



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**

## **FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS.**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.**

### **PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO**

**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN  
DE UNA MICROEMPRESA DE CONFECCIÓN DE ROPA  
DEPORTIVA EN EL SUR DEL DMQ SECTOR GUAMANI**

Proyecto de Emprendimiento presentado previo a la obtención del Título  
de Licenciado en Administración de empresas.

**AUTOR:**

Cando Guala Jefferson Romario

**TUTOR:**

Dra. Salguero Barba Nelly Germania

**Ecuador 2025**

#### DECLARACIÓN DE AUDITORIA

Yo Jefferson Romario Cando Guala, con cédula de ciudadanía No. 1726934258, declaro ser autor del presente proyecto de emprendimiento **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA creación DE UNA MICROEMPRESA DE CONFECCIÓN DE ROPA DEPORTIVA EN EL SUR DEL DMQ SECTOR GUAMANI”**, siendo la Dra. Salguero Barba Nelly Germania, tutora del presente trabajo de emprendimiento; y, eximimos expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Además, declaramos que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo son de nuestra exclusiva responsabilidad.

Latacunga, febrero del 2025



---

Jefferson Romario Cando Guala  
C.C: 0503696775

## **AVAL DEL TUTOR DE PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO**

En calidad de Tutor del Trabajo de Emprendimiento sobre el Título:

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA creación DE UNA MICROEMPRESA DE CONFECCIÓN DE ROPA DEPORTIVA EN EL SUR DEL DMQ SECTOR GUAMANI”**, de Jefferson Romario Cando Guala, de la Carrera de Licenciatura en Administración de Empresas, considero que dicho Informe Investigativo es merecedor del aval de aprobación al cumplir las normas técnicas, traducción y formatos previos, así como también ha incorporado las observaciones y recomendaciones propuestas en la pre-defensa.

Latacunga, 31 de Enero, 2025



\_\_\_\_\_  
Dra. Salguero Barba Nelly Germania

0501461107

**TUTOR:**

### AVAL DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN

En calidad de miembros del tribunal de lectores, se aprueba el presente informe de investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la universidad Técnica de Cotopaxi, y por la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas; por cuanto el postulante: Jefferson Romario Cando Guala, con el título del Proyecto de Emprendimiento: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE CONFECCIÓN DE ROPA DEPORTIVA EN EL SUR DEL DMQ SECTOR GUAMANI”** han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de sustentación del trabajo de titulación.

Por lo antes expuesto, se autoriza grabar los archivos correspondientes en un CD, según la normativa institucional

Latacunga, 21 febrero del 2025

Para constancia firman:



DR. Walter Humberto Navas Olmedo

C.C.:0501475057

**PRESIDENTE**



MG. Angélita Azucena Falconi Tapia

C.C.:0502037674

**LECTOR 2**



MG. Maira Natalia Martínez Freire

C.C.:1712507761

**LECTOR 3**

## **AGRADECIMIENTO**

*En primer lugar, quiero agradecer a mi familia; sobre todo a mis tíos Betty Cando y Manuel Barragán quienes han sido como unos padres para mí, me apoyaron económica y moralmente desde el primer momento de mi vida universitaria sirviéndome como un ejemplo de lucha y perseverancia a pesar de las adversidades presentadas.*

*A mis padres Ramiro Cando y Piedad Guala por ser quienes me apoyaron incondicionalmente y a pesar de las dificultades económicas se dieron las maneras en ayudarme económicamente para poder lograr este objetivo.*

*Al igual a mis abuelos Alberto Cando, Diocelina Pallasco, Luis Guala y Mercedes Quishpe quienes con sus consejos sirvieron de inspiración haciéndome creer que se puede salir adelante a pesar de las adversidades que se presentan en la vida .*

**CANDO JEFFERSON**

## **DEDICATORIA**

*Este trabajo es realizado con mucho esfuerzo y dedicación, va dirigidos a las personas que me apoyaron en toda mi vida universitaria y estudiantil, a mi padre, familia y a mi tía y su esposo por apoyarme en los momentos de dificultad y por nunca dejar de confiar en mis en mis decisiones, con mucho cariño este trabajo es para ustedes.*

**CANDO JEFFERSON**

# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

## FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**TEMA:** " PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE CONFECCIÓN DE ROPA DEPORTIVA EN EL SUR DEL DMQ SECTOR GUAMANI "

**Autor:**

### RESUMEN

El objetivo principal del proyecto es desarrollar un plan de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la confección de ropa deportiva en el sur de Quito, se empleó una metodología basada en fuentes primarias como encuestas a potenciales consumidores y como fuentes secundarias datos del INEC y bibliografía relevante, El diseño de la investigación es explicativo y exploratorio, con un enfoque cuantitativo para analizar la demanda potencial y características del mercado objetivo, los resultados revelan una creciente demanda de ropa deportiva entre jóvenes de 20 a 29 años, principalmente interesados en productos sostenibles. El estudio técnico establece que la empresa puede operar con una capacidad instalada de 1,401 prendas al año. La inversión inicial de \$76,400.00, financiada en un 30% con aportes propios y en un 70% mediante financiamiento bancario, se recupera en el cuarto año según el Payback calculado. El flujo de caja se vuelve positivo a partir del cuarto año, y para el quinto año se proyecta un saldo de \$ 186.474,39, Este proyecto mostro su factibilidad con un VAN de \$ 2.225,59, una TIR del 16,75% superior a la TMAR que es de 16.14%, el proyecto genera retornos superiores al costo de capital, evidenciando su solidez económica. La empresa alcanzará su punto de equilibrio en el segundo año, con una disminución constante del porcentaje de equilibrio hasta el 41% en el quinto año, reflejando una mayor eficiencia operativa. Estos resultados respaldan la decisión de inversión, mostrando que CANDO S.A. es un proyecto financieramente viable y rentable a largo plazo.

Palabras clave: Ecuador, factibilidad, inversión, microempresa, producción, rentabilidad.

# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

## FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**TEMA:** " PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE CONFECCIÓN DE ROPA DEPORTIVA EN EL SUR DEL DMQ SECTOR GUAMANI "

**Autor:**

### ABSTRACT

The main objective of the project is to develop a feasibility plan for the creation of a microenterprise dedicated to the manufacture of sportswear in the south of Quito. A methodology was used based on primary sources such as surveys of potential consumers and as secondary sources data from the INEC and relevant bibliography. The research design is explanatory and exploratory, with a quantitative approach to analyze the potential demand and characteristics of the target market. The results reveal a growing demand for sportswear among young people between 20 and 29 years old, interested in products. sustainable. The technical study establishes that the company can operate with an installed capacity of 1,401 garments per year. The initial investment of \$76,400.00, financed 30% with own contributions and 70% through bank financing, is recovered in the fourth year according to the calculated Payback. The cash flow becomes positive from the fourth year, and for the fifth year a balance of \$186,474.39 is projected. This project showed its feasibility with an NPV of \$2,225.59, an IRR of 16.75% higher than the MARR which is 16.14%, the project generates returns higher than the cost of capital, evidencing its economic solidity. The company will break even in year two, with the breakeven percentage steadily decreasing to 41% in year five, reflecting increased operational efficiency. These results support the investment decision, showing that CANDO S.A. It is a financially viable and profitable project in the long term.

**Keywords:** Ecuador, feasibility, investment, microenterprise, production, profitability.

## TABLA DE CONTENIDO

PORTADA .....	i
DECLARACION DE AUTOR .....	ii
AVAL DEL TUTOR DE PROYECTO DE EMPRENDIMIETO .....	iii
AVAL DE APROBACIÓN DEL TRIBULAN DE TITULACIÓN .....	iv
AGRADECIMIENTO .....	v
DEDICATORIA .....	vi
RESUMEN .....	7
ABSTRACT .....	8
TABLA DE CONTENIDO .....	9
ÍNDICE DE TABLAS .....	15
ÍNDICE DE FIGURAS .....	18
ÍNDICE DE ANEXOS .....	19
INFORMACIÓN GENERAL .....	1
INTRODUCCION.....	2
Idea de negocio .....	2
Planteamiento del problema. ....	3
Formulación del problema.....	5
Objetivo general .....	5

Objetivos específicos.....	5
Justificación.....	5
CAPITULO I.....	7
1.1 Antecedentes.....	7
1.2 Fundamentación Epistemológica.....	9
1.2.1 Proyecto de factibilidad.....	9
1.2.1.1 Fases del Proyecto de factibilidad.....	9
Elementos del estudio de mercado.....	10
1.2.2 Estudio Técnico.....	13
1.2.2.1 Elementos del estudio técnico.....	13
1.2.3 Estudio financiero.....	16
1.2.3.1Elementos de estudio financiero.....	16
1) Inversión inicial.....	16
2) Estados financieros.....	17
Metodología empleada.....	20
Fuente de información.....	20
Diseño de Investigación.....	20
Instrumentos de Investigación:.....	22
CAPÍTULO II.....	23

ESTUDIO DE MERCADO.....	23
Población universo .....	23
Segmentación del mercado.....	23
Mercado Objetivo .....	24
Mercado Meta.....	25
Muestra .....	25
Distribución muestral .....	26
Análisis e interpretación de datos .....	27
Demanda actual .....	38
Análisis de la demanda .....	38
Demanda proyectada .....	38
<i>Estudio de la competencia</i> .....	39
Numero de oferentes en el mercado .....	39
Oferta Actual .....	41
Oferta Proyectada .....	42
Determinación de la demanda potencial insatisfecha.....	43
Precio de ventas proyectado .....	44
Análisis de Comercialización.....	45
Política de comercialización.....	45

Estrategias de comercialización .....	45
Canales de distribución.....	45
Conclusión del Estudio de Mercado.....	46
CAPITULO III.....	48
ESTUDIO TÉCNICO .....	48
Naturaleza del Proyecto.....	48
<i>Nombre de la empresa</i> .....	48
Especificaciones del producto o servicio.....	48
Característica de los productos .....	49
Descripción del proceso de producción.....	49
Diagrama de flujo de procesos .....	50
Capacidad Instalada de la Planta .....	51
Ubicación de la Empresa .....	52
Macro localización .....	52
Micro localización .....	53
Disponibilidad de tecnología.....	54
Distribución de la Planta .....	58
Distribución de la planta.....	59
Materia Prima .....	59

Detalle de materia prima.....	59
Organigrama de la Empresa .....	61
Mano de Obra Requerida.....	61
Descripción de los sueldos .....	62
Misión.....	62
Perfiles y Descripción del Puesto .....	63
CAPITULO IV .....	68
ESTUDIO FINANCIERO.....	68
Inversión en muebles y enseres .....	68
Gastos operacionales .....	72
Remuneración personal .....	73
Depreciaciones.....	73
Inversión inicial .....	74
Financiamiento .....	76
Tabla de amortización .....	76
Costo de producción y ventas.....	77
Costo unitario .....	78
Ingresos anuales proyectados .....	80
Estados financieros .....	81

Flujo de efectivo .....	84
Punto de equilibrio .....	85
Evaluación financiera .....	87
TMAR.....	87
VAN .....	88
TIR.....	88
Período de Recuperación de la Inversión (PRI) .....	89
Relación costo beneficio.....	89
Conclusiones.....	90
Recomendaciones .....	91
Referencias .....	92
ANEXOS .....	97

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Población Universo</i> .....	23
Tabla 2 <i>Segmento por edad</i> .....	24
Tabla 3 <i>Mercado Meta</i> .....	25
Tabla 4 <i>Distribución muestral</i> .....	26
Tabla 5 <i>Frecuencia de Adquisición de Ropa deportiva</i> .....	27
Tabla 6 <i>Tipo de Prenda</i> .....	28
Tabla 7 <i>Factores Importantes</i> .....	29
Tabla 8 <i>Disposición de pago</i> .....	30
Tabla 9 <i>Precio a pagar</i> .....	31
Tabla 10 <i>Importancia de Procedencia de Materiales</i> .....	32
Tabla 11 <i>Pago por producción Sostenible</i> .....	33
Tabla 12 <i>Importancia de procedencia de Materiales</i> .....	34
Tabla 13 <i>Preferencia de empresas locales</i> .....	35
Tabla 14 <i>Importancia de apoyo a empresas locales</i> .....	36
Tabla 15 <i>Disposición de recomendar</i> .....	37
Tabla 16 <i>Demanda Actual</i> .....	38
Tabla 17 <i>Demanda Proyectada</i> .....	39
Tabla 18 <i>Competencia</i> .....	40
Tabla 19 <i>Oferta actual</i> .....	41
Tabla 20 <i>Cuadro de oferta proyectada</i> .....	42
Tabla 21 <i>Demanda insatisfecha</i> .....	43

Tabla 22 <i>Precios de ventas totales obtenidos con inflación 1,40%</i> .....	44
Tabla 23 <i>Capacidad de producción</i> .....	51
Tabla 24 <i>Matriz de localización</i> .....	53
Tabla 25 <i>Maquinaria</i> .....	54
Tabla 26 <i>Detallado de materia prima</i> .....	60
Tabla 27 <i>Manual de funciones Gerente</i> .....	63
Tabla 28 <i>Manual de funciones Supervisor</i> .....	64
Tabla 29 <i>Manual de funciones Asistente Administrativo</i> .....	65
Tabla 30 <i>Manual de funciones Operadores</i> .....	66
Tabla 31 <i>Manual de funciones Abogado</i> .....	67
Tabla 32 <i>Descripción detallada de muebles y enseres</i> .....	68
Tabla 33 <i>Descripción detallada de maquinaria y equipos</i> .....	69
Tabla 34 <i>Descripción detallada de equipos de oficina</i> .....	70
Tabla 35 <i>Descripción detallada de equipos de computación</i> .....	71
Tabla 36 <i>Gastos operacionales: administrativos y de ventas</i> .....	72
Tabla 37 <i>Remuneración personal</i> .....	73
Tabla 38 <i>Depreciación anual</i> .....	74
Tabla 39 <i>Inversión</i> .....	75
Tabla 40 <i>Descripción de la inversión requerida</i> .....	76
Tabla 41 <i>Amortización del préstamo</i> .....	76
Tabla 42 <i>Costos unitarios por producto</i> .....	77
Tabla 43 <i>Costos unitarios</i> .....	78
Tabla 44 <i>Precios de venta de los productos, con cálculo de inflación en un 1,40%</i> .....	79

Tabla 45 <i>Resumen de ventas</i> .....	80
Tabla 46 <i>Estado de resultado proyectado 5 años</i> .....	81
Tabla 47 <i>Balance general proyectado</i> .....	83
Tabla 48 <i>Flujo y payback</i> .....	84
Tabla 49 <i>Punto de equilibrio</i> .....	85
Tabla 50 <i>TMAR</i> .....	87
Tabla 51 <i>Retorno de inversión y VAN</i> .....	88

## ÍNDICE DE FIGURAS

Ilustración 1 <i>Frecuencia de Adquisición de Ropa deportiva</i> .....	27
Ilustración 2 <i>Tipo de Prenda</i> .....	28
Ilustración 3 <i>Factores Importantes</i> .....	29
Ilustración 4 <i>Disposición de pago</i> .....	30
Ilustración 5 <i>Cantidad Dispuesta a pagar</i> .....	31
Ilustración 6 <i>Importancia de Procedencia de Materiales</i> .....	32
Ilustración 7 <i>Pago por producción Sostenible</i> .....	33
Ilustración 8 <i>Importancia de procedencia de Materiales</i> .....	34
Ilustración 9 <i>Preferencia de empresas locales</i> .....	35
Ilustración 10 <i>Importancia de apoyo a empresas locales</i> .....	36
Ilustración 11 <i>Disposición de recomendar</i> .....	37
Ilustración 12 <i>Demanda</i> .....	39
Ilustración 13 <i>Oferta proyectada</i> .....	42
Ilustración 14 <i>Demanda insatisfecha</i> .....	43
Ilustración 15 <i>logo de la empresa</i> .....	48
Ilustración 16 <i>Flujograma del proceso de Producción</i> .....	50
Ilustración 17 <i>Macro localización</i> .....	52
Ilustración 18 <i>Micro localización</i> .....	54
Ilustración 19 <i>Distribución de planta</i> .....	59
Ilustración 20 <i>Organigrama</i> .....	61
Ilustración 21 <i>Punto de equilibrio</i> .....	86

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo A <i>Cuestionario</i> .....	97
Anexo B <i>Ratios financieros</i> .....	100
Anexo C <i>Realización de encuestas</i> .....	102

## **INFORMACIÓN GENERAL**

### **Título del Proyecto:**

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE CONFECCIÓN DE ROPA DEPORTIVA EN EL SUR DEL DMQ SECTOR GUAMANI”

**Fecha de inicio:** Octubre 2024

**Fecha de finalización:** Marzo 2025

### **Lugar de ejecución:**

QUITO-PICHINCHA

### **Facultad que auspicia:**

Ciencias Administrativas y Económicas

### **Carrera que auspicia:**

Administración de empresas.

### **Proyecto vinculado (si corresponde):**

Proyecto de la Carrera

### **Equipo de Trabajo:**

**Tutora:** Dra. Salguero Barba Nelly Germania

CC. 0501461107

**Estudiante:** Cando Guala Jefferson Romario

CC. 1726934258

### **Área de Conocimiento:**

Ciencias Administrativas.

### **Línea de investigación:**

Administración y economía para el desarrollo sostenible de las organizaciones.

### **Sub líneas de investigación de la Carrera (si corresponde):**

Gestión e innovación empresarial

## INTRODUCCION

### **Idea de negocio**

La ciudad de Quito, capital de Ecuador, no es ajena a esta tendencia. Como centro urbano en constante crecimiento y con una población activa y dinámica, ofrece un escenario propicio para el establecimiento de una microempresa dedicada a la confección de ropa deportiva (Rojas Román, 2024). Además, el sur de la ciudad se ha posicionado como una zona de gran potencial para el desarrollo empresarial, con una creciente concentración de comercios y una demanda en aumento de productos y servicios de calidad (Segura Solórzano y Calvo Rubí, 2022).

La idea de negocio nace de la necesidad de los habitantes del Sur de Quito, quienes han adoptado un estilo de vida más activo y saludable, por lo cual se analiza crear una microempresa especializada en la confección y venta de ropa deportiva sostenible en el sur de la ciudad de Quito, Ecuador. El producto ofrecido serán prendas deportivas de alta calidad que combinan funcionalidad, comodidad y diseño innovador, elaboradas con materiales ecológicos como poliéster reciclado y algodón orgánico. Las características de estas prendas incluyen telas transpirables, resistencia al desgaste, adaptabilidad a diferentes actividades físicas y estilos modernos que reflejan las tendencias actuales.

Además de la producción, la empresa distribuirá y comercializará los productos confeccionados, tratando de crear una marca que se consolide dentro del mercado y promocionando sus productos dentro de las Ligas Barriales, Instalaciones deportivas, Instituciones Educativas del Sur Quito.

La empresa se ubicará en un lugar estratégico del Sur de Quito, También, se aprovechará la popularidad de las Ligas barriales dentro del sector y de la ciudad para atraer posibles consumidores, brindando productos que no solo satisfacen sus necesidades funcionales y estéticas, sino que también contribuyen al cuidado del medio ambiente y promueven un estilo de vida activo y saludable.

## **Planteamiento del problema.**

La creación de una microempresa dedicada a la confección de ropa deportiva en el sur de Quito no solo busca satisfacer una demanda insatisfecha, sino también contribuir al desarrollo económico local, las microempresas desempeñan un papel crucial en la economía de Ecuador, generando empleo y promoviendo el desarrollo de habilidades en la comunidad, sin embargo para asegurar el éxito y la sostenibilidad de tal empresa, es esencial realizar un estudio de factibilidad que evalúe aspectos como la demanda del mercado, los recursos necesarios, las estrategias de producción y comercialización, y la viabilidad financiera.

La industria textil en el Ecuador es un pilar fundamental de la economía nacional, En un país de 17,6 millones de personas, según el Banco Mundial en 2020, el mercado de la moda genera un consumo anual de aproximadamente 3.365 millones de dólares, se caracteriza por su dinamismo y su impacto en el empleo ,de acuerdo con el instituto de estadística y censo (INEC),la industria textil genera 158.000 empleos directos posicionándose como el segundo de mayor generación de empleo dentro del sector manufacturero ,solo por detrás de la industria de alimentos y bebidas, sin embargo en 2020 ,la pandemia de COVID-19 provoco la perdida de cerca de 10.000 puestos de trabajo en esta área. (INEC, 2020)

La industria textil en la economía ecuatoriana es muy importante, ya que su aportación es del 5,9% del PIB del sector industrial y el 0,8% del PIB nacional, según los datos del Banco Central del Ecuador en 2020, sin embargo, en los últimos años, su participación en el PIB nacional ha oscilado entre el 1% y el 1,1%, a pesar de esto en 2020 experimentó una caída llegando a un 0,8% como consecuencia de la crisis generada por la pandemia global. (BCE , 2020)

Según el (INEC, 2016),en la Ciudad de Quito 1,3 millones de personas mayores a 12 años mantienen en estilo de vida ligada al deporte, de tal, manera el 53% practica algún tipo de deporte. Las personas en su gran mayoría recurren a lugares públicos como parques y áreas de recreación, la industria de la ropa deportiva tiene la gran oportunidad de satisfacer la demanda del mercado, teniendo en cuenta los datos mostrados por el INEC que el 53% de las personas participan y practican algún tipo de actividad deportiva.

Un estudio realizado en el Ecuador determinó que el 52% de los ecuatorianos empezó a hacer ejercicio realizar ejercicio diariamente o una vez a la semana, lo que provocó un

incremento en la demanda de ropa deportiva, además el informe señala que el mercado de ropa deportiva en el Ecuador creció aproximadamente un 15% en los últimos dos años, otro dato relevante es que el 60% de los consumidores prefiere adquirir ropa deportiva de marcas nacionales, debido a su relación calidad -precio en comparación con marcas nacionales. (Primicias, 2021)

Tomando en cuenta, el objetivo número 8 de las (ODS) Objetivos de Desarrollo Sostenible el cual nos habla del trabajo decente y crecimiento económico objetivos de la creación de una microempresa dedicada a la confección de ropa deportiva en el sur de Quito no solo busca satisfacer una demanda insatisfecha, sino también contribuir al desarrollo económico local. Las microempresas desempeñan un papel crucial en la economía de Ecuador, generando empleo y promoviendo el desarrollo de habilidades en la comunidad. Sin embargo, para asegurar el éxito y la sostenibilidad de tal empresa, es esencial realizar un estudio de factibilidad que evalúe aspectos como la demanda del mercado, los recursos necesarios, las estrategias de producción y comercialización, y la viabilidad financiera.

En este contexto, el presente proyecto de tesis se enfoca en evaluar la factibilidad para la estructuración de una microempresa dedicada a la confección de prendas deportivas en el sector de Guamaní, se pretende analizar tanto las oportunidades como los desafíos presentes en el entorno económico y social, con el fin de diseñar un plan de negocio sólido y viable que permita la implementación exitosa de la microempresa, este análisis incluye la investigación de mercado, el estudio de la competencia, la evaluación de costos y beneficios, y la identificación de las mejores prácticas en la industria de la confección deportiva.

Este estudio busca proporcionar un análisis exhaustivo que no solo justifique la creación de la microempresa, sino que también identifique estrategias clave para su desarrollo exitoso, asegurando que contribuya de manera efectiva a la comunidad y al mercado de ropa deportiva en Quito y, potencialmente, en extensiones más amplias del mercado nacional.

## **Formulación del problema**

¿Es viable establecer una microempresa de confección de ropa deportiva en el sur de Quito que sea económicamente rentable?

## **Objetivo general**

Desarrollar un estudio de factibilidad para establecer una microempresa dedicada a la confección de ropa deportiva en el sector Guamaní.

## **Objetivos específicos**

- Establecer la base teórica de proyecto de factibilidad e importancia.
- Desarrollar el estudio de mercado y estudio técnico para la empresa de confección de ropa deportiva.
- Realizar un estudio financiero que determine la viabilidad de este negocio

## **Justificación**

El sector de Guamaní, cuenta con una escasa presencia de empresas confeccionadoras de ropa deportiva lo que provoca que la gente se movilice a sectores céntricos de la capital a confeccionar sus distintas prendas deportivas para la práctica de actividades físicas, por esta razón se ha decidido plantear el presente proyecto de factibilidad que nos ayude a determinar la factibilidad de crear una microempresa de ropa deportiva en sector , con el presente proyecto se desea minimizar la movilidad de las personas las cuales encontraran productos de calidad sin tener que movilizarse a dentro de la ciudad .

El propósito del estudio es analizar la estructura del mercado en el sector de Guamaní, cómo puede influir en el desarrollo de un nuevo proyecto de confección y comercialización de ropa deportiva, tomando en cuenta que el sector Guamaní ha presentado un crecimiento poblacional , el cual ha tomado conciencia de mantener un estilo de vida activa y saludable, nuestra idea de negocio enfoca nuestros productos en personas jóvenes deportistas, el sector cuenta con varios lugares recreativos y deportivos como Parques, Ligas barriales, Institutos, Gimnasios lo que hace indispensable la adquisición de prendas deportivas funcionales que

ayuden a la práctica de todo tipo de deportes.

La característica de los productos de la empresa propuesta busca producir ropa deportiva de alta calidad utilizando materia prima nacional, como tela, hilos y elásticos, para ofrecer productos a precios accesibles y satisfacer las necesidades de los clientes. Este enfoque no solo pretende superar la competencia en el mercado local, sino también impulsar el desarrollo económico del país al generar empleo, reducir la migración y fortalecer la industria textil ecuatoriana.

Al comprender la demanda específica de la población en Guamaní, el estudio busca asegurar que la empresa pueda adaptarse a las expectativas del mercado y contribuir a un mejor nivel de vida para sus trabajadores.

## CAPITULO I

### 1. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA Y METODOLÓGICA

#### 1.1 Antecedentes

Para darle mayor sustento a la investigación ubicaremos investigaciones realizadas anteriormente relacionadas con este tema.

(Villagómez, 2021) realizó la investigación titulada “PROYECTO PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA DEPORTIVA EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA” para optar el Título Profesional de Ingeniero estadístico, tuvo como objetivos elaborar un proyecto para la creación de una microempresa de confección y comercialización de ropa deportiva en la ciudad de Riobamba para jóvenes y adultos entre la edad de 15 a 44 años, ofreciendo varios diseños, calidad y servicio eficiente a la población. Cuya metodología es cuantitativa y se aplicó la encuesta como instrumento y el cuestionario como herramienta para la obtención de información, en base a la información recolectada de 383 personas encuestadas. Cuyas conclusiones con el estudio de mercado se analizó la demanda insatisfecha la cual se desea cubrir por medio de este emprendimiento que debe estar sujeto a constantes cambios en sus gustos y preferencias influenciados por la moda, los temas de salud y los estilos de vida.

(Chipantiza, 2020) realizó la investigación titulada “CREACIÓN DE UNA LÍNEA DE ROPA DEPORTIVA PARA DAMAS DE TALLA PLUS EN LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA” Trabajo de titulación en la modalidad emprendimiento previo a la obtención del Título de Licenciadas de Empresas, tuvo como objetivos El objetivo de esta investigación es introducir un producto que revolucione el mercado de ropa deportiva que se centra en las mujeres de tallas promedio, dejando de lado completamente a las mujeres de tallas superiores o tallas plus, se ha propuesto introducir este proyecto en un sector estratégico como es la provincia de Tungurahua, ya que es bien conocida por ser la provincia con más comercio textil. Cuya metodología es la investigación ,la cual se llevó a cabo utilizando un enfoque numérico, con el objetivo de probar la viabilidad del proyecto , a partir de los datos obtenidos de 383 encuestas .La conclusiones extraídas sirven para evidenciar la viabilidad del proyecto y se

mostraron indicadores financieros que aclara la legitimidad considerando tres escenarios: uno real, otro optimista y otro pesimista. Como recomendación se sugirió que el presente proyecto sea desarrollado en puntos clave.

(Michelle, 2021) realizaron la investigación titulada “PROYECTO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA MICROEMPRESA DE ROPA DEPORTIVA “ALMY’S”, CONFECCIONADO CON TEXTILES ANTIFLUIDOS EN EL CANTÓN HUAQUILLAS” para optar el Título Profesional de Ingeniería en gestión empresarial, tuvo como objetivos general se desarrolla un estudio de prefactibilidad para la creación de la microempresa de ropa deportiva y como objetivos específicos se muestra los siguientes: Determinar la oferta y demanda existente en el cantón Huaquillas a través de un estudio de mercado. Reconocer los métodos de producción, la magnitud del proyecto, los recursos y materiales requeridos para establecer la microempresa. La metodología adoptada es de tipo cuantitativo, empleado la encuesta como técnica, se encuestó a 379 personas con edades entre 15 y 39 años, de un total de 20.384 en Huaquillas. Cuya conclusión es que el periodo de recuperación de la inversión es de dos años ocho meses lo cual se refleja la solvencia y viabilidad financiera para ponerlo en marcha, contando con beneficios que faculta el crecimiento del actual proyecto.

(Carrillo, 2013) realizó la investigación titulada “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE UNA DISTRIBUIDORA DE ROPA DEPORTIVA EN LA CIUDAD DE AMBATO” Tesis previa a optar por el título de Ingeniero Comercial, tuvo Definir los criterios para enfrentar el análisis de la organización, aspectos legales, ambientales, fiscales, así como las consecuencias económicas en los resultados de la evaluación. Cuya metodología es cuantitativa y se aplicó la encuesta como técnica y el cuestionario como instrumento para la obtención de información, en conclusión, tomado como base los resultados de los estudios efectuados por el estudiante se concluye finalmente que es factible la creación de una empresa distribuidora de uniformes deportivos internos, ya que con la implementación de esta organización se generara rentabilidad para sus asociados.

## **1.2 Fundamentación Epistemológica**

### **1.2.1 Proyecto de factibilidad**

(Luna, 2001), define proyecto de factibilidad “como la posibilidad de llevar a cabo un proyecto de producción y este cuente con éxito”. Es decir, este tipo de estudio es importante para reconocer que cualquier proyecto, ya sea individual o grupal, se debe tratar como una empresa, lo cual implica adoptar comportamientos y criterios que favorezcan la sostenibilidad, como el ahorro, la generación de excedentes y la inversión.

El objetivo del proyecto de factibilidad es determinar si un producto o servicio es viable y cuantificar el éxito, el estudio de factibilidad en su gran mayoría podría abarcar diversos aspectos, como el estudio de mercado, estudio técnico, el análisis financiero, el análisis legal, el análisis ambiental entre otros.

(Chaves, 2001), Menciona que el estudio de factibilidad se emplea para recopilar información clave sobre el desarrollo de un proyecto con el fin de tomar la decisión más adecuada. Este análisis es esencial cuando no se cuenta con una justificación económica clara para el sistema, hay un alto riesgo en términos tecnológicos, operativos o legales, o cuando no existe una opción de implementación definida.

El propósito fundamental de este proyecto de factibilidad es evaluar si un proyecto puede llevarse a cabo con éxito y tiene posibilidades de triunfar. Este estudio abarca diferentes áreas clave, como el análisis del mercado, los aspectos técnicos, financieros, legales y ambientales, para asegurarse de que el proyecto sea viable desde todos los ángulos.

#### **1.2.1.1 Fases del Proyecto de factibilidad**

- **Estudio de Mercado**

(Zendesk, 2023) Define al estudio de mercado como una herramienta de marketing que facilita la recolección de información, la cual es luego analizada y procesada con métodos estadísticos para determinar si un producto o servicio será aceptado en el mercado y cuáles podrían ser sus dificultades. Este tipo de investigación ayuda a los administradores a obtener datos relevantes para tomar decisiones informadas al lanzar nuevos productos o propuestas al mercado actual.

Un estudio de mercado consiste en el proceso de reunir y examinar datos sobre un mercado en particular, este análisis consiste en obtener información precisa de un tipo de mercado, los posibles consumidores y competidores, lo que puede asistir a las empresas en la realización de decisiones más acertadas relacionadas con sus bienes o servicios.

- **Importancia del estudio de Mercado**

(García, 2018) El estudio de mercado es una herramienta esencial para la toma de decisiones en las empresas, ya que les proporciona información detallada sobre las demandas y preferencias de los consumidores, así como sobre las tendencias actuales del mercado. Además, les permite analizar el comportamiento de la competencia y detectar nuevas oportunidades de negocio. Al contar con estos datos, las empresas pueden desarrollar estrategias más efectivas y alineadas con las necesidades del mercado, lo que les permite mejorar su posicionamiento y aumentar las probabilidades de éxito en sus iniciativas.

El estudio de mercado es una herramienta importante para la toma de decisiones empresarial, ya que esto permite que las empresas obtengan información valiosa sobre las necesidades y preferencias que los consumidores adoptan, las tendencias de mercado, las competencias y las oportunidades de negocio.

### **Elementos del estudio de mercado**

#### **a) Producto**

(Miryan, 2024) Un producto se define como cualquier cosa que se ofrece en el mercado para ser adquirida, utilizada o consumida, y que tiene la capacidad de satisfacer una necesidad o deseo, en líneas generales los servicios se distinguen de los productos tangibles porque no son elementos físicos que se pueden adquirir o guardar. Por otro lado, los servicios dependen de la destreza y conocimiento de quienes los ofrecen, y a menudo lo requieren una conexión directa con el consumidor o usuario.

Los bienes son artículos físicos que se pueden tener y guardar, de los cuales se pueden tener o guardar, de los cuales se puede obtener algún tipo de ganancia financiera. Por otro lado, los servicios se fundamentan en la habilidad y el conocimiento de quienes los ofrecen, y generalmente requieren una relación con el cliente o usuario.

## **b) Población**

Según (Narvaez, 2023) La población se define como el conjunto completo de unidades de análisis dentro de un fenómeno de estudio, que incluye todas las entidades que participan en ese fenómeno y que deben ser cuantificadas para un estudio específico. Este conjunto, denominado población, abarca todas las entidades que poseen una característica común relacionada con la investigación. En conclusión, la población alude al conjunto completo de personas o elementos que poseen las cualidades que se están examinando.

La población es el conjunto de individuos o entidades que conviven y comparten las características las cuales ayudan al momento de una investigación son fundamentales.

## **c) Muestra**

De acuerdo a (Hernandez, 2006) , la muestra es un subconjunto de la población, que comparte las mismas características del grupo más amplio. Elegir una muestra adecuada es crucial, ya que en muchos casos es complicado o inviable analizar a toda la población. Por eso, se recurre a una muestra para obtener información relevante. Si está bien diseñada y es representativa, puede ofrecer una estimación precisa de la población general, optimizando tanto el tiempo como los recursos necesarios para recolectar los datos.

Muestra es el conjunto simplificado que se calcula de una población universo la cual es importantes al momento de realizar un estudio el cual ayuda reducir el número de personas a encuestar o investigar sus hábitos y preferencias al momento de la determinación de un proyecto de investigación.

## **d)Análisis de la demanda**

(Torres, 2023) El análisis de la demanda consiste en evaluar cuánta cantidad de un bien o servicio los consumidores están dispuestos y tienen la capacidad de adquirir a distintos niveles de precio. Este análisis es clave dentro del estudio de mercado y ofrece datos valiosos para apoyar la toma de decisiones en el ámbito empresarial.

El estudio de la demanda implica valorar la cantidad de bienes de bienes o servicios que los consumidores están dispuestos a comprar, este estudio es muy esencial para la investigación de mercado ya que ofrece datos significativos para la toma de decisiones de el negocio.

### **e) Análisis de la oferta**

Según (Alvarado & Damián, 2015), el objetivo del análisis de la oferta es identificar y medir la cantidad y las condiciones bajo las cuales una economía está dispuesta o es capaz de proveer bienes o servicios al mercado. Por lo tanto, examinar la oferta significa considerar en número de ofertantes en el mercado y su capacidad de fabricación del producto.

El análisis de la oferta es importante ya que mediante este podemos determinar los ofertantes y la oferta que hay en el mercado y así tomar la mejor decisión al momento de buscar una ubicación idónea de la empresa.

### **f) Demanda potencial insatisfecha**

De acuerdo con (STATISTICS EASILY, 2024), la necesidad no satisfecha se refiere a la diferencia entre el interés por un producto o un servicio y la cantidad que realmente se encuentra en el mercado. Este término es fundamental en diferentes áreas, como la economía, el marketing y la interpretación de datos, ya que permite a las empresas reconocer oportunidades para su expansión e innovación.

Demanda insatisfecha se refiere al servicio o producto que las empresas ya consolidadas no abarcan, la demanda potencial insatisfecha es importante ya que nos ayudan a tener una visión más clara al momento de producir o crear un servicio que cumpla las expectativas de los posibles clientes.

### **g) Precio**

(Porto, 2022) El precio, a nivel conceptual, expresa el valor del producto o servicio en términos monetarios. Los recursos, el periodo de elaboración, la inversión en tecnología y la rivalidad existente en el mercado son algunos de los elementos más importantes que ayudan a la determinación del costo.

El precio es una variable fundamental en la toma de decisiones ya que es el nivel conceptual como el cual se efectuará el intercambio de los bienes que se desean vender, esto expresa el valor del producto o servicio el cual es importante para determinar la rentabilidad y el éxito de una empresa

## **h) Encuesta**

Según (Concepto, 2024) Las encuestas son un tipo de instrumentos de recopilación de información, que consisten en un conjunto prediseñado de preguntas normalizadas, dirigidas a una muestra socialmente representativa de individuos, con el fin de conocer sus opiniones o visiones respecto de alguna problemática o asunto que les afecta.

Las encuestas son instrumentos que nos ayudan a la recopilación de información, esto básicamente se lo realiza con instrumentos validados y dirigidos a una muestra de la población definida, las encuestas son importantes ya que ayuda a tener una visión clara con respecto a asuntos que los afecta.

### **1.2.2 Estudio Técnico**

(Intecplan, 2022) Es la parte del proyecto en donde se definen los métodos, técnicas, y tecnología empleados para lograr la producción de los bienes o servicios que se van a comercializar. Si la investigación de mercado establece que el volumen de tus ventas, en la parte técnica se explicara el método de producción que se utilizara para la empresa.

El análisis técnico exhaustivo ofrece una inspección minuciosa de los elementos técnicos implicados en un concepto, plan o proyecto. Se trata de una revisión meticulosa de las especificaciones técnicas, los medios y las necesidades para ejecutar el proyecto de forma eficaz y que esto sea fundamental en la producción.

#### **1.2.2.1 Elementos del estudio técnico**

##### **a) Producto**

A diferencia del autor mencionado anteriormente, (Quiroa, 2024) define "Un producto económico es el resultado final de un proceso de producción dentro de una empresa. Todo lo que se produce o resulta del proceso de producción es considerado un producto". Desde el enfoque económico, se considera como tal a todo aquello que se poder comercializar o canjear en el mercado.

Por ejemplo, un proyecto menor puede necesitar menos tiempo y recursos, mientras que uno mayor envergadura y más complicado exigirá una mayor cantidad de recursos, así como una mayor organización y una logística más minuciosa.

## **b) Localización**

La ubicación ideal podría llegar a ser muy importante en el éxito del proyecto, ya que esto ayuda a reducir costos, mejorar la eficiencia de la producción, y facilita el acceso de clientes, por lo tanto, ayuda a garantizar el cumplimiento de las normativas laborales.

La ubicación de un negocio puede llegar a ser decisiva para el éxito o fracaso de una empresa, debido a aspectos como la viabilidad de la empresa, la facilidad de acceso y el efecto en los gastos de distribución, entre otros. Es importante señalar que la ubicación influye significativamente en la rentabilidad y en la viabilidad económica de la empresa.

## **c) Macro localización**

(Helmut Sy Corvo, 2021) define la macro-localización de un proyecto consiste en decidir la región más ventajosa para ubicar una empresa o negocio; describe la zona geográfica donde se encontrará proyecto. el sitio debe ser seleccionado considerando varios aspectos, tomando en cuentas las ventajas que surgen de la combinación de los elementos involucrados.

La macro localización se enfoca en el análisis técnico relacionado con la elección de una zona geográfica para situar el proyecto, negocio o instalación teniendo en cuentas aspectos como la accesibilidad a los recursos.

## **d) Micro localización**

(Santoyo, 2019) sostiene que la micro-localización tiene como objetivo realizar el estudio que permita definir la localidad en que se tenga el lugar exacto en el que se deba ubicar la planta (empresa), buscando que este sitio sea el que garantice la más alta rentabilidad financiera o el mayor nivel de beneficio-costos (B/C).

## **e) Ingeniería del proyecto**

Según la organización de (Perez, 2022) La ingeniería de proyectos es aquella etapa en la que se definen los recursos necesarios para la ejecución de planes o tareas: máquinas y equipos, lugar de implantación, tareas para el suministro de insumos, recursos humanos, obras complementarias, dispositivo de protección ambiental, entre otros. En síntesis, ingeniería de proyectos es un análisis técnico fundamental para lograr el éxito de un proyecto, ya que ayuda a detectar problemas técnicos y sugiere soluciones pertinentes.

### **f) Flujoograma de procesos**

(Alban y otros, 2014) señalan que los diagramas de flujo, también conocidos como flujoogramas, son representaciones gráficas de actividades que se conectan mediante flechas, las cuales siguen una secuencia determinada. En otras palabras, un flujoograma sirve como un recurso valioso para representar y entender el orden del procedimiento y el sistema, lo cual puede llegar a aumentar la eficiencia y eficacia de producción alcanzando mejores resultados.

El diagrama de flujo es un recurso útil para la representación y comprensión del orden de un proceso o sistemas, lo que puede ayudar a optimizar recursos y garantizar la producción.

### **g) Maquinaria y equipo**

(SICMA, 2023) define la maquinaria como "máquinas y equipos utilizados por un fabricante en una planta de manufactura. Otro concepto de la maquinaria es cualquier dispositivo mecánico, eléctrico o electrónico diseñado y utilizado para realizar alguna función y producir un determinado producto."

La maquinaria y equipo son componentes cruciales en el proceso de producción y frecuentemente demandan una inversión significativa de capital. Igualmente, es importante llevar a cabo el mantenimiento y las reparaciones de forma periódica para así garantizar su correcto funcionamiento y prolongar la vida útil de los instrumentos, de este modo, la supervisión y el cuidado de la maquinaria es esencial para la correcta producción de la empresa.

### **h) Distribución de la planta**

(Euroinnova Online Education, 2024) señala que "la distribución en planta se define como la organización física de los elementos que componen la empresa, y no se limita únicamente a ubicar las máquinas, los bancos de trabajo, las estanterías, etc." El objetivo de la distribución de la planta es mejorar las condiciones de los trabajadores y evitar el embotellamiento permitiendo una mejor producción dentro de la empresa.

El objetivo fundamental de la distribución de la plantas es distribuir correctamente el espacio que cada uno de los colaboradores va a utilizar dentro de la empresa, esto ayudando a definir áreas importantes que no deberían ser llenadas con productos, esto benéfica a la producción de la empresa.

### **1.2.3 Estudio financiero**

(Anna Pérez, 2022) indica que el estudio financiero es " Es el proceso a través del que se analiza la viabilidad de un proyecto. Basándose, en los recursos financieros con los cuales disponemos y el gasto total involucrado en la producción. este análisis nos brinda la oportunidad de entender la sostenibilidad financiera del negocio o proyecto a lo largo del tiempo, en relación con la venta del artículo.

Por esta razón, el estudio financiero se centra en elementos como el capital requerido para poder poner en marcha la empresa, considerando los gastos y los costos, los ingresos previstos, el flujo de caja, los indicadores económicos, así como las amenazas y las posibilidades de expansión, también se examinan los potenciales riesgos que podría existir.

#### **1.2.3.1 Elementos de estudio financiero**

##### **1) Inversión inicial**

(Communications, 2024) la inversión inicial se define como " el dinero necesario para lanzar un proyecto. Para calcular esa cuantía, el emprendedor debe conocer cuáles son los recursos con los que cuenta y cuáles serán los gastos en los que incurrirá con su actividad comercial. En otras palabras, la inversión inicial se refiere a la cantidad de dinero que se necesita para poder comenzar con un proyecto o una empresa, estas sumas incluyen todos los costos y gastos que son necesarios para iniciar las actividades comerciales.

La inversión inicial es fundamental, ya que representa la cantidad de dinero que se necesita para poder comenzar un negocio o proyecto, esta suma incluye, todos los gastos y costos necesarios para poder iniciar operaciones, tales como como la compra de maquinaria, materia prima, alquiler del lugar, pago de los colaboradores, gastos legales y administrativos entre otros.

- **Inversión inicial fija**

(BBVA, 2024) afirman que la inversión inicial "se refiere a las compras de activos fijos, como maquinaria, que realiza una empresa durante un período, considerando tanto la inversión en nuevos equipos como la reposición de ellos". Según los investigadores, el capital se refiere a la compra de recursos que ayudan a impulsar la administración de una empresa mediante su utilización, y estos recursos son esenciales para realizar las tareas comerciales.

Estos recursos se los clasifica como “fijos” ya que no se anticipan que sean vendidos o transformados en efectivo a corto plazo, los bienes intangibles incluyen todos los recursos que la empresa posee y que son cruciales para su efectiva operación.

### **Inversión diferida**

(Reguera Eduardo, 2024) señala que las inversiones diferidas son " La inversión fija se refiere a los gastos que una empresa realiza para adquirir activos que se utilizarán durante un largo período de tiempo en la producción de bienes o servicios. Estos bienes son clasificados como permanentes ya que no se anticipa la venta o cambio en un futuro inmediato. los activos no son tangibles incluyen todos los recursos que la compañía tiene y que son esenciales para su operación, como derechos de propiedad intelectual.

La inversión diferida son activos intangibles que constituyen todos los bienes que poseen las empresas tales como inversión, marcas, diseños y modelos comerciales.

- **Capital de trabajo**

(Guillermo , 2022) sostiene que el capital de trabajo es " El capital de trabajo es una magnitud contable referida a aquellos recursos económicos con los que cuenta una empresa dentro de su patrimonio para afrontar compromisos de pago en el corto plazo y relacionados con su actividad económica".

Por lo cual, el capital de trabajo es crucial para el funcionamiento de una empresa, ya que permite llevar a cabo las operaciones diarias de manera eficiente y sin interrupciones. Si una empresa no dispone de suficiente capital de trabajo, podría enfrentar dificultades para pagar a sus proveedores o cumplir con sus obligaciones financieras, lo que afectaría su capacidad para operar y generar ganancias.

## **2) Estados financieros**

(Siigo, 2022) señala que los estados financieros son " Los estados financieros son los documentos más importantes dentro de una empresa, ya que estos son el estado económico y cumplen con el objetivo de brindar un balance o una visión general de la entidad. ". Estos documentos reflejan la situación económica de la organización y son esenciales para evaluar su rentabilidad.

Los estados financieros son documentos que toda empresa debe preparar al finalizar los ejercicios contables, todos estos documentos representan la situación económica que son imprescindibles para determinar su rentabilidad.

- **Estado de pérdidas y ganancias**

(Kluwer, 2023) define el estado de pérdidas y ganancias " La cuenta de pérdidas y ganancias también se conoce como cuenta de resultados, o cuenta PyG. Es un texto que nos permite entender rápidamente en que estado se halla la situación actual de la empresa.

El estado de perdidas y ganancias es el reporte financiero mas relevante en la contabilidad financiera, porque este indicara las actividades que facilitan la comprensión de los recursos empresariales.

### **Balance general**

(Communications, 2024) describe el balance general como un "documento contable financiero que refleja la situación económica y patrimonial de la empresa en una fecha determinada; lo que en términos contables se conoce como imagen fiel". Este informe detalla los activos, pasivos y patrimonio de la empresa.

El balance general nos permite conocer la situación económica en la que se encuentra la empresa, este documento detalla los activos, pasivos y el patrimonio de la empresa.

- **Flujo de caja**

(Myriam Kiziryan, 2024)menciona que el flujo de caja " El flujo de caja neto es la diferencia entre los ingresos y los gastos de una empresa, es un indicador que nos indica si la compañía está obteniendo los recursos suficientes para saldar sus obligaciones y, por consiguiente, si goza de salud financiera favorable, el flujo de caja divide los ingresos y los egresos en efectivo en el lapso estudiado.

Podemos describir el flujo de caja como un informe de caja como un informe financiero que diferencia los ingresos en efectivo a lo largo de un periodo de tiempo.

### **Indicadores financieros de economía**

(Mundi, 2022) Los indicadores financieros son una herramienta con la que las empresas pueden realizar un análisis financiero de la situación del negocio en un determinado periodo. Ayudan a llevar a cabo comparaciones y hacer elecciones estratégicas en el área de finanzas y economía

El análisis de un proyecto tiene que fundamentarse en la revisión de las cuatro matrices: Valor actual neto, tasa interna del retorno, plazo de recuperación de la inversión y la relación costo-beneficio, todo ello vinculado al flujo de caja.

- **Valor actual neto (VAN)**

(Puro MKT, 2024) define el VAN como " es el valor que expresa todos los flujos de efectivo futuros (positivos y negativos) al momento presente para analizar una inversión. Este estudio representa un método de evaluación interna y se aplica comúnmente en el ámbito de las finanzas y la contabilidad para establecer el valor de una empresa, seguridad de una inversión, un proyecto de capital, un programa de ahorros de costos y cualquier aspectos relacionados con el flujo de efectivo, el valor actual neto es una herramienta valiosa para medir la viabilidad de un proyecto o inversiones a largo plazo, considerando los flujos de efectivo venideros modificados por la tasa de descuento o el costo anual capital.

### **Tasa interna de retorno (TIR)**

( UNIR Colombia, 2024) la tasa interna de retorno (TIR) "La TIR es un indicador financiero que mide la rentabilidad potencial de una inversión. En esencia, este te indica cuánto dinero habrás de ganar o perder con una inversión en clave de porcentaje. Para calcular la TIR, necesitas saber las cantidades de dinero que obtendrás de la inversión. Si la TIR es mayor a cero, ganarás; de lo contrario, perderás." Por lo tanto, la tasa interna de retorno nos representa el interés o la rentabilidad que proporciona una inversión, En otras palabras, se relaciona con el porcentaje de beneficios y y pérdidas que la inversión obtendrá del capital no esperado del proyecto

### **Costo de Capital o Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR)**

( Helmut Sy Corvo, 2023), se debe tomar en cuenta que "La TMAR generalmente se determina al evaluar las oportunidades existentes en la expansión de las operaciones, la tasa de rendimiento de las inversiones y otros factores que la gerencia considere relevantes."

Por consiguiente , la tasa interna de retorno es comúnmente utilizada en finanzas y contabilidad para establecer el valor de las compañías , la seguridad de una inversión , un emprendimiento , un plan de ahorros de costo ,y cualquier aspecto que incluya flujo de efectivo .el valor actual neto es un recurso valioso para analizar la viabilidad de una inversión o proyecto a largo plazo ,considerando los flujos de efectivos futuros modificados por la tasa de descuento y determinar si el rendimiento esperado justifica el riesgo asumido .

### **Metodología empleada**

#### **Fuente de información**

##### ***Fuentes de información primarias***

Las fuentes de información primaria necesarias para la investigación incluyen encuestas. Estas herramientas son fundamentales para recopilar los datos esenciales para el desarrollo del proyecto de factibilidad. Serán utilizadas para obtener información que respalde el progreso del proyecto conocer sus inclinaciones y las preferencias de los clientes. Específicamente, se utilizarán encuestas las cuales serán empleadas para recolectar datos pertinentes aplicables con información relacionada con el proyecto en específico.

##### ***Fuentes de información secundarias***

Las referencias de información secundaria incluirán a organizaciones como el INEC y el ministerio de producción, comercio exterior, inversiones y pesca. También se revisarán fuentes bibliográficas que proporcionen datos relevantes para estructurar la oferta y la demanda. Estos recursos se utilizarán para proyectar tendencias futuras y estimar la demanda potencial no satisfecha.

#### **Diseño de Investigación**

El estudio permitió descubrir información relevante que se empleó para detallar las cualidades de la demanda potencial dentro del contexto específico del proyecto de viabilidad para establecer una microempresa. esto ayuda a reconocer las expectativas de los potenciales consumidores, así, se llega a la conclusión de que la investigación posee un formato explicativo y exploratorio, con un alcance descriptivo y un enfoque cuantitativo

### ***Tipo de investigación***

**Explicativa:** La investigación que se utilizó en este proyecto es explicativa ya que nos ayuda a reconocer información importante que se emplea para describir las características del interés potencial en el marco particular del estudio de viabilidad para la creación de una microempresa de ropa deportiva

**Exploratoria:** Se utilizará una investigación exploratoria para evaluar la viabilidad de iniciar una empresa dedicada a la confección de ropa deportiva. Este enfoque de investigación proporcionará conocimientos sobre posibles estrategias, identificará variables importantes para un análisis más profundo y generará ideas para abordar los desafíos planteados por el proyecto.

**Descriptiva:** En este marco, la atención del trabajo se dirigió a llevar cabo un estudio profundo de la situación presente, permitiendo así la elaboración de una descripción minuciosa de las propiedades del proyecto de viabilidad que se analizó durante la investigación.

**Enfoque cuantitativo:** es un tipo de método de investigación que analiza elementos que son cuantificables y se pueden y se pueden medir con exactitud , así como que son específicos y descriptivos dentro del marco de un mercado , este método permitirá al investigador obtener información precisa y confiable sobre cuantos consumidores adquieren ropa deportiva , así como sobre las características demográficas del mercado ,también ayudara a establecer la adecuada capacidad de producción para la nueva empresa.

### **Métodos de investigación**

**Analítico-Sintético:** Este método divide un grupo de sus partes distintas, que son analizadas por separado y luego reunidas de nuevo, esta técnica permitirá al investigador desglosar los aspectos que forman un proyecto viable, como la investigación de mercado, el análisis técnico y la evaluación financiera, para luego reunirlos los resultados y establecer la viabilidad del proyecto.

### **Técnica de investigación**

Este método es empleado para recolectar información a través de la recopilación de datos de una población o muestra específica frente a un problema determinado, utilizando un cuestionario como herramienta principal. En este contexto, se llevó a cabo una encuesta entre los residentes del sector Guamaní, ubicado en el Sur del Distrito Metropolitano de Quito,

quienes son consumidores de ropa deportiva. Se observa que la mayoría de los compradores son jóvenes de entre 20 y 29 años, tanto hombres como mujeres, con capacidad económica y que buscan productos que sean respetuosos con el medio ambiente.

### **Instrumentos de Investigación:**

**Cuestionario:** Se planteó la elaboración de preguntas abiertas para examinar el tema en cuestión, con la meta de reunir datos que sustenten las decisiones informadas, en este marco el investigador elaboro un grupo de 11 preguntas que tocan temas relacionados a información sobre, oferta, demanda, generación de necesidades y mercadotecnia, el cuestionario fue evaluado, meticulosamente y aprobado por la Dra. Salguero Barba Nelly Germania antes de ser aplicado al público seleccionado por la toma de muestra.

### **Población**

La población para este estudio tiene como objetivo a individuos de ambos sexos con edades de 20 a 29 años población que es considerada la de mayor consumo de indumentaria deportiva y que basa su vida en medio de la practica deportiva, se consideró proyección realizada por el INEC hasta el 2030. así, el total de la población en análisis esos 12,895 individuos.

## CAPÍTULO II

### ESTUDIO DE MERCADO

#### Población universo

El grupo de interés para esta investigación estará constituido por las personas que viven en la provincia de Pichincha, en el cantón Quito, específicamente en el sur de, parroquia de Guamaní, basándose en estimación es proyectadas del INEC.

**Tabla 1.** *Población Universo*

<b>B. Parroquia Guamaní</b>	<b>N. de Habitantes</b>	<b>Porcentaje</b>
La Perla	16011	23,40%
Nueva Aurora	12343	18,04%
Guamaní Alto	11087	16,20%
Ciudadela del Ejército	8302	12,13%
El Rocío	7354	10,75%
Paquisha	4997	7,30%
La Victoria	3116	4,55%
Turumbamba de Monjas	1083	1,58%
San Vicente de Cornejo	970	1,42%
Santospamba	927	1,35%
La Trinidad	820	1,20%
José Peralta	741	1,08%
San Fernando	667	0,97%
Total	68417	100%

Fuente: INEC 2010 Proyección 2030

#### Segmentación del mercado

La segmentación implica agrupar adecuadamente la población objetivo para facilitar la recolección precisa de información en este estudio de campo, en los que se puede utilizar tres tipos distintos de segmentación.

Segmentación Geográfica: desde este enfoque , el publico objetivo del proyecto abarca a los habitantes del la provincia de Pichincha , en particular en el cantón del distrito

metropolitano de Quito , en la zona urbana del sector sur de la parroquia Guamaní , L selección de esta localidad , región y parroquia se fundamenta en el rol que cumple como zona comercial y su considerable densidad poblacional que cada año aumenta ,además se considera las condiciones climáticas del sector las cuales son moderadas lo que favorece el uso frecuente de indumentaria deportiva en el sector .

**Segmentación demográfica:** en este análisis, se empleará una estrategia de segmentación enfocada en personas que se encuentra en edades de 20 a 29 años que suelen ser los principales compradores de este tipo de indumentaria deportiva, gracias a su capacidad de adquisición económica, igualmente, se considerará a ambos sexos de la población, ya que el uso de la indumentaria deportiva estará orientado tanto a hombres como mujeres y diversos géneros.

**Segmentación psicográfica:** En la siguiente evaluación, se tomará en cuenta a la población que se compone por deportistas activos esto también tomando en cuenta las preferencias a la hora de realizar actividades físicas y deportivas brindándoles comodidad al momento de vestir y realizar sus distintas actividades.

### **Mercado Objetivo**

**Tabla 2** *Segmento por edad*

<b>Edad</b>	<b>Población</b>
De 20-24 años	6642
De 25-29 años	6253
<b>Total</b>	<b>12895</b>

**Fuente:** INEC 2010 Proyección 2030

Esta tabla 2 se refiere a la población de la parroquia Guamaní, enfocándose en personas de entre 20 y 29 años, quienes son típicamente los consumidores del producto que estamos ofreciendo.

## Mercado Meta

Tabla 3 Mercado Meta

Variable	Grupo	Cantidad
Geográfica	Parroquias de Guamaní	68417
Demográfica	Edades de 20-29	12895
Psicográfica	Deportistas activos	2350

Fuente: INEC 2010 Proyección 2030

En la tabla 3 previamente mencionada se representa varios parámetros empleados para detallar la población del proyecto, ya que abarcan características geográficas, como la población total de 65,065 habitantes de Guamaní y aspectos demográficos como la edad las cuales se consideraron a personas de 20 a 29 años que representa 12,895 personas.

## Muestra

Para la muestra se usó un muestreo aleatorio simple a través de la siguiente fórmula cálculo de la muestra:

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

Donde.

n: es el tamaño de la muestra

N: es el tamaño de la población

Z: valor correspondiendo al nivel de confianza

P: es proporción poblacional con un valor de 0,5

E: es el margen de error aceptable, siendo 0,5

Y el cálculo arrojó un resultado de 373 personas a quienes se aplicó el cuestionario

Cálculo:

$$N * z * p * q$$

$$n = e^2 * (N - 1) + z * p * q$$

$$12895 * 1.962 * 0.5 * 0.5$$

$$n = 0,052 * (12895 - 1) + 1.962 * 0.5 * 0.5$$

$$n = 373$$

La muestra consiste en 373 personas a las cuales se le llevara a cabo encuestas para obtener la información requerida

### **Distribución muestral**

Para la distribución de la muestra, se llevó a cabo el cálculo utilizando la cantidad de personas encuestas de diferentes barrios de la parroquia de Guamaní para obtener información acerca de la creación de una empresa de confección de ropa deportiva como se muestra en la siguiente tabla se muestra

**Tabla 4** *Distribución muestral*

<b>B. parroquia Guamaní</b>	<b>Numero de habitantes</b>	<b>Porcentaje</b>
La perla	87	23,32%
Nueva Aurora	67	17,96%
Guamaní Alto	60	16,09%
Ciudadela del Ejército	45	12,06%
El Rocío	40	10,72%
Paquisha	27	7,24%
La Victoria	16	4,29%
Turumbamba de Monjas	6	1,61%
San Vicente de Cornejo	6	1,61%
Santos pamba	5	1,34%
La Trinidad	5	1,34%
José Peralta	5	1,34%
San Fernando	4	1,07%
Total	373	100%

**Fuente:** Jefferson Cando

## Análisis e interpretación de datos

### 1) ¿Con qué frecuencia adquiere ropa deportiva?

Tabla 5 Frecuencia de Adquisición de Ropa deportiva

Frecuencia	Respuesta	Porcentaje
Frecuentemente	37	9.92%
Nunca	15	4.02%
Ocasionalmente	306	82.04%
Siempre	15	4.02%
<b>Total, general</b>	<b>373</b>	<b>100%</b>

Fuente: Jefferson Cando

### Análisis e interpretación

La mayoría de los encuestados adquiere ropa deportiva de manera ocasional, representando el 82.04% de las respuestas. Este alto porcentaje sugiere que la ropa deportiva es comprada principalmente en función de necesidades específicas y no de manera regular. Es probable que las compras ocasionales estén influenciadas por factores como la realización de actividades deportivas, la necesidad de reemplazar prendas desgastadas o la participación en eventos especiales que requieran este tipo de vestimenta.

Ilustración 1 Frecuencia de Adquisición de Ropa deportiva



Fuente: Jefferson Cando

## 2) ¿Qué tipo de prendas deportivas prefiere comprar?

Tabla 6 Tipo de Prenda

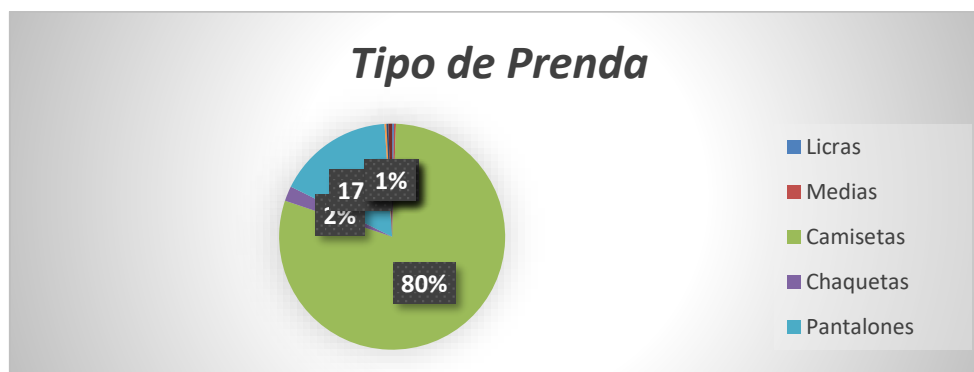
Respuesta	Frecuencia	%
Licras	1	0,27%
Medias	1	0,27%
Camisetas	297	79,62%
Chaquetas	8	2,14%
Pantalones	62	16,62%
Pantalnetas	1	0,27%
Terno completo	1	0,27%
Zapatos	2	0,54%
Total	373	100,00%

Fuente: Jefferson Cando

### Análisis e interpretación

Según los datos de la encuesta, la mayoría abrumadora de los encuestados prefiere comprar camisetas deportivas, con un notable 79.62% seleccionando esta opción. Esta alta preferencia sugiere que las camisetas son vistas como el tipo de prenda más popular y demandada entre los consumidores de ropa deportiva, posiblemente debido a su versatilidad y comodidad para diversas actividades físicas.

Ilustración 2 Tipo de Prenda



Fuente: Elaboración propia

**3) ¿Qué factores considera más importantes al elegir una prenda deportiva?  
(Seleccionar todas las opciones aplicables)**

**Tabla 7 Factores Importantes**

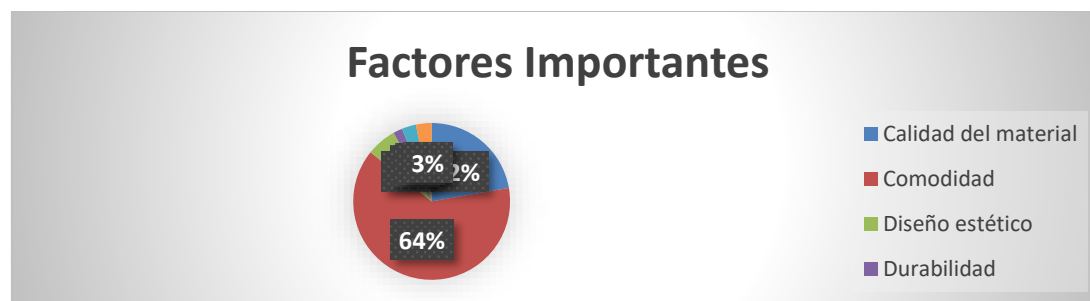
<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Calidad del material	83	22,25%
Comodidad	237	63,54%
Diseño estético	23	6,17%
Durabilidad	7	1,88%
Marca	11	2,95%
Precio	12	3,22%
Total	373	100,00%

**Fuente:** Jefferson Cando

**Análisis e interpretación**

La comodidad es el factor más importante para la mayoría de los encuestados al elegir una prenda deportiva, con un 63.54% seleccionando esta opción. Este alto porcentaje destaca la prioridad de los consumidores en encontrar ropa que les permita realizar sus actividades deportivas sin restricciones ni molestias. La importancia de la comodidad puede estar relacionada con la creciente popularidad del uso de ropa deportiva no solo para actividades físicas, sino también para el uso diario, lo que hace que la comodidad sea un atributo esencial en la elección de prendas.

**Ilustración 3 Factores Importantes**



**Fuente:** Jefferson Cando

**4) ¿Estaría dispuesto/a a pagar un precio más alto por una prenda deportiva si esta fuera fabricada localmente y promoviera valores de responsabilidad social?**

**Tabla 8** Disposición de pago

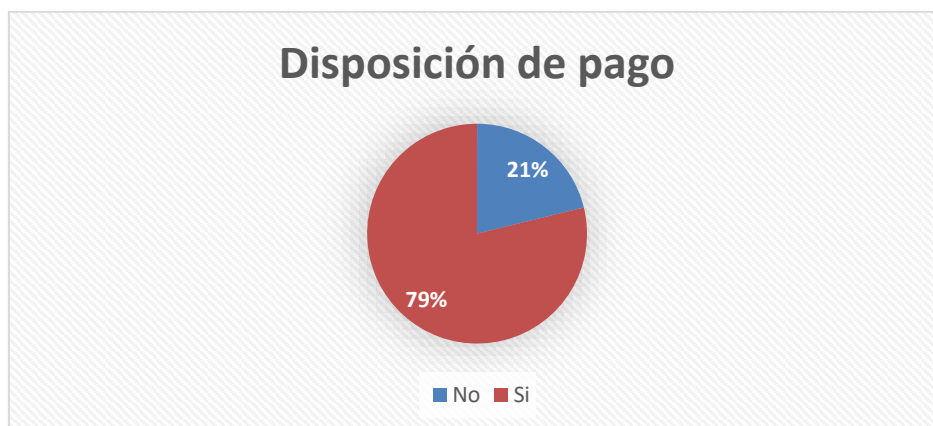
<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
No	79	21,18%
Si	294	78,82%
Total	373	100,00%

**Fuente:** Jefferson Cando

**Análisis e interpretación**

Una mayoría significativa de los encuestados, el 78.82%, está dispuesta a pagar un precio más alto por una prenda deportiva si esta es fabricada localmente y promueve valores de responsabilidad social. Este resultado sugiere una fuerte preferencia por productos que no solo satisfacen necesidades funcionales, sino que también se alinean con valores éticos y sostenibles. La disposición a apoyar la producción local y las prácticas empresariales responsables puede estar influenciada por un creciente interés en la sostenibilidad y el impacto positivo en la comunidad.

**Ilustración 4** Disposición de pago



**Fuente:** Jefferson Cando

## 5) ¿Cuánto estaría dispuesto/a a pagar por una prenda deportiva de alta calidad?

Tabla 9 Precio a pagar

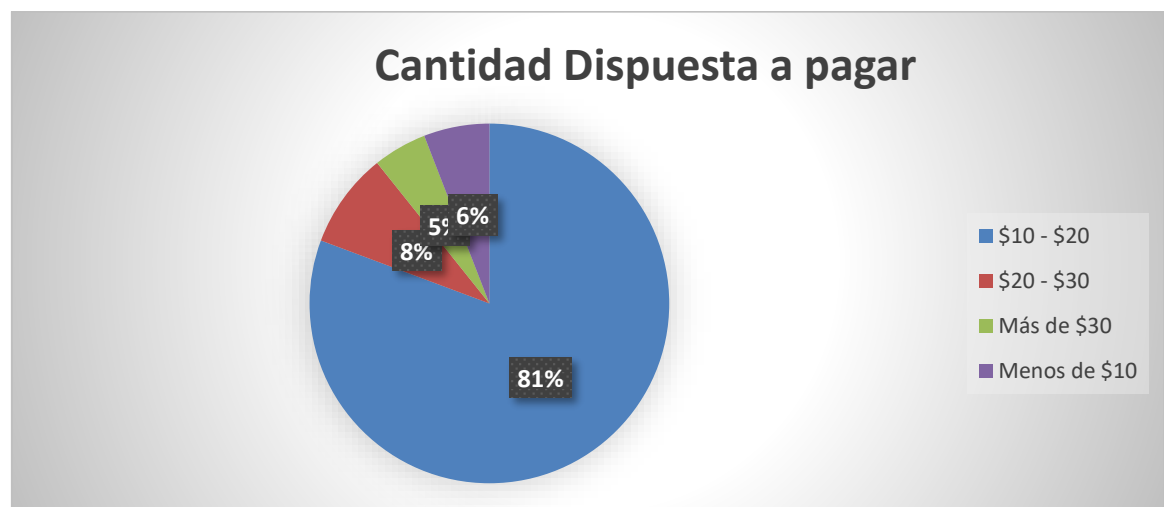
Respuesta	Frecuencia	%
\$10 - \$20	301	80,70%
\$20 - \$30	32	8,58%
Más de \$30	18	4,83%
Menos de \$10	22	5,90%
Total	373	100,00%

Fuente: Jefferson Cando

### Análisis e interpretación

Para la mayoría abrumadora de los encuestados, el 85.79%, es "muy importante" la procedencia de los materiales utilizados en la fabricación de prendas deportivas. Este resultado subraya la creciente conciencia y preocupación por la sostenibilidad y la transparencia en la cadena de suministro. Los consumidores valoran cada vez más la trazabilidad de los materiales, asegurándose de que provengan de fuentes éticas y sostenibles, lo que refleja una preocupación por minimizar el impacto ambiental y apoyar prácticas justas en la industria textil.

Ilustración 5 Cantidad Dispuesta a pagar



Fuente: Jefferson Cando

**6) ¿Considera importante la procedencia de los materiales utilizados en la fabricación de prendas deportivas?**

*Tabla 10 Importancia de Procedencia de Materiales*

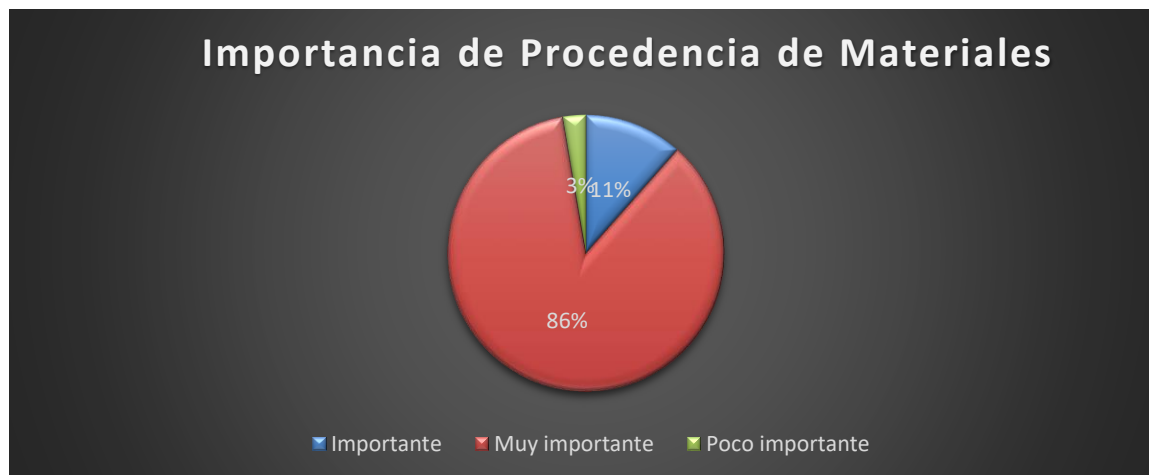
Respuesta	Frecuencia	%
Importante	43	11,53%
Muy importante	320	85,79%
Poco importante	10	2,68%
Total	373	100,00%

Fuente: Jefferson Cando

**Análisis e interpretación**

Una abrumadora mayoría del 87.40% de los encuestados prefiere comprar productos fabricados por empresas locales. Este alto porcentaje indica una fuerte preferencia por apoyar la economía local y valorar la producción cercana. Esta tendencia puede estar motivada por varios factores, como el deseo de contribuir al desarrollo económico local, la percepción de mayor calidad y control sobre los productos locales, y el apoyo a prácticas empresariales que benefician directamente a la comunidad.

*Ilustración 6 Importancia de Procedencia de Materiales*



Fuente: Jefferson Cando

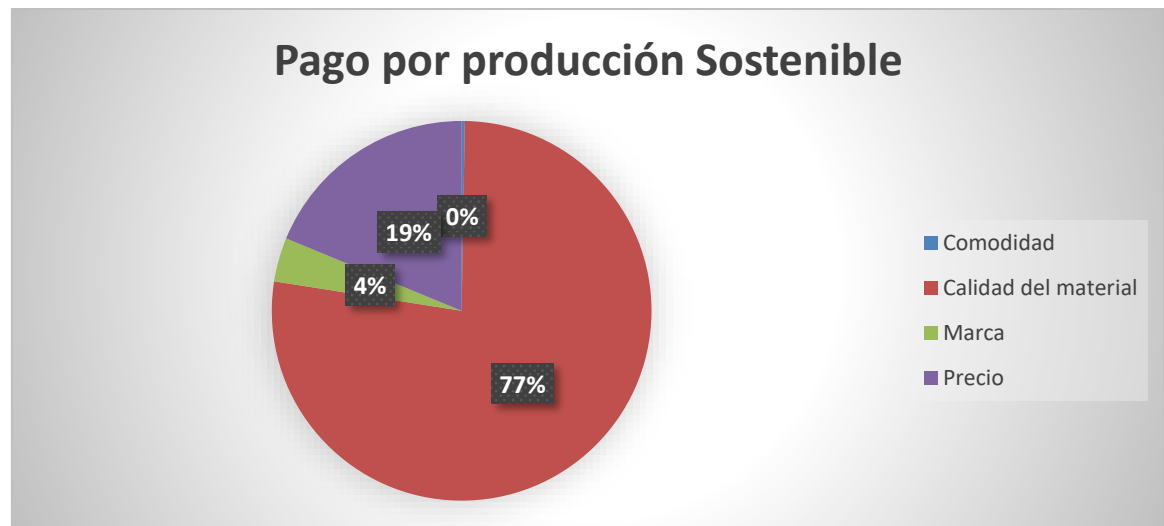
## 7) ¿Qué aspectos influyen más en s decisión de compra de ropa deportiva?

Tabla 11 Pago por producción Sostenible

Respuesta	Frecuencia	%
Comodidad	1	0,27%
Calidad del material	288	77,21%
Marca	14	3,75%
Precio	70	18,77%
Total	373	100,00%

Fuente: Jefferson Cando

Ilustración 7 Pago por producción Sostenible



Fuente: Jefferson Cando

### Análisis e interpretación

Según los resultados de la encuesta, la mayoría de los encuestados estaría dispuesta a pagar un precio más alto por una prenda deportiva si esta fuera producida de manera sostenible y respetuosa con el medio ambiente. El 77.21% indicó que la calidad del material es el factor más importante en esta decisión, lo cual sugiere que los consumidores valoran la durabilidad, el confort y la funcionalidad de las prendas sostenibles.

**8) ¿Estaría dispuesto/a a recomendar una marca de ropa deportiva que promueva valores de responsabilidad social y desarrollo sostenible?**

**Tabla 12**  
*Importancia de procedencia de Materiales*

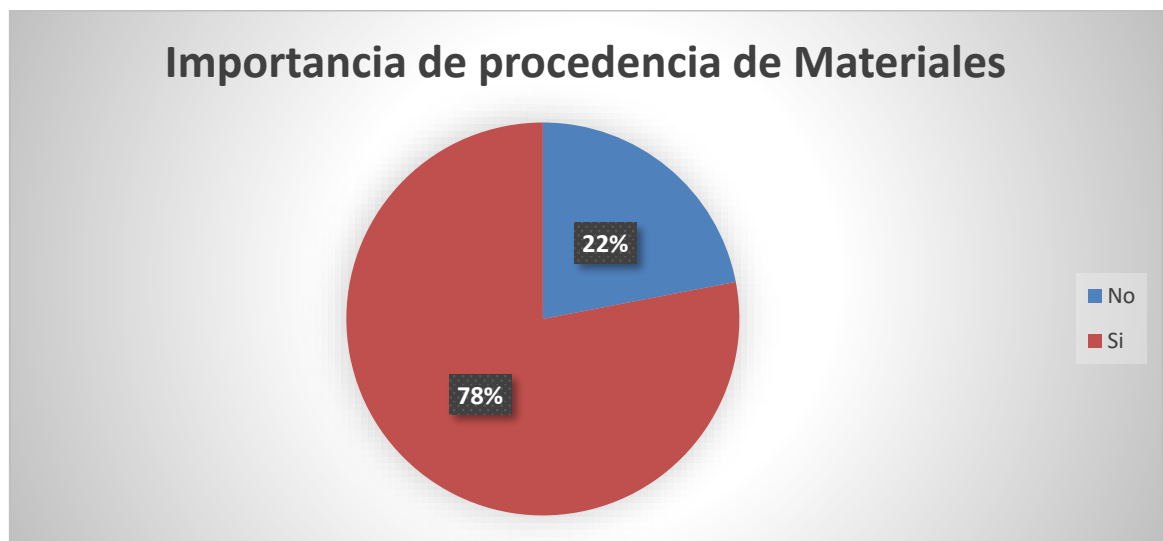
<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
No	82	21,98%
Si	291	78,02%
Total	373	100,00%

**Fuente:** Jefferson Cando

**Análisis e interpretación**

Para la mayoría abrumadora de los encuestados, el 85.79%, es "muy importante" la procedencia de los materiales utilizados en la fabricación de prendas deportivas. Este resultado subraya la creciente conciencia y preocupación por la sostenibilidad y la transparencia en la cadena de suministro. Los consumidores valoran cada vez más la trazabilidad de los materiales, asegurándose de que provengan de fuentes éticas y sostenibles, lo que refleja una preocupación por minimizar el impacto ambiental y apoyar prácticas justas en la industria textil.

**Ilustración 8** *Importancia de procedencia de Materiales*



**Fuente:** Jefferson Cando

## 9) ¿Prefiere comprar productos fabricados por empresas locales?

Tabla 13 *Preferencia de empresas locales*

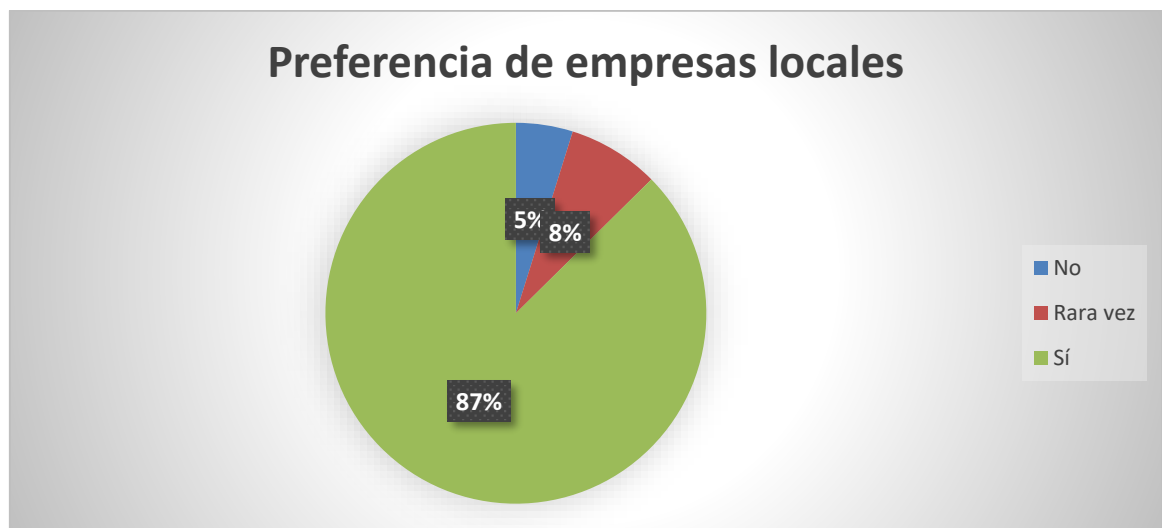
Respuesta	Frecuencia	%
No	18	4,83%
Rara vez	29	7,77%
Sí	326	87,40%
Total	373	100,00%

Fuente: Jefferson Cando

### Análisis e interpretación

Una abrumadora mayoría del 87.40% de los encuestados prefiere comprar productos fabricados por empresas locales. Este alto porcentaje indica una fuerte preferencia por apoyar la economía local y valorar la producción cercana. Esta tendencia puede estar motivada por varios factores, como el deseo de contribuir al desarrollo económico local, la percepción de mayor calidad y control sobre los productos locales, y el apoyo a prácticas empresariales que benefician directamente a la comunidad.

Ilustración 9 *Preferencia de empresas locales*



Fuente: Jefferson Cando

## 10 ¿Qué importancia le da al apoyo a empresas locales en sus decisiones de compra?

Tabla 14 *Importancia de apoyo a empresas locales*

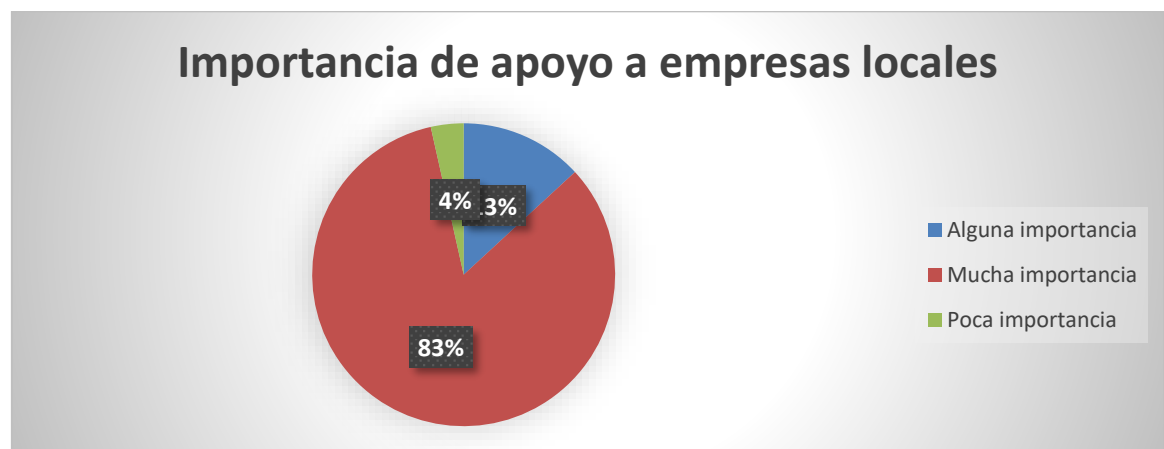
Respuesta	Frecuencia	%
Alguna importancia	49	13,14%
Mucha importancia	311	83,38%
Poca importancia	13	3,49%
Total	373	100,00%

Fuente: Jefferson Cando

### Análisis e interpretación

Para la gran mayoría de los encuestados, el apoyo a empresas locales tiene "muchísima importancia", con un significativo 83.38% seleccionando esta opción. Este resultado subraya la creciente conciencia y preferencia por apoyar la economía local al tomar decisiones de compra. Los consumidores valoran la contribución directa al desarrollo económico de su comunidad y perciben beneficios adicionales como la creación de empleo y el fortalecimiento de la identidad local.

Ilustración 10 *Importancia de apoyo a empresas locales*



Fuente: Jefferson Cando

**11) ¿Estaría dispuesto/a a recomendar una marca de ropa deportiva que promueva valores de responsabilidad social y desarrollo sostenible?**

**Tabla 15** Disposición de recomendar

Respuesta	Frecuencia	%
No	7	1,88%
Sí	347	93,03%
Tal vez	19	5,09%
Total	373	100,00%

Fuente: Jefferson Cando

**Análisis e interpretación**

Según los resultados de la encuesta, la gran mayoría de los encuestados, un impresionante 93.03%, estaría dispuesta a recomendar una marca de ropa deportiva que promueva valores de responsabilidad social y desarrollo sostenible. Este alto porcentaje indica una fuerte inclinación hacia marcas que adopten prácticas éticas y sostenibles, reflejando una creciente importancia de estos valores en las decisiones de compra y recomendación.

**Ilustración 11** Disposición de recomendar



Fuente: Jefferson Cando

## **Demanda actual**

Para el cálculo de la demanda actual de potenciales clientes de indumentaria deportiva, se empleará con resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los habitantes del Cantón del Distrito Metropolitano de Quito, situado en la provincia de Pichincha, como se detalla a continuación:

**Tabla 16** *demanda actual*

<b>Mercado Meta</b>	<b>% Aceptación</b>	<b>Demanda actual</b>
12.895	87.40%	11,270

**Fuente:** INEC 2010 Proyección 2030

La tabla 16 detalla la demanda actual que existe en el mercado, se ha identificado que el porcentaje de aceptación de los consumidores de ropa deportiva elaborado por empresas ecuatorianas es del 87,40%, después de efectuar los cálculos pertinentes, se ha determinado que la demanda total de posibles consumidores es de 11,270 prendas al año , este hallazgo resalta una necesidad considerable que respalda la necesidad considerable que respalda la posibilidad de éxito del proyecto ,indicando que la creación de la microempresa es favorable.

## **Análisis de la demanda**

Este análisis proporcionará información sobre la cantidad de ropa deportiva adquirida en esta zona específica del Distrito Metropolitano de Quito, lo cual será fundamental para el desarrollo de nuestro proyecto en la microempresa de ropa deportiva.

## **Demanda proyectada**

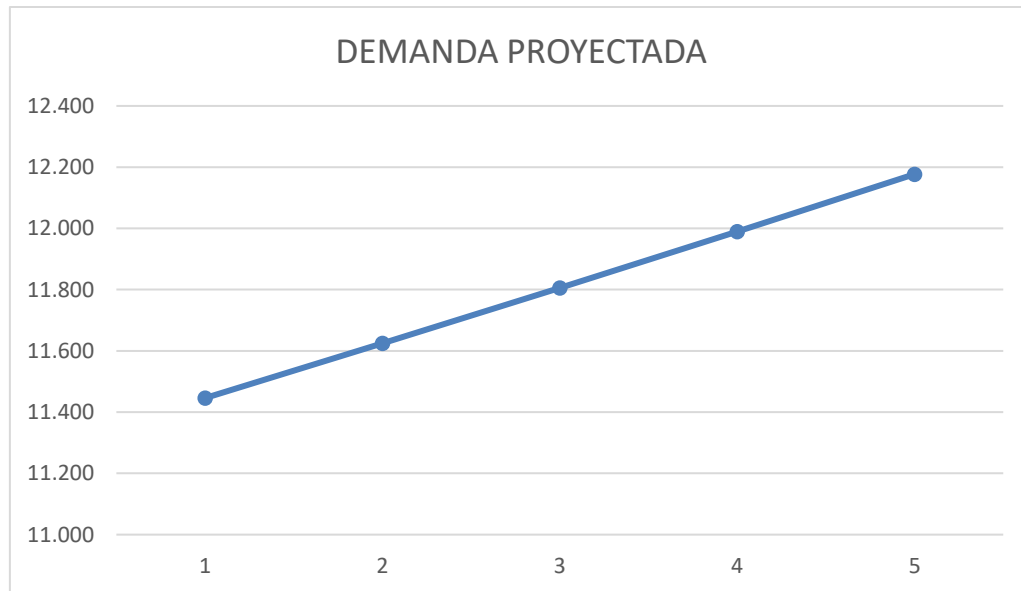
En esta evaluación, se considerará un lapso de 5 años como el tiempo previsto para establecer la nueva microempresa de indumentaria deportiva, durante este periodo de tiempo se calculará la demanda de los posibles consumidores en la parroquia de Guamaní, Se utilizaron como datos fundamental s la demanda actual, que asciende a 11,270 unidades anuales, y el crecimiento porcentual de la población, proyectado para los 5 siguientes años con 1,56% para el primer año

**Tabla 17** Demanda Proyectada

<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA PROYECTADA</b>	<b>TCP</b>
	11,270	17,58%
1	11,446	17,86%
2	11,624	18,13%
3	11,806	18,42%
4	11,990	18,70%
5	12,177	

**Fuente:** Jefferson Cando

**Ilustración 12** Demanda



**Fuente:** Jefferson Cando

### ***Estudio de la competencia***

#### **Numero de oferentes en el mercado**

Para realizar esta investigación, es crucial identificar el número de empresas que comercializan ropa deportiva en el Distrito Metropolitano de Quito.

El objetivo de este estudio es identificar las particularidades de estos artículos ,con el propósito de optimizar y presentar un producto que satisfaga las expectativas y las necesidades de los consumidores .

**Tabla 18** Competencia

<b>Nombre de la Empresa</b>	<b>Provincia</b>	<b>Ubicación</b>	<b>Productos</b>
<b>JASA</b>	Pichincha	Quito	<ul style="list-style-type: none"><li>• Uniforme deportivo completo</li><li>• Camiseta</li><li>• Pantalónetas</li><li>• Pantalones</li><li>• Chompas</li></ul>
<b>VAZ Sport</b>	Pichincha	Quito	<ul style="list-style-type: none"><li>• Uniforme deportivo completo</li><li>• Camiseta</li><li>• Pantalónetas</li><li>• Pantalones</li><li>• Chompas</li></ul>
<b>Elohim Sport</b>	Pichincha	Quito	<ul style="list-style-type: none"><li>• Uniforme deportivo completo</li><li>• Camiseta</li><li>• Pantalónetas</li><li>• Pantalones</li><li>• Chompas</li></ul>
<b>Confecciones “ELIDOLO”</b>	Pichincha	Quito	<ul style="list-style-type: none"><li>• Uniforme deportivo completo</li><li>• Camiseta</li><li>• Pantalónetas</li><li>• Pantalones</li><li>• Chompas</li></ul>
<b>TOTAL:4</b>			

**Fuente:** Jefferson Cando

## Oferta Actual

La tabla de oferta actual muestra la capacidad de producción mensual y anual de ropa deportiva por parte de varias empresas localizadas en la parroquia Guamaní del Distrito Metropolitano de Quito. Estas empresas son las principales competidoras en el mercado y están dedicadas a la confección de diversos tipos de ropa deportiva, incluyendo uniformes completos, camisetas, pantalonetas, pantalones y chompas.

**Tabla 19** Oferta actual

<b>Detalle</b>	<b>JASA</b>	<b>Elohim Sport</b>	<b>Vas Sport</b>	<b>Confecciones "EL IDOLO"</b>	<b>TOTAL, MENSUAL</b>	<b>TOTAL, ANUAL</b>
Uniforme deportivo completo	25	25	25	22	97	1164
Camisetas	35	35	30	25	130	1560
Pantalonetas	35	25	30	30	119	1428
Pantalones	30	29	29	24	108	1296
Chompas	27	29	25	30	96	1152
<b>TOTAL</b>	<b>152</b>	<b>129</b>	<b>138</b>	<b>131</b>	<b>550</b>	<b>6600</b>

**Fuente:** Jefferson Cando

La tabla no detalla cada uno de los ofertantes en el mercado oferta de ropa deportiva en la parroquia Guamaní del Distrito Metropolitano de Quito ,las cuales hemos identificado 4 ofertantes fuertes los cuales están distribuidos entre varias empresas locales, que fabrican una variedad de productos como uniformes completos, camisetas, pantalonetas, pantalones y chompas, estás empresas son JASA, Elohim Sport, Vas Sport y Confecciones "EL IDOLO", cada una con diferentes capacidades productivas, pero enfocadas en satisfacer la demanda de ropa deportiva de la región, los cuales abarcan una oferta de actual de 6600.

## Oferta Projectada

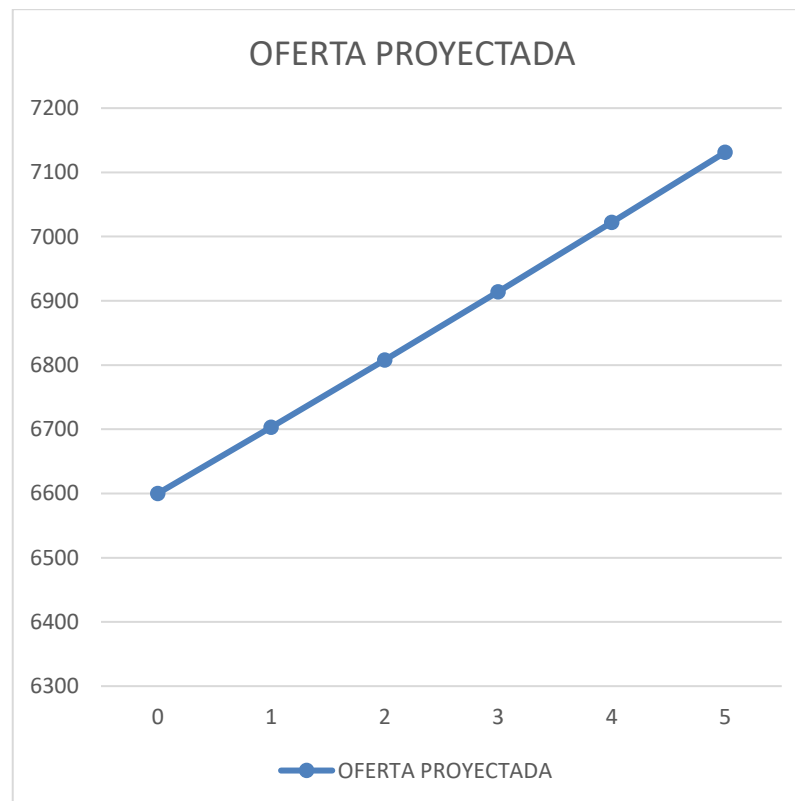
Tabla 20 Cuadro de oferta proyectada

AÑOS	OFERTA PROYECTADA
	6600
<b>1</b>	6703
<b>2</b>	6808
<b>3</b>	6914
<b>4</b>	7022
<b>5</b>	7131

Fuente: Jefferson Cando

La tabla de oferta proyectada refleja el crecimiento estimado de la producción de ropa deportiva durante los próximos cinco años, partiendo de una base en el Año 0 con 6600 unidades anuales. Los productos incluidos son uniformes deportivos completos, camisetas, pantalonetas, pantalones y chompas.

Ilustración 13 Oferta proyectada



Fuente: Jefferson Cando

## Determinación de la demanda potencial insatisfecha

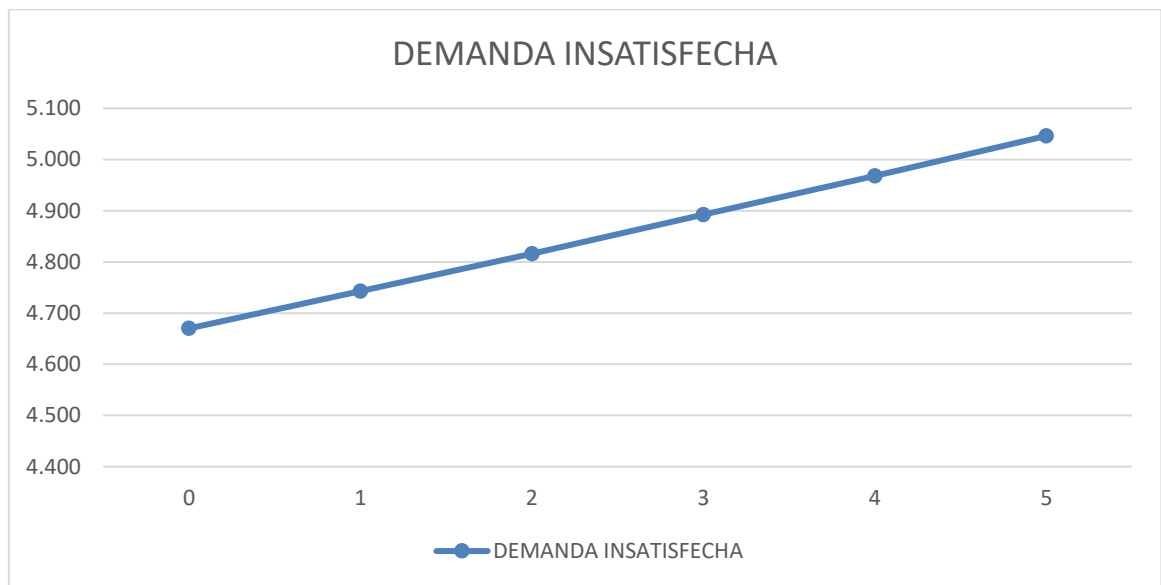
Tabla 21 Demanda insatisfecha

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA
	11,270	6,600	4,670
1	11,446	6,703	4,743
2	11,624	6,808	4,816
3	11,806	6,914	4,892
4	11,990	7,022	4,968
5	12,177	7,131	5,046

Fuente: Jefferson Cando

La Tabla 9 muestra la evolución de la demanda insatisfecha a lo largo de cinco años, evidenciando una diferencia constante entre la demanda proyectada y la oferta disponible. A lo largo del período, la demanda insatisfecha crece de 4,743 unidades en el primer año a 5,046 unidades en el quinto año, lo que indica que la capacidad de oferta no es suficiente para cubrir la demanda creciente. Este incremento refleja la necesidad de aumentar la oferta para satisfacer la demanda del mercado.

Ilustración 14 Demanda insatisfecha



Fuente: Jefferson Cando

### **Precio de ventas proyectado**

Los costos de ventas totales proyectados para CANDO S.A. reflejan el crecimiento en la demanda de productos y el correspondiente aumento en los costos de producción a lo largo de cinco años. Estos costos incluyen los ajustes por inflación y permiten una evaluación detallada del impacto en la estructura financiera de la empresa.

**Tabla 22** Precios de ventas totales obtenidos con inflación 1,40%

<b>Productos</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Uniforme deportivo completo	125.00	126.75	128.52	130.32	132.15
Camisetas	75.00	76.05	77.11	78.19	79.29
Pantalinetas	80.00	81.12	82.26	83.41	84.57
Pantalones	125.00	126.75	128.52	130.32	132.15
Chompas	130.00	131.82	133.67	135.54	137.43
Sumatorio precio unitario	535.00				

**Fuente:** Jefferson Cando

El análisis de los precios de venta proyectados considera un ajuste anual debido a la inflación relativo a la estimación del 1.40%. Durante los cinco años proyectados, hay un aumento gradual en el precio del uniforme deportivo completo, camisetas, pantalones cortos, pantalones deportivos y sudaderas. Por ejemplo, el uniforme deportivo completo pasa de \$125 en el primer año a \$132.15 en el quinto año. Estos cambios están influenciados no solo por la inflación, sino también por el aumento en la demanda de productos, lo que permite a la empresa soportar costos de producción incrementales y continuar siendo competitiva en el mercado. Aunque el aumento de precio es modesto, es fundamental para mantener la rentabilidad a largo plazo considerando cuán perjudiciales serían los crecientes gastos para el marco financiero del negocio.

## **Análisis de Comercialización**

“Es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar”. (Baca, 2013)

Para la comercialización de la ropa deportiva se plantearon las siguientes políticas de comercialización:

### **Política de comercialización**

- Puntualidad para la entrega de las prendas confeccionadas.
- Descuentos especiales por número de prendas confeccionadas.
- Posibilidad de arreglos en las prendas confeccionadas.

### **Estrategias de comercialización**

- Diferenciar el producto a través de su propia marca corporativa y materia prima de calidad para obtener ventajas competitivas
- Establecer la identidad de la marca mediante una tienda en línea para facilitar la experiencia de compra de los clientes y ahorrar tiempo en el proceso de compra
- Desarrollar un portal web con el objetivo de fidelizar a los consumidores y mantener al tanto de la diferente gama de productos disponibles.
- Fomentar una comunidad de seguidores en las distintas redes sociales con el propósito de alcanzar los 10,000 seguidores, de manera que se pueda identificar a la marca.
- Implementar estrategias publicitarias dirigidas a fortalecer la presencia de la marca en el mercado
- Crear un logotipo que identifique a la empresa, la cual perdure en la mente de los consumidores y que sea sencillo de recordar para los clientes.

### **Canales de distribución**

El canal de distribución elegido, será de distribución directa y a través de intermediarios para que los consumidores puedan comprar vestimenta deportiva de la fábrica sin intervención de otros, facilitando un contacto directo con los compradores, e teniendo en cuenta los

hallazgos del análisis de los resultados obtenidos en el estudio de mercado para la comercialización de indumentaria deportiva en el Sur de Quito, los canales de distribución a utilizarse son los siguientes:

1. Tienda física. Para lo cual se utilizará la tienda física donde se confeccione y se distribuya la ropa confeccionada la cual estará ubicada en el Barrio Héroes de Paquisha.
2. Mercados. Ofertar el producto en los principales mercados existentes en la ciudad. Para ello se sugiere realizar eventos que ayuden a la captación y promoción de clientes dentro de la ciudad.
3. Gimnasios, Estadios y Escuelas. Ofertar la confección de ropa deportiva en las principales ligas deportivas de la ciudad, teniendo en cuenta las diversas áreas a las que se pueda dar asistencia.

### **Promoción**

- Fomentar y dar visibilidad a la marca mediante el desarrollo de un sitio web que detalle los servicios proporcionados por la empresa.
- Dar a conocer la empresa a través de plataformas de plataformas sociales con el propósito de minimizar gastos.
- Crear materiales publicitarios como esferos, llaveros, tazas, folletos, gorras y pancarta que ayuden a promover la empresa.
- Mejorar la presentación de los productos de la empresa en los lugares de venta.

### **Conclusión del Estudio de Mercado**

El estudio de mercado realizado para CANDO S.A. revela que existe una demanda significativa de ropa deportiva en el sur del Distrito Metropolitano de Quito, especialmente en la parroquia de Guamaní, donde la población objetivo principal está compuesta por jóvenes de entre 20 y 29 años. Este grupo demográfico presenta un alto interés en productos sostenibles y de calidad, lo que representa una excelente oportunidad para que la empresa se posicione con un enfoque en ropa deportiva accesible y respetuosa con el medio ambiente.

La segmentación geográfica y demográfica realizada confirma que la población de Guamaní es lo suficientemente densa para sustentar el crecimiento de la microempresa. Con un mercado potencial de 12,895 personas de este rango de edad y una tasa de aceptación del 87.4%,

se proyecta una demanda anual de 11,270 unidades de ropa deportiva, lo que garantiza un mercado estable y en crecimiento para los productos ofrecidos por CANDO S.A.

Las proyecciones de oferta muestran un crecimiento constante del 4% anual, lo que permitirá a la empresa satisfacer la demanda creciente de sus productos a lo largo de los próximos cinco años. A medida que la población y el interés por la ropa deportiva crecen, la empresa podrá expandir su producción hasta alcanzar 8030 unidades anuales en el quinto año. Este aumento de capacidad productiva también responde a una demanda insatisfecha que, aunque disminuye progresivamente con el tiempo, sigue ofreciendo una oportunidad clave para captar nuevos clientes.

En conclusión, el análisis de la demanda, junto con la capacidad de producción proyectada, señala una clara viabilidad para la creación de la microempresa de confección de ropa deportiva. La demanda insatisfecha identificada, junto con la aceptación de los productos locales, respaldan el potencial éxito de CANDO S.A. en este mercado.

## CAPITULO III

### ESTUDIO TÉCNICO

#### Naturaleza del Proyecto

##### *Nombre de la empresa*

**CANDO S.A:** Es la combinación de dos palabras en inglés que sus significados en español son “CAN” Poder y “DO” Hacer

##### *Giro de la empresa*

La microempresa dedicada a la fabricación de ropa deportiva, se centra en el diseño, fabricación y comercialización de prendas especializadas para actividades físicas y deportivas. Esto incluye ropa cómoda, funcional, adaptada para mejorar el rendimiento y la comodidad del deportista. Además, enfocarnos en la innovación en materiales y técnicas de fabricación para ofrecer productos que no solo sean funcionales, sino también sostenibles y respetuosos con el medio ambiente.

##### *Logo de la empresa*

##### *Ilustración 15 logo de la empresa*



**Fuente:** Jefferson Cando

#### Especificaciones del producto o servicio

### *Característica de los productos*

Los productos serán elaborados con materiales de calidad, cómodos y resistentes para desempeñar las distintas actividades deportivas.

- **Materiales:** Las prendas serán confeccionadas por materiales de calidad resistentes que ayuden a la práctica deportiva.
- **Comodidad:** Las prendas deportivas deben ser cómodas para su uso en las distintas prácticas de actividades físicas.
- **Resistencia:** Las prendas deportivas están expuestas a diferentes funciones y actividades físicas, los que conllevan a utilizar prendas que resistentes para su uso.
- **Flexibilidad:** Las prendas deben ser diseñadas con materiales que se adapten al uso de las distintas actividades físicas y deportivas.

### **Descripción del proceso de producción**

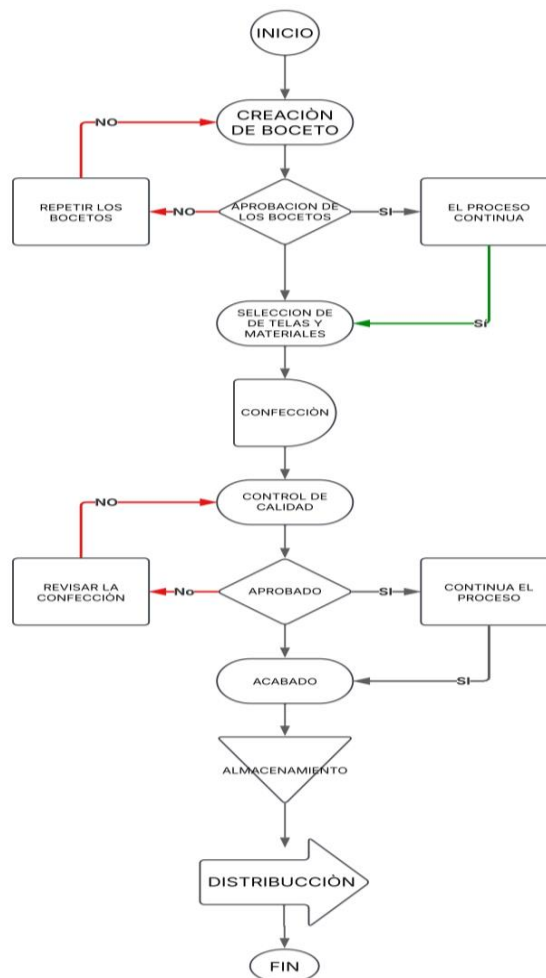
- **Creación de boceto:** El diseño de las prendas serán diseñados bajo propuesta de los clientes o diseños propuesto por la empresa estos serán elaborados para la aprobación de los clientes.
- **Selección de telas y materiales:** Elección de telas y materiales para cada una de las prendas a confeccionarse dependiendo del gusto del cliente.
- **Corte de materiales:** Diseño y corte de las telas dependiendo de las tallas, modelos y diseños estipulados por los clientes los cuales darán su aprobación para el corte final de las telas.
- **Confección:** Una vez aprobado los patrones de tallas y diseños se procederá a la costura de los patrones previamente realizados para su aprobación y seguir con la confección.
- **Control de calidad:** Una vez confeccionada la prenda será, se realizará pruebas de control de la calidad de cada uno de los productos poniendo a prueba su resistencia, comodidad y resistencia.
- **Acabado:** Se procederá a la adición de los detalles técnicos los cuales son importantes dentro de la ropa deportiva los cuales implican cierres, logos, botones dependiendo de lo que se solicite

por las clientes.

- **Embalaje:** Una vez terminado con los acabados los productos procederán a embalsarse para su posterior almacenamiento.
- **Almacenamiento:** Una vez embalado el producto procederá a su almacenamiento para su posterior distribución.
- **Distribución:** Una vez pasado la prueba de calidad las prendas serán embaladas y posteriormente entregadas al cliente.

### Diagrama de flujo de procesos

Ilustración 16 Flujograma del proceso de Producción



Fuente: Jefferson Cando

## Capacidad Instalada de la Planta

La empresa CANDO S.A tiene como objetivo cubrir el 30% de la demanda insatisfecha con una capacidad máxima de producción en un año de 1868 de acuerdo con los datos proporcionados, se puede calcular la capacidad instalada de la planta.

**Tabla 23** *Capacidad de producción*

Año	Demanda	DPI Real 30%	DPI Real Mensual	DPI Real Diario
	Insatisfecha			
0	4670	1401	117	4
1	4743	1423	119	4
2	4816	1445	120	4
3	4892	1468	122	4
4	4968	1490	124	4
5	5046	1514	126	4

**Fuente:** Jefferson Cando

La capacidad instalada de la empresa se determina en un 30% de la demanda insatisfecha la cual es 4743 para el primer y en 5 años llegaría a una producción de 1514 prendas cada una detallada con términos de producción diaria y mensual:

Trabajando un turno:

- Diarias: 4 prendas
- Mensuales: 117 prendas

La capacidad instalada de la empresa es suficiente para cubrir la demanda insatisfecha proyectada, ya que la producción anual basada en el DPI 30% inicia con 1423 unidades y alcanza 1514 unidades en cinco años. Dado que la demanda potencial insatisfecha real anual es de 1423 unidades en el primer año y aumenta gradualmente, la capacidad de producción de la planta permite atender este requerimiento sin dificultades. Con una producción mensual y diaria adecuadas, la empresa puede responder a la demanda del mercado, asegurando un equilibrio entre la oferta y las necesidades del consumidor.

## **Ubicación de la Empresa**

La microempresa "CANDO S.A." se ubicará en el sur de la ciudad de Quito, específicamente en el Barrio Héroes de Paquisha De Parroquia Guamaní, esta microempresa contará con un área de 200metros cuadrados. Esta ubicación estratégica ofrece varias ventajas:

### **Macro localización**

**País:** Ecuador

**Región:** Sierra

**Provincia:** Pichincha

**Cantón:** Quito

**Parroquia:** Guamaní

**Ilustración 17** *Macro localización*



**Fuente:** Jefferson Cando

## Micro localización

Para determinar la micro localización se ha efectuado una matriz con las posibles locaciones para la empresa de confección de ropa deportiva la cual nos ayudara a elegir el lugar más idóneo, la matriz está compuesta por 7 preguntas las cuales serán calificada sobre 10 y con su respectiva ponderación para la elección.

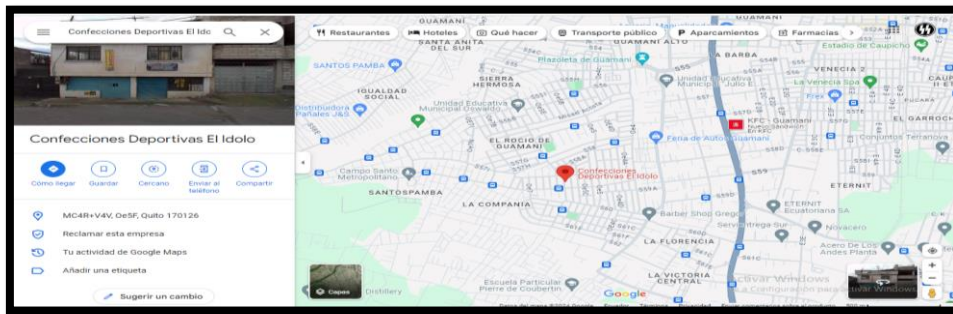
**Tabla 24** Matriz de localización

FACTORES	PESO	Paquisha		San Fernando		El Rocío	
		Ca/10	Cal. ponderada	Ca/10	Cal. ponderada	Ca/10	Cal. Ponderada
Acceso a los clientes	0,25	8	2	7	1,75	6	1,5
Acceso a proveedores	0,25	7	1,75	5	1,25	6	1,5
Servicios básicos	0,05	9	0,45	9	0,45	9	0,45
Infraestructura	0,05	7	0,35	7	0,35	7	0,35
logística y distribución	0,1	6	0,6	5	0,5	5	0,5
Seguridad del sector	0,2	7	1,4	3	0,6	5	1
Competencia	0,1	7	0,7	7	0,7	7	0,7
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>7,25</b>		<b>5,6</b>		<b>6</b>	

**Fuente:** Jefferson Cando

Como se puede observar en la tabla 24 podemos evidenciar que la ubicación más óptima para nuestra microempresa de ropa deportiva es en barrio Héroes de Paquisha de la parroquia Guamaní. Esta ubicación nos permite estar cerca de una comunidad activa y apasionada por el deporte, donde los residentes buscan prendas de vestir de calidad para complementar sus actividades físicas y deportivas.

**Ilustración 18** *Micro localización*



Fuente: Googlemaps

**Disponibilidad de tecnología**

La maquinaria que se utilizará para la confección de ropa deportiva será la siguiente:

**Tabla 25** *Maquinaria*

Características	Maquinaria
<p><b>Infraestructura</b></p> <p><b>Espacio</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Área amplia</li> <li>• Elementos esenciales</li> <li>• Capacidad de almacenamiento</li> <li>• Oficina</li> <li>• Instalaciones sanitarias</li> <li>• Puestos de trabajo adecuado</li> </ul>	
<p><b>Maquinaria</b></p>	

### **MÁQUINA DE COSER INDUSTRIAL**

- Diseño que ahorra energía
- Altura de prénsatela: de 6 a 16 milímetros
- Medida del punto 4, 2-5 milímetros
- Buen ritmo de costura
- Poco peso
- Fácil de manejar
- Adecuada costura de los textiles



### **MÁQUINA OVERLOCK**

- Ancho de la puntada :2,7 milímetros
- Longitud de la puntada: 0,4 a 5 milímetros
- Proporción de diferencial: 0,7 a 3, 8
- Altura del prénsatela ;5 a 6 milímetros
- Buena velocidad de costura



### **Máquina de Bordar**

- Capacidad multicolor
- Alta precisión
- Variedad de puntadas y diseños
- Velocidad de bordado ajustable
- Pantalla táctil o panel de control



### **Cortadora de Tela**

- Precisión en cortes
- Capacidad para múltiples capas
- Ergonomía
- Seguridad en operación



### **Plancha Industrial**

- Alta potencia de vapor
- Control de temperatura
- Durabilidad
- Capacidad de uso prolongado



### **Mesa de Corte**

- Superficie amplia
- Durabilidad
- Altura ajustable
- Superficie antideslizante



### **Maniqués**

- Ajustabilidad de medidas
- Material duradero
- Estabilidad
- Versatilidad en tamaños



### **Estanterías**


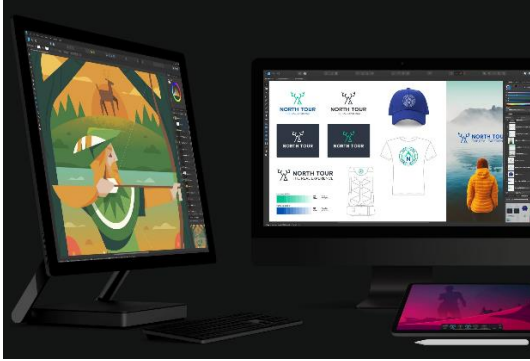
- Capacidad de almacenamiento
- Durabilidad
- Modularidad
- Acceso fácil



### **Sistema de Ventilación**

- Control de temperatura
- Filtración de aire
- Circulación adecuada
- Reducción de humedad



<p><b>Computadora</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Alto rendimiento</li> <li>• Conectividad</li> <li>• Almacenamiento amplio</li> <li>• Pantalla de alta resolución</li> </ul>	
<p><b>Software de Diseño</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Herramientas de diseño avanzado</li> <li>• Compatibilidad con máquinas</li> <li>• Simulación 3D</li> <li>• Interfaz intuitiva</li> </ul>	

Fuente: Jefferson Cando

### Distribución de la Planta

La distribución de la planta de producción de "CANDO S.A." está diseñada para optimizar el flujo de trabajo y la eficiencia operativa, contando con un are de 200 m cuadrados la microempresa se distribuirá de la siguiente manera, las áreas principales incluyen:

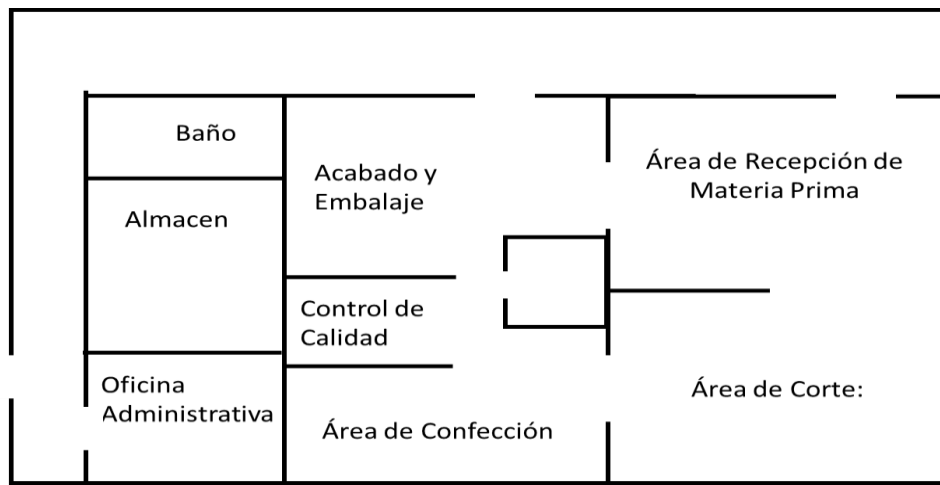
- **Área de Recepción de Materias Primas:** Espacio destinado a la recepción y almacenamiento temporal de materiales.
- **Zona de Corte:** Sección dedicada al corte de telas y materiales según los patrones de diseño.
- **Área de Confección:** Espacios de trabajo equipados con máquinas de coser y estaciones de ensamblaje.
- **Zona de Control de Calidad:** Espacio destinado a la inspección y prueba de productos.
- **Área de Acabado y Embalaje:** Espacios para la adición de etiquetas, planchado y embalaje de

prendas terminadas.

- **Almacén de Productos Terminados:** Espacio organizado para el almacenamiento de productos listos para la distribución.
- **Oficinas Administrativas:** Área designada para la gestión y administración de la empresa.

### Distribución de la planta

Ilustración 19 *Distribución de planta*



Fuente: Jefferson Cando

### Materia Prima

La materia prima utilizada en "CANDO S.A." incluye:

- **Telas:** Poliéster reciclado, algodón, nylon elástico, y mezclas técnicas.
- **Accesorios:** Cremalleras, botones, etiquetas, y otros elementos de acabado.
- **Hilos:** De diferentes materiales y colores para la costura de prendas.
- **Embalajes:** Materiales para el embalaje y presentación de los productos.

### Detalle de materia prima

La selección de materias primas se basa en la calidad, durabilidad y sostenibilidad, garantizando productos que satisfacen las expectativas de los consumidores.

**Tabla 26** *Detallado de materia prima*

<b>Producto</b>	<b>Cantidad de Tela (m)</b>	<b>Precio de Tela (USD)</b>	<b>Accesorios</b>	<b>Costo de Accesorios (USD)</b>	<b>Costo Total de Materia Prima (USD)</b>
Uniforme deportivo completo	3.0 m	\$6.50 por metro	Cremalleras, hilos, etiquetas	\$5.75	\$29.25
Camisetas	1.5 m	\$5.00 por metro	Etiquetas, hilos	\$2.50	\$9.75
Pantalinetas	1.8 m	\$6.00 por metro	Hilos, elástico	\$3.65	\$13.65
Pantalones	2.0 m	\$6.50 por metro	Cremalleras, hilos, etiquetas	\$3.75	\$16.25
Chompas	2.5 m	\$5.00 por metro	Cremalleras, hilos, etiquetas	\$3.00	\$13.00

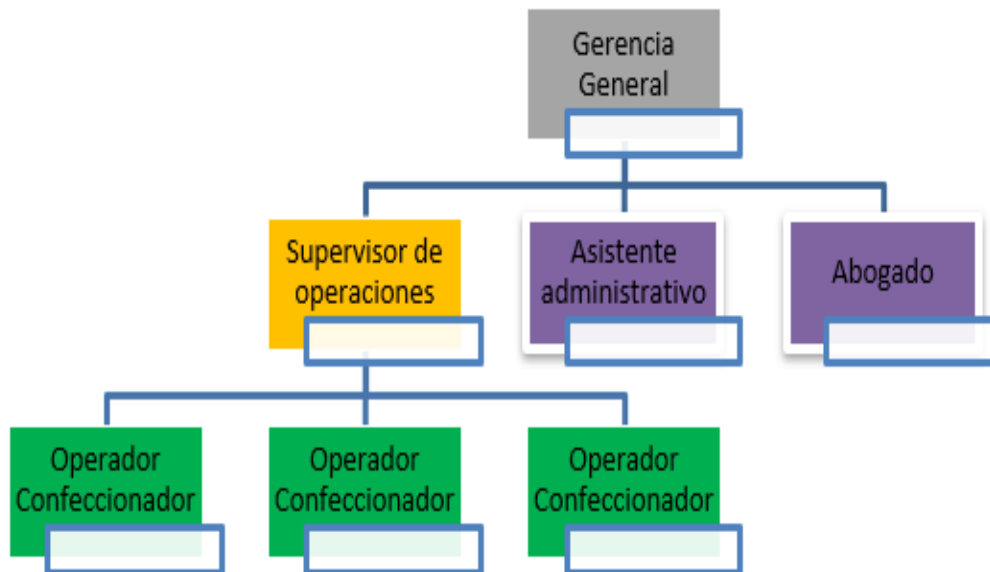
**Fuente:** Jefferson Cando

La tabla 26 presenta el desglose de los costos de materia prima para cada producto. El uniforme deportivo completo requiere 3 metros de tela a un costo de \$6.50 por metro, junto con accesorios como cremalleras, hilos y etiquetas, sumando un costo total de materia prima de \$29.25. Las camisetas utilizan 1.5 metros de tela a \$5.00 por metro, más etiquetas e hilos, con un costo total de \$9.75. Las pantalonetas requieren 1.8 metros de tela y hilos y elástico, resultando en \$13.65 de costo total. Los pantalones, con 2 metros de tela y accesorios, suman \$16.25, mientras que las chompas, utilizando 2.5 metros de tela, tienen un costo total de \$13.00.

## Organigrama de la Empresa

El organigrama de "CANDO S.A." está diseñado para asegurar una estructura organizativa eficiente que permita una gestión efectiva de todas las áreas operativas y administrativas. A continuación, se presenta el organigrama de la empresa:

*Ilustración 20 Organigrama*



Fuente: Jefferson Cando

## Mano de Obra Requerida

Para el funcionamiento de "CANDO S.A." se requiere el siguiente personal:

- **1 gerente General:** \$800,00
- **1 supervisor de Operaciones:** \$600,00
- **3 operadores Confeccionadores:** \$575,00 cada uno
- **1 asistente Administrativo y de Venta:** \$575,00
- **1 abogado:** \$600.00

### **Descripción de los sueldos**

El desglose de los sueldos de CANDO S.A. incluye tanto los salarios base como los beneficios adicionales que forman parte de la compensación total de los empleados. Esta tabla refleja los sueldos mensuales junto con el 13° y 14° sueldo, así como el aporte patronal, lo que permite estimar el costo total de la nómina mensual que se va a pagar a los colaboradores dentro de la empresa.

### **Visión**

Atender las demandas de nuestros consumidores a través de la creación y ventas de prendas deportivas, empleado mano de obra capacitada, materiales de alta calidad y tecnología avanzada que favorezca la creación de empleo y el crecimiento económico del país.

### **Misión**

Ser una empresa referente en el mercado de confección de indumentaria deportiva, ampliando nuestros puntos de venta de manera permanente y asegurando la rentabilidad del negocio.

## Perfiles y Descripción del Puesto

Tabla 27 Manual de funciones Gerente

MANUAL DE FUNCIONES			
<b>CANDO S. A</b>			
<b>Descripción del puesto</b>			
<b>Cargo</b>	Gerente general		
<b>Departamento</b>	Administrativo		
<b>Horario</b>	7 :00 am a 5:00pm	<b>Tipo de contratación</b>	Tiempo completo
PERFIL DEL PUESTO			
<b>Formación</b>	Nivel superior	<b>Edad</b>	22 a 28 años
<b>Especialidad</b>	Contabilidad y Administración	<b>Sexo</b>	Mujer
<b>Experiencia</b>	<p>Título en Ingeniería Industrial o similar.</p> <p>Experiencia mínima de 3 años en supervisión de producción.</p> <p>Habilidades de gestión de equipos y resolución de problemas.</p>		
<b>Conocimiento</b>	Conocimientos en ingreso de facturas, notas de venta, notas de compra, atención al cliente.		
<b>Habilidades</b>	Resolución de conflictos, empática, proactiva, carismática.		
FUNCIONES DEL PUESTO			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organiza y dirige el equipo de ventas, formándolo y motivándolo</li> <li>• Negociar personalmente los contratos comerciales con intermediarios</li> <li>• Generar lista de clientes potenciales para la organización.</li> <li>• Realizar las visitas en las empresas en donde se provee el producto</li> <li>• Verificar datos.</li> <li>• Realizar acuerdos comerciales con los clientes</li> </ul>			

Fuente: Jefferson Cando

**Tabla 28** Manual de funciones Supervisor

MANUAL DE FUNCIONES			
<b>CANDO S. A</b>			
<b>Descripción del puesto</b>			
<b>Cargo</b>	Supervisor de operaciones		
<b>Departamento</b>	Administrativo		
<b>Horario</b>	7 :00 am a 5:00pm	<b>Tipo de contratación</b>	Tiempo completo
PERFIL DE PUESTO			
<b>Formación</b>	Nivel superior	<b>Edad</b>	22 a 28 años
<b>Especialización</b>	Administración	<b>Sexo</b>	Mujer
<b>Experiencia</b>	<p>Título en Ingeniería Industrial o similar.</p> <p>Experiencia mínima de 3 años en supervisión de producción.</p> <p>Habilidades de gestión de equipos y resolución de problemas.</p>		
<b>Conocimiento</b>	Conocimientos en ingreso de facturas, notas de venta, notas de compra, atención al cliente.		
<b>Habilidades</b>	Resolución de conflictos, empática, proactiva, carismática.		
FUNCIONES DEL PUESTO			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Coordina y supervisa las actividades de producción</li> <li>• Asegurar el cumplimiento de los estándares de calidad y eficiencia</li> <li>• Gestionar el equipo de operadores confeccionadores.</li> </ul>			

**Fuente:** Jefferson Cando

**Tabla 29** Manual de funciones Asistente Administrativo

<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>			
<b>CANDO S. A</b>			
<b>Descripción del puesto</b>			
<b>Cargo</b>	Asistente administrativo y de ventas		
<b>Departamento</b>	Administrativo		
<b>Horario de trabajo</b>	7 :00 am a 5:00pm	<b>Tipo de contratación</b>	Tiempo completo
<b>Perfil de puesto</b>			
<b>Formación</b>	Nivel superior	<b>Edad</b>	22 a 28 años
<b>Especialidad</b>	Administración	<b>Sexo</b>	Mujer
<b>Experiencia</b>	Título en Administración de Empresas, Marketing o similar. Experiencia en atención al cliente y ventas. Habilidades de comunicación y organización.		
<b>Conocimiento</b>	Conocimientos en ingreso de facturas, notas de venta, notas de compra, atención al cliente.		
<b>Habilidades</b>	Resolución de conflictos, empática, proactiva, carismática.		
<b>FUNCIONES DEL PUESTO</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Brinda soporte administrativo</li> <li>• Gestiona la atención al cliente</li> <li>• Apoyo en las actividades de venta comercialización de los productos.</li> </ul>			

**Fuente:** Jefferson Cando

**Tabla 30** Manual de funciones Operadores

<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>			
<b>CANDO S. A</b>			
<b>Descripción del puesto</b>			
<b>Cargo</b>	Operadores confeccionadores		
<b>Departamento</b>	Administrativo		
<b>Horario de trabajo</b>	7 :00 am a 5:00pm	<b>Tipo de contratación</b>	Tiempo completo
<b>PERFIL DE PUESTO</b>			
<b>Formación</b>	Nivel superior	<b>Edad</b>	22 a 28 años
<b>Especialidad</b>	Administración	<b>sexo</b>	Mujer
<b>Experiencia</b>	Experiencia en confección de prendas. Conocimientos en manejo de máquinas de coser industriales. Atención al detalle y precisión en el trabajo.		
<b>Conocimiento</b>	Conocimientos en manejo de máquinas de coser industriales.		
<b>Habilidades</b>	Resolución de conflictos, empática, proactiva, carismática.		
<b>FUNCIONES DEL PUESTO</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creación de bocetos</li> <li>• Realizan las tareas de corte</li> <li>• Costura y ensamblaje de prendas de acuerdo con los estándares de calidad establecidos.</li> <li>• Control de calidad</li> </ul>			

**Fuente:** Jefferson Cando

**Tabla 31** Manual de funciones Abogado

<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>			
<b>CANDO S. A</b>			
<b>Descripción del puesto</b>			
<b>Cargo</b>	Abogado		
<b>Departamento</b>	Jurídico		
<b>Horario</b>	8 :00 am a 5:00pm	<b>Tipo de contratación</b>	Tiempo completo
<b>PERFIL DEL PUESTO</b>			
<b>Formación</b>	Nivel superior	<b>Edad</b>	28 a 40 años
<b>Especialidad</b>	Derecho	<b>Sexo</b>	Indistinto
<b>Experiencia</b>	Título en Derecho. Mínimo 3 años de experiencia en derecho corporativo y laboral. Experiencia en revisión de contratos y asuntos legales corporativos.		
<b>Conocimiento</b>	Legislación laboral y comercial. Manejo de litigios y mediación. Redacción de contratos y acuerdos.		
<b>Habilidades</b>	Capacidad de negociación. Comunicación efectiva.		
<b>FUNCIONES DEL PUESTO</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asesorar a la empresa en temas legales, incluyendo contratos y acuerdos comerciales.</li> <li>• Representar a la empresa en cualquier litigio o mediación que se requiera.</li> <li>• Colaborar con el equipo administrativo en la elaboración de políticas internas que requieran base legal.</li> </ul>			

**Fuente:** Jefferson Cando

## CAPITULO IV

### ESTUDIO FINANCIERO

#### Inversión inicial

La inversión inicial está destinada a la adquisición de activos fijos y otros elementos asociados los cuales son fundamentales para poner en marcha el proyecto de emprendimiento relacionado con la elaboración de un plan de factibilidad de confección de ropa deportiva, esta inversión abarca la compra de terrenos, vehículos, maquinaria, edificaciones, mobiliario y enseres, así como otros gastos asociados a la constitución legal del negocio

#### Inversión en muebles y enseres

**Tabla 32** Descripción detallada de muebles y enseres

Descripción	Unidades	Costo Unitario (USD)	Costo Total (USD)
Maniqués	4	150	600
Mesa de corte	2	500	1,000
Almacenamiento para telas	2	400	800
Sistema de ventilación	1	3,000	3,000
Equipo de seguridad laboral	1	700	700
Total			<b>6,100</b>

**Fuente:** Jefferson Cando

Esta tabla refleja la inversión en muebles y enseres, con una clara prioridad en garantizar un ambiente de trabajo cómodo y seguro, destacando el sistema de ventilación como uno de los elementos más costosos, crucial para mantener una correcta temperatura y circulación del aire dentro de la planta.

### Descripción detallada de maquinaria y equipos

La maquinaria y los equipos son elementos clave para la producción eficiente en CANDO S.A. Se ha detallado una lista de los principales equipos necesarios para llevar a cabo el proceso de confección, asegurando que se cumplan los estándares de calidad y productividad esperados.

**Tabla 33** Descripción detallada de maquinaria y equipos

Descripción	Unidades	Costo Unitario (USD)	Costo Total (USD)
Máquina de coser industrial	5	1,700	8,500
Máquina overlock	3	2,000	6,000
Máquina de bordar	3	2,500	7,500
Cortadora de tela	2	1,300	2,600
Plancha industrial	2	700	1,400
Total			<b>26,000</b>

**Fuente:** Jefferson Cando

La maquinaria seleccionada permitirá a la empresa maximizar la eficiencia de su producción, siendo la máquina de coser industrial la más significativa en términos de inversión, ya que es fundamental para la confección de prendas.

- Máquina de coser industrial
- Máquina overlock
- Máquina de bordar
- Cortadora de tela
- Plancha industrial

### Descripción detallada de equipos de oficina

Para empezar las operaciones es necesario contar con el mobiliario de oficina adecuado, que garantice el correcto funcionamiento de la empresa, la siguiente tabla detalla los equipos de oficina necesarios para el personal administrativo, facilitando tanto la organización como la comodidad del equipo.

**Tabla 34** Descripción detallada de equipos de oficina

Descripción	Unidades	Costo Unitario (USD)	Costo (USD)	Total
Escritorios	4	250	1,000	
Sillas ergonómicas	10	100	1,000	
Estanterías	5	200	1,000	
Almacenamiento para documentos	2	300	600	
Material de oficina	1 set	500	500	
Sistema de iluminación	1	600	600	
<b>Total</b>			<b>4,700</b>	

**Fuente:** Jefferson Cando

La inversión de equipos de oficina es fundamental para garantizar un entorno de trabajo funcional, eficiente y cómodo, lo cual es un impacto importante en la productividad y el bienestar de cada uno de los trabajadores, elementos como las sillas ergonómicas y los escritorios son fundamentales para garantizar un ambiente de trabajo saludable, mientras que el sistema de iluminación asegura un espacio bien iluminado para optimizar la productividad.

### Descripción detallada de equipos de computación

Los equipos de computación desempeñan un papel muy importante ya que facilitan la gestión del diseño, procesos digitales y de la comunicación interna y externa dentro de la empresa, contar con la tecnología adecuada no solo es importante para maximizar el rendimiento del personal, sino que también mejora la precisión en las tareas diarias dentro del cada lugar de trabajo donde se cuente con este tipo de herramienta.

Para el área técnica, estos equipos permiten el uso de software especializado en diseño, producción y control de calidad, asegurando que cada producto cumpla con los estándares establecidos. En el caso del personal administrativo, las computadoras son esenciales para la gestión de inventarios, finanzas, atención al cliente y otras funciones clave para el correcto funcionamiento de la empresa.

**Tabla 35** Descripción detallada de equipos de computación

Descripción	Unidades	Costo Unitario (USD)	Costo (USD)	Total
Computadora	3	1,000	3,000	
Software de diseño	1	2,000	2,000	
Impresora	1	500	500	
Pantalla de alta resolución	2	400	800	
Router y conectividad	1	300	300	
Total			<b>6,600</b>	

**Fuente:** Jefferson Cando

Los equipos de computación son esenciales para manejar el diseño y las operaciones administrativas en la empresa. La computadora y el software de diseño son los componentes clave para los diseñadores y personal técnico, mientras que la impresora y el router apoyan las tareas diarias de conectividad y gestión documental.

## Gastos operacionales

Los gastos operacionales de CANDO S.A. incluyen tanto los costos administrativos como los relacionados con las ventas, que son necesarios para el buen funcionamiento de la empresa. Estos gastos abarcan los sueldos del personal, alquiler de instalaciones, limpieza, servicios básicos, seguridad, publicidad, movilización y suministros de oficina, y están proyectados durante cinco años para anticipar el crecimiento de las operaciones.

**Tabla 36** Gastos operacionales: administrativos y de ventas

Gastos	1er mes	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldos	5,420.37	65,044.40	72,667.87	76,157.51	79,821.64	83,668.97
Alquiler	200.00	2,400.00	2,640.00	2,904.00	3,194.40	3,513.84
Limpieza	40.00	480.00	528.00	580.80	638.88	702.77
Servicios básicos	415.00	4,980.00	5,478.00	6,025.80	6,628.38	7,291.22
Seguridad	70.00	840.00	924.00	1,016.40	1,118.04	1,229.84
Publicidad	92.00	1,104.00	1,214.40	1,335.84	1,469.42	1,616.37
Movilización	25.00	300.00	330.00	363.00	399.30	439.23
Suministros de oficina	40.00	480.00	528.00	580.80	638.88	702.77
<b>Total</b>	<b>6,302.37</b>	<b>75,628.40</b>	<b>84,310.27</b>	<b>88,964.15</b>	<b>93,908.94</b>	<b>99,165.01</b>

**Fuente:** Jefferson Cando

En el primer año, los gastos operacionales alcanzan un total de \$75,628.40, con los sueldos representando la mayor parte del costo, sumando \$65,044.40. Los costos aumentan gradualmente en los años siguientes, alcanzando \$99,165.01 en el quinto año debido al crecimiento natural de las operaciones y la necesidad de ajustes en diversos rubros como

alquiler, seguridad y servicios básicos.

### **Remuneración personal**

La remuneración personal no solo implica el pago por el trabajo realizado, sino que también es un reconocimiento al esfuerzo, dedicación y compromiso con cada colaborador, un salario justo y competitivo no solo que genera capacidad de estabilidad económica para los empleados, esto motiva e impulsa la productividad y fortalece el sentido de pertenencia de los colaboradores hacia la empresa, además del sueldo base es importante considerar las bonificaciones, beneficios personales y las oportunidades de crecimiento profesional.

**Tabla 37** Remuneración personal

<b>Nómina</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Gerente general	\$1.011,78	\$1.129,98	\$1.184,08	\$1.240,89	\$1.300,54
Supervisor de operaciones	\$770,82	\$859,46	\$900,04	\$942,65	\$987,38
3 operadores confeccionadores	\$2.126,25	\$2.381,11	\$2.497,77	\$2.620,26	\$2.748,88
Asistente administrativo y de ventas	\$740,70	\$825,65	\$864,53	\$905,36	\$948,24
Abogado	\$770,82	\$859,46	\$900,04	\$942,65	\$987,38
<b>Total, mensual</b>	<b>\$5.420,37</b>	<b>\$6.055,66</b>	<b>\$6.346,46</b>	<b>\$6.651,80</b>	<b>\$6.972,41</b>

**Fuente:** Jefferson Cando

La tabla 34 detalla la remuneración que cada uno del miembro de la empresa percibirá durante los 5 primeros años de operación teniendo en cuenta cada uno de los beneficios profesionales con la que cuentan cada uno de los colaboradores dentro de la empresa, es así una remuneración mensual total para el primer año de 5.420,37 los cuales ascienden gradualmente con una inflación proyectada de 1.40% llegando a un total mensual de 6.972,41 para el año 5.

### **Depreciaciones**

Las depreciaciones no solo son un cálculo contable, sino que es una herramienta estratégica que ayuda a las empresas a la toma de decisión correctas, gracias a este tipo de procesos se pueden prever futuras inversiones futuras como renovación de equipos y así evitar gastos imprevistos y optimizar la planificación de recursos.

### **Ecuación**

Considerando la vida útil de los materiales, se procedió a determinar la depreciación para cada uno de los activos por medio de la siguiente ecuación:

$$\text{Dep. anual} = \text{costo} * \% \text{ de dep.}$$

$$\text{Dep. mensual} = \text{dep. anual} / 12$$

**Tabla 38** Depreciación anual

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VIDA ÚTIL</b>	<b>DEPRECIACIÓN ANUAL</b>
Mueble y enseres	3	\$2,033.33
Equipos de computacion	3	\$2,200.00
Maquinaria y equipos	8	\$3,250.00
Equipos de oficina	8	\$587.50
<b>Inversión total</b>		<b>\$8,070.83</b>

**Fuente:** Jefferson Cando

La tabla 35 detalla cada uno de los materiales a utilizar para el proyecto los cuales se deprecian con una vida útil de 3 años y dándonos un total de depreciación anual de 8,070.83.

### **Inversión inicial**

Para iniciar con el proyecto de CANDO S.A., es necesario realizar una planificación adecuada de la inversión necesaria para la operatividad de la empresa. Esta tabla presenta un desglose detallado de los costos asociados a los diferentes componentes de la inversión,

incluyendo capital de trabajo, maquinaria, equipos y muebles. Además, se ha calculado la vida útil de ciertos activos y su correspondiente depreciación anual, lo que permite estimar el costo de desgaste y la reposición de los activos en el tiempo:

**Tabla 39** *Inversión*

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>COSTO TOTAL</b>	<b>VIDA ÚTIL</b>	<b>DEPRECIACIÓN ANUAL</b>
CAPITAL DE TRABAJO: ACTIVO CORRIENTE	\$25,000.00		
GASTOS PRE- OPERATIVOS: OTROS ACTIVOS	\$8,000.00		
MUEBLE Y ENSERES	\$6,100.00	3	\$2,033.33
EQUIPOS DE COMPUTACION	\$6,600.00	3	\$2,200.00
MAQUINARIA Y EQUIPOS	\$26,000.00	8	\$3,250.00
EQUIPOS DE OFICINA	\$4,700.00	8	\$587.50
<b>INVERSIÓN TOTAL</b>	<b>\$76,400.00</b>		<b>\$8,070.83</b>

**Fuente:** Jefferson Cando

La tabla 30 El capital de trabajo es de \$25,000.00, mientras que los gastos pre-operativos ascienden a \$8,000.00. Además, los muebles y enseres tienen una vida útil de 3 años y una depreciación anual de \$2,033.33. Los equipos de computación, también con una vida útil de 3 años, se deprecian \$2,200.00 anualmente. La maquinaria, con una vida útil de 8 años, se deprecia \$3,250.00 al año, y los equipos de oficina se deprecian \$587.50 anualmente. Esto permite estimar el costo anual de desgaste en \$8,070.83.

## Financiamiento

La siguiente tabla muestra la distribución del capital a invertir, indicando tanto los aportes propios como los recursos obtenidos a través de financiamiento externo, además de los términos de la deuda que se planea contraer.

### Fuentes de financiamiento

Tabla 40 Descripción de la inversión requerida

Inversión Requerida	\$76,400.00	
Financiamiento	Valor	%
Aporte propio	\$22,920.00	30%
Préstamo	\$53,480.00	70%
Tasa a pagar	16.00%	
Plazo	5	

Fuente: Jefferson Cando

### Tabla de amortización

Tabla 41 Amortización del préstamo

PERIODOS	SALDO	PAGO	CAPITAL	INTERES	SALDO DE CAPITAL FINAL
0	\$ 53.480,00				\$ 53.480,00
1	\$ 53.480,00	\$ 16.333,29	\$ 7.776,49	\$ 8.556,80	\$ 45.703,51
2	\$ 45.703,51	\$ 16.333,29	\$ 9.020,73	\$7.312,56	\$ 36.682,77
3	\$ 36.682,77	\$ 16.333,29	\$10.464,05	\$5.869,24	\$ 26.218,72
4	\$ 26.218,72	\$ 16.333,29	\$12.138,30	\$4.195,00	\$ 14.080,43
5	\$ 14.080,43	\$ 16.333,29	\$ 14.080,43	\$ 2.252,87	\$ (0,00)

Fuente: Jefferson Cando

Se describe la inversión requerida para el proyecto, que asciende a \$76,400.00. Esta inversión se financiará en un 30% con aportes propios, equivalentes a \$22,920.00, y en un 70% mediante aportes de terceros, específicamente de bancos, con un valor de \$53,480.00. La tasa de interés aplicada al financiamiento bancario es del 16%, y el plazo para la deuda es de 5 años.

### **Costo de producción y ventas**

El costo de producción y ventas, es el reflejo de todos los esfuerzos, tiempo y recursos invertidos para llevar el producto a elaborar al mercado, entender los costos permite fijar el precio justo que permita cubrir los gastos y aseguren una ganancia considerable, además, te da control sobre los márgenes de rentabilidad y efectuar ajustes cuando sea necesario para seguir como una empresa competitiva dentro del mercado.

**Tabla 42** *Costos unitarios por producto*

Uniforme deportivo completo	65.00
Camisetas	35.00
Pantalnetas	45.00
Pantalones	82.00
Chompas	96.00
<b>Total</b>	<b>323</b>

**Fuente:** Jefferson Cando

La tabla anterior detalla cada uno de los productos y su costo de producción para los cuales se proyectará a 5 años con una inflación del 1,40%.

Entonces, se muestran los costos y costo unitario:

Para poder conocer el costo unitario, se aplica la siguiente fórmula:

$$C. U. P. = \frac{CT}{QT}$$

**C.U.P:** Costo unitario de producción

**CT:** Costo total

## QT: cantidad total a producir

### Costo unitario

El costo unitario de producción es simplemente lo que nos cuesta producir el producto que vayamos a fabricar, el valor de cada uno de los insumos que incurre una empresa para producir una sola unidad de un producto. Este valor incluye todos los gastos asociados con la producción de un solo artículo, como materiales, mano de obra, energía y otros costos indirectos. Es una medida clave para determinar el precio de venta de un producto y evaluar su rentabilidad.

**Tabla 43** Costos unitarios

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo Total	75628.4	84310	88964	93909	99165
Consumo del producto	234	572	581	590	599
Costo Unitario	323.20	147.40	153.12	159.17	165.55
Precio de Venta	535	542	550	558	566
Posible Utilidad	212	395	397	399	400

**Fuente:** Jefferson Cando

Según los costos unitarios de la tabla 37, se evidencia que en el segundo año el costo se reduce a la mitad por un aumento en el volumen de producción, lo que indica la presencia de costos unitarios. No obstante, a partir del quinto año, existe un leve aumento en los costos unitarios, lo que podría significar un aumento en el uso de las materias primas o en la eficiencia operacional promedio.

## Precios de venta de los productos

Para proyectar los precios de venta de los productos de CANDO S.A. en los próximos cinco años, se ha considerado un factor de inflación anual del 1.40%, lo que permitirá ajustar los precios de manera gradual y asegurar que los márgenes de ganancia no se vean afectados por el incremento en los costos a lo largo del tiempo. A continuación, se presenta una tabla que muestra los precios de venta proyectados para cada producto con el ajuste inflacionario aplicado.

**Tabla 44** Precios de venta de los productos, con cálculo de inflación en un 1,40%

Productos	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Uniforme deportivo completo	125.00	126.75	128.52	130.32	132.15
Camisetas	75.00	76.05	77.11	78.19	79.29
Pantalonetas	80.00	81.12	82.26	83.41	84.57
Pantalones	125.00	126.75	128.52	130.32	132.15
Chompas	130.00	131.82	133.67	135.54	137.43

**Fuente:** Jefferson Cando

La tabla nos detalla cada uno de los costos de los productos con los que cuenta la empresa los cuales se los a proyectado a 5 año con una inflación 1.40% para cada producto los cuales se evidencian a continuación.

- uniformes deportivos
- pantalonetas
- camisetas
- pantalones
- chompas

### Ingresos anuales proyectados

El siguiente resumen de ventas proyecta los ingresos anuales de CANDO S.A. para cada uno de los productos ofrecidos, a lo largo de un periodo de cinco años. Las proyecciones se basan en la demanda estimada y los precios de venta ajustados anualmente, lo que permite prever el comportamiento de las ventas y el crecimiento de los ingresos a medida que la empresa se consolida en el mercado.

**Tabla 45** Resumen de ventas

<b>Productos</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Uniforme deportivo completo	13,365.18	31,180.50	54,751.44	100,219.04	183,289.80
Camisetas	9,622.93	21,446.10	38,017.55	69,749.32	127,258.89
Pantalinetas	10,264.46	22,875.84	40,552.05	74,399.28	135,742.81
Pantalones	13,365.18	31,180.50	54,751.44	100,219.04	183,289.80
Chompas	13,899.78	32,427.72	56,941.49	104,227.80	190,621.39
<b>Total</b>	<b>60,517.52</b>	<b>139,110.66</b>	<b>245,013.97</b>	<b>448,814.46</b>	<b>820,202.69</b>

**Fuente:** Jefferson Cando

La proyección de ventas anuales de CANDO S.A. revelan, en líneas generales, un crecimiento sostenido de las ventas de productos durante los cinco años. Las cifras y las estimaciones que pueden verse en la Tabla 33, anticipan que, junto con la demanda esperada y la venta de los productos, se realizará un aumento en los precios anualmente, lo que permite estimar que cada categoría de producto tiene un crecimiento en las ventas. Este crecimiento es más notable en productos como el uniforme deportivo completo, chompas y pantalones, que, en el periodo de tiempo mencionado, el ingreso del Año 1 hasta el Año 5 aumentan considerablemente, llegando a multiplicarse varias veces durante el periodo.

## Estados financieros

### Estado de resultado proyectado

**Tabla 46** Estado de resultado proyectado 5 años

	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	
	0	1	2	3	4	5
Ventas		291.757,98	488.733,80	619.073,73	894.909,85	1.293.451,40
- Costo de Ventas		232.533,33	389.528,10	493.406,58	713.246,75	1.030.870,46
Utilidad Bruta en Ventas		59.224,65	99.205,70	125.667,14	181.663,10	262.580,94
- Gastos desembolsables		75.628,40	84.310,27	88.964,15	93.908,94	99.165,01
- Gastos no desembolsables		16.070,83	8.070,83	8.070,83	8.070,83	8.070,83
Utilidad Operacional		32.474,58	6.824,60	28.632,16	79.683,32	155.345,10
- Gastos financiamiento		7.995,58	6.690,33	5.160,83	3.368,54	1.268,33
+/- Ing/Eg. No operacionales		-	-	-	-	-
Utilidad antes de Reparto a Trabajadores		40.470,16	134,27	23.471,33	76.314,78	154.076,77
- 15% Reparto Ut. Trabajadores		-	20,14	3.520,70	11.447,22	23.111,52
Utilidad antes de Impuesto Renta		40.470,16	114,13	19.950,63	64.867,56	130.965,26
- 25%		-	28,53	4.987,66	16.216,89	32.741,31
Impuesto Renta		-	28,53	4.987,66	16.216,89	32.741,31
Utilidad antes de Reserva Legal		40.470,16	85,60	14.962,97	48.650,67	98.223,94
- 10% Reserva Legal		-	8,56	1.496,30	4.865,07	9.822,39
Utilidad del ejercicio		40.470,16	77,04	13.466,68	43.785,60	88.401,55
+ Gastos no desembolsables		16.070,83	8.070,83	8.070,83	8.070,83	8.070,83
+ Reserva Legal		-	8,56	1.496,30	4.865,07	9.822,39

+ Deudas no pagadas en el periodo	-	48,67	8.508,36	27.664,11	55.852,83
- Deudas pagadas		-	- 48,67	-8.508,36	- 27.664,11
- Amortización (cap.pagado)	- 7.597,14	- 8.902,39	-10.431,89	-	-14.324,39
+ Valor en Libros (si se vende)				12.224,18	
Inversión	- 76.400,00			-	
Préstamo a largo plazo	53.480,00			12.700,00	
Flujo de Caja	-22.920,00	-31.996,47	- 697,29	21.061,60	50.953,08
					120.159,11

Fuente: Jefferson Cando

Como se observa en El Estado de Resultado Proyectado de CANDO S.A, las ventas muestran un crecimiento a lo largo de cinco años de \$60,517.52 en el Año 1 a \$820,202.69 en el Año 5. Cando S.A ha aumentado significativamente su venta, esto se justificaría con motivo de la expansión y la concentración de la empresa en el mercado. Asimismo, para el cumplimiento de la producción, los costos de ventas se incrementan y en el año 5 alcanzan \$492,058.18.

La utilidad bruta ha tenido aumento constante pasando desde \$24,271.16 en el año 1 hasta 328,144.51 en el año 5, esto se da gracias a la venta junto con un control en los costos de producción. También es importante indicar que, al paso del tiempo, los gastos desembolsables también se incrementarán y para el año 5 se proyectan a \$99,165.01. Al considerar estos gastos, para el año 3 la utilidad operacional mejora superando los \$220,908.67 en el Año 5.

En términos fiscales, la empresa comienza a obtener ganancias a partir del tercer año, con un impuesto sobre la renta de \$15,776.23 y una reserva legal de \$4,732.87 en el año cuatro. El ingreso neto después de impuestos permanece negativo en los primeros años, pero se vuelve positivo a partir del año cuatro, alcanzando 126018.65 en el año cinco.

## Balance general proyectado

Tabla 47 Balance general proyectado

		AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO
		1	2	3	4	5
EFFECTIVO	25.000,00	- 6.996,47	- 7.693,75	13.367,84	64.320,92	184.480,03
A/F NETOS	51.400,00	35.329,17	27.258,33	19.187,50	23.816,67	15.745,83
ACTIVOS	76.400,00	28.332,70	19.564,58	32.555,34	88.137,59	200.225,86
CTAS.DOC. X PAGAR		-	48,67	8.508,36	27.664,11	55.852,83
PRÉSTAMO BCARIO.	53.480,00	45.882,86	36.980,47	26.548,57	14.324,39	-
PASIVOS	53.480,00	45.882,86	37.029,14	35.056,93	41.988,50	55.852,83
CAPITAL SOCIAL	22.920,00	22.920,00	22.920,00	22.920,00	22.920,00	22.920,00
RESERVA LEGAL		-	8,56	1.504,86	6.369,92	16.192,32
UTILIDADES RETENIDAS		- 40.470,16	- 40.393,12	-26.926,44	16.859,16	105.260,71
PATRIMONIO	22.920,00	- 17.550,16	- 17.464,56	- 2.501,59	46.149,09	144.373,03
PASIVOS + PATRIMONIO	76.400,00	28.332,70	19.564,58	32.555,34	88.137,59	200.225,86

Fuente: Jefferson Cando

El Proyectado Balance General para CANDO S.A. muestra una notable evolución en la situación financiera de la empresa a lo largo de un periodo de cinco años. En el Año 1, la empresa comienza con efectivo de \$25,000.00; sin embargo, hay una caída en el flujo de efectivo durante los primeros tres años que lleva a saldos negativos de -\$92,764.77 para el Año 4. No obstante, el efectivo en el Año 5 se proyecta en \$151,097.34, lo que sugiere que la empresa se ha recuperado y consolidado financieramente de manera extraordinaria.

Los activos fijos netos de la empresa muestran un declive constante de \$51,400.00 en el Año 1 a \$15,745.83 en el Año 5 debido a la depreciación de los activos y la falta de nuevas adquisiciones significativas. En cuanto al valor total de los activos, la empresa sufre una disminución en los primeros años que culmina en un valor de -\$73,577.27 en el Año 4, antes de recuperarse al final del ciclo de cinco años para alcanzar \$166,843.18 en el Año 5.

La empresa tiene en su pasivo un préstamo bancario que se presenta en el balance, que se reduce de \$53,480.00 en el Año 1 a \$14,324.39 en el Año 4 con un saldo de cero en el Año 5. Esto indica que, durante el periodo proyectado, el pasivo será completamente cancelado. Además, el total de pasivos también se reduce con el tiempo y se estabiliza en \$79,619.62 en el Año 5.

El patrimonio de la empresa refleja casi en su totalidad la baja acumulada en los primeros años, pero en el Año 5, aumenta de forma considerable hasta alcanzar un saldo positivo de \$87,223.55. Esto es a causa de la acumulación de utilidades retenidas que se tiene después de varios años de recuperación.

### Flujo de efectivo

El análisis de flujo de caja y el cálculo del Payback son fundamentales para evaluar la viabilidad económica y el tiempo de recuperación de la inversión en el proyecto de CANDO S.A.

**Tabla 48** *Flujo y payback*

	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Flujo	-\$ 22,920.00	-\$ 66,949.96	-\$ 44,283.06	-\$ 6,531.75	\$ 57,387.72	\$ 186,474.39
Valor presente	-\$ 22,920.00	-\$ 57,645.91	-\$ 32,830.24	-\$ 4,169.50	\$ 31,542.18	\$ 88,249.06
flujo						
Payback	-\$ 22,920.00	-\$ 80,565.91	-\$ 113,396.14	-\$ 117,565.65	-\$ 86,023.47	\$ 2,225.59

**Fuente:** Jefferson Cando

El análisis de flujo de efectivo para CANDO S.A. muestra una recuperación gradual en los primeros cinco años del proyecto. En el Año 0, la empresa comienza con un flujo de efectivo negativo de -\$22,920.00, que representa la inversión inicial más los costos iniciales del proyecto. En los primeros tres años, los flujos de efectivo siguen siendo negativos, alcanzando -\$66,949.96 en el Año 1, -\$44,283.06 en el Año 2 y -\$6,531.75 en el Año 3.

Sin embargo, en el Año 4, la empresa comienza a obtener ganancias positivas, comenzando con un flujo de efectivo positivo de \$57,387.72. Para el Año 5, el flujo de efectivo proyectado es de \$186,474.39, lo que demuestra una recuperación financiera significativa y una creciente estabilidad económica para la empresa.

El flujo de efectivo demuestra en su valor presente la suma de los flujos descontados a las tasas de interés, a medida que el tiempo avanza y la tasa de descuento se aplica a los ingresos, permitiendo calcular su impacto. En el año cero, el valor presente se encuentra en \$-22,920. Durante los tres primeros años, el valor presente se mantiene negativo, alcanzando en el año uno un valor de \$-57,645.91, -\$32,830.24 en el año dos y -\$4,169.50 en el año tres. Incrementando el valor a partir de año cuatro, donde el saldo se encuentra en \$31,542.18 y \$88,249.06 en el año cinco. Lo que muestra un incremento de valor del proyecto por la generación de ingresos.

El retorno de inversión refleja el tiempo en el cual se recupera la inversión inicial. En el año cero el saldo es -\$22,920.00. Después, la recuperación se vuelve más favorable. Hacia el año cinco el saldo es estimado en \$2,225.59. Esto refleja la recuperación completa de la inversión inicial, durante el año cinco.

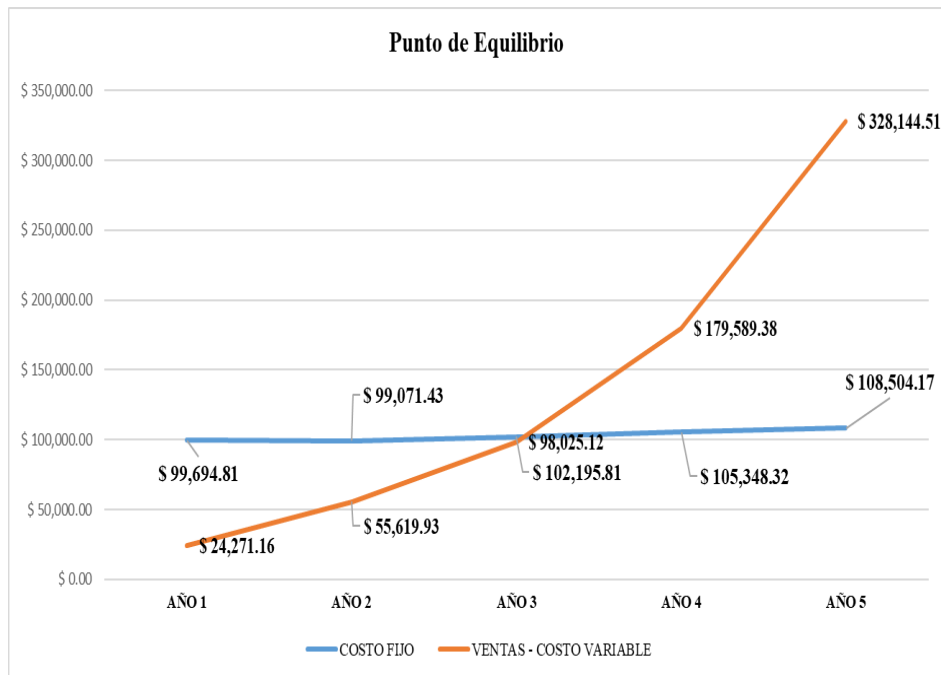
### **Punto de equilibrio**

**Tabla 49** *Punto de equilibrio*

<b>Año</b>	<b>Costo Fijo (USD)</b>	<b>Ventas (USD)</b>	<b>Costos Variables (USD)</b>	<b>Punto de Equilibrio (USD)</b>
Año 1	\$99,694.81	\$60,517.52	\$36,246.36	\$99,694.81
Año 2	\$99,071.43	\$139,110.66	\$83,490.73	\$99,071.43
Año 3	\$102,195.81	\$245,013.97	\$146,988.84	\$102,195.81
Año 4	\$105,348.32	\$448,814.46	\$269,225.08	\$105,348.32
Año 5	\$108,504.17	\$820,202.69	\$492,058.18	\$108,504.17

**Fuente:** Jefferson Cando

**Ilustración 21** *Punto de equilibrio*



**Fuente:** Jefferson Cando

El punto de equilibrio para CANDO S.A. se muestra en la Tabla 43. Contiene costos fijos, ingresos por ventas, costos variables y porcentaje de punto de equilibrio para los cinco años planificados.

En el primer año, el porcentaje de punto de equilibrio es alto, lo que significa que las ventas deben cubrir un mayor porcentaje de los costos fijos y variables. Como ejemplo, en el Año 1, el valor se sitúa en un 411%, lo que significa que los gastos deben ser mucho mayores que las ventas para volverse rentables. A medida que avanzan los períodos de tiempo, este porcentaje se reduce, alcanzando tan solo un 33% en el año 5. Esto indica una mejora en la gestión de costos junto con una mayor rentabilidad de la empresa.

Los costos fijos permanecen bastante estables después de alcanzar el punto de equilibrio, aumentando marginalmente de un año a otro, de \$99,694.81 en el Año 1 a \$108,504.17 en el Año 5. En contraste, el costo variable experimenta un gran aumento a medida que las ventas aumentan, subiendo de \$36,246.36 en el Año 1 a \$492,058.18 en el Año 5.

## Evaluación financiera

### TMAR

Para calcular la Tasa Mínima Atractiva de Rentabilidad (TMAR) con los datos que proporcionas, usamos la siguiente fórmula:

$$TMAR = (E \times \text{Tasa de retorno}) + (D \times \text{Tasa de interés}) \times (1 - \text{Tasa de impuesto})$$

- E es la porción de Aportes Propios (30% o 0.30)
- D es la porción de Deuda (70% o 0.70)
- C es la suma de los Aportes Propios y Deuda, es decir, 1 (100%)
- Tasa de retorno esperada 30% (0.30)
- Tasa de interés del banco es 16% (0.16)
- Tasa de impuesto es 36.25% (0.3625)

Vamos a calcular el valor de la TMAR.

$$TMAR = (0.30 \times 0.30) + (0.70 \times 0.16 \times (1 - 0.3625))$$

La Tasa Mínima Atractiva de Rentabilidad (TMAR) calculada es 16.14%.

**Tabla 50** TMAR

Elemento	Valor
Porción de Aportes Propios	30% (0.30)
Tasa de Retorno Esperada	30% (0.30)
Porción de Deuda (Bancos)	70% (0.70)
Tasa de Interés del Banco	16% (0.16)
Tasa de Impuesto	36.25% (0.3625)
TMAR	16.14%

**Fuente:** Jefferson Cando

La Tabla 37 muestra los componentes utilizados para calcular la Tasa Mínima Aceptable de Retorno (TMAR) del 16.14% para "CANDO S.A.", indicando la proporción de

financiamiento propio y bancario, así como la tasa de retorno esperada y el impacto fiscal aplicado.

### VAN

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{Ft}{(1+TMAR)^t}$$

$$VAN = \frac{-22.920}{(1+0.16)^0} + \frac{-31.996,47}{(1+0.16)^1} + \frac{-697,29}{(1+0.16)^2} + \frac{-21.061,60}{(1+0.16)^3} + \frac{50.953,08}{(1+0.16)^4} + \frac{120,19,11}{(1+0.16)^5}$$

$$VAN = \$ 2,225.59$$

### TIR

$$TIR = \sum_{t=1}^n \frac{Ft}{(1+r)^t} - I_0$$

$$TIR = \frac{-22.920}{(1+0,1675)^0} + \frac{-31.996,47}{(1+0,1675)^1} + \frac{-697,29}{(1+0,1675)^2} + \frac{-21.061,60}{(1+0,1675)^3} + \frac{50.953,08}{(1+0,1675)^4} + \frac{120,19,11}{(1+0,1675)^5}$$

$$TIR = 16.75\%$$

**Tabla 51** Retorno de inversión y VAN

<b>TIR</b>	<b>16.75%</b>
<b>VAN</b>	<b>\$ 2,225.59</b>

**Fuente:** Jefferson Cando

Tasa Interna de Retorno (TIR): La rentabilidad anual esperada del proyecto con un 16.75% de TIR es sumamente beneficiosa. Esta tasa sugiere que el proyecto es financieramente viable, puesto que rentabiliza, en términos de capital, en más de la tasa de descuento utilizada en los cálculos. Además, esto supera el costo de oportunidad del capital.

Valor Actual Neto (VAN): Se proyecta el VAN en \$2,225.59. Este valor positivo refuerza el hecho de que el valor generado por el proyecto, al descontarse todos los flujos de efectivo futuros, excede la inversión inicial. Un VAN positivo asegura que el proyecto logrará

fortalecer la empresa y sus accionistas, lo que, a su vez, soporta la viabilidad financiera del mismo.

### **Período de Recuperación de la Inversión (PRI)**

El periodo de recuperación menciona el tiempo en el que los ingresos superan los pagos y se obtiene utilidad. por lo tanto, el PRI determina la viabilidad del proyecto y se utiliza la siguiente formula:

$$PRI = \text{año de recuperacion} + \frac{\text{Monto restante al final del año anterior}}{\text{Flujo de caja del año siguiente}}$$

$$PRI=4 + \frac{86023.47}{186474.39}=4+0.4614$$

$$PRI=4,46 \text{ años}$$

Esto significa que la inversión se recupera aproximadamente en 4 años y 5.5 meses.

### **Relación costo beneficio**

$$R C/B = \frac{\text{Ingresos Totales Actualizados}}{\text{Costo Totales Actualizados}}$$

$$R C/B = \frac{129,054.98}{57,841.33}$$

$$R C/B = 2.23$$

La relación costo beneficio es de 2,23, lo que indica que por cada dólar invertido se generara un beneficio de \$2,23

## **Conclusiones**

El análisis de la evolución de la industria textil en Ecuador y las tendencias actuales en la confección de ropa deportiva ha permitido establecer un contexto sólido para el desarrollo del proyecto. La creciente demanda de productos sostenibles, la integración de tecnologías avanzadas en los textiles, y la tendencia hacia un estilo de vida activo brindan una oportunidad significativa para que CANDO S.A. se posicione en el mercado, ofreciendo productos innovadores y sostenibles en una industria con gran potencial de crecimiento.

El estudio de mercado ha revelado una demanda significativa de ropa deportiva en el sur de Quito, especialmente entre jóvenes interesados en productos sostenibles. Además, se identificaron varios competidores en el sector, lo que resalta la necesidad de una diferenciación clara de los productos de CANDO S.A. El análisis del segmento de mercado y la competencia confirma que existe un nicho atractivo para la empresa, con oportunidades para captar una porción significativa del mercado mediante estrategias de innovación y sostenibilidad.

El estudio técnico realizado para CANDO S.A. permitió definir el tamaño óptimo de la empresa, su ubicación, capacidad instalada, tecnologías a utilizar y los recursos necesarios para garantizar una producción eficiente de ropa deportiva. Con base en el análisis de la demanda insatisfecha y las capacidades productivas, se determinó que la planta, ubicada en el sur de Quito, podrá operar con una capacidad instalada de hasta 1,401 prendas anuales. La infraestructura y maquinaria seleccionadas, como máquinas de coser industriales, overlocks y bordadoras, aseguran que se cumplan los estándares de calidad y eficiencia.

El proyecto es rentable y financieramente viable ya que el punto de equilibrio se reduce significativamente a lo largo de los años, pasando de un alto 411% en el Año 1 a solo un 33% en el Año 5, lo que indica una mejora en la gestión de costos y mayor rentabilidad. La Tasa Mínima Atractiva de Rentabilidad (TMAR) es de 16.14%, lo que supera el costo de financiamiento y asegura un rendimiento atractivo para los inversores. La Tasa Interna de Retorno (TIR) proyectada es del 16.75%, superior a la TMAR, lo que valida la rentabilidad del proyecto. Además, el Valor Actual Neto (VAN) es de \$2,225.59, lo que confirma que el proyecto generará más valor que la inversión inicial. Finalmente, el Período de Recuperación de la Inversión (PRI) es de 4.46 años, lo que indica una recuperación eficiente de la inversión. Estos resultados respaldan la viabilidad económica y el alto potencial de rentabilidad.

## **Recomendaciones**

Con base en las conclusiones obtenidas de la investigación y análisis realizados en esta tesis, se presentan las siguientes recomendaciones para asegurar el éxito y la sostenibilidad de la microempresa "CANDO S.A." en el mercado de la confección de ropa deportiva. Estas recomendaciones se proponen para guiar la implementación de estrategias efectivas que maximicen la rentabilidad y fortalezcan la posición competitiva de la empresa.

Se mantenga actualizada sobre las tendencias tecnológicas y de sostenibilidad, aprovechando la creciente demanda de productos eco amigables y explorando alianzas con proveedores de textiles sostenibles para seguir diferenciándose en el mercado.

Optimizar constantemente los procesos de producción para ajustar la capacidad instalada a las variaciones de la demanda, así como revisar periódicamente la tecnología empleada para asegurar que se mantenga competitiva.

Evaluar la posibilidad de aumentar la capacidad instalada en función del crecimiento de la demanda, asegurando que las tecnologías y recursos humanos sigan alineados con los objetivos de producción y eficiencia.

Mantener un control riguroso sobre los costos y un monitoreo constante del flujo de caja para garantizar que la empresa siga siendo financieramente sostenible, especialmente en los primeros años de operación cuando los márgenes son más ajustados.

## Referencias

- Helmut Sy Corvo. (26 de julio de 2023). *Lifeder*. TMAR (tasa mínima aceptable de rendimiento).
- UNIR Colombia. (2024). TIR: Tasa Interna de Retorno. Qué es y cómo calcularla. *Universidad Virtual*. / *UNIR Colombia - Maestrías y Grados virtuales*.  
<https://colombia.unir.net/actualidad-unir/tasa-iterna-retorno/>
- Aguirre, M., Álvarez, J., y Zurita, C. (2019). Estrategias de Marketing y posicionamiento de marca para el sector artesanal textil. *CIENCIAMATRIA*, 5(1), 245-270.
- AITE i industria. (2022). *AITE. ASOCIACIÓN DE INDUSTRIALES*:  
<https://www.aite.com.ec/industria.html>
- AITE I Industria. (2022). *AITE. ASOCIACIÓN DE INDUSTRIALES*:  
<https://www.aite.com.ec/industria.html>
- Alban, M., Vizcaino, G., & Jimenez, C. F. (2014). *La gestión por procesos en las Instituciones de Educación Superior*. Dialnet: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9596104>
- Alvarado, J. M., & Damián, M. Á. (2015). *Estimación empírica de elasticidades de oferta y demanda*. <https://www.redalyc.org/pdf/2631/263139893004.pdf>
- Anna Pérez. (3 de Agosto de 2022). *OBS Business School*. Estudio financiero: en qué consiste y cómo llevarlo a cabo: <https://www.obsbusiness.school/blog/estudio-financiero-en-que-consiste-y-como-llevarlo-cabo>
- BBVA. (24 de Noviembre de 2024). *BBVA México*. ¿Qué es una Inversión Bruta Fija? :  
[https://www.bbva.mx/educacion-financiera/i/inversion\\_bruta\\_fija.html](https://www.bbva.mx/educacion-financiera/i/inversion_bruta_fija.html)
- BCE. (2020). *Banco Central del Ecuador* . CIFRAS ECONÓMICAS DEL ECUADOR:  
<https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorReal/Previsiones/IndCoyuntura/CifrasEconomicas/cie202304.pdf>
- Brand Devia, M. T., & Vergara Martinez, A. (2021). *Propuesta de diseño para textil ecológico con fibra vegetal*.
- Carrillo, M. R. (2013). *PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE ROPA DEPORTIVA EN LA CIUDAD DE AMBATO*.

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

Chaves, D. (2001). *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD ECONÓMICA DEL PRODUCTO*.  
[https://doi.org/https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-04/semana4/4Guia\\_Factibilidad\\_Proyectos\\_Ecoturisticos\\_CAPAS.pdf](https://doi.org/https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-04/semana4/4Guia_Factibilidad_Proyectos_Ecoturisticos_CAPAS.pdf)

Chipantiza, J. S. (2020). "*Creación de una línea de ropa deportiva para damas de tallas plus en la provincia de Tunhurahua*".  
<https://repositorio.uta.edu.ec/server/api/core/bitstreams/4e1b91dd-d636-4044-b1ec-cbcb6eb0c5c4/content>

Communications. (2024). ¿Qué es el balance general o de situación de una empresa? *BBVA NOTICIAS*. <https://www.bbva.com/es/salud-financiera/que-es-el-balance-general-o-de-situacion-de-una-empresa/>

Communications. (26 de Agosto de 2024). *BBVA NOTICIAS*. Inversión inicial de una empresa: cómo gestionarla: <https://www.bbva.com/es/innovacion/inversion-inicial-de-una-empresa-como-gestionarla/>

Concepto. (12 de Enero de 2024). *Encuesta - Concepto, tipos, función, características y ejemplos*.  
<https://concepto.de/encuesta/>

Delgado Moreira, M. I., & Vidal Zambrano, D. B. (2021). *Aprovechamiento del residuo del cultivo de banano (Musa paradisiaca, Musa sapientum y Musa acuminata) en la producción artesanal de fibra textil*. Calceta: ESPAM MFL.

Escobar Merino, L. M. (2019). *Gestión administrativa y desarrollo organizacional de las Mypes en el rubro textil, del distrito de los Olivos, 2018*.

Euroinnova International Online Education. (7 de Octubre de 2024). *Euroinnova International Online Education*. que es la localización de una empresa: <https://www.euroinnova.com/blog/que-es-la-localizacion-de-una-empresa>

Euroinnova International Online Education. (15 de julio de 2024). *Euroinnova International Online Education*. que es distribución de planta: <https://www.euroinnova.com/blog/que-es-distribucion-de-planta>

- Gárate Loja, C. D., & Samaniego Samaniego, J. F. (2024). *Desarrollo de un plan de negocio para un taller de servicio automotriz diesel en la ciudad de Loja, usando la metodología del modelo Canvas para determinar su viabilidad*.
- García, J. M. (2018). *Impacto que genera la investigación de mercados en la toma de decisiones por la gerencia*. <https://www.redalyc.org/journal/5885/588561702007/html/>
- Guillermo . (24 de Noviembre de 2022). *Economipedia Westreicher*. Capital de trabajo Qué es, definición y concepto: <https://economipedia.com/definiciones/capital-de-trabajo.html>
- Guillermo Westreicher. (22 de Noviembre de 2022). *Economipedia*. Capital de trabajo Qué es, definición y concepto: <https://economipedia.com/definiciones/capital-de-trabajo.html>
- Gutierrez, E. (2018). El software contable como herramienta técnica en las microempresas de la provincia de Santa Elena, Ecuador. *Revista Killkana Sociales*, 2(1), 21-26. <file:///C:/Users/luis/D/Downloads/Dialnet-ElSoftwareContableComoHerramientaTecnicaEnLasMicro-6353057.pdf>
- Helmut Sy Corvo. (28 de Abril de 2021). *Lifeder*. Macrolocalización: <https://www.lifeder.com/macrolocalizacion-proyecto-empresa/>
- Hernández Balcázar, M. A. (2020). *Propuesta de fibras biodegradables que sirvan como insumos en la industria textil*.
- Hernandez, R. F. (2006). *Capítulo III Marco Metodológico*. 1. Enfoque epistemológico - Urbe. Repositorio Virtual Urbe . <https://virtual.urbe.edu/tesispub/0093249/cap03.pdf>
- INEC. (2016). *Demanda interna del sector textil y confección en Ecuador*. <https://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/10167/1/UDLA-EC-TINMD-2018-21.pdf>
- Intecplan. (2022). *El estudio técnico de un proyecto* . <https://www.intecplan.com.mx/estudio-tecnico.htm>
- Kluwer, W. (4 de Octubre de 2023). Cuenta de pérdidas y ganancias: qué es y cómo hacerla: <https://www.wolterskluwer.com/es-es/expert-insights/cuenta-de-perdidas-y-ganancias-como-hacerla>
- Latifi, G., Grilli, L., & Herrmann, A. (2024). ¿Sigue siendo importante redactar un plan de negocios para buscar y obtener financiación de capital externo? . *Capital riesgo* , 1(26),

47–73. . <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/13691066.2022.2161969>

LEARN STATISTICS EASILY. (12 de Octubre de 2024). *LEARN STATISTICS EASILY*. Qué es: Demanda insatisfecha explicada en detalle: <https://es.statisticseasily.com/glossario/what-is-unmet-demand-explained-in-detail/>

Luna, R. (2001). *Guía para elaborar estudios de factibilidad*. [https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-04/semana4/4Guia\\_Factibilidad\\_Proyectos\\_Ecoturisticos\\_CAPAS.pdf](https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-04/semana4/4Guia_Factibilidad_Proyectos_Ecoturisticos_CAPAS.pdf)

Michelle, R. M. (2021). *PROYECTO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA MICROEMPRESA DE ROPA DEPORTIVA “ALMY’S” CONFECCIONADO CON TEXTILES ANTIFLUIDOS EN EL CANTÓN HUAQUILLAS*. <http://repositorio.sangregorio.edu.ec:8080/bitstream/123456789/2201/1/Ram%c3%adrez%20Malla%20y%20Tello%20Parra.pdf>

Miryan, Q. (2024). *¿Qué es un producto? Tipos, características y ejemplos*. *Economipedia*. <https://economipedia.com/definiciones/producto.html>

Mundi. (22 de Noviembre de 2022). *Mundi*. ¿Qué son los indicadores financieros?: <https://mundi.io/finanzas/indicadores-financieros-para-empresas/>

Myriam Kiziryan. (3 de Mayo de 2024). *Economipedia*. Flujo de caja - Qué es, tipos y usos: <https://economipedia.com/definiciones/flujo-de-caja.html>

Narvaez, M. (3 de julio de 2023). *QuestionPro*. ¿Qué es una población? Definición, tipos y métodos de estudio.: <https://www.questionpro.com/blog/es/que-es-una-poblacion/>

Pérez Merchán, F. C. (2023). *Plan de negocio para la creación de una empresa de restauración de piezas y vehículos antiguos marca Renault*.

Perez, A. (4 de Mayo de 2022). *OBS Business School*. Elementos clave en la ingeniería de proyectos: <https://www.obsbusiness.school/blog/elementos-clave-en-la-ingenieria-de-proyectos>

Pitre-Redondo, R., De la Ossa-Guerra, S., & Hernández-Palma, H. (2020). Ecoeficiencia: clave de la responsabilidad ambiental empresarial en el sector textil. . *Desarrollo Gerencial*, , 12(2), 1-20.

- Porto, J. P. (6 de Junio de 2022). *Definición.de*. Precio - Qué es, usos, definición y concepto: <https://definicion.de/precio/>
- Puro MKT. (26 de Agosto de 2024). *bmfschool.com*. Valor actual neto: qué es y cómo calcularlo: <https://bmfschool.com/2023/01/10/valor-actual-neto-que-es-y-como-calcularlo/>
- Quintana Asimbaya, Á. R. (2023). . *Plan de negocio para la creación de una empresa automotriz en la Parroquia Quitumbe de la ciudad de Quito* . Universidad Tecnológica Israel.
- Quiroa, M. (15 de Mayo de 2024). *Economipedia*. ¿Qué es un producto? Tipos, características y ejemplos.
- Rea Álvarez, H. A. (2023). *Plan de negocios para la producción y exportación de snacks a base de chocho deshidratado, año 2023*.
- Reguera Eduardo. (1 de febrero de 2024). *Aprende Economía*. ¿Qué es la inversión fija y diferida? Guía completa y ejemplos: [https://aprendeconomia.info/que-es-inversion-fija-y-diferida/#google\\_vignette](https://aprendeconomia.info/que-es-inversion-fija-y-diferida/#google_vignette)
- Rivas Figueroa, J. X., & Rodríguez Bonilla, J. A. (2021). *Plan de negocio para la exportación de snack salados a base de plátano, camote y yuca hacia Canadá*.
- Rojas Román, E. F. (2024). *Desarrollo de un plan de negocios para un taller de servicio automotriz en la ciudad de Cuenca* .
- Sampieri, H., Collado, F., & Lucio, B. (2014). *Metodología de la investigación*. (6.<sup>a</sup> ed.). McGraw-Hill.
- Santoyo, F. G. (2019). Localización de empresas usando lógica difusa: Estrategia para su posicionamiento. *Contaduría y Administración*, 65(2), 168. <https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2019.1924>
- Segura Solórzano, C. A., & Calvo Rubí, K. L. (2022). *Estudio de viabilidad comercial para la venta electrónica de frutas, verduras, legumbres y vegetales en el condominio Los Helechos en Paraíso de Cartago durante el primer cuatrimestre de 2021 y propuesta para el plan de negocio*.
- SICMA. (6 de marzo de 2023). *Soluciones Integrales para la Industria 4.0*. Qué es la Maquinaria Industrial, para que se usa y sus tipos: <https://www.sicma21.com/maquinaria-industrial->

que-es-y-tipos/

Siigo. (16 de Enero de 2022). *Siigo*. ¿Qué son y porque son importantes los estados financieros?:

<https://www.siigo.com/blog/empresario/que-son-los-estados-financieros/>

Soledispa, X., Pionce, J., & Sierra, M. (2022). La gestión administrativa, factor clave para la productividad y competitividad de las microempresas. *Revista Científica Dominio de las Ciencias*.

<https://doi.org/file:///C:/Users/sarangoj/Downloads/Dialnet-LaGestionAdministrativaFactorClaveParaLaProductivi-8383391.pdf>.

Solís, L. D. (22 de septiembre de 2022). *Investigalia*. El enfoque cuantitativo de investigación:

<https://investigaliacr.com/investigacion/el-enfoque-cuantitativo-de-investigacion/>

Stewart, L. (10 de julio de 2024). *ATLAS.ti*. ¿Qué es la investigación descriptiva y cómo se utiliza?:

<https://atlasti.com/es/research-hub/investigacion-descriptiva>

Torres, D. (7 de Mayo de 2023). *Qué es un análisis de la demanda y cómo hacerlo en tu empresa*.

HubSpot. Retrieved : <https://blog.hubspot.es/sales/analisis-demanda>

Vega, T., y Guerrero, L. (2020). Plan de negocios y plan de marketing en las micro, pequeñas y medianas empresas: análisis bibliométrico. *Revista Espacios*, 41(45), 247-260.

VILLAGÓMEZ, E. N. (2021). *PROYECTO PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE*. <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/14829/1/226T0094.pdf>

Zendesk. (2023). *¿Qué es el estudio de mercado y para qué sirve?*

<https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-estudio-de-mercado/>

## ANEXOS

*Anexo A Cuestionario*

**Cuestionario:**

*Objetivo 1: Investigar el mercado local del sur de la ciudad de Quito para identificar las tendencias actuales de consumo de ropa deportiva, incluyendo preferencias de diseño, precios competitivos y demanda potencial.*

1. ¿Con qué frecuencia adquiere ropa deportiva?
  - Nunca
  - Ocasionalmente
  - Frecuentemente
  - Siempre
  
2. ¿Qué tipo de prendas deportivas prefiere comprar?
  - Camisetas
  - Pantalones
  - Chaquetas
  - Otros (especificar)
  
3. ¿Qué factores considera más importantes al elegir una prenda deportiva? (Seleccionar todas las opciones aplicables)
  - Calidad del material
  - Diseño estético
  - Precio
  - Marca
  - Comodidad
  - Durabilidad
  
4. ¿Estaría dispuesto/a a pagar un precio más alto por una prenda deportiva si esta fuera fabricada localmente y promoviera valores de responsabilidad social?
  - Si
  - No

5. ¿Cuánto estaría dispuesto/a a pagar por una prenda deportiva de alta calidad?
- Menos de \$10
  - \$10 - \$20
  - \$20 - \$30
  - Más de \$30
6. ¿Considera importante la procedencia de los materiales utilizados en la fabricación de prendas deportivas?
- Muy importante
  - Importante
  - Poco importante
  - No importante
7. ¿Qué aspectos influyen más en su decisión de compra de ropa deportiva?
- Precio
  - Calidad del material
  - Marca
  - Otros (especificar)
8. ¿Estaría dispuesto/a a pagar un precio más alto por una prenda deportiva si esta fuera producida de manera sostenible y respetuosa con el medio ambiente?
- Si
  - No
9. ¿Prefiere comprar productos fabricados por empresas locales?
- Sí
  - No
  - Depende

10. ¿Qué importancia le da al apoyo a empresas locales en sus decisiones de compra?

- Mucha importancia
- Alguna importancia
- Poca importancia
- Ninguna importancia

11. ¿Estaría dispuesto/a a recomendar una marca de ropa deportiva que promueva valores de responsabilidad social y desarrollo sostenible?

- Sí
- No
- Tal vez

**Anexo B** *Ratios financieros*

<b>RATIOS FINANCIEROS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
RAZÓN CORRIENTE	-\$ 0.14	-\$ 1.59	-\$ 2.77	-\$ 0.28	\$ 2.10
CAPITAL DE TRABAJO	-\$ 52,503.65	-\$ 95,955.15	-\$ 100,125.84	-\$ 52,797.16	\$ 87,223.55
ROTACIÓN DEL ACTIVO TOTAL	-\$ 9.14	-\$ 2.36	-\$ 3.33	-\$ 38.82	\$ 4.92
ENDEUDAMIENTO	\$ 0.70	-\$ 6.93	-\$ 0.63	-\$ 0.36	-\$ 3.57
LEVERAGE TOTAL	-\$ 0.87	-\$ 0.39	-\$ 0.27	-\$ 0.78	\$ 0.91
COBERTURA PASIVO FINANCIERO	\$ 0.76	\$ 0.27	\$ 0.11	\$ 0.09	\$ 0.10
COBERTURA GASTO FINANCIERO	-\$ 8.43	-\$ 5.49	\$ 0.19	\$ 23.04	\$ 174.17

MARGEN BRUTO	40%	40%	40%	40%	40%
MARGEN OPERATIVO	-111%	-26%	0%	17%	27%
MARGEN NETO	-125%	-31%	-2%	9%	15%
ROA	1139%	74%	6%	-368%	76%
ROE	144%	45%	4%	-81%	144%

**Fuente:** Elaboración propia

Las ratios financieras de CANDO S.A. muestran una mejora significativa dentro de los primeros cinco años del proyecto. Durante el primer año, la ratio corriente es negativo, lo que significa que no se cumplen las obligaciones a corto plazo. Esta tendencia continúa en los años siguientes hasta el Año 5, cuando se logra un valor positivo de \$2.10. Esto indica una liquidez positiva para la empresa. En los primeros años, el capital de trabajo también sigue una tendencia similar y tiene valores negativos debido a una acumulación de pasivos. Sin embargo, para el Año 5, la empresa alcanza un capital de trabajo positivo de \$87,223.55, reflejando una mejora en la eficiencia de gestión de recursos operativos.

Inicialmente, la rotación del total de activos muestra resultados negativos, lo que indica que hay una utilización ineficiente de los activos. Sin embargo, en el Año 5, hay un cambio positivo con un valor de 4.92, lo que indica que hay una mejor optimización de los activos hacia la generación de ingresos. La ratio de deuda es relativamente alta al principio, pero está en su punto más bajo en el Año 2 con un -6.93. Sin embargo, en el Año 5, hay una disminución bastante marcada que indica que la empresa ha podido reducir la deuda significativamente. Por otro lado, el apalancamiento total, que había sido negativo en los años anteriores, se vuelve positivo en el Año 5 con un valor de 0.91, indicando que la financiación es más sólida.

La estabilidad en los gastos de ventas se evidencia en el margen bruto que se mantiene en un 40% a lo largo de los años. Sin embargo, los márgenes operativos y netos son la excepción, pues estos se estrechan y aumentan de forma sorpresiva a través del tiempo, con un

margen operativo negativo durante los primeros años y un aumento en el Año 4 hasta llegar a 27% en el Año 5. De modo similar, el margen neto cuenta con una tendencia negativa y luego se vuelve positivo, aunque más bajo que el margen operativo al final del período con un 15%. Junto con estos cambios, las ratios de rentabilidad sobre activos (ROA) y sobre el capital (ROE) también mostraron recesión por algunos años, pero a partir del Año 5 se restablecieron, marcando un 76% en el ROA y 144% en el ROE. Esto indica que la empresa fue capaz de obtener un gran retorno en su activo y capital invertido.

### *Anexo C Realización de encuestas*

