles de desarrollo y a los actores de la economía popular y solidaria.



Localización del Proyecto



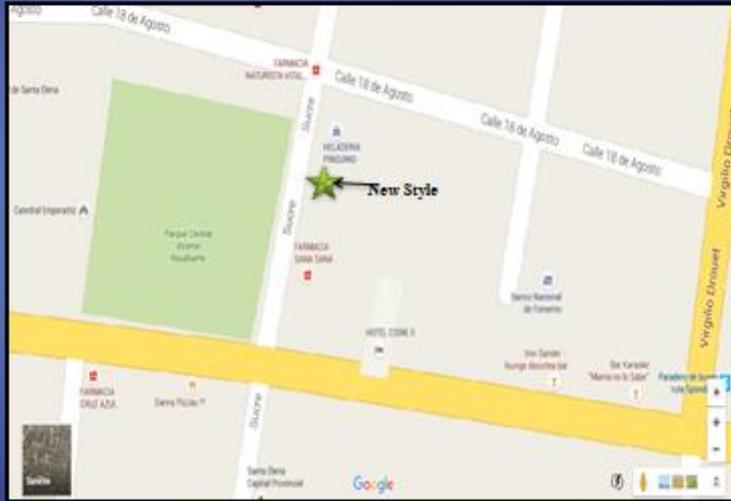
Confecciones y Bordados

PRODUCCIÓN
DE UNIFORMES
DEPORTIVOS Y
BORDADOS

UBICADA EN EL
CANTÓN
SANTA ELENA

CALLE SUCRE
Y 18 DE
AGOSTO

UBICACIÓN DE LA EMPRESA



Confecciones y bordados

MISION

Producir y comercializar uniformes deportivos y bordados para satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

VISION

En el año 2021 New Style Cía. Ltda., será una organización reconocida por su orientación y compromiso con sus clientes

VALORES

- Responsabilidad
- Seguridad
- Confianza

ESTRATEGIAS

VENTAS

- Establecer alianzas con instituciones publicas y privadas
- Realizar cambios en los productos, es decir mantener una línea actualizada
- Aumentar la publicidad para persuadir a los consumidores que compren el producto

MARKETING

- Mantener actualizada la presentación de producto de una forma periódica
- Crear un sitio web propio y poner anuncios en otros sitios web
- Colocar afiches publicitarios en la fachada de la empresa
- Repartir volantes y tarjetas de presentación

COMUNICACIÓN

- Definir políticas de comunicación y establecer una cultura comunicativa en la empresa
- Realizar publicidad a través de canales digitales, radio, hojas volantes, para dirigimos a los clientes potenciales recalcando la buena materia prima de nuestro producto.

ORGANIGRAMA FUNCIONAL



VIABILIDAD FINANCIERA

NEW STYLE

Confecciones y bordados PRESUPUESTO DE INVERSIÓN INICIAL

Activos Fijos		15.184,28
Gastos Administrativos	3	1.803,69
Gastos de Personal	3	16.447,61
Inversión para lanzamiento de local Publicidad	1	500,00
Capital de Trabajo	3	17.469,41
Total Presupuesto Inversión Inicial		51.404,98
Financiamiento		
Propio	80%	41.404,98
Préstamo	20%	10.000,00

Tipo de inversión

Después de analizar los diferentes tipos de compañías se ha determinado que es más beneficiosa la creación de una sociedad de responsabilidad limitada puesto que permite que se conforme con 4 socios y con poco capital, además los socios de estas empresas responden solo por el capital que aportan.

Nº	NOMBRE	APORTE	PARTICIPACIÓN
1	Nelly Quimi Gutiérrez	11.150,00	26,93%
2	Karla Macías Bravo	10.100,00	24,39%
3	Ernesto Gómez Estrada	10.100,00	24,39%
4	Angélica Reyes Villao	10.054,98	24,28%
CAPITAL SOCIAL		41.404,98	100%

PRESTAMO "BanEcuador B.P."


Simulador de crédito

* Tipo de Crédito:

* Destino:

* Forma de Pago:

Monto Desde: \$500.00

Monto Hasta: \$300000.00

Taza: 10.00%

Taza Efectiva: 10.47%

Plazo Hasta: 15 años

* Monto Deseado: Ej: 1234.20

* Plazo: años

* Sistema de Amortización:

Todos los campos con ()asterisco son obligatorios

PRESTAMO "BanEcuador B.P."

Cuota	Saldo Capital	Capital	Interés	Seguro Desgravamen	Valor a Pagar
1	\$ 10.000,00	\$ 240,91	\$ 79,74	\$ 2,62	\$ 323,27
2	\$ 9.759,09	\$ 242,83	\$ 77,82	\$ 2,56	\$ 323,21
3	\$ 9.516,26	\$ 244,77	\$ 75,88	\$ 2,49	\$ 323,15
4	\$ 9.271,49	\$ 246,72	\$ 73,93	\$ 2,43	\$ 323,08
5	\$ 9.024,77	\$ 248,69	\$ 71,96	\$ 2,37	\$ 323,02
6	\$ 8.776,08	\$ 250,67	\$ 69,98	\$ 2,30	\$ 322,95
7	\$ 8.525,41	\$ 252,67	\$ 67,98	\$ 2,23	\$ 322,89
8	\$ 8.272,74	\$ 254,68	\$ 65,97	\$ 2,17	\$ 322,82
9	\$ 8.018,06	\$ 256,71	\$ 63,94	\$ 2,10	\$ 322,75
10	\$ 7.761,34	\$ 258,76	\$ 61,89	\$ 2,03	\$ 322,69
11	\$ 7.502,58	\$ 260,83	\$ 59,83	\$ 1,97	\$ 322,62
12	\$ 7.241,76	\$ 262,91	\$ 57,75	\$ 1,90	\$ 322,55

NEW STYLE						
Confecciones y bordados						
PRESUPUESTO DE INGRESOS						
PRODUCTOS	UNIDADES	INGRESOS				
		AÑO 1 (18%)	AÑO 2 (18.5%)	AÑO 3 (19%)	AÑO 4 (19.5%)	AÑO 5 (20%)
PRODUC. A (\$10)	2.148	\$ 21.483,41	\$ 22.080,18	\$ 22.676,94	\$ 23.273,70	\$ 23.870,46
PRODUC. B (\$14)	5.880	\$ 82.315,40	\$ 84.601,94	\$ 86.888,47	\$ 89.175,01	\$ 91.461,55
PRODUC. C (\$18)	3.279	\$ 59.022,85	\$ 60.662,38	\$ 62.301,90	\$ 63.941,42	\$ 65.580,95
TOTAL INGRESOS	11.307	\$ 162.821,66	\$ 167.344,49	\$ 171.867,31	\$ 176.390,14	\$ 180.912,96

NS New Style Confecciones y bordados							
Confecciones y bordados							
PRESUPUESTO DE COSTOS							
AÑOS	COSTO UNITARIO			CANTIDADES			TOTAL COSTOS
	PRODUC. A (\$10)	PRODUC. B (\$14)	PRODUC. C (\$18)	PRODUC. A (\$10)	PRODUC. B (\$14)	PRODUC. C (\$18)	
AÑO 1	\$ 5,08	\$ 6,08	\$ 7,08	2.148	5.880	3.279	\$ 69.877,63
AÑO 2	\$ 5,08	\$ 6,08	\$ 7,08	2.208	6.043	3.370	\$ 71.818,68
AÑO 3	\$ 5,08	\$ 6,08	\$ 7,08	2.268	6.206	3.461	\$ 73.759,72
AÑO 4	\$ 5,08	\$ 6,08	\$ 7,08	2.327	6.370	3.552	\$ 75.700,77
AÑO 5	\$ 5,08	\$ 6,08	\$ 7,08	2.387	6.533	3.643	\$ 77.641,81
TOTALES	\$ 25,40	\$ 30,40	\$ 35,40	11.338	31.032	17.306	\$ 368.798,61

FLUJO DE CAJA

NEW STYLE						
Confeciones y bordados						
FLUJO DE CAJA						
(Expresado en Dólares Americanos)						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS		\$ 162.821,66	\$ 167.344,49	\$ 171.867,31	\$ 176.390,14	\$ 180.912,96
(-) COSTOS DIRECTOS		\$ 69.877,63	\$ 71.818,68	\$ 73.759,72	\$ 75.700,77	\$ 77.641,81
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS		\$ 73.005,18	\$ 73.005,18	\$ 73.005,18	\$ 73.005,18	\$ 73.005,18
(-) GASTOS FINANCIEROS		\$ 853,84	\$ 541,81	\$ 198,55	\$ -	\$ -
(-) AMORTIZACIÓN		\$ 3.750,26	\$ 3.750,26	\$ 3.750,26	\$ 3.750,26	\$ 3.750,26
(-) DEPRECIACIÓN		\$ 2.004,40	\$ 2.004,40	\$ 2.004,40	\$ 2.004,40	\$ 2.004,40
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$ 13.330,35	\$ 16.224,16	\$ 19.149,20	\$ 21.929,53	\$ 24.511,31
(-) PARTICIPACIÓN A LOS TRABAJADORES		\$ 1.999,55	\$ 2.433,62	\$ 2.872,38	\$ 3.289,43	\$ 3.676,70
(=) UTILIDAD ANTES DE I.R.		\$ 11.330,80	\$ 13.790,54	\$ 16.276,82	\$ 18.640,10	\$ 20.834,61
(-) IMPUESTO A LA RENTA		\$ 2.492,78	\$ 3.033,92	\$ 3.580,90	\$ 4.100,82	\$ 4.593,61
(=) UTILIDAD NETA		\$ 8.838,02	\$ 10.756,62	\$ 12.695,92	\$ 14.539,28	\$ 16.251,00
DEPRECIACIÓN		\$ 2.004,40	\$ 2.004,40	\$ 2.004,40	\$ 2.004,40	\$ 2.004,40
AMORTIZACIÓN		\$ 3.750,26	\$ 3.750,26	\$ 3.750,26	\$ 3.750,26	\$ 3.750,26
(-) INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS	\$ (14.943,31)					
(-) INVERSIÓN EN ACTIVOS DIFERIDOS	\$ (18.751,30)					
(-) INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO	\$ (17.469,41)					
(-) REINVERSIÓN						
PRÉSTAMO	\$ 10.000,00					
(-) PAGO DE CAPITAL		\$ (3.021,15)	\$ (3.323,27)	\$ (3.655,59)		
VALOR DE DESECHO						\$ 17.469,41
(=) FLUJO NETO DE EFECTIVO	\$ (41.164,01)	\$ 11.571,53	\$ 13.188,01	\$ 14.794,99	\$ 20.293,93	\$ 22.005,65
	VAN \$	15.595,65				
	TIR	24,61%				
	B/C \$	1,24				

PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSIÓN

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Saldo Final de Caja	-41.164,01	11.571,53	13.188,01	14.794,99	20.293,93	22.005,65
ACUMULADO		-29.592,48	-16.404,48	-1.609,49	18.684,44	40.690,10

2,89 Años



Conclusiones

- ✓ Se concluye que existe una gran necesidad insatisfecha de las habitantes de cantón Santa Elena en lo concerniente a la adquisición de uniformes deportivos, lo que sirve como base para hacer proyecciones financieras y ofrecer precios accesibles para los posibles clientes.
- ✓ Con el estudio realizado se ha llegado a la conclusión que, el mayor problema que se presenta al momento de adquirir uniformes deportivos es, la mala calidad de la materia prima que utilizan las diferentes empresas al confeccionar el producto o la falta de variedad en los diseños.
- ✓ Al realizar el sondeo de los hábitos de compra de los habitantes del cantón Santa Elena, se ha concluido que adquieren uniformes deportivos cada seis meses comúnmente o también lo hacen cada tres meses; pero es más frecuente en lugares que venden a precios accesibles a los consumidores.



Conclusiones

- ✓ Luego de realizar las proyecciones financieras se determina que la TIR es mayor a la tasa del capital y, el VAN tiene un valor mayor a cero; es decir, la implementación de la empresa es viable financieramente, esto es corroborado por la gran necesidad de los habitantes del cantón Santa Elena.
- ✓ Por la falta de empresas esta actividad comercial en el cantón Santa Elena se considera que, al ofrecer precios bajos se podrá captar más clientes, además al ofrecer diseños innovadores se atrae con más frecuencia clientes fieles.



Recomendaciones

- ✓ Aprovechando la necesidad insatisfecha de los habitantes del cantón Santa Elena se recomienda que se lleve a cabo la implementación de la empresa para satisfacer las necesidades de los pobladores de dicho sector.
- ✓ La empresa debe adquirir la materia prima de calidad para mantener una buena imagen de la misma ante los consumidores, además debe ofrecer varios productos llamativos que brinden confianza a los clientes.
- ✓ De acuerdo al hábito de compra de los habitantes de Santa Elena, la empresa debe presentar nuevos modelos o catálogos de uniformes deportivos cada tres meses para de esta forma, tener clientes fieles a sus productos logrando que se haga más frecuente las compras trimestrales que semestrales.



Recomendaciones

- ✓ Se debe mantener al personal bajo supervisión para que se cumpla con los objetivos de la empresa, además se debe considerar la adquisición de nuevas maquinarias en caso de que haya un aumento en la demanda.
- ✓ Para que la empresa se mantenga en competencia satisfaciendo las necesidades de los habitantes del cantón Santa Elena, se debe realizar sondeos de mercado frecuentes para conocer los nuevos gustos y mantenerse acorde a las necesidades de los consumidores.



“El único hombre que no se equivoca es el que nunca hace nada”.

Johann Wolfgang Goethe

Facultad de Ciencias Administrativas

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
PRODUCCIÓN DE UNIFORMES DEPORTIVOS Y BORDADOS EN EL
CANTÓN SANTA ELENA, PERIODO 2016.**

Nelly Quimi Gutiérrez ¹

¹ *Facultad de Administración, Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, Avenida de las
Américas # 70, Apartado postal 11-33, Guayaquil – Ecuador*
nhquimi@gmail.com

Abstract

This work aims to develop a business plan for the creation of a production company of sports uniforms and embroidery in the canton Santa Elena because it is part of the youngest province in the country therefore offers great opportunities for new businesses; plus the high demand for these products exists in the canton Santa Elena allows these businesses, ie develop, it is a benefit for the type of company that seeks to establish. In addition, to statistically know the feasibility of the establishment of the company a field study by asking two hundred sixty-six people belonging to the economically active population of the canton Santa Elena became as these are the ones who buy these products more frequently, also it could be found the shortcomings of competition and unmet needs of those customers as possible.

Key words:

Demand, business, industrial, business plan, production.

RESUMEN

Este trabajo tiene como finalidad desarrollar un plan de negocio para la creación de una empresa de producción de uniformes deportivos y bordados en el cantón Santa Elena ya que es parte de la provincia más joven del país por ende brinda grandes oportunidades a las nuevas empresas; además la gran demanda de estos productos que existe en el cantón Santa Elena permite que se desarrollen este tipo de empresas, es decir, es un beneficio para el tipo de empresa que se pretende instaurar. Además, para conocer estadísticamente la factibilidad de la creación de la empresa se hizo un estudio de campo haciendo preguntas a doscientos sesenta y seis personas perteneciente a la población económicamente activa del cantón Santa Elena ya que estas son las que adquieren estos productos con más frecuencia, asimismo se puede conocer las falencias de la competencia y las necesidades insatisfechas de aquellos posible clientes.

Palabras clave:

Demanda, empresa, industria, plan de negocio, producción.

Introducción.

En la actualidad el deporte se considera indispensable para tener una buena salud por esto las políticas gubernamentales lo han incluido no solo en el área educativa sino en el área de salud, causando un impresionante crecimiento de la industria deportiva ya que al utilizar indumentaria deportiva se ofrecen diversos estilos para que las personas luzcan bien dando paso al desarrollo de empresas que comercialicen este tipo de productos.

Según el estudio de factibilidad realizado por Mario Sisalema Carrillo (2013) debido a la demanda del país las grandes marcas en el mundo deportivo como Adidas se han visto con la necesidad de invertir entre \$20.000 y 30.000 en cada sucursal inaugurada en los diferentes centros comerciales del país, ya que la industria textil es considerado como el tercer sector económico más importante de la industria ecuatoriana al representar el 8% del total de la misma, generando empleos directos e indirectos a 300.000 personas de las cuales el 70% son mujeres que tienen bajo su responsabilidad a la familia, así lo determina el estudio de AITE², (como se en boletín mensual N°29, el 27 de enero del 2016).

El presente trabajo de investigación se debe a la necesidad que tiene la provincia de Santa Elena en contar con una empresa de uniformes deportivos y bordados para que los habitantes no acudan a otras ciudades; por ello la creación de una empresa de producción de uniformes deportivos tienen como finalidad proporcionar a todos los clientes del cantón uniformes, a precios que satisfaga las necesidades de la comunidad, cuyo fin es de lograr la captación de clientes y sobre todo la adquisición de materia prima del sector, generando empleo y calidad de producto.

² AITE (Asociación de Industrias Textiles del Ecuador)

Además, la creación de una empresa de uniformes deportivos y bordados busca brindar confianza, accesibilidad, bajos costos, así como de una producción más rápida y bajo un control de calidad minucioso ya que dentro de la investigación de la Srta. Katherin Rosales en el cantón Santa Elena (2013) se determinó que las microempresas que confeccionan ropas deportivas no brindan un trabajo con acabados de calidad, el tiempo de entrega es demorado y sobre todo las tallas no son respetadas por lo que el producto final tiende a ser incómodo.

La investigación se realizó, mediante un estudio de factibilidad, buscando crear una línea de producción de uniformes deportivos y bordados que es una alternativa que permita a los peninsulares contar con una empresa que brinde estándares de calidad en los productos que ofrece, así como una excelente materia prima, bajos costos, diversidad de diseño, calidad de confección, lo que lograría que la empresa alcance un posicionamiento y confianza dentro del cantón Santa Elena, al convertirse en un ente competitivo de diferenciación y posicionamiento se podrá tener el éxito global de la empresa.

Este estudio es de gran utilidad ya que tiene como misión alcanzar el objetivo propuesto, como incorporar la imagen de la empresa en la mente de los consumidores del cantón Santa Elena, así como generar fuentes de empleos y brindar calidad de producto en el sector siendo factible al conocer a través de la recolección de datos (encuesta) el tipo de cliente que requiere de este servicio, precios, distribución y establecer el funcionamiento de la empresa que permita brindar nuevas alternativas de calidad en uniformes deportivos y bordados dentro del cantón Santa Elena y provincia en general.

Metodología

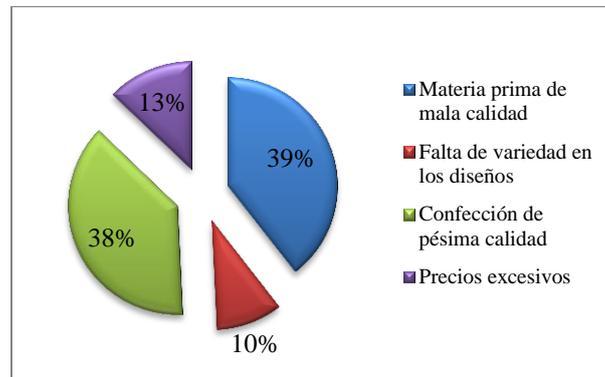
Para desarrollar el plan de negocio para la creación de la empresa de producción de uniformes deportivos y bordados se realizó una investigación de campo para establecer las estrategias necesarias para el proceso, también se ha utilizado la investigación descriptiva que permite describir las cualidades del objeto de estudio para de esta forma interpretar los resultados de las encuestas, además, se han aplicado diferentes métodos tales como el inductivo para obtener conclusiones a través de los hechos y el deductivo que permite descender de lo general a lo particular los mismos que se complementan al aplicar el método analítico que permite desmembrar un todo y el sintético por ser un proceso de razonamiento por reconstruir los hechos.

Asimismo, ha sido de vital importancia la aplicación de técnicas de investigación como la encuesta la misma que les aplicó a doscientos sesenta y seis que son parte de los sesenta y dos mil ochocientos diecisiete personas que corresponden a la población económicamente activa del cantón Santa Elena que habitan dentro de los límites establecidos como tales, pero para aplicar esta técnica se debe elaborar un instrumento conocido como cuestionario el mismo que consiste en una serie de interrogantes diseñadas para poder comparar la información obtenida del objeto de estudio, obtener conclusiones de la problemática y brindar soluciones a las mismas.

Resultados

Se encuestó a doscientos sesenta y seis personas que habitan en el cantón Santa Elena de los cuales el cincuenta por ciento eran de sexo masculino y el otro cincuenta por ciento era de sexo femenino, se consideró que era de vital importancia preguntar: ¿Cuál es el problema más representativo que ha tenido usted cuando ha adquirido ropa deportiva en el Cantón Santa Elena?

Gráfico N° 1: Problemas al adquirir los uniformes.

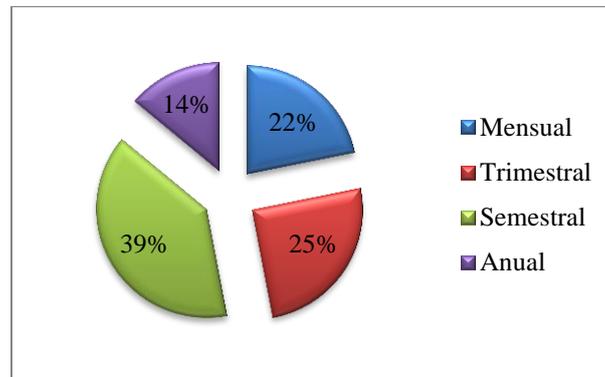


*Fuente: PEA de Santa Elena.
Elaboración: La Autora.*

Al hacer esta interrogante los habitantes del cantón Santa Elena consideran que el factor más problemático al momento de la adquisición de los uniformes, como principal se obtuvo la materia prima de mala calidad (39%), seguida de la confección de pésima calidad (38%), precios excesivos (13%) y finalmente la falta de variedad en los diseños (10%), por lo tanto hay que poner mucho énfasis tanto en la materia prima que se adquiriera como en la confección de las prendas para de esta manera la empresa a implementarse ofreciendo productos de buena calidad acorde la necesidad de la población y fortaleciendo las falencias de la competencia.

También se consideró importante preguntar ¿Con qué frecuencia adquiere los uniformes deportivos?

Gráfico N° 2: Frecuencia de la adquisición de los uniformes.

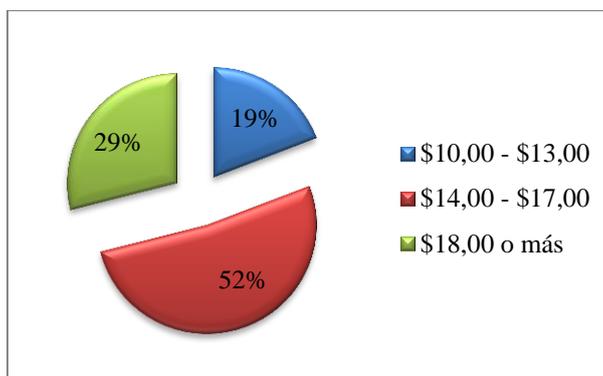


*Fuente: PEA de Santa Elena.
Elaboración: La Autora.*

En base a las respuestas proporcionadas por la totalidad de los encuestados se estableció la frecuencia de compra que tienen los clientes, dando a conocer que el 39% compra de manera semestral, el 25% lo hace cada tres meses, el 22% mensualmente y el 14% adquiere prendas deportivas una vez al año, considerando estos resultados se tendrá cada semestre una afluencia en la elaboración y venta de prendas deportivas y uniformes deportivos.

Luego de preguntar la frecuencia de compra se consideró importante conocer ¿cuánto dinero estarían dispuestos a gastar en uniformes deportivos?

Gráfico N° 3: Precio estimado de los uniformes.



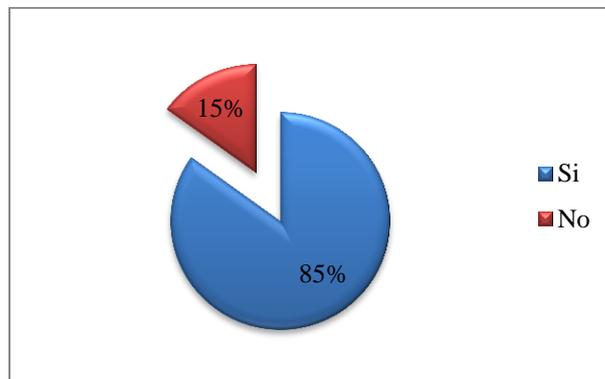
Fuente: PEA de Santa Elena.

Elaboración: La Autora.

Luego de esta interrogante se consideró que el precio que los clientes están dispuestos a pagar por la confección de uniformes oscila entre \$14,00 y \$17,00 (precio ideal) que corresponde al 52% de los encuestados, el 29% considera que estaría dispuesto a pagar \$18,00 a más por la confección de los uniformes, y tan solo el 19% da a conocer que no tiene el poder adquisitivo suficiente como para cancelar un valor mayor a los \$13,00 por lo tanto se tendrá que dar preferencia a la confección de prendas deportivas que oscilen entre los \$14,00 y \$17,00.

Para poder saber si es factible la creación de la nueva empresa de confección de uniformes y bordados en el cantón Santa Elena se consideró importante preguntar si ¿Adquirirían ropa deportiva de calidad a precio cómodo confeccionada por una nueva empresa dentro de su cantón?

Gráfico N° 4: Compra de ropa deportiva en nueva empresa.

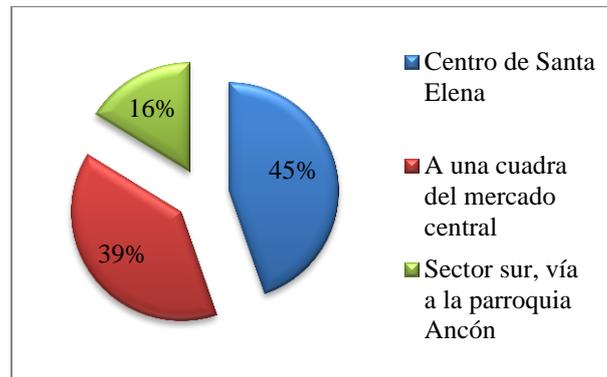


*Fuente: PEA de Santa Elena.
Elaboración: La Autora.*

Esta pregunta permitió determinar la aceptación de un nuevo oferente ubicado en el cantón Santa Elena, los resultados manifiestan que un porcentaje muy elevado, es decir, un 85% del total de encuestados (as) encargarían la confección de sus uniformes deportivos a una nueva empresa dedicada a esta actividad. Solo un 15% se mantendrían inicialmente fieles a sus casas deportivas de confianza, lo que indica que la empresa tendría una buena aceptación en Santa Elena.

Para complementar la pregunta anterior se les preguntó ¿en qué lugar del cantón les gustaría que este ubicada la nueva empresa de confección de uniformes deportivos y bordados? Brindándoles tres opciones favorables para la venta de estos productos.

Gráfico N° 5: Ubicación del local de fabricación de ropa.



*Fuente: PEA de Santa Elena.
Elaboración: La Autora.*

Al mencionar los tres lugares considerados la ubicación elegida por la mayoría de encuestados es el centro de Santa Elena con un 45%, esto convertiría a dicha zona en la principal opción para ubicar la empresa; otro lugar aceptado por los clientes es el área cercana al mercado de la ciudad de Santa Elena con un 39% y el lugar con menos acogida es el sector vía a la parroquia Ancón con apenas un 16%, lo que indica que la empresa tendrá una buena aceptación si está ubicada en el Centro o una cuadra del mercado en Santa Elena ya que son lugares accesibles para los clientes al ser sitios conocidos y de fácil acceso porque las líneas de autobuses también pasan cerca de esta ubicación.

Las encuestas realizadas en este proyecto han servido para obtener información vital, como por ejemplo la utilizada en las estrategias de comunicación en lo referente a la buena calidad de la materia prima y excelentes acabados en la confección de las prendas; además de la encuestas se obtuvo la preferencia de los habitantes de Santa Elena en lo que tiene que ver con la ubicación del local en el cantón.

También, se realizaron estudios de la viabilidad financiera de acuerdo al plan de negocio desarrollado, el cual tuvo como resultado de la TIR un 24,61%, un VAN de \$ 15.595,65 y un periodo de recuperación de inversión de dos años y medio, dichos estudios se hicieron en base a las cantidades de acuerdo a la investigación de campo realizada al objeto de estudio, siendo importante recalcar que se necesita un capital de \$ 51.404,98 para iniciar el negocio el cual se puede financiar con el banco nacional del fomento, fruto de ese análisis financiero se determinó que si se puede realizar el proyecto.

Conclusiones.

Con el estudio realizado se ha llegado a la conclusión que el mayor problema que se presenta al momento de adquirir uniformes deportivos es la mala calidad de la materia prima que utilizan las diferentes empresas al confeccionar el producto o la falta de variedad en los diseños.

Se concluye que existe una gran necesidad de los habitantes del cantón Santa Elena que no ha sido satisfecha lo cual sirve como base para hacer proyecciones financieras y ofrecer precios accesible para los posibles clientes.

Al realizar el sondeo de los hábitos de compra de los habitantes del cantón Santa Elena se ha concluido que adquieren uniformes deportivos cada seis meses o también lo hacen cada tres meses pero es más frecuente en lugares que venden a precios accesibles a los consumidores.

Luego de realizar las proyecciones financieras se determina que la tasa interna de retorno es mayor a la tasa del capital y el valor actual neto tiene un valor mayor a cero,

es decir, la implementación de la empresa es viable financieramente, esto es corroborado por la gran necesidad de los habitantes del cantón Santa Elena.

Por la falta de empresas dedicadas a este negocio en el cantón Santa Elena se considera que al ofrecer precios bajos se podrá captar más clientes, además al ofrecer diseños innovadores se atrae con más frecuencia clientes fieles.

Referencias

- Asamblea Nacional. (22 de Diciembre de 2010). *Proecuador*. Recuperado el 16 de Diciembre de 2015, de Proecuador: <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2014/02/1-Codigo-Organico-de-la-Produccion-Comercio-e-Inversiones-pag-37.pdf>
- Bravo, J. (2011). *El Plan de Negocio*. Madrid: Diaz de Santos.
- Ecopibes. (15 de Julio de 2014). *Ecopibes*. Recuperado el 25 de Octubre de 2015, de Ecopibes: <http://www.ecopibes.com/problemas/contaminacion/que.html>
- El blog Salmon. (5 de Noviembre de 2011). *El blog Salmon*. Recuperado el 20 de Diciembre de 2015, de El blog Salmon: <http://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/que-es-la-productividad>
- El Valor de los Valores. (24 de Marzo de 2014). *El Valor de los Valores*. Recuperado el 26 de Octubre de 2015, de El Valor de los Valores: <http://elvalordelosvalores.com/definicion-de-los-valores/>
- Gestiopolis. (8 de Octubre de 2013). *Gestiopolis*. Recuperado el 3 de Enero de 2016, de Gestiopolis: <http://www.gestiopolis.com/que-caracteristicas-debe-tener-un-plan-de-negocios/>
- Lifelong Learning Programme. (2012). *Plan de negocio*. España: Adventure Wors.
- Massé, P. (2011). *La Elección de las inversiones*. Lima: Sagitario.
- Olmedo, N. (30 de Mayo de 2012). *Repositorio*. Recuperado el 15 de Enero de 2016, de Repositorio: <http://repositorio.uisrael.edu.ec/bitstream/47000/714/1/UISRAEL-EC-ADME-378.242-107.pdf>
- Paredes, E. (11 de Septiembre de 2012). *Gestionando Empresas*. Recuperado el 16 de Diciembre de 2015, de Gestionando Empresas: <http://gestionando-empresas.blogspot.com/2010/09/metodologias-de-investigacion-para.html>

- Psicología y Empresa. (1 de Julio de 2011). *Psicología y Empresa*. Recuperado el 5 de Enero de 2016, de Psicología y Empresa: <http://psicologiayempresa.com/emprendedores-y-su-definicion-actual.html>
- Robbins, L. (19 de Junio de 2012). *Economía y algo más*. Recuperado el 12 de Diciembre de 2015, de Economía y algo más: <http://econiaparatodosyalgomas.blogspot.com/2012/06/definicion-de-economia-segun-algunos.html>
- Sisalema Carrillo, M. R. (19 de Mayo de 2013). *Dspace*. Recuperado el 3 de Marzo de 2016, de Dspace: <http://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/135/1/PROYECTO%20FACTIBILIDAD%20UNIFORMES%20DEPORTIVOS.pdf>
- Solomon, B. M. (28 de Julio de 2011). *Ecured*. Recuperado el 29 de Octubre de 2015, de Ecured: <http://www.ecured.cu/index.php/Reproducci%C3%B3n>
- Suárez, K. R. (12 de Febrero de 2013). *Repositorio UPSE*. Recuperado el 18 de Diciembre de 2015, de Repositorio UPSE: <http://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/805/1/138.-ROSALES%20SUAREZ%20KATHERIN.pdf>
- Valencia, J. R. (15 de Julio de 2014). *Gerence*. Recuperado el 17 de Diciembre de 2015, de Gerence: <http://www.gerencie.com/emprendimiento>
- Varas, L. (12 de Diciembre de 2012). *Laura Varas Pineda*. Recuperado el 25 de Octubre de 2015, de Laura Varas Pineda: <http://lauravaraspineda.blogspot.com/>
- Viniegra, S. (2011). *Entendiendo el Plan de Negocios*. Madrid: Copyright.