



**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL
ECUADOR SEDE ESMERALDAS**

ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

PROYECTO

TEMA:

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA MICROEMPRESA REINA SPORT
DIVERSIDADES EN LA CIUDAD DE ESMERALDAS**

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

PROYECTOS MICROEMPRESARIALES Y SOCIALES

**PREVIO AL GRADO ACADÉMICO DE INGENIERÍA EN
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA**

AUTORA:

REINA ACHILIE ROMINA ESTEFANÍA

ASESORA:

ING. CRISTINA CERVANTES INTRIAGO

ESMERALDAS – ECUADOR

NOVIEMBRE 2014

“Trabajo de tesis aprobado luego de haber dado cumplimiento a los requisitos exigidos por el reglamento de Grado de la PUCESE previo a la obtención del título de INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA.”

PRESIDENTE TRIBUNAL DE GRADUACIÓN

LECTOR 1

LECTOR 2

DIRECTOR DE ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

DIRECTOR DE TESIS

2014

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

REINA ACHILIE ROMINA ESTEFANÍA

DECLARO QUE:

El trabajo de investigación denominado: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA MICROEMPRESA REINA SPORT DIVERSIDADES DE LA CIUDAD DE ESMERALDAS”, se ha desarrollado con base a una exploración minuciosa del medio, respetando las ideas intelectuales de terceras personas en lo relacionado al tema de estudio, las cuales se han citado conforme a lo que establecen las normas APA y cuyas fuentes se encuentran descritas en la bibliografía.

Cabe recalcar que este proyecto de grado es únicamente de mi autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido y alcance científico que posee el trabajo de investigación en mención.

Esmeraldas, ____ de _____ del 2014

Reina Achilie Romina Estefanía



**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL
ECUADOR SEDE ESMERALDAS**

ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

Esmeraldas, 13 de Octubre de 2014

Ing.

ORLIN ÁLAVA CHILA

Director Escuela de Contabilidad y Auditoría

Presente.-

Yo, **Ing. Cristina Cervantes**, Docente Investigador de la PUCESE,

CERTIFICO:

Que, se ha llegado a culminar el trabajo de investigación de la **Srta. ROMINA REINA ACHILIE**, cuyo tema es: **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA MICROEMPRESA REINA SPORT DIVERSIDADES EN LA CIUDAD DE ESMERALDAS**. Dicho estudio se ha realizado de acuerdo a la normativa legal que establece la PUCESE, por lo tanto pongo a disposición para que se proceda a los trámites respectivos, para que la señorita antes mencionada pueda hacer la defensa final previa a la obtención de su título.

Atentamente,

Ing. Cristina Cervantes

Asesora

DEDICATORIA

Este trabajo de investigación está dedicado a mis padres que con gran esfuerzo, confianza y apoyo me han ayudado a llegar hasta este momento.

A mi familia que de manera incondicional me han motivado para seguir adelante en mis estudios.

Y sobre todo me lo dedico a mí mismo, ya que me siento orgullosa de la persona que soy y en la que me he convertido a lo largo de estos 5 años de estudios universitarios.

Romina Reina Achilie

A GRADECIMIENTO

Mi gratitud eterna y sincera a Dios nuestro creador, por haber iluminado mi camino siempre y por darme la vida.

A mis padres, porque sin ellos y su apoyo incondicional no hubiese podido concluir con mis estudios en la Universidad.

Mi agradecimiento a mi abuelito materno quien siempre me aconsejó en momentos difíciles y creyó en mi capacidad para seguir adelante.

También mi gratitud eterna a mi Madrina Tahimi Achilie, que me ha cuidado y protegido y guiado desde pequeña.

Agradezco enormemente a quien fue mi asesora en este trabajo, que supo guiarme con mucha paciencia, motivándome constantemente a seguir adelante.

R ESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto de investigación quiere brindar al propietario de “Reina Sport Diversidades” una nueva línea de negocio, orientada a la compra y venta de prendas de vestir de marca americana aeropostale en la ciudad de Esmeraldas. Al existir una brecha de demanda en el sector de vestimenta se hace óptima esta nueva idea de comercialización. La información antes descrita se pudo conocer gracias a la aplicación de técnicas (encuestas, entrevistas y la observación directa) y métodos como el descriptivo e inductivo, permitiendo la precisión de los datos. La tienda empezará a funcionar en el mercado cubriendo el 8% de la demanda no atendida, la ubicación óptima se determinó en el centro de la ciudad en la calles Olmedo entre Juan Montalvo y Eugenio Espejo, por el tránsito constante de habitantes por este lugar. El personal requerido para operar son: El Gerente General, un administrador que tenga conocimientos contables, el responsable de bodega que también desempeñe la función de cajero, los vendedores y por último un guardia de seguridad. Para el financiamiento que se requiere alcanza un valor aproximado de \$ 212.317,08 el que será aportado en un 70% por los socios y el 30% por préstamo al Banco Nacional del Fomento. La monto total del proyecto es un 43% de inversión fija, 1% inversión diferida, y 57% de capital de trabajo. Esta iniciativa surgió debido a que la actividad que realiza actualmente la microempresa es la venta de uniformes deportivos no está dando la rentabilidad y utilidades necesarias para mantenerse en el mercado.

A

BSTRACT

This research project wants to give the Queen's Own Sport Diversities a new line of business, with the buying and selling American clothing brand in the city of Esmeraldas. As there is a demand gap in the apparel sector is optimal this new marketing idea. The aforementioned information was learned through the application of techniques (surveys, interviews and direct observation) and methods such as descriptive and inductive, allowing the accuracy of the data. The store will be operational in the market covering 8% of unmet demand, the optimal location is determined at the center of the city in the streets between Olmedo and Juan Montalvo Eugenio Espejo, by the constant traffic of people for this place. The personnel required to operate are: The General Manager, an administrator with accounting knowledge, the winery also responsible for performing the function of ATM, vendors and finally a security guard. For the financing required reaches a value of about \$ 212,317.08 which will be contributed by 70% by the partners and 30% loan from the National Bank of Development. The total project amount is 43% of fixed investment, 1% deferred investment and 57% of working capital. This initiative arose because activity currently performed microenterprise selling sports uniforms are not giving profitability and utilities necessary to stay in business.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN	1
OBJETIVOS	4
ASPECTOS METODOLÓGICOS	5
CAPÍTULO I	
1.1. Constitución del negocio	9
1.2. Matriz FODA	10
1.3. Matriz EFE – EFI	11
1.4. Matriz de formulación de estrategias	14
1.5. IDENTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA	16
1.5.1. Características del nuevo producto	17
1.5.2. Característica del servicio a ofrecer	18
CAPÍTULO II	
2. PLAN DE MERCADEO	20
2.1. Segmentación del mercado	20
2.2. Aceptación del producto	21
2.3. Análisis de la demanda	22
2.3.1. Factores que afectan la demanda	22
2.3.1.1. Crecimiento de la población	22
2.3.1.2. Hábitos de consumo	22
2.3.1.3. Gustos y preferencias	22
2.4. Determinación de la demanda actual	22
2.5. Proyección de la demanda	23
2.6. Análisis de la oferta	24
2.6.1. Factores que afectan la oferta	24
2.6.1.1. Número y comportamiento de producción de los consumidores	24
2.6.1.2. Incursión de nuevos competidores	24

2.6.1.3.Capacidad de inversión fija	24
2.7.Proyección de la oferta	25
2.8.Determinación de la demanda no atendida	26
2.9.Mezcla de mercadotecnia	26
2.9.1. Estrategias del producto	26
2.9.2. Estrategia de precios	27
2.9.3. Estrategia de promoción	27
2.9.4. Estrategia de plaza y distribución	28
2.9.5. Estrategias de comercialización	29

CAPÍTULO III

3. PLAN TÉCNICO 32

3.1.Tamaño del proyecto	32
3.1.1. Factores que afectan el tamaño del proyecto	32
3.1.1.1.Condicionantes del mercado	32
3.1.1.2.Disponibilidad de recursos financieros	32
3.1.1.3.Disponibilidad de talento humano	33
3.1.1.4 Disponibilidad de equipos e insumos	34
3.2.Localización	36
3.3.Ingeniería del proyecto	37
3.4.Infraestructura	43
3.5.Productos que se comercializarán	44
3.5.1. Clasificación del producto	44
3.5.2. Cantidad necesaria del producto	45
3.6.Mecanismos de control	47

CAPÍTULO IV

4. PLAN ADMINISTRATIVO Y LEGAL 49

ASPECTO ADINISTRATIVO

4.1.Razón social de la empresa	49
4.2.Titularidad de propiedad de la empresa	49
4.3.Logotipo	50

4.4.Slogan	50
4.5.Tipo de empresa	51
4.6.Base filosófica	52
4.7.Misión	52
4.8.Visión	52
4.9.Objetivos estratégicos	53
4.10. Valores corporativos	53
4.11. Organización administrativa	53
4.12. Organigrama estructural	54
4.13. Organigrama funcional	54
4.14. Descripción de funciones	56

ASPECTO LEGAL

4.15. Requisitos legales	58
--------------------------	----

CAPÍTULO V

5. PLAN ECONÓMICO-FINANCIERO 60

5.1.PRESUPUESTOS 60

5.1.1. Presupuesto de inversión	60
---------------------------------	----

5.1.1.1.Activos fijos	60
-----------------------	----

5.1.1.2.Activos intangibles	61
-----------------------------	----

5.1.1.3.Capital de trabajo	63
----------------------------	----

5.1.2. Presupuesto de operación	67
---------------------------------	----

5.1.2.1.Presupuesto de ingresos	67
---------------------------------	----

5.1.2.2.Presupuesto de egresos	68
--------------------------------	----

5.2.Depreciaciones de activos fijos	68
-------------------------------------	----

5.3.Amortización de activos intangibles	69
---	----

5.4.COSTOS FIJOS Y COSTOS VARIABLES 70

5.4.1. Costos fijos	70
---------------------	----

5.4.2. Costos variables	70
-------------------------	----

5.5.Punto de equilibrio	71
-------------------------	----

5.6.Estructura del financiamiento	71
5.7.ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS	71
5.7.1. Estado de resultados	71
5.7.2. Estado de situación financiera	73
5.7.3. Flujo de caja proyectado	74
5.8.EVALUACIÓN FINANCIERA	75
5.8.1. Valor actual neto	75
5.8.2. Tasa interna de retorno	75
5.8.3. Periodo de recuperación de la inversión	76
5.8.4. Relación costo beneficio	76
6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	77
6.1.Conclusiones	77
6.2.Recomendaciones	78
Bibliografía	79
Anexos	82

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1: Matriz EFE – EFI	13
Gráfico N° 2: Comportamiento del producto en el mercado	16
Gráficos N° 3: Prendas de mayor uso	17
Gráficos N° 4: Clases y colores de ropa y procedencia de la ropa	17
Gráfico N° 5: Frecuencia de compra de los productos	21
Gráfico N° 6: Aceptación del producto en la microempresa	21
Gráfico N° 7: Medio de compra	24
Gráfico N° 8: Medio de información	28
Gráfico N° 9: Cadena de distribución	29
Gráfico N° 10: Plano de localización	37
Gráfico N° 11: Diagrama de bloque del proceso de compra de la mercadería	38
Gráfico N° 12: Diagrama de flujo del proceso de compra de la mercadería	39
Gráfico N° 13: Diagrama de bloque del proceso de venta	41
Gráfico N° 14: Diagrama de flujo del proceso de venta	42
Gráfico N° 15: Instalaciones	44
Gráfico N° 16: Porcentaje de compra	45
Gráfico N° 17: Logotipo	50
Gráfico N° 18: Objetivos	53
Gráfico N° 19: Valores	54
Gráfico N° 20: Organigrama estructural	54
Gráfico N° 21: Organigrama Funcional	55
Gráfico N° 22: Requisitos Legales	58

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1: Matriz FODA	10
Tabla N° 2: Matriz EFE – EFI	11
Tabla N° 3: Resultados Matriz EFE – EFI	13
Tabla N° 4: Matriz de estrategias	14
Tabla N° 5: Deducción de la utilidad del negocio	16
Tabla N° 6: Características del producto	18
Tabla N° 7: Número de personas por edad	20
Tabla N° 8: Determinación de la demanda	23
Tabla N° 9: Demanda del producto	24
Tabla N° 10: Negocios oferentes	25
Tabla N° 11: Ventas de negocios	25
Tabla N° 12: Determinación de demanda no atendida	26
Tabla N° 13: Tallas de las prendas	27
Tabla N° 14: Aporte propio	33
Tabla N° 15: Porcentaje de aportes	33
Tabla N° 16: Recurso Humano	34
Tabla N° 17: Equipos de computación	34
Tabla N° 18: Equipos de oficina	35
Tabla N° 19: Muebles de oficina	35
Tabla N° 20: Suministros	35
Tabla N° 21: Demanda a satisfacer	43
Tabla N° 22: Determinación de unidades	44
Tabla N° 23: Proveedores	44
Tabla N° 24: Equipo de computación	58
Tabla N° 25: Muebles y enseres	59
Tabla N° 26: Equipo de oficina	59
Tabla N° 27: Activos intangibles	60
Tabla N° 28: Rol de pagos	61
Tabla N° 29: Servicios básicos	62
Tabla N° 30: Suministros de oficina	62
Tabla N° 31: Suministros de limpieza	63
Tabla N° 32: Publicidad	63

Tabla N° 33: Seguros pagados por anticipado	64
Tabla N° 34: Arriendos pagados por anticipado	64
Tabla N° 35: Inventario de accesorios	64
Tabla N° 36: Inventario de mercadería	65
Tabla N° 37: Inversión Inicial	65
Tabla N° 38: Ventas proyectadas	66
Tabla N° 39: Depreciaciones	67
Tabla N° 40: Amortización de activos intangibles	67
Tabla N° 41: Costos fijos	68
Tabla N° 42: Costos variables	68
Tabla N° 43: Determinación del punto de equilibrio	69
Tabla N° 44: Financiamiento	69

INTRODUCCIÓN

Los gobiernos de países desarrollados facilitan el intercambio de diferentes productos a empresa de otros países para permitirles modernizarse tecnológicamente, fomentando la creación y comercialización de productos, con el único fin de lograr una ventaja competitiva sostenible que permita el desarrollo de la sociedad. Según González (2006) dice:

Para modernizar tecnológicamente la industria textil y del vestido se necesita una política de gobierno orientada a reconstituir la cadena productiva, la cual favorezca el crédito, combata el contrabando y la piratería y fomente la creación de empresas competitivas a nivel internacional.(p.12)

El Gobierno del Ecuador ha ayudado a que la industria de país aumente cada vez más, es por ello que existen sociedades que fabrican todo tipo de fibras como la seda, el algodón, el nylon, etc. Como empresas que importan productos y los comercializan al por mayor en el mercado local, generando nuevas oportunidades de diversificación de negocios que se dedican a la actividades de compra y venta de prendas de vestir a la vez de innovar y satisfacer a los clientes.

En la ciudad de Esmeraldas existe la microempresa **“Reina Sport Diversidades”** un local de un año de creación, que no dispone de los recursos suficientes para ampliar el negocio e incursionar de manera efectiva en el mercado y alcanzar un mayor número de clientes, pues cuenta con limitada inversión en: maquinarias, equipos, mercaderías, recurso humano, entre otras; además de que la actividad que emprende no otorga los ganancias correspondientes, lo que influye en las ventas afectando el pago a proveedores y generando desembolsos relevantes correspondientes a gastos operativos.

Para que una empresa logre ser reconocida a nivel nacional y pueda competir con las demás organizaciones, debe tomar en consideración valores y provisiones lo más ajustada a la realidad ya que si el objetivo es verificar la factibilidad, este tiene que ser lo más coherente posible.

Según Gallego (2003) dice:

Os aconsejamos que a la hora de calcular el movimiento de fondos o excedente de cada periodo, las previsiones estimadas sean los más reales posibles, puesto

que si nuestro objetivo es evaluar la rentabilidad del proyecto, y si queremos utilizar como instrumento útil el movimiento de fondos, éste ha de estar lo más ajustado posible a la realidad (p.101).

Por lo tanto con la elaboración del Plan de Negocios para “Reina Sport Diversidades” se quiere tener la oportunidad de hacer una inversión en productos que garanticen la estabilidad de la empresa, desarrollando sus ventajas competitivas y con ello un posicionamiento en el mercado local.

En la actualidad las prendas de vestir tanto deportivas como casuales siguen cambiando por las nuevas preferencias y deseos de las personas, que cada vez son más exigentes con la vestimenta que desean. Esto hace que cada día se gane un espacio más importante dentro de la industria.

Para la microempresa “**Reina Sport Diversidades**” la puesta en marcha de un plan de negocios constituye una estrategia clave para llegar al mercado potencial. Es por tal razón y en acuerdo con lo mencionado por Viniegra (2007) Un plan de negocios es una planificación que realiza una empresa ya constituida, sobre las áreas funcionales que ésta va a llegar a contener y con las que va a tener resultados financieros significativos.

La importancia de un plan de negocios permite al empresario visualizar la idea de emprendimiento, facilitándole responder preguntas que se plantean al iniciar el negocio y que parecen complejas. Además ayuda a detectar las áreas y actividades más potenciales.

Tal como lo destaca Borello (1994) El plan de negocios permite obtener ventajas para la organización antes de que se lance a actuar en el medio, ya que sirve como guía de las actividades que se van a llevar a cabo durante el proceso y como una comunicación tanto interna o externa, beneficia a la rentabilidad del negocio y sirve como un medio de control.

Las leyes que se toman en consideración para hacer efectivo el proyecto serán:

✓ **Ley de Régimen Tributario Interno:**

Artículo 9: Exenciones

Artículo 10: Deducciones

Artículo 12: Amortización de inversiones

Artículo 37: Tarifa del Impuesto a la Renta para Sociedades

Artículo 43.- Retenciones en la fuente de ingresos del trabajo con relación de dependencia

Artículo 46: Crédito Tributario

Art. 49.- Obligaciones de los Agentes de Retención

Art. 66.- Declaración del impuesto al Valor Agregado

Art. 67.- Liquidación del impuesto al Valor Agregado

Art. 68.- Pago del impuesto al Valor Agregado

✓ **Ley de Seguridad Social:**

Artículo 2: Sujetos de Protección

Artículo 10: Reglas de protección y exclusión

Artículo 15: Cálculo de aportaciones

✓ **Código de Trabajo**

Artículo 5: Protección judicial y legislativa

Artículo 19: Contrato escrito obligatorio

Art. 38.- Riesgos provenientes del trabajo

Art. 42.- Obligaciones del empleador

Art. 45.- Obligaciones del trabajador

✓ **Ley de Medio Ambiente:** Artículo 5 y Artículo 7

✓ **NIF para Pymes**

OBJETIVOS

General

Diseñar un plan de negocios para la microempresa Reina Sport Diversidades ubicada en la ciudad de Esmeraldas, a través de una planificación estratégica que permita obtener una mejora de las actividades comerciales, administrativas y contables.

Específicos

- ✓ Realizar un diagnóstico de la microempresa, mediante de un FODA para determinar la situación real de sus áreas funcionales y emprender una nueva idea de negocio.
- ✓ Desarrollar estrategias comerciales, por medio del marketing mix para ganar un posicionamiento en el mercado y le permita obtener ventajas competitivas.
- ✓ Determinar la factibilidad económica y financiera de la implementación de un plan de negocios mediante la elaboración de indicadores y estados financieros proyectados que ayudarán al mejoramiento de la gestión empresarial.

ASPECTOS METODOLÓGICOS

Tipo de estudio

La investigación fue de tipo descriptiva por lo que buscó propiedades, características, costumbres y actitudes predominantes de los clientes potenciales, para así comprender de manera más acertada sus preferencias, gustos y rasgos semejantes, lo que ayuda al local a optimizar sus recursos y llegar a un mercado más amplio.

La descripción permitió el análisis de los factores extrínsecos de la investigación, con el fin de medir y evaluar aspectos relevantes que se relacionan con el problema de investigación y que sirvieron para realizar un estudio más profundo y concreto. Los agentes fueron normas legales, evolución del sector, tendencias actuales, etc.

Método de estudio

La investigación utilizó el método deductivo por lo que se captó información general del medio (moda deportiva, condición económica de los ciudadanos, costumbres esmeraldeñas, tendencias internacionales en ropa, poder adquisitivo, clima de la ciudad, etc.); mediante la recolección de datos, que permitió obtener premisas claves para la elaboración de un producto más completo y acorde a las exigencias de las personas a las que va dirigido.

Técnicas e Instrumentos

La recolección de datos se realizó por medio de fuentes primarias; es decir estuvo dirigida a los clientes potenciales del medio; además de los trabajadores y propietarios de los locales de ropa casual y uniformes deportivos. Se utilizaron técnicas como:

Observación Directa: Se mantuvo contacto directo con la competencia, para comprobar y comparar su nivel de ventas, insumos y demás particularidades en relación a los que poseen la microempresa en estudio y se utilizó como instrumento la ficha de observación.

Encuesta: Se realizaron encuestas que ayudaron a recopilar información sobre las predilecciones e inclinaciones de los consumidores para los productos que se van a comercializar, para que así el estudio se más puntual y válido. Lo que permitió conocer

que la venta única de uniformes deportivos, no es una actividad económica factible, por lo que luego se procedieron a realizar encuestas para comercializar ropa casual, dando resultados favorables para convertirse en una alternativa de negocio para la microempresa.

Cuestionario de la encuesta: Se formularon preguntas cerradas para conocer las tendencias y preferencias de las personas objeto de muestra para la investigación para los dos casos en estudio.

Entrevista: La entrevista se llevó a cabo con el señor Ramón Reina propietario del negocio, con el fin de comprobar las metas que tiene como emprendedor y la disposición que presenta para que la investigación logre los objetivos que tenía planteados y que le permitirán convertir a la empresa en un prospecto a nivel local.

Él acotó que el negocio no funcionaba acorde a sus expectativas debido a que no contaba con una publicidad del lugar para darse a conocer, tampoco tenía buenas estrategias de comercialización además de poco personal.

También se ejecutaron entrevistas a los propietarios de los negocios afines para así tener un contacto más directo con ellos y poder saber las ventajas competitivas que se encuentren.

Las personas que se lograron entrevistar que confeccionan los uniformes deportivos añadieron que de por sí la venta de uniformes en un principio no tiene buenos resultados pero poco a poco con publicidad y entrega se puede obtener ganancias, además de que se realicen las ventas de otros accesorios deportivos.

En cuanto a la venta de ropa casual, los propietarios indicaron que si es un buen negocio porque las personas a diario se sienten atraídos por alguna prenda, además de acotar que la ropa americana es de muy buena calidad y con un precio muy bajo y cómodo.

Para ambos casos hubo dueños de locales que se negaron a responder con las preguntas que se tenían pero eso formaba parte de la experiencia que implica realizar en un trabajo de campo.

Sujeto de Investigación

El sujeto de estudio fueron estudiantes que realizan una disciplina deportiva (fútbol, volleyball, etc.), en la institución educativa a la que pertenecen y que lo hacen en determinado momento y que quieran lucir una vestimenta adecuada para esta acción.

Por otro lado las personas del cantón que le gusta el buen vestir de prendas casuales fueron las seleccionadas como el sujeto de estudio para el proyecto.

Población de estudio y el análisis de resultados

El universo que se seleccionó para la venta de uniformes deportivos fueron de 8.382 estudiantes de los colegios como Sagrado Corazón, La Inmaculada, Cristo Rey, etc. que tienen mayor poder adquisitivo del cantón Esmeraldas, como con edades de 11 a 18 años donde los alumnos ya conocen sus preferencias y gustos para el tipo de producto que desean adquirir y tienen influencia adquisitiva sobre sus progenitores.

Para el caso de la comercialización de prendas de vestir la población escogida fueron personas de ambos sexos con edades de entre 18 a 25 años (27.199), debido a que son individuos que ya son conscientes de sus preferencias y gustos sobre el tipo de producto que desean adquirir.

CAPÍTULO

I

1.1. CONSTITUCIÓN DEL NEGOCIO

La microempresa “Reina Sport Diversidades” está ubicada en las calles Olmedo entre Espejo y Juan Montalvo parte céntrica de la ciudad, constituida como una idea de negocio dedicada a la compra y venta de uniformes deportivos, satisfaciendo a un importante grupo de clientes concentrados principalmente en el cantón Esmeraldas de los centros educativos y clubes deportivos, fue creada el 22 de Abril de 2013, el propietario es el señor Ramón Reina Valencia quien al quedar desempleado acudió a esta actividad para obtener ingresos por medio propio.

Los negocios previos a su constitución necesitan cumplir con una serie de requisitos legales para ponerse en marcha entre ellos se encuentran:

- ✓ Permisos por parte del Municipio de Esmeraldas
- ✓ Cuerpo de bomberos
- ✓ Ministerio de turismo
- ✓ Instituto Ecuatoriano de la Propiedad intelectual
- ✓ Servicio de Rentas internas – RUC
- ✓ Código de trabajo

La microempresa cuenta con las siguientes obligaciones legales:

- Permiso de funcionamiento municipal con patente 78186, categoría A
- Permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos.
- El RUC que lo otorga el SRI con número 0800405664001.
- Cumple con las obligaciones que exige el IESS donde tiene afiliados a las siguientes personas:
 - Reina Valencia Víctor Ramón
 - Macías Valencia Carmen María
 - León Rizzo Ana María

1.2. MATRIZ FODA

Tabla N° 1: Matriz FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ol style="list-style-type: none"> 1. Poder de negociación con los proveedores. 2. Ubicación estratégica en la ciudad. 3. Precios competitivos en el mercado. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Los proveedores no cuentan con el certificado que exige el INEN de normas de calidad en los productos que venden. 2. El inmueble no es propiedad del dueño de la microempresa. 3. Falta de planificación, organización y control. 4. Publicidad y promoción de los productos de la microempresa, lo que hace que los clientes no la reconozcan igual que a las demás. 5. Comercialización de una sola línea de producto (uniformes deportivos).
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Incentivos por parte del Gobierno igual por empresas públicas y privadas para realizar actividades deportivas. 2. Facilidad para acceder a líneas de crédito que otorga la banca pública para pequeñas empresas. 3. Exigencias de normas de calidad del INEN. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Inflación que afecta a los costos y gastos, provocando que se incremente el precio de venta de los productos. 2. Certificado de calidad que exige en INEN a las empresas que deciden importar productos. 3. Cambios en las políticas arancelarias en cuanto a las importaciones.

1.3. MATRIZ EFE - EFI

FACTORES INTERNOS Y EXTERNOS CLAVES

“REINA SPORT DIVERSIDADES”

Tabla N° 2: Matriz EFE - EFI

FACTORES INTERNOS Y EXTERNOS CLAVES “REINA SPORT DIVERSIDADES”	PESO (0,1 A 1)	CLASIFICACIÓN	PESO PONDERADO
OPORTUNIDADES			
1. Incentivos por parte del Gobierno igual por empresas públicas y privadas para realizar actividades deportivas.	17%	4	0,68
2. Facilidad para acceder a líneas de crédito que otorga la banca pública para pequeñas empresas.	17%	4	0,68
3. Exigencias de normas de calidad del INEN.	16%	4	0,64
AMENAZAS			
1. Inflación que afecta a los costos y gastos, provocando que se incremente el precio de venta de los productos.	17%	1	0,17
2. Certificado de calidad que exige en INEN a las empresas que deciden importar productos.	17%	1	0,17
3. Cambios en las políticas arancelarias en cuanto a las importaciones.	16%	1	0,16
	100%		2,5

Oportunidad menor = 3

Oportunidad importante = 4

Amenaza importante = 1

Amenaza menor = 2

FACTORES INTERNOS Y EXTERNOS CLAVES “REINA SPORT DIVERSIDADES”	PESO (0,1 A 1)	CLASIFICACIÓN	PESO PONDERADO
FORTALEZAS			
1. Poder de negociación con los proveedores.	13%	4	0,52
2. Ubicación estratégica en la ciudad.	13%	4	0,52
3. Precios competitivos en el mercado.	13%	3	0,39
DEBILIDADES			
1. Los proveedores no cuentan con el certificado que exige el INEN de normas de calidad en los productos que venden.	12%	1	0,12
2. El inmueble no es propiedad del dueño de la microempresa.	12%	2	0,24
3. Falta de planificación, organización y control.	12%	1	0,12
4. Publicidad y promoción de los productos de la microempresa, lo que hace que los clientes no la reconozcan igual que a las demás.	12%	1	0,12
5. Comercialización de una sola línea de producto (uniformes deportivos).	13%	1	0,13
	100%		2,16

Debilidad importante = 1

Debilidad menor = 2

Fortaleza menor = 3

Fortaleza

importante

=

4

Tabla N° 3: Resultados Matriz EFE - EFI

RESULTADOS	
FACTORES EXTERNOS	FACTORES INTERNOS
2,5	2,16

MATRIZ EFE - EFI

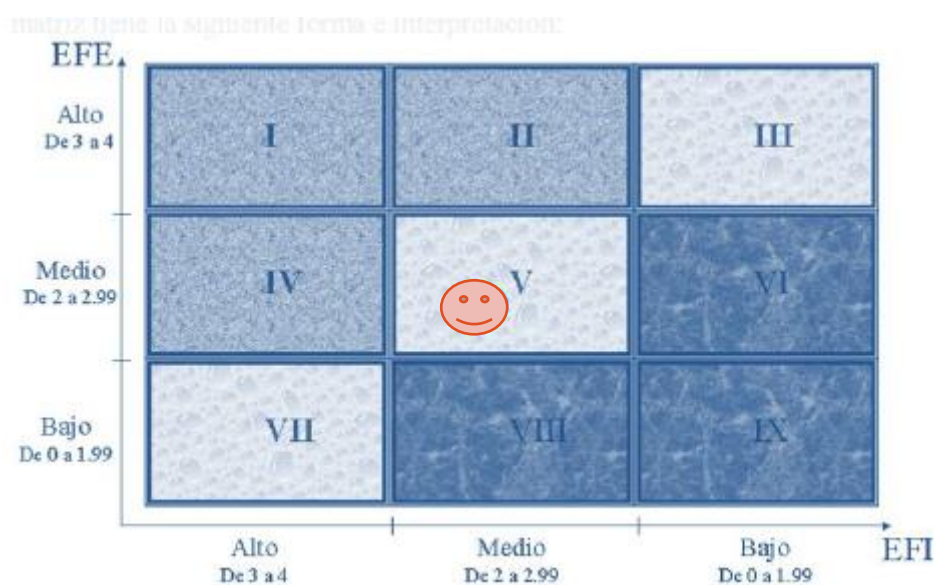


Gráfico N° 1: Matriz EFE - EFI

Como se indica en el cuadro anterior los resultados de los factores externos fue de 2,5 mientras que los internos dieron 2,16 lo que da un escenario moderado para ambos casos.

A continuación se procede a realizar la matriz de formulación de estrategias a partir de la matriz EFE – EFI.

1.4. MATRIZ DE FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS

Tabla N° 4: Matriz de estrategias

	FORTALEZAS = F	DEBILIDADES = D
MATRIZ FODA	<ol style="list-style-type: none"> 1. Poder de negociación con los proveedores. 2. Ubicación estratégica en la ciudad. 3. Precios competitivos en el mercado. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Los proveedores no cuentan con el certificado que exige el INEN de normas de calidad en los productos que venden. 2. El inmueble no es propiedad del dueño de la microempresa. 3. Falta de planificación, organización y control. 4. Publicidad y promoción de los productos de la microempresa, lo que hace que los clientes no la reconozcan igual que a las demás. 5. Comercialización de una sola línea de producto (uniformes deportivos).
OPORTUNIDADES = O	ESTRATEGIAS = FO	ESTRATEGIAS = DO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Incentivos por parte del Gobierno igual por empresas públicas y privadas para realizar actividades deportivas. 2. Facilidad para acceder a líneas de crédito que otorga la banca pública para pequeñas 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Obtener productos con las exigencias establecidas por el Instituto Nacional de Normalización para e un momento determinado si se da el caso realizar importaciones con el 	<ol style="list-style-type: none"> 2. Llevar a efecto una estrategia de ventas agresiva de los productos que se van a comercializar, con la finalidad que ayuden a ganar aceptación de la empresa en el mercado esmeraldeño.

<p>empresas. Exigencias de normas de calidad del INEN.</p>	<p>certificado que esta entidad exige.</p>	<p>3. Aprovechar los créditos que otorgan las Instituciones Financieras tanto públicas como privadas a las PYMES, para financiar contratación de personal calificado para la venta, adquisición de equipos necesarios para la actividad del negocio.</p>
<p>AMENAZAS = A</p>	<p>ESTRETEGIAS = FA</p>	<p>ESTRATEGIAS = DA</p>
<p>1. Inflación que afecta a los costos y gastos, provocando que se incremente el precio de venta de los productos. 2. Certificado de calidad que exige en INEN a las empresas que deciden importar productos. Cambios en las políticas arancelarias en cuanto a las importaciones.</p>	<p>1. Minimizar la inflación de los costos de producción mediante el uso de la estandarización de procesos que permitirá tener una planificación, organización y control de las actividades, a la de ofrecer un precio cómodo para el cliente y que permita a la empresa penetrarse en el mercado local</p>	<p>1. Adquirir ropa casual de excelente calidad y buen precio a través de los distintos proveedores que se encuentran en el país; que otorgan facilidades y garantías de sus productos. 2. Con el apoyo de un nuevo socio y con el financiamiento que brindan las instituciones financieras se puede contratar y capacitar al personal para realizar las ventas adecuadamente, además de obtener una construcción amplia y apta para la actividad de la empresa.</p>

1.5. IDENTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA

Mediante el diagnóstico interno y la investigación de campo que se realizó previamente a “Reina Sport Diversidades”, se pudo demostrar que la actividad que realiza la microempresa no es rentable ya que los productos solo se venden una vez al año y los precios por uniforme son relativamente bajos. Tal como lo demuestra en estudio de mercado.

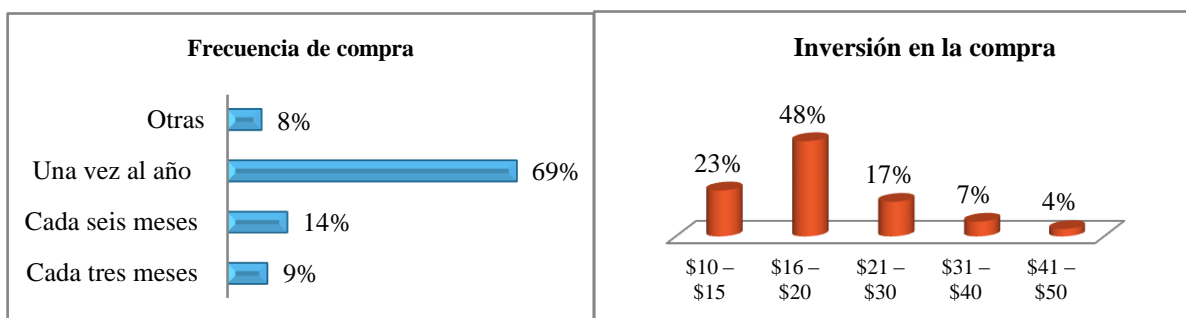


Gráfico N° 2: Comportamiento del producto en el mercado

Esta variable hace imposible que se obtengan utilidades suficientes debido a que los gastos se llevan en gran porcentaje los ingresos que se obtienen por las ventas de los uniformes. Como se demuestra en la tabla siguiente:

Tabla N° 5: Deducción de la utilidad del negocio

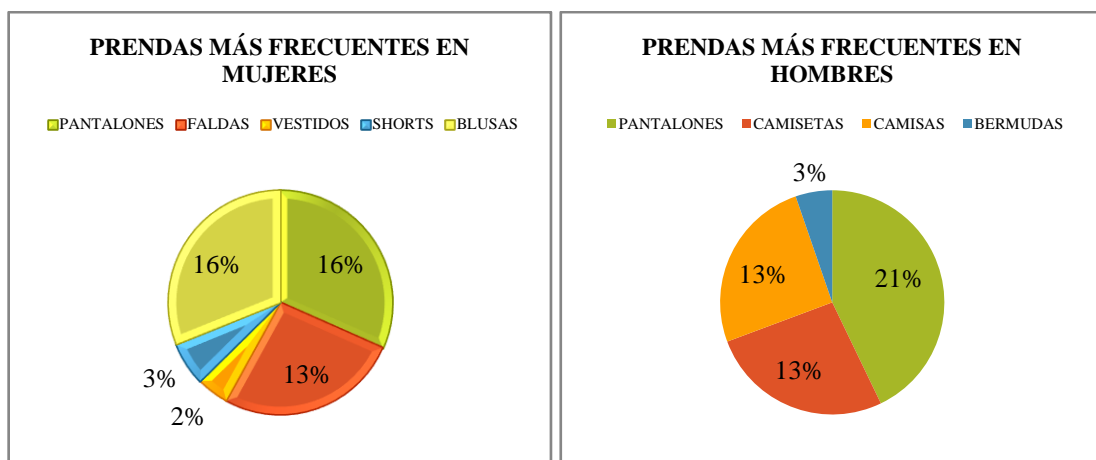
INGRESOS		GASTOS	
Ganancias por Ventas de uniformes deportivos	\$ 800,00	Arriendo	\$ 300,00
Ganancias por ventas de uniformes de cultura física	\$ 250,00	Pago a proveedores	\$ 350,00
		Pago al IESS	\$ 249,88
		Declaraciones al SRI	\$ 5,00
		Pago servicios básicos	\$ 16,00
TOTAL	\$ 1.050,00	TOTAL	\$ 920,88
UTILIDAD DEL NEGOCIO	\$ 129,12		

Esta alerta roja ha provocado que el proyecto de investigación que se está llevando a cabo sobre la microempresa, de brindarle al propietario una nueva idea de negocio, que ayude a elevar las ventas, de manera que cubra sus costos y gastos obteniendo una rentabilidad y utilidad que le permita mantenerse en el mercado competitivo local.

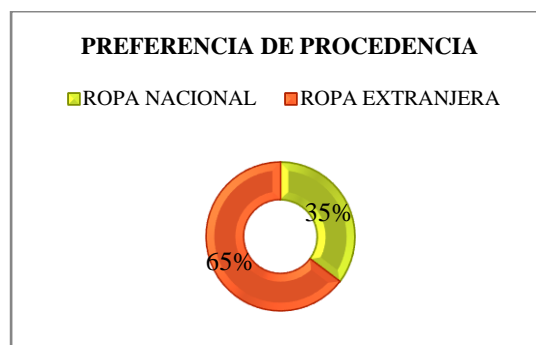
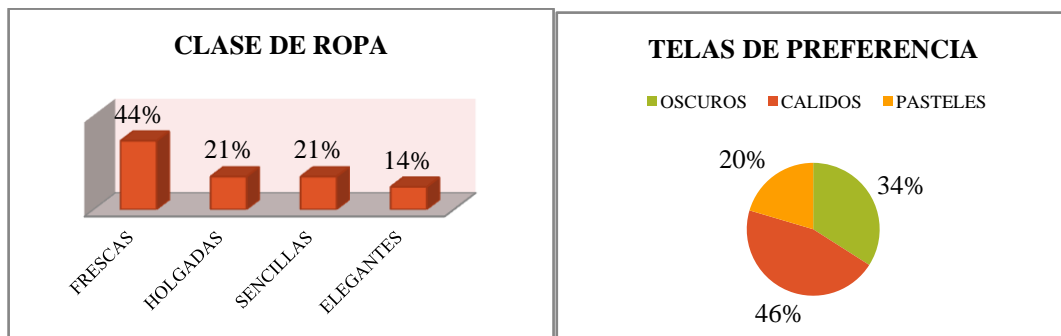
La propuesta que se plantea considerando los conocimientos y habilidades de vendedor de ropa del señor Ramón Reina, quién los adquirió por fuente propia otorgándole experiencia en este campo, se basa en la comercialización de prendas de vestir para hombres y mujeres de la ciudad de Esmeraldas.

1.5.1. CARACTERÍSTICAS DEL NUEVO PRODUCTO

La información obtenida en la investigación de campo ayudó a tener una idea más precisa de los gustos y preferencias de los habitantes en cuanto a prendas de vestir se trate. Dando como resultado lo siguiente:



Gráficos N° 3: Prendas de mayor uso



Gráficos N° 4: Clases y colores de ropa y procedencia de la ropa

Por esta razón se puede definir que las prendas de vestir que la microempresa ofrecerá tendrán las siguientes características:

Tabla N° 6: Características del producto

PRENDAS		ESTILO	TEJIDOS	CLIMA	TIPO	TELAS
MUJERES	HOMBRES					
Pantalones	Pantalones	Casual	Algodón	Verano	Fresca	Cálidos
Faldas	Camisetas		Mezclilla	Invierno	Cómoda	Llanos
Blusas	Camisas		Licra			Pasteles

Dadas las características de los productos mencionados anteriormente, la ropa seleccionada para ser comercializada al emprender la nueva idea de negocio de la microempresa es la ropa de marca americana aeropostale debido a que son prendas con variedad de modelos y diseños, además de tener precios accesibles para el cliente.

Se ofrecerán prendas de vestir de acuerdo a las últimas tendencias de moda, para que los clientes se vistan conforme a modas internacionales, creando deseos de compra de otras personas.

La calidad y comodidad de la vestimenta que se utiliza es otra de las características que los individuos buscan; la calidad de tela y diseño que algunas marcas ofrecen proporcionan a su vez una comodidad que la hacen diferenciadoras de otras del mercado; lo que hace que los consumidores reflejen personalidad al momento de vestir.

1.5.2. CARACTERÍSTICA DEL SERVICIO A OFRECER

Se entiende por servicio al momento que el cliente se encuentre en el local con la posibilidad de realizar una compra. Para ello se contará con lo siguiente:

- ✚ Atención personalizada, es decir el vendedor tendrá contacto directo con el comprador para saber qué es lo que requiere y si se da el caso en el que no sepa qué comprar darle información de la ropa que se tiene en el local y potencializar la compra.

CAPÍTULO

II

2. PLAN DE MERCADEO

2.1. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

Gracias a la observación se pudo constatar que las necesidades de las personas cambian cada vez más; de acuerdo a gustos, preferencias, costumbres y otros aspectos que los mercados con un solo producto o servicio no logran satisfacer dichos intereses. Es por ello que los factores de decisión de compra de los bienes de consumo varían, ya que las expectativas de los clientes cambian y lo que necesitan unos pueden no requerir otros.

Es por ello que el proyecto pretende ver las oportunidades de venta que tiene la microempresa al segmentar el mercado, definiendo el conjunto de clientes que son más atractivos del mercado en general que permitan el establecimiento de estrategias adecuadas para la comercialización de las prendas de vestir. Se hará utilizando las variables de segmentación como son:

- ✓ **Variables demográficas:** Edad y sexo.
- ✓ **Variables geográficas:** Ciudad y tamaño de la población.

La microempresa estará destinada para todas las personas en especial para las edades más jóvenes de la población comprendidas en edades de entre 18 a 25 años sin importar su cultura, raza o religión; de sexo indistinto. Los productos serán dirigidos principalmente en el cantón y ciudad de Esmeraldas que es donde se encontrará ubicado el negocio. La población que se ha considerado para la comercialización de la ropa casual ha sido la del cantón de Esmeraldas:

TABLA N° 7: Número de personas por edad

Edad	Población
18	3905
19	3546
20	3510
21	3243
22	3322
23	3315
24	3083

25	3275
TOTAL	27.199

Fuente: INEC Censo 2010

La frecuencia de compra con que las personas adquieren el producto es de cada 2 o 3 meses; de acuerdo a los resultados de las encuestas.

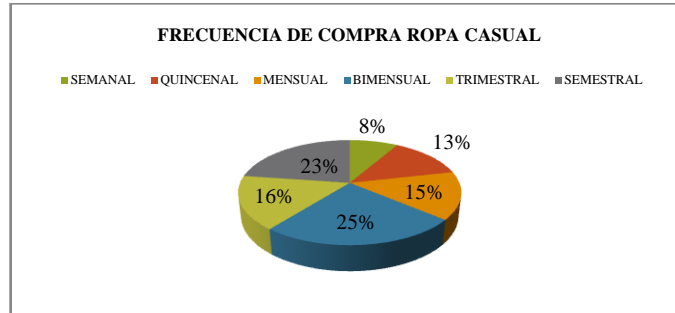


Gráfico N° 5: Frecuencia de compra de los productos

2.2. ACEPTACIÓN DEL PRODUCTO

La posibilidad de concurrencia a “Reina Sport Diversidades”, al introducir una nueva línea de producto es favorable, lo que ayudará a lograr una buena aceptación en el mercado.

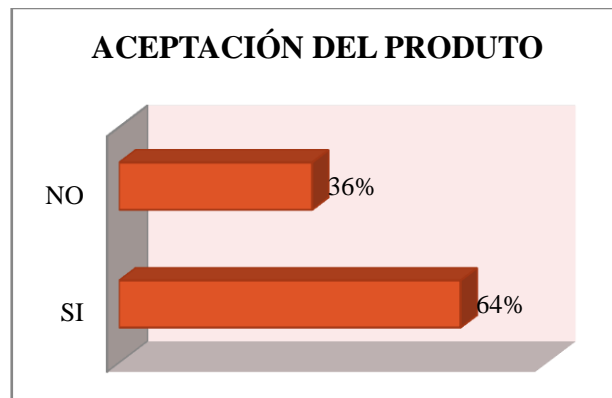


Gráfico N° 6: Aceptación del producto en la microempresa

Cabe recalcar que dicha aceptación es subjetiva, es decir no certifica que ese 64% de personas acudan al lugar, lo que garantiza la concurrencia es la calidad del productos y las estrategias de comercialización que realice la empresa.

2.3. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Mediante un análisis de la demanda se puede predecir los clientes potenciales a los que “Reina Sport Diversidades” cubrirá su necesidad de vestimenta. Este análisis permitirá identificar la demanda actual e insatisfecha en cuanto a prendas de vestir en la ciudad de Esmeraldas.

Para conocer la demanda se partirán del crecimiento de mercado de los últimos años y de datos históricos.

2.3.1. FACTORES QUE AFECTAN LA DEMANDA

Existen factores que afectan a la demanda de forma directa, entre ellos se pueden mencionar los siguientes:

- ✚ **Crecimiento de la población:** La distribución de la población en Esmeraldas está cambiando debido a que existen personas que llegan de otras partes de la provincia e incluso de otros países como Colombia, concentrándose principalmente en la ciudad, es por ello que cuando hay aumento poblacional existirá un mayor número de demanda de vestimenta.

- ✚ **Hábitos de consumo:** El uso de prendas de vestir otorgan elegancia y distinción entre los consumidores y su frecuencia de compra depende en gran medida de los ingresos de las familias, lo que implica que la demanda de ropa puede afectarse debido a la crisis económica que atraviesa el país en los últimos años.

- ✚ **Gustos y preferencias:** Estos aspectos son un elemento fundamental que afectará a la demanda, las variaciones en los gustos y preferencias del cliente pueden aumentar o disminuir la cantidad de personas demandantes.

2.4. DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA ACTUAL

El efecto que los gustos y preferencias de las personas ocasiona en su decisión de compra aumenta o disminuye según sea el caso. Para analizar la demanda en prendas

de vestir se ha acudido a datos otorgados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos y a la información obtenida de la investigación de campo.

El INEC indica que el porcentaje de gasto en vestimenta al que se incurre anualmente es del 8% por hogar, además de que cada hogar está compuesto por cuatro miembros. El trabajo de campo dio como resultado que el promedio de ingresos mensuales es de \$500,00 que anualmente da un promedio de \$6.000,00.

Para determinar la demanda existente se procede a dividir el total de la población (27.199) para 4 personas para tener el promedio de familias (6.800), luego al sueldo anual ($500 \times 12 = 6.000$) se procede a calcularle el proporcional de gastos por vestimenta (8%) dando como resultado el gasto en vestimenta (480) y por ultimo a ese valor se lo multiplica por las familias dando como resultado el gasto de consumo en vestimenta da cada familia que es de 3'263.880,00. Así:

TABLA N° 8: Determinación de la demanda

DEMANDA	
Porcentaje de Gasto Corriente de Consumo en Vestimenta	8%
Total de la población meta	27199
Promedio de familias	6800
Promedio de Ingresos	\$ 6.000,00
Gasto de consumo de acuerdo a ingresos	\$ 480,00
Gasto de familias en vestimenta	\$ 3.263.880,00

Fuente: Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos

2.5. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

El crecimiento de la población es el principal factor para determinar la demanda, es por eso que a medida que aumente la población la demanda también aumentará.

La demanda se la calcula en función del crecimiento poblacional que es del 2,6% según lo indica el Municipio del cantón Esmeraldas, además se considerará el incremento salarial que en el país oscila en un promedio de \$20 por año. Quedando de la siguiente manera:

TABLA N° 9: Demanda del producto

AÑO	POBLACIÓN	GRUPO FAMILIAS	GASTO DE CONSUMO	DEMANDA TOTAL
2015	27906	6977	\$ 500,00	\$ 3.488.271,75
2016	28632	7158	\$ 520,00	\$ 3.722.125,49
2017	29376	7344	\$ 540,00	\$ 3.965.781,55
2018	30140	7535	\$ 560,00	\$ 4.219.591,57
2019	30924	7731	\$ 580,00	\$ 4.483.918,84

2.6. ANÁLISIS DE LA OFERTA

Mediante el análisis la empresa puede identificar su competencia actual y su evolución en el mercado. “Reina Sport Diversidades” realizará una oferta competitiva, ya que podrá de forma libre competir con las demás empresas que venden el mismo artículo en un mercado idéntico; para ofrecer sus productos en calidad y precio.

Las personas prefieren acudir personalmente a comprar su ropa por lo que los lugares más frecuentes son las boutiques y locales de la bahía de Esmeraldas. Así lo indica el siguiente gráfico:

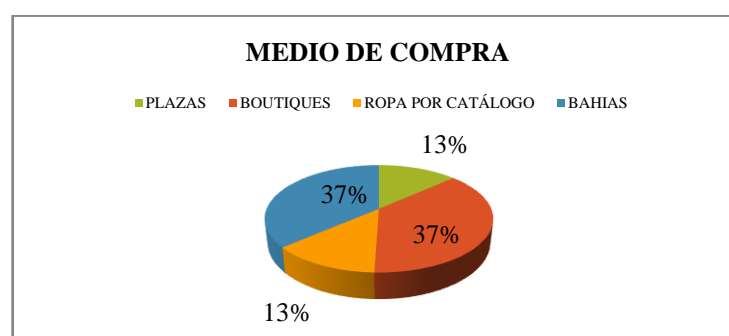


Gráfico N° 7: Medio de compra

Autor: Jahaira Estupiñán

2.6.1. FACTORES QUE AFECTAN LA OFERTA

Existen factores que afectan a la oferta entre ellos:

- ✚ **Número y comportamiento de producción de los consumidores:** En la ciudad de Esmeraldas existen alrededor de 1070 locales según datos obtenidos del SRI que se dedican a la confección y comercialización de prendas de vestir para abastecer a la

población. Pero aun así los consumidores se vuelven cada vez más exigentes al momento de querer comprar el bien.

- ✚ **Incursión de nuevos competidores:** La exhibición de ropa que se realiza en el Recinto Ferial por temporadas, también forman parte de la competencia que tiene que afrontar la microempresa, ya que ofrecen prendas innovadores y a bajos precios.
- ✚ **Capacidad de inversión fija:** La capacidad de inversión fija afecta a la oferta en lo que se refiera a la cantidad y calidad de ropa que se vende, además de las instalaciones técnicas y adecuadas que se tiene para potencializar una compra.

Los establecimientos más sobresalientes se pueden nombrar los siguientes:

TABLA N° 10: Negocios oferentes

NEGOCIOS	DIRECCIÓN
Ropa Americana La Paca	Olmedo y Quito
Ropa Americana de Remate	Sucre y Ricaurte
Josshanny & Homero Ropa Americana	Sucre y Piedrahita
Ropa Americana	Sucre y Piedrahita
American Clothes	Sucre y Juan Montalvo

2.7. PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Para esta estimación se toma como referencia las ventas de cinco de los locales comerciales de ropa americana que es la línea de ropa que se va a vender. Así:

TABLA N° 11: Ventas de negocios

NEGOCIOS	VENTAS ANUALES
Ropa Americana La Paca	\$ 84.384,00
Ropa Americana de Remate	\$ 57.024,00
Josshanny & Homero Ropa Americana	\$ 60.768,00
Ropa Americana	\$ 70.704,00
American Clothes	\$ 45.216,00

2.8. DETERMINACIÓN DE LA BRECHA DE DEMANDA

Se obtiene de la diferencia entra la demanda y oferta que se han proyectado anteriormente.

TABLA N° 12: Determinación de demanda no atendida

AÑO	VENTAS ANUALES	DEMANDA	BRECHA DE DEMANDA
2015	\$ 84.384,00	\$ 3.488.271,75	\$ 3.403.887,75
2016	\$ 57.024,00	\$ 3.722.125,49	\$ 3.665.101,49
2017	\$ 60.768,00	\$ 3.965.781,55	\$ 3.905.013,55
2018	\$ 70.704,00	\$ 4.219.591,57	\$ 4.148.887,57
2019	\$ 45.216,00	\$ 4.483.918,84	\$ 4.438.702,84

2.9. MEZCLA DE MERCADOTECNIA

2.9.1. ESTRATEGIAS DEL PRODUCTO

Las estrategias que utilizará la microempresa para el producto será la de brindarle una gran variedad de las prendas de vestir, entendiéndose con ello el ofrecimiento de vestimenta con diferentes modelos, estilos y diseños.

También se prestará el servicio de asesoramiento a los clientes con el objetivo de que ellos se sientan en confianza y satisfechos a la hora de realizar su compra. Para hacer efectivo este método se debe tener al personal informado y capacitado sobre las bondades de los productos que se están ofreciendo; ya sea leyendo revistas de moda, internet, catálogos de ropas de otros países, etc. Es importante también que ellos se encuentren vestidos adecuadamente con prendas del local, para que el cliente tenga una buena impresión.

Además al vender se debe ser suspicaz para que cuando el cliente llegue a comprar una sola pieza, mostrarles otras prendas que pueden combinar con esta y hacer que lleve un traje completo.

Una vez definidas las prendas a comercializarse se deben exponer las tallas con las que se va a contar, quedando de la siguiente manera.

TABLA N° 13: Tallas de las prendas

HOMBRES		MUJERES	
Prenda	Tallas	Prenda	Tallas
✓ Pantalones	34, 36, 38, 40, 42, 44	✓ Pantalones	32 , 34, 36, 38, 40, 42
✓ Camisetas	S, M, L, XL	✓ Faldas	S, M, XL S, M, L, XL
✓ Camisas	S, M, L, XL	✓ Blusas	

2.9.2. ESTRATEGIA DE PRECIOS

Para la estabilidad de la microempresa y para su vida futura se establecerán precios atractivos acordes a la calidad, modelos y diseños de los productos.

Fijar los precios de la ropa depende de varios factores como: la cantidad de prendas con las que dispone la empresa, la competencia, el nivel de ingreso de los clientes, el costo de transporte de la mercadería en el proceso de compra, el comportamiento de la demanda, entre otros.

Se utilizarán los precios que consiste en utilizar valores terminados en nueve, por ejemplo \$9,99 o \$19,99. Además a las personas que lleven más de dos piezas se les ofrecerá un pequeño descuento en su compra.

2.9.3. ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

Las estrategias de promoción que se utilizarán para lograr una mejor aceptación del cliente y llevar a los productos a penetrarse en un mercado local, además de fidelizar a los clientes fijos que tendrá. Estas son:

1. La microempresa mostrará ofertas especiales visibles a los ojos de los clientes, motivándolos a realizar una compra que no tenían prevista, a lo que se le llama compra por impulso. Se puede poner el producto en oferta cerca de los productos con precios más altos, esto hará que el cliente se vea más atraído por el producto en oferta y dado el caso permitirá sacar de inventario los productos de poca salida.

2. Se ofrecerán descuentos en los productos por cantidad o según la temporada, o fechas importantes como son San Valentín, Navidad, Año Nuevo, etc.
3. Se otorgarán premios o regalos adicionales con un distintivo del negocio, como puede ser una pulsera, un bolso, gorras, entre otros.
4. Promociones de compre ahora y ahorre el 50% la próxima semana, después de que pasen las mejores temporadas.
5. Utilizar frases como: Nuestra gran rebaja termina hoy/mañana/en unas pocas horas.
6. Se tendrá una base de datos de los clientes fijos de la microempresa, para informales sobre promociones de dos productos por el precio de uno, un cupón valedero por 6 meses que le permita obtener una rebaja en todas sus compras.
7. Publicidad tanto escrita como visual cada mes utilizando como medio el internet y la televisión ya que fueron los medios de información más representativos según las encuestas.

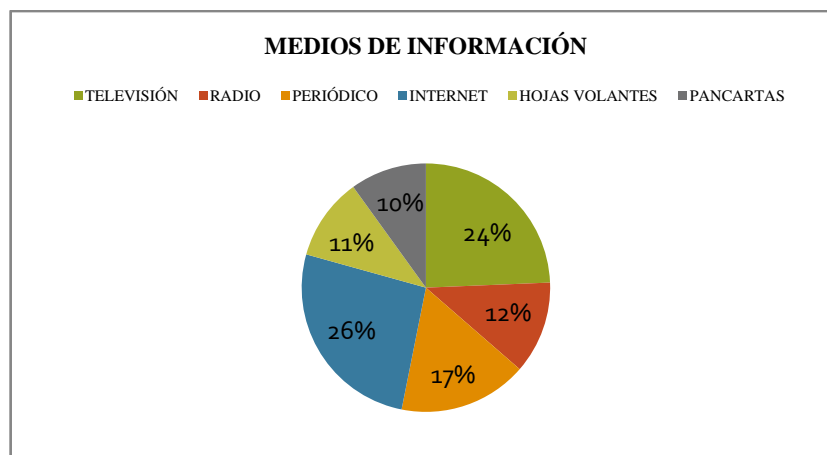


Gráfico N° 8: Medio de información

2.9.4. ESTRATEGIA DE PLAZA Y DISTRIBUCIÓN

Mediante la observación se puede detectar que el centro de la ciudad tiene una mayor concurrencia de personas, por lo que se pretende dejar ubicado el negocio donde se encuentra actualmente en las calles Olmedo entre Juan Montalvo y Eugenio Espejo.

El sistema que utilizará para la distribución del producto será las ventas directa al consumidor final que es la forma más rápida y segura de vender el producto además de que permite el contacto directo con el cliente, lo que hace que exista la posibilidad de una publicidad boca a boca y éste al ver la calidad en el producto y en la atención que recibe, recomendará el producto a terceros, lo que ayuda a la empresa a vender más y adquirir fama en el mercado.

El canal de distribución presenta un sistema dinámico donde intervienen el fabricante, intermediario y consumidor, según las etapas que recorre el producto hasta llegar al consumidor.

La cadena de distribución indica como los productos llegaran al consumidor final, siendo que la empresa utilice una distribución directa, es decir que comprará y venderá directamente del proveedor.



Gráfico N° 9: Cadena de distribución

La ventaja de contar con esta cadena es que se puede tener un contacto directo con el cliente, lo que ayudará el planteamiento de estrategias para ellos acepten al producto de mejor forma, además de que permite tener una margen de utilidad más alto al no tener ningún intermediario.

2.9.5. ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN

Para poder potencializar una compra por parte de los clientes se deben ofrecer estrategias de ventas más agresivas, que inclinen a las personas a la microempresa y no a la competencia.

Entre las estrategias que se pretenden efectuar, se encuentran:

1. Ofrecer la opción de pago con tarjeta de crédito, para que el cliente tenga la disponibilidad de comprar más, lo que beneficia en gran medida a la empresa. Hacer que la tienda haga que el acto de comprar sea un momento agradable para el cliente, desde la buena atención por parte del personal, haciendo que el cliente se sienta único y no uno más.
2. Dar un acceso fácil a los productos, es decir generar un ambiente agradable al comprador, ya que ellos no buscan solamente un producto, sino también inconscientemente quieren sentirse atraídos por la estética del local. Así el cliente pasará más tiempo en la tienda lo que aumentará la posibilidad de compra.
3. Colocar música en el establecimiento también influye en el proceso de compra, cuando se pone música rápida los clientes compran más rápidamente de forma inconsciente lo que es ideal cuando hay muchas personas en el lugar, pero cuando pasa lo contrario es ideal poner música suave, para que el cliente se sienta relajado. Así mismo el arreglar las instalaciones en fechas importantes para que el cliente las recuerde y se anime a comprar algo con anticipación.
4. No hacer esperar a los clientes cuando solicitan algún artículo que está en bodega, si ya es inevitable entregarle el producto de inmediato, lo mejor es ofrecerle algo de tomar tratando de que él no sienta el tiempo que está esperando, pero si se cansa para no perderlo lo óptimo es ofrecerle una promoción en su compra para que se sienta motivado a regresar.
5. Tratar de presentar a la clientela algo nuevo periódicamente, ya que si se presenta los mismos durante determinado tiempo y las personas han acudido al lugar con anterioridad no regresaran nuevamente. Destacar con la limpieza del lugar y que predomine el color blanco para que así resalten más las prendas de vestir

CAPÍTULO

III

3. PLAN TÉCNICO

El estudio técnico constituye la base para los demás estudios, para lo cual se requiere de un análisis profundo y objetivo de las características de la empresa. Éste se centra en el empleo de equipos, insumos, personal, que tiene que ser transformadas de unidades monetarias para alcanzar los objetivos productivos de acuerdo a las inversiones que se analizaran más adelante.

3.1. TAMAÑO DEL PROYECTO

El tamaño del proyecto está determinado en función de la capacidad de compra y venta de las prendas de vestir expresada en unidades. El tamaño del proyecto dependerá de la estimación de inversión requerida para efectuarlo.

3.1.1. FACTORES QUE AFECTAN EL TAMAÑO DEL PROYECTO

Analizar las condicionantes del mercado, la capacidad financiera, la disponibilidad de tecnología, los recursos humanos y financieros, son los factores que afectan el tamaño del proyecto.

3.1.1.1.CONDICIONANTES DEL MERCADO

El poder adquisitivo de las personas aumenta a medida que aumentan su nivel de ingresos. Así también las costumbres en cuanto a consumo de ropa van cambiando, permitiendo que los consumidores puedan acceder a prendas de excelente calidad como los que venderá la empresa.

3.1.1.2.DISPONIBILIDAD DE RECURSOS FINANCIEROS

El financiamiento es un elemento esencial para ejecutar el proyecto, ya que la asignación adecuada de los recursos financieros ayuda a la puesta en marcha de las actividades.

Para un análisis de financiamiento se deben aspectos como las inversiones, los posibles ingresos, las estimaciones de gastos y fuentes financieras. Para lograr el propósito del proyecto se hace necesaria la posibilidad de acceder a préstamos de instituciones financieras. La mejor alternativa para acceder a un crédito lo ofrece el Banco del Fomento y Banco del Pacífico como se observa en el **ANEXO # 1**.

Una vez descritas las dos opciones de financiamiento, la alternativa escogida fue la que ofrece el Banco Nacional de Fomento, debido a que es una empresa pública que está potencializando créditos para la creación de nuevas empresas otorgando financiamiento con tasas de interés reajutable de acuerdo a su destino, además de ofrecer un plazo para pagar las deudas mayor al de la otra institución; también los requisitos de esta institución son más accesibles que el de la otra entidad.

La inversión total del proyecto es de \$31.337,92 que estará financiada de la siguiente manera:

Tabla N° 14: Aporte propio

APORTE PROPIO	
Ramón Reina	\$ 10.184,82
Hilda Casanova	\$ 10.184,82
TOTAL	\$ 20.369,64

El porcentaje restante (35%) se obtendrá con la institución bancaria seleccionada anteriormente.

Tabla N° 15: Porcentaje de aportes

DESCRIPCIÓN	APORTE CAPITAL	% APORTE
Aporte propio	\$ 20.369,64	65%
Aporte ajeno	\$ 10.968,28	35%
TOTAL	\$ 31.337,92	100,00%

3.1.1.3.DISPONIBILIDAD DE TALENTO HUMANO

Se requerirá personal con conocimiento de contabilidad, administración y ventas. Por ello se publicará en el Diario “La Hora”, el perfil que se necesita y se seleccionará al personal más calificado de acuerdo a la experiencia.

Para la comercialización de la ropa es indispensable contar con la mano de obra que ayude a efectivizar las actividades a emprenderse, para ello es necesaria la intervención del Gerente (Ramón Reina), el administrador/ contador; responsable de bodega / cajero, vendedores y un guardia.

Tabla N° 16: Recurso Humano

N°	CARGO	SUELDO BÁSICO	TOTAL
1	Administrador/ Contador	\$ 500,00	\$ 500,00
1	Guardia	\$ 340,00	\$ 340,00
1	Cajero	\$ 340,00	\$ 340,00
1	Vendedor	\$ 400,00	\$ 400,00
4	TOTAL	\$ 1.580,00	\$ 1.580,00

Los sueldos que se pagarán al personal están en base a lo que se está liquidando actualmente a cada trabajador, además de contar con sus beneficios de ley.

Los trabajadores tienen derecho a recibir hasta el 24 de diciembre de cada año, una remuneración equivalente a la doceava parte de las remuneraciones que hubieren percibido durante el año calendario.

Además, en la legislación laboral se estipula el pago de la décima cuarta remuneración, equivalente a una remuneración básica mínima unificada, este pago debe hasta el 15 de abril en la región costa. También se estipula el pago del IESS por parte del empleador.

3.1.1.4.DISPONIBILIDAD DE EQUIPOS E INSUMOS

Para la comercialización de las prendas de vestir se requiere de equipos y programas informáticos que permitirán llevar el control los movimientos monetarios de la empresa además de la base de datos de los clientes, también se necesitaran lectores de códigos de barras y seguridad. A continuación se detallan los costos de los equipos que se necesitarán para el proyecto según sus precios en el mercado.

Tabla N° 17: Equipos de computación

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
2	Computadoras todo en 1
1	Impresora Epson TM-U220B
1	Impresora Multifunción

Tabla N° 18: Equipos de oficina

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
1	Calculadora
1	Sensor antirrobo
1	Lector de código de barras
1	Caja para guardar dinero
1	Lector de bandas magnéticas
1	Detacher
1	Caja amplificadora
1	Fax

Tabla N° 19: Muebles de oficina

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
1	Escritorio de vidrio en 1 2 piezas
2	Silla oficina sharp
1	Archivadores 3 cajones toscan
1	Aire acondicionado Deluxe 24KBTU 220V
2	Mostradores de vidrio
4	Sofá
1	Mueble counter
4	Espejos
5	Estantería metálica
5	Maniqués
4	Percheros

Tabla N° 20: Suministros**SUMINISTRO DE OFICINA**

CANTIDAD	DESCRIPCION
1	Hojas de papel A4
1	Teléfono
1	Caja de esferos gráficos Bic
1	Folders plásticos
2	Engramadora
2	Perforadoras
1	Caja de grapas
1	Saca grapas
2	Corrector Bic
100	Bolsas de papel

SUMINISTRO DE LIMPIEZA

CANTIDAD	DESCRIPCION
1	Detergente
1	Jabón líquido
1	Ambiental en pastillas
1	Limpia vidrios
1	Cepillo de sanitario
1	Trapeador
1	Escoba
1	Trapero AB
2	Ambientales para hogar

3.2. LOCALIZACIÓN

La localización constituye uno de los puntos más importantes para llevar a cabo el proyecto, ya que si la empresa se establece en un lugar estratégico, puede ayudar al éxito o fracaso en las ventas.

La mejor localización para la microempresa es el centro de la ciudad, específicamente en las calles Olmedo entre Eugenio Espejo y Juan Montalvo, se ubicará en este sector debido a que aquí se encuentra un terreno que puede ser ocupado por el propietario. Para realizar lo antes mencionado se establecerán los siguientes parámetros:

- ✚ **Cercanía del mercado objetivo:** El mercado objetivo son los hombres y mujeres de la ciudad de Esmeraldas, entonces la empresa debe estar ubicada en el centro de la localidad ya que es la parte más transitada por estos consumidores.
- ✚ **Vías de acceso y transporte:** Gracias al progreso de la ciudad las calles y avenidas del centro de la ciudad se encuentran en buen estado, además existen transportes públicos lo que facilita la circulación de personas.
- ✚ **Infraestructura y servicios básicos:** Las construcciones de la ciudad son lo bastante amplias y adecuadas para emprender el tipo de infraestructura que se quiere poner para el proyecto y cuentan con todos los servicios básicos necesarios.
- ✚ **Disponibilidad de locales comerciales:** En el lugar que se pretende establecer la empresa no se encuentran locales comerciales de las mismas características, lo que

resulta óptimo debido a que no contará con una competencia tan agresiva en cuanto a la ubicación.

Consideraciones legales: No existen restricciones para la obtención de permisos de funcionamiento, por lo que ya se cuenta con ellos, para la adecuación de la planta se tienen que realizar trámites de adecuación del local.

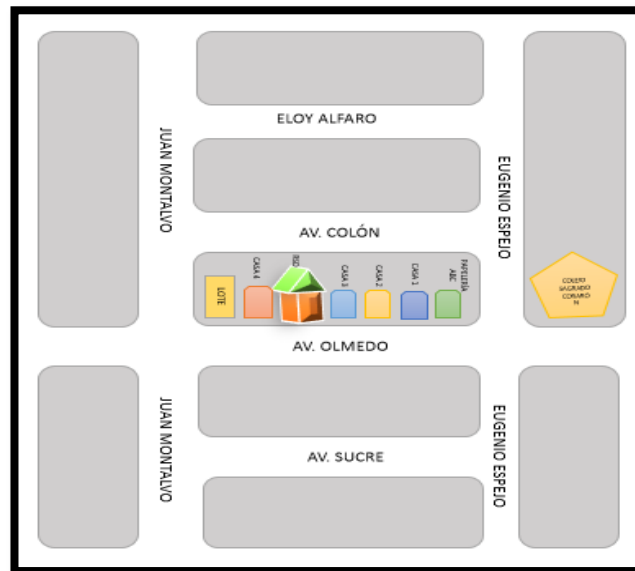


Gráfico N° 10: Plano de localización

3.3. INGENIERÍA DEL PROYECTO

La ingeniería del proyecto comprende aspectos técnicos concernientes a la instalación y de la actividad de “Reina Sport Diversidades” junto al estudio de su infraestructura; comprende la descripción del proceso de compra de la mercadería y el de venta de cada una de las prendas.

En los procesos se describirán los recursos necesarios para el crecimiento de la microempresa y la cantidad que se necesita de productos que ayuden a satisfacer la demanda.

Para una buena descripción de los procedimientos se utilizará la técnica de diagramas de flujo, de manera que permita visualizar y entender las actividades a ejecutarse en la tienda de ropa que se quiere llevar a cabo.

DIAGRAMA DE BLOQUE DEL PROCESO DE COMPRA A PROVEEDORES



Gráfico N° 11: Diagrama de bloque del proceso de compra de la mercadería

PROCESO DE COMPRA DE LA TIENDA A LOS PROVEEDORES

Se detallarán los pasos a seguir necesarios para efectuar la compra adecuada de los productos.

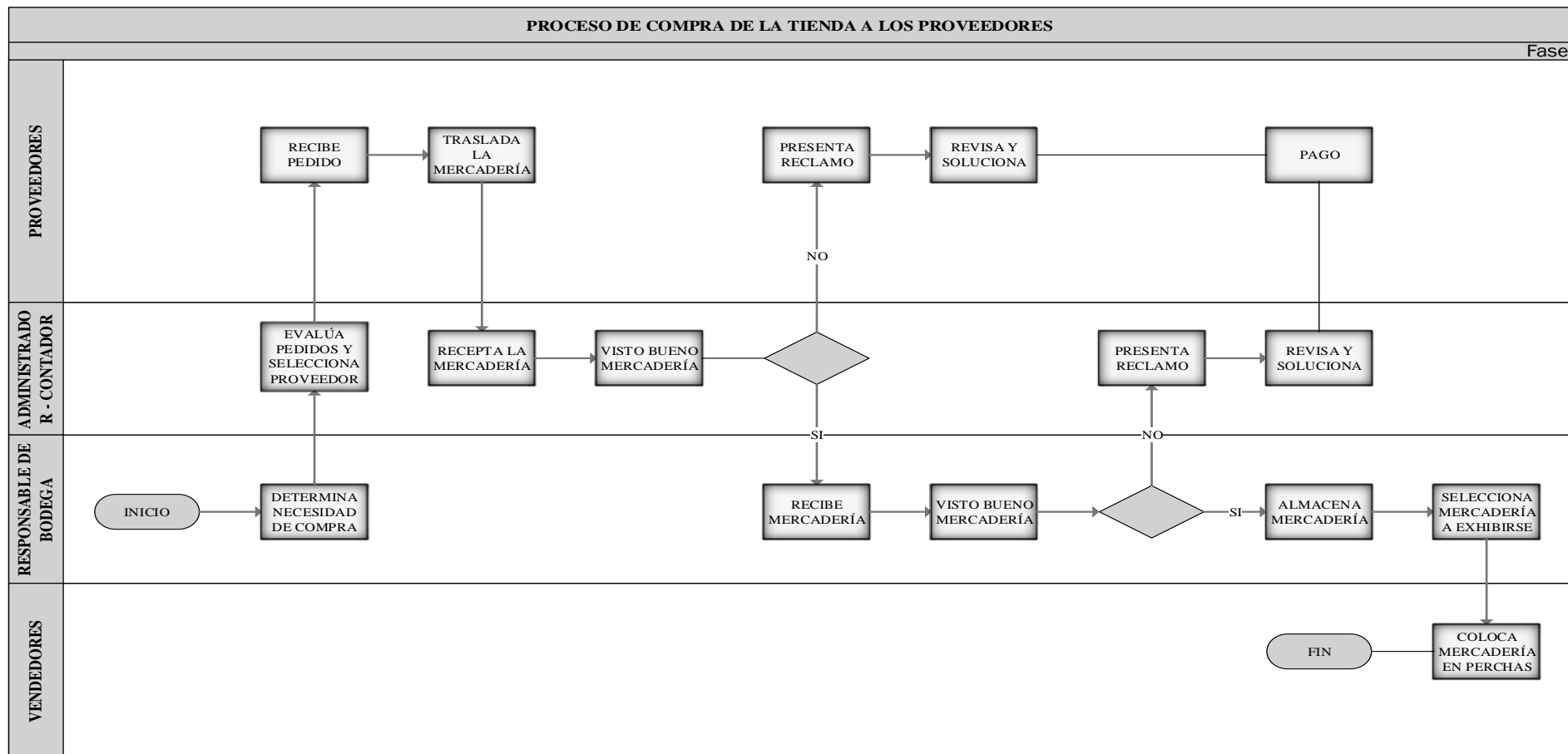


Gráfico N° 12: Diagrama de flujo del proceso de compra de la mercadería

El proceso de compra de la mercadería se la realiza de forma indistinta al tipo de producto, es decir que todas las prendas a comercializarse tendrán el mismo procedimiento en su adquisición.

El objeto del proceso es indicar los pasos a seguirse desde la necesidad de compra de la empresa, hasta que llegue a la bodega para que pueda ser comercializada. Los pasos se detallan a continuación:

1. El responsable de bodega determina qué productos son necesarios para adquirir y el administrador analiza al proveedor o proveedores de los que se abastecerá la empresa y procede a realizar los respectivos pedidos.
2. Los proveedores reciben el pedido y trasladan la mercadería hacia la empresa, el administrador recibe la mercadería y verifica si todo está conforme a lo pedido, si existe algún reclamo el administrador lo hace al proveedor y éste revisa y soluciona la situación una resuelto se procede al pago; si el pedido esta normal se realiza el traspaso a bodega.
3. El responsable de bodega también recibe la mercadería y se cerciora de que todo esté bien, si no lo está presenta la observación al administrador quien se encargará de solucionarlo haciendo lo anteriormente dicho; si está todo en orden se procede a almacenar la mercadería y escoger la que se va a mostrar a los clientes donde el vendedor la colocará en perchas.

DIAGRAMA DE BLOQUE DEL PROCESO DE VENTA DE LOS CLIENTES

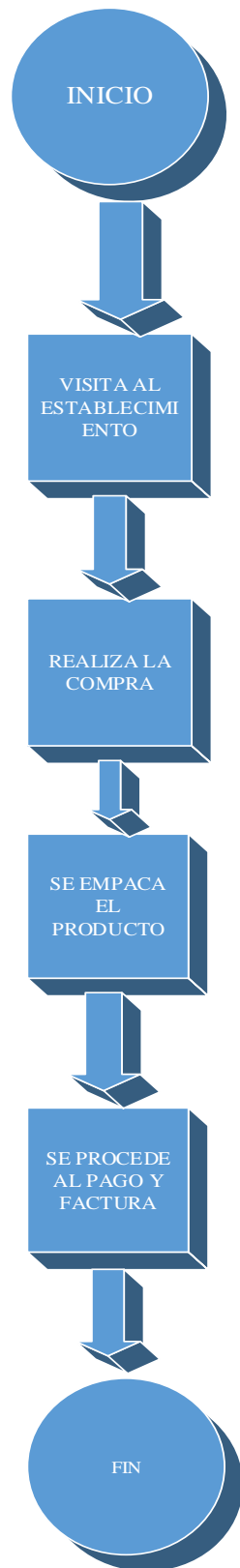


Gráfico N° 13: Diagrama de bloque del proceso de venta

PROCESO DE VENTA DE LOS CLIENTES

Se detallarán los pasos a seguir necesarios para realizar una venta efectiva de los productos al cliente.

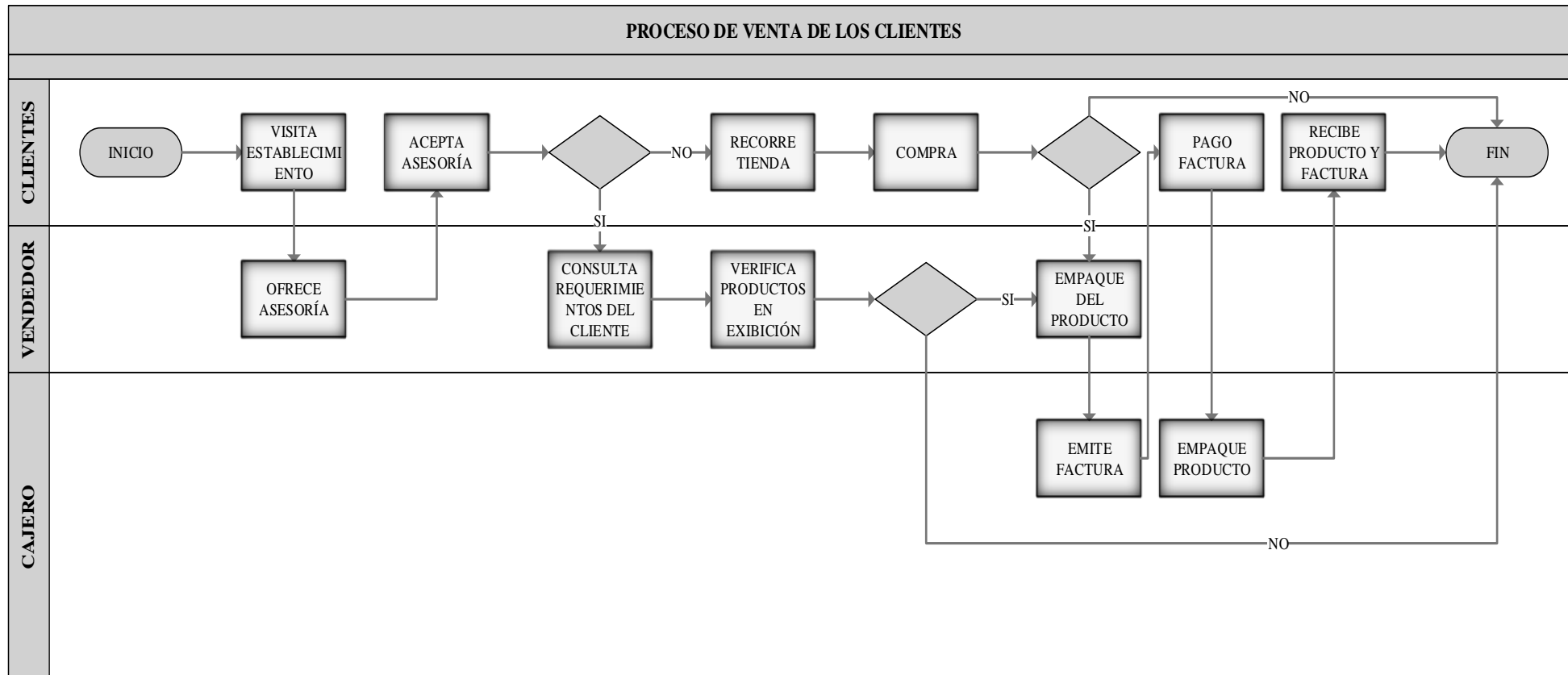


Gráfico N° 14: Diagrama de flujo del proceso de venta

En el proceso de venta intervienen las áreas de venta y caja de la empresa además del cliente, este procedimiento indica los pasos desde que el cliente entra al establecimiento hasta que sale de la microempresa. De la siguiente forma:

1. El cliente entra a la tienda y el vendedor encargado le ofrece ayuda para asesorarlo en su compra.
2. Si el cliente no acepta la asesoría recorre la tienda por sí solo, si decide aceptarla el vendedor pregunta sus necesidades o requerimientos de compra, el vendedor verifica si existe el producto, si no hay el cliente sale de la tienda, pero si por el contrario si se encuentra el producto el cliente procede a realizar la compra.
3. Si el cliente recorre la tienda y encuentra lo que busca realiza la compra del producto y si no solo sale del local.
4. La caja cuando el cliente realiza la compra de algún producto ésta procede a elaborar la factura y entrega al cliente quien realiza el pago y recibe el pedido y sale de la tienda.

3.4. INFRAESTRUCTURA

La buena distribución de la planta está dada por la buena ubicación de equipos y materiales además de otros factores que los complementan. Se ha escogido dos pisos para realizar las instalaciones necesarias, edificación cuenta con $10 \times 7 \text{m}^2$.

La planta baja constará con el área de bodega, cuyas medidas son de $5 \times 7 \text{m}^2$, se situarán 4 vestidores, el área de exhibición de las prendas de vestir y la caja.

El área administrativa se instalará en la segunda planta, la misma que contará con 1 oficina asignada al administrador/ contador.

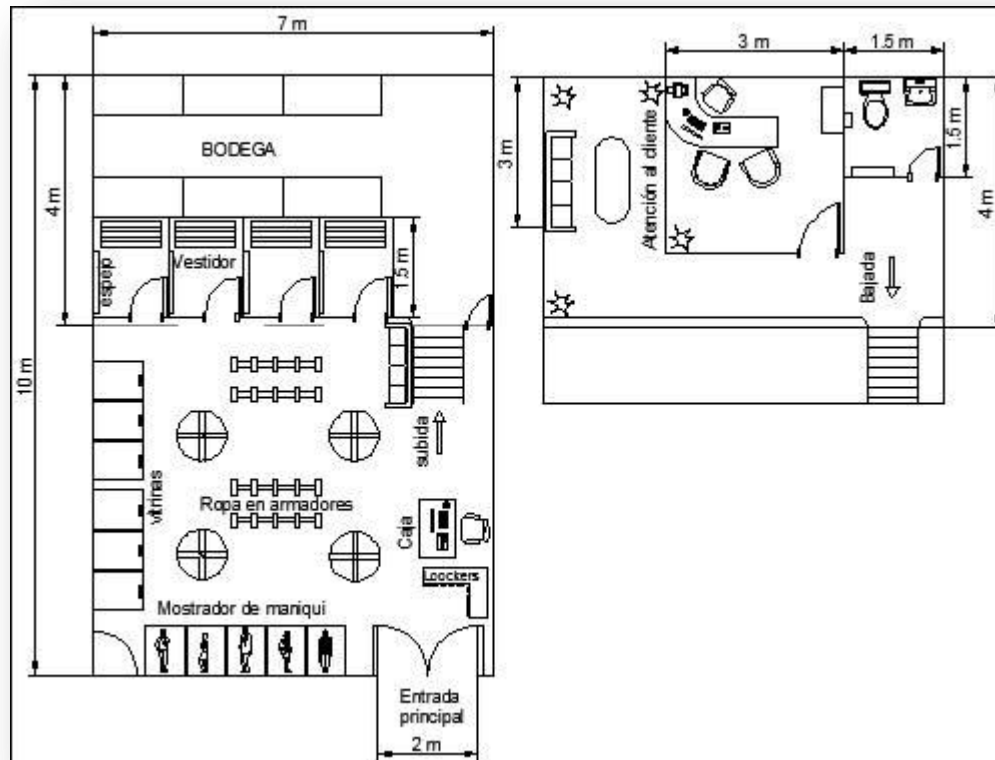


Gráfico N° 15: Instalaciones

Fuente: Luis Charcopa

3.5. PRODUCTOS QUE SE COMERCIALIZARÁN

Para realizar un estudio de los productos que se comercializarán se tomas en consideración los siguientes puntos:

- ✚ **Clasificación del producto:** Las prendas que se comercializarán para las mujeres son tres: pantalones, faldas y blusas; mientras que para los hombres serán: pantalones, camisas y camisetas, gracias a la información que se tuvo de las encuestas se pudo saber que estas son las prendas que más adquieren las persona.
- ✚ **Cantidad necesaria del producto:** Está determinada por la cantidad de demanda que se desea satisfacer de la demanda que no ha sido atendida, los porcentajes de compra de los clientes por cada producto.

La demanda que se desea satisfacer se la ha decidido calcular en relación a la inversión fija, lo que da un total de \$8.159,65; este monto dividido para la brecha de demanda del primer año 2015 que es \$3'403.887,75 da un porcentaje a cubrir del 0,24%. Así:

Tabla N° 21: Demanda a satisfacer

CÁLCULO DE % DE DEMANDA A SATISFACER	
Brecha de demanda (2015)	\$ 3.403.887,75
Estimación de inversión fija	\$ 8.159,65
Porcentaje de demanda a cubrir	0,24%
Demanda a satisfacer	\$ 8.169,33

Para determinar la cantidad en unidades de las prendas que se requieren se procedió a utilizar la pregunta de la encuesta que indica las prendas que compran más los hombres y mujeres.

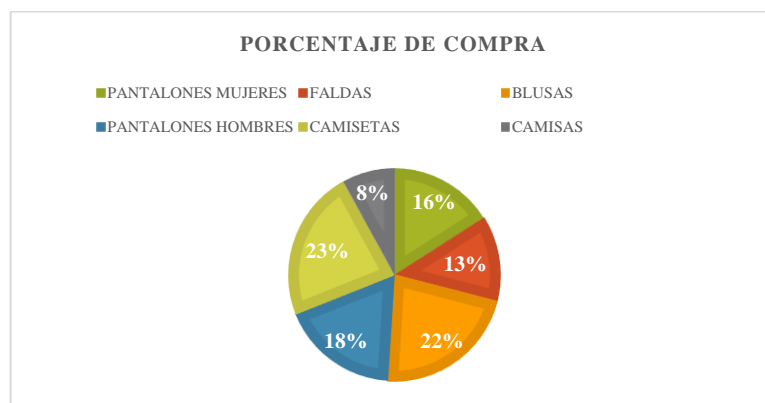


Gráfico N° 16: Porcentaje de compra

A la par se comprobó la cantidad en dólares que dio como resultado (\$8.169,33), con esos datos se procede a calcular la cantidad anual de prendas a adquirirse

Se detalla a continuación la cantidad requerida por cada prenda para el primer año

Tabla N° 22: Determinación de unidades

Mujeres	Porcentaje de compra	PRECIO DE COSTO	COSTO TOTAL POR PRENDAS	CANTIDAD ANUAL
Unidades Pantalones	16%	\$ 29,25	\$ 1.307,09	45
Unidades Faldas	13%	\$ 22,75	\$ 1.062,01	47
Unidades Blusas	22%	\$ 22,75	\$ 1.797,25	79
Hombres	Porcentaje de compra			
Unidades Pantalones	18%	\$ 31,20	\$ 1.470,48	47
Unidades Camisas	23%	\$ 24,05	\$ 1.878,95	78
Unidades Camisetas	8%	\$ 25,67	\$ 653,55	25
TOTAL	100%	\$ 155,67	\$ 8.169,33	321

Condiciones de abastecimiento de las prendas: El abastecimiento de mercadería se la realizará por medio de distribuidores directos del país. Los proveedores que se han seleccionado cuentan con años de experiencia además de productos de calidad con diseños y modelos diversos que es exactamente lo que se quiere brindar a la población esmeraldeña. A continuación se detallan los proveedores seleccionados:

Tabla N° 23: Proveedores

NOMBRE	DIRECCIÓN	TELÉFONO	TIPO DE CLIENTES
JUNNIOR	Quito- Ecuador	024083534	Hombres y mujeres
DIVI SHOP	Guayaquil – Ecuador	0981311029 – 046034983	Hombres y mujeres
Distribuidor PREMIUM	Quito – Ecuador	0983192655 - 027827770	Hombres y mujeres
VALERÍA SHOP	Manabí – Ecuador	042-243590 - 0990771293	Hombres y mujeres
PARADISE	Guayaquil – Ecuador	0990730633 - 042380849	Hombres y mujeres

3.6. MECANISMOS DE CONTROL

- ✚ Se establecerán controles mensuales del inventario mediante el programa Alvendi que se va a implementar.
- ✚ Los trabajadores deben tener el conocimiento de las prendas que están disponibles para así evitar la sustracción por parte de un cliente.
- ✚ La utilización de sellos de seguridad ayudará a que las prendas no puedan salir de la tienda si no han sido canceladas, generando así un método de seguridad para la ropa que se está vendiendo.
- ✚ Se colocaran loockers en la entrada de la tienda para el cliente no lleve ningún bolso o fundas al momento que recorra la empresa.

CAPÍTULO

VI

4. PLAN ADMINISTRATIVO Y LEGAL

ASPECTO ADMINISTRATIVO

4.1. RAZÓN SOCIAL DE LA EMPRESA

El nombre con el que la empresa se dará a conocer con su nueva línea es el mismo que actualmente usa para la comercialización de uniformes deportivos, llevará la misma denominación debido a que permite abarcar a las dos actividades a las que se dedicará el negocio.

Reina Sport Diversidades

4.2 TITULARIDAD DE PROPIEDAD DE LA EMPRESA

Para emprender la nueva idea de negocio se torna la necesidad de constituir a la microempresa como sociedad anónima que según con lo que establece la Ley de Compañías en su art. 147 debe contar con lo siguiente:

- ✚ El capital de la sociedad se encuentra dividido en acciones negociables, y los accionistas de la empresa responden exclusivamente por el monto de sus aportaciones.
- ✚ En lo referente al nombre de la empresa, este puede consistir en una razón social, una denominación objetiva o de fantasía, el mismo que debe ser aprobado por la Secretaría General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías.
- ✚ El número mínimo de socios es dos, sin tener un máximo de socios.
- ✚ Para la constitución definitiva de la empresa es necesario suscribir íntegramente el capital y pagar al menos el 25% del capital total. Las aportaciones de los socios pueden consistir en dinero o bienes, ya sean muebles o inmuebles, o los dos tipos de aportes a su vez.

- ✚ La compañía se puede establecer con el capital autorizado, el cual no deberá ser mayor al doble del capital suscrito.

La empresa se constituirá en un inicio con dos socios o accionistas los que aportarán con el 60% de la inversión total para llevar a cabo el proyecto.

4.3. LOGOTIPO

El logotipo es la presencia de la empresa ante el mercado, que gráficamente corresponde a la razón social de “Reina Sport Diversidades”. El logotipo que se ha elegido para la empresa es el siguiente:



Gráfico N° 17: Logotipo

Detalle:

Color azul

Se ha escogido ese color ya que implica confianza, seguridad, fidelidad a los clientes, además de responsabilidad que se tiene como organización..

Color rojo

Tiene ese color porque representa poder, atracción y logra mantener la atención del consumidor.

Color verde

Este color representa la vanidad bien equilibrada de los clientes.

Color blanco

Representa la limpieza y luminosidad que proyectará la microempresa.

Color negro

Se utilizó el negro para destacar la segunda línea de negocio de la empresa ya que está vinculada con la elegancia y poder que tendrán las prendas de vestir.

Color naranja

Por último se usó este color porque genera entusiasmo, exaltación, fuerza activa y energética.

4.4. SLOGAN

El lema con que la empresa se va a dar a conocer ha sido corto para que pueda llegar puntualmente a la gente.

La imagen que buscabas

4.5. TIPO DE EMPRESA

Reina Sport Diversidades se constituirá como una Sociedad Anónima regida por las normativas y leyes vigentes en el país dictaminadas por la Superintendencia de Compañías.

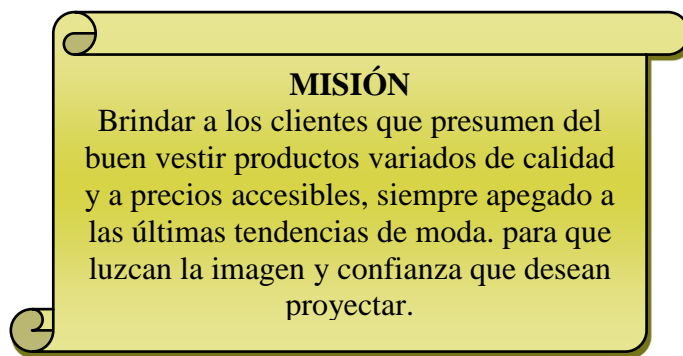
Se entiende por Sociedad Anónima a empresas establecidas por socios que se obligan al pago únicamente de acciones, se constituye de manera libre, pero debe ser distinta a cualquier otra sociedad y al nombrarse tiene que ir acompañada siempre de las palabras Sociedad Anónima o de su abreviatura S.A.

4.6. BASE FILOSÓFICA

La empresa se ha planteado como obligación el ofrecer un producto de calidad a sus clientes, a la vez de otórgale variedad en diseños, modelos y colores, manteniendo siempre a sus productos en el boom de la moda, que permita cumplir con las exigencias del mercado actual.

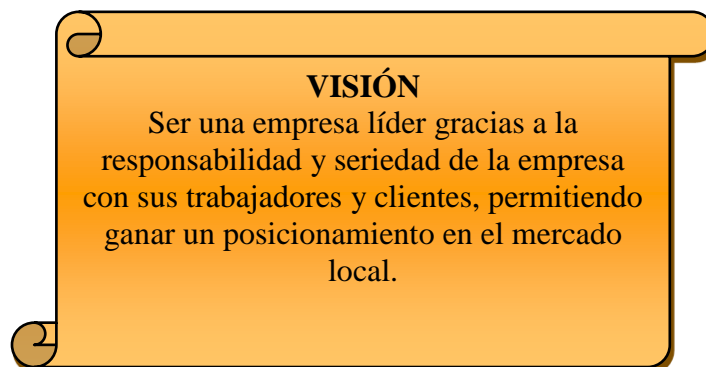
Para hacer esto posible se ha planteado la siguiente estructura administrativa:

MISIÓN



VISIÓN

La visión está proyectada para un plazo de cinco años después de constituirse la empresa.



OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

Aquí se definirán las metas de la organización desde diferentes aspectos:

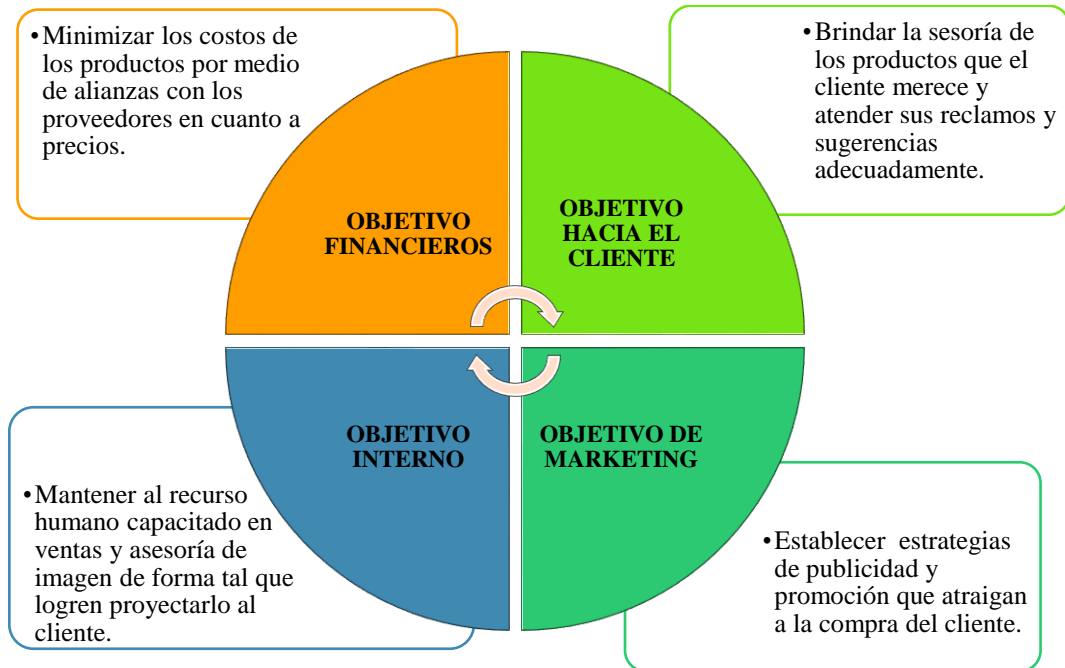


Gráfico N° 18: Objetivos

VALORES CORPORATIVOS

Los miembros de la organización contarán con estos valores para lograr una buena conducta dentro de la misma.

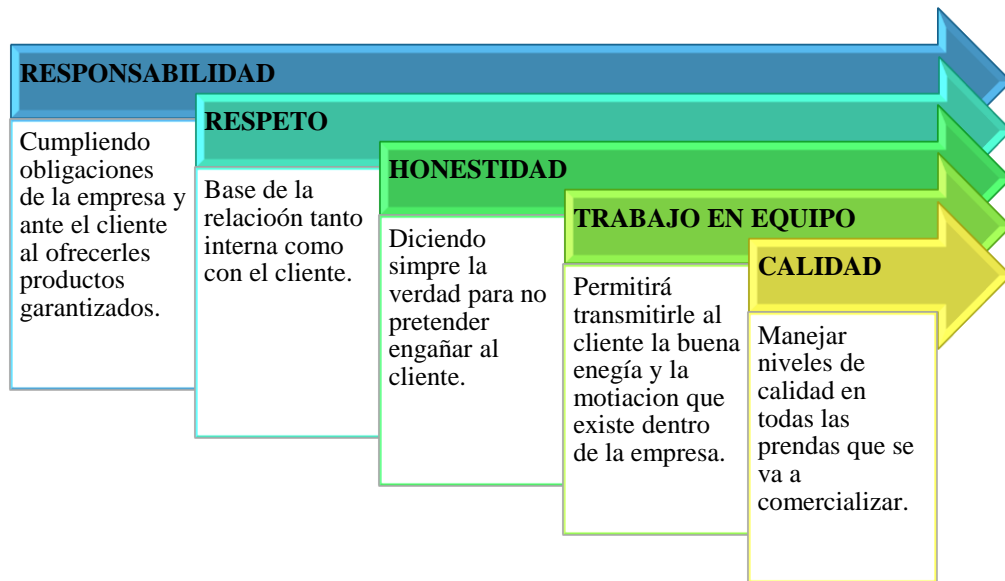


Gráfico N° 19: Valores

4.11. ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA

La estructura orgánica es el marco de actuación de la empresa para empezar a funcionar, lo que le permitirá lograr los objetivos propuestos, además de alcanzar la más alta productividad, con personas alineadas a lo que se quiere realizar.

El organigrama es el principal marco de referencia que se tiene para saber cómo está estructurada la empresa y cuáles son las funciones de cada quien y está dado de la siguiente manera:

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



Gráfico N° 20: Organigrama estructural

ORGANIGRAMA FUNCIONAL

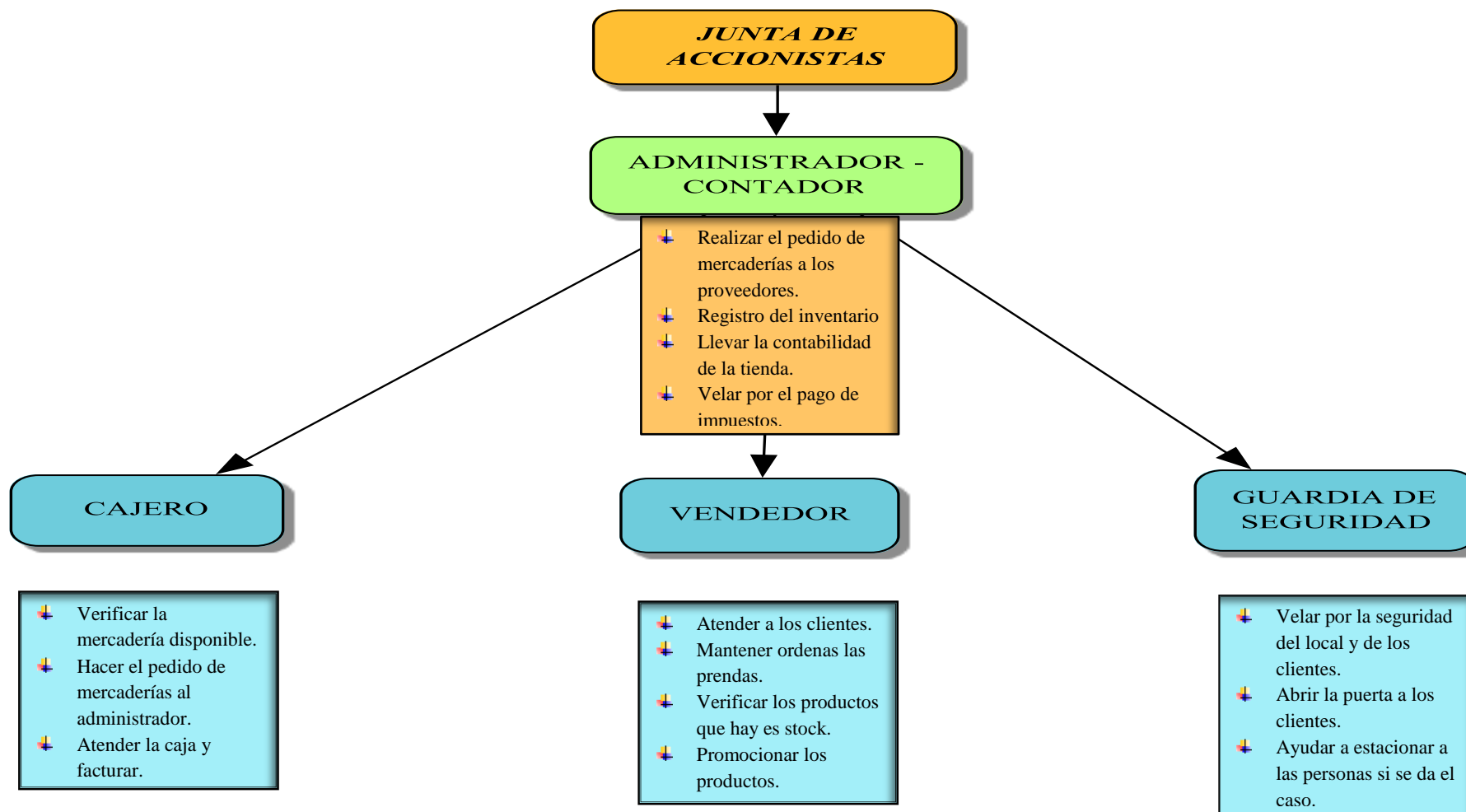


Gráfico N° 21: Organigrama Funcional

4.1.4. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES

Al determinar las funciones de cada miembro de la empresa, permitirá tener una mejor organización dentro la misma, optimizando los recursos que ayuden a cumplir con los objetivos ya antes mencionados.

La imagen que se lleve el cliente de la tienda de ropa depende única y exclusivamente de la atención que le den los trabajadores, es por ello que al determina las funciones de cada uno, también genera una buena apreciación por parte de los consumidores.

Las funciones de cada empleado se detallan a continuación:

ADMINISTRADOR/ CONTADOR	
EXPERIENCIA	Tener 2 o más años ocupando un puesto semejante.
PERFIL PROFESIONAL	Título de tercer nivel en Contabilidad o Administración de empresas.
MISIÓN DEL CARGO	Llevar con eficiencia y seriedad todas las actividades que se realizan en la empresa con todo lo relacionado a movimientos monetarios y de inventario.
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none">✚ Realizar el pedido de mercaderías a los proveedores.✚ Registro del inventario de la empresa.✚ Llevar la contabilidad de la tienda.✚ Velar por el pago de impuestos.✚ de rendimiento de cada trabajador de forma regular.

CAJERO

PERFIL PROFESIONAL	Título de bachiller en Contabilidad o carreras afines.
MISIÓN DEL CARGO	Velar por la mercadería de la tienda y los cobros respectivos de las ventas a los clientes.
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Verificar la mercadería disponible. ✚ Elaborar orden de compra de mercaderías cuando esté en stock mínimo. ✚ Verificar que la mercadería que llega cumpla con las exigencias establecidas en cuanto a calidad y número de prendas. ✚ Atender la caja y facturar.

VENDEDOR	
PERFIL PROFESIONAL	Título de bachiller de cualquier carrera.
MISIÓN DEL CARGO	Atender a los clientes como se merecen con respeto y sutileza, además de ofrecerles asesorías en sus compras.
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Atender a los clientes. ✚ Mantener ordenas las prendas. ✚ Verificar los productos que hay es stock. ✚ Promocionar los productos.

GUARDIA DE SEGURIDAD	
PERFIL PROFESIONAL	Título de bachiller de cualquier carrera.
MISIÓN DEL CARGO	Brindar la seguridad necesaria tanto a los trabajadores de la empresa como a los clientes.
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Velar por la seguridad del local y de los clientes. ✚ Abrir la puerta a los clientes. ✚ Ayudar a estacionar a las personas si se da el caso.

ASPECTO LEGAL

La empresa al ya estar constituida cuenta con los permisos de funcionamiento necesarios para emprender el negocio, pero se hace indispensable la renovación de dichas aprobaciones para no tener inconvenientes futuros.

Los requisitos que se necesitan para la actualización de la información es la siguiente según el caso: **ANEXO # 2**

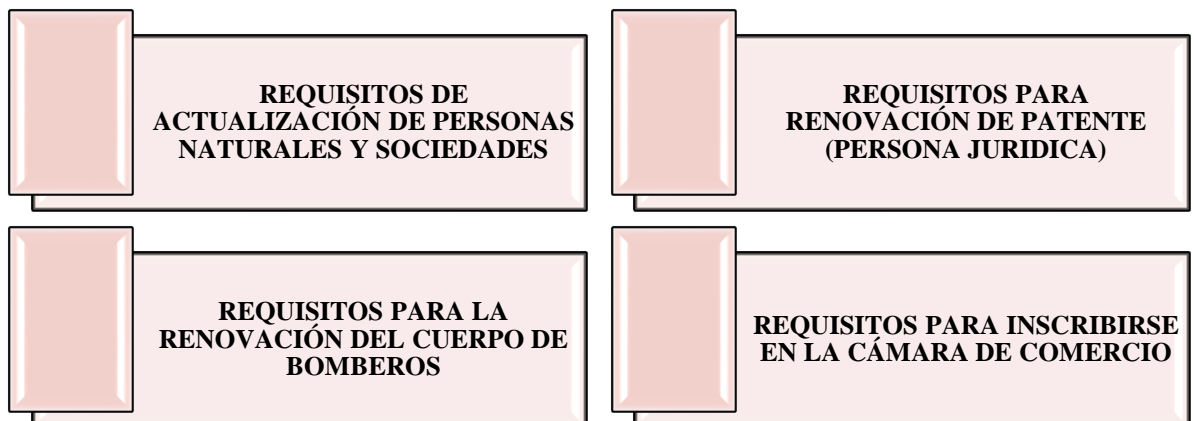


Gráfico N° 22: Requisitos Legales

CAPÍTULO

V

5. ESTUDIO FINANCIERO

A continuación se detallará el estudio financiero del proyecto con el objetivo de determinar si la nueva línea de negocio que se quiere implantar en Reina Sport Diversidades es viable o no.

Para realizar este análisis se tomarán en consideración las inversiones a las que se incurrirá tanto en activos fijos, activos intangibles y capital de trabajo. Luego se procederá a realizar presupuestos de inversión, punto de equilibrio y los estados financieros proformas necesarios.

5.1.PRESUPUESTOS

5.1.1. PRESUPUESTO DE INVERSIÓN

Aquí se agrupan las necesidades de inversión en activos fijos, activos intangibles y capital de trabajo. Esto se detalla a continuación:

5.1.1.1.ACTIVOS FIJOS

La inversión en bienes tangibles está comprendida por: terreno, edificio, equipo informático, equipo de oficina y muebles y enseres.

- a) El equipo de computación está dado por 2 computadoras, una para el administrador y otra para la caja la impresora viene con visor de precios incluido y la impresora multifunción tiene copiadora y escáner para realizar algún trámite en caso que sea necesario.

Tabla N° 24: Equipo de computación

EQUIPO DE COMPUTACIÓN					
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	P. UNITARIO	IVA	SUBTOTAL	TOTAL
2	Computadoras todo en 1	\$ 481,25	\$ 57,75	\$ 539,00	\$ 1.078,00
1	Impresora Epson TM-U220B	\$ 236,44	\$ 28,37	\$ 264,81	\$ 264,81
1	Impresora Multifunción	\$ 246,43	\$ 29,57	\$ 276,00	\$ 276,00
TOTAL					\$ 1.618,81

- b) Los muebles y enseres fueron adquiridos para el normal funcionamiento de la empresa, éstos se detallan a continuación:

Tabla N° 25: Muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES					
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	P. UNITARIO	IVA	SUBTOTAL	TOTAL
1	Escritorio de vidrio en 1 2 piezas	\$ 203,57	\$ 24,43	\$ 228,00	\$ 228,00
2	Silla oficina Sharp	\$ 61,95	\$ 7,43	\$ 69,38	\$ 138,76
1	Archivadores 3 cajones toscan	\$ 151,78	\$ 18,21	\$ 169,99	\$ 169,99
1	Aire acondicionado Deluxe 24KBTU 220V	\$ 964,29	\$ 115,71	\$ 1.080,00	\$ 1.080,00
2	Mostradores de vidrio	\$ 580,36	\$ 69,64	\$ 650,00	\$ 1.300,00
2	Sofá	\$ 35,71	\$ 4,29	\$ 40,00	\$ 80,00
1	Mueble counter	\$ 312,50	\$ 37,50	\$ 350,00	\$ 350,00
4	Espejos	\$ 75,89	\$ 9,11	\$ 85,00	\$ 340,00
5	Estantería metálica	\$ 119,20	\$ 14,30	\$ 133,50	\$ 667,50
5	Maniqués	\$ 98,21	\$ 11,79	\$ 110,00	\$ 550,00
4	Percheros	\$ 35,71	\$ 4,29	\$ 40,00	\$ 160,00
TOTAL					\$ 5.064,25

- c) El equipo de oficina comprende todo lo necesario para llevar a cabo las actividades de la empresa tanto administrativas como de ventas.

Tabla N° 26: Equipo de oficina

EQUIPO DE OFICINA					
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	P. UNITARIO	IVA	SUBTOTAL	TOTAL
1	Calculadora	\$ 66,13	\$ 7,94	\$ 74,06	\$ 74,06
1	Sensor antirrobo	\$ 599,94	\$ 71,99	\$ 671,93	\$ 671,93
1	Lector de código de barras	\$ 146,37	\$ 17,56	\$ 163,93	\$ 163,93
1	Caja para guardar dinero	\$ 61,61	\$ 7,39	\$ 69,00	\$ 69,00
1	Lector de bandas magnéticas	\$ 71,43	\$ 8,57	\$ 80,00	\$ 80,00
1	Detacher	\$ 40,18	\$ 4,82	\$ 45,00	\$ 45,00
1	Caja amplificadora	\$ 241,07	\$ 28,93	\$ 270,00	\$ 270,00
1	Fax	\$ 91,67	\$ 11,00	\$ 102,67	\$ 102,67
TOTAL					\$ 1.476,59

La inversión en activos fijos es de \$ 8. 159,65

5.1.1.2.ACTIVOS INTANGIBLES

Para los activos intangibles se ha tomado en consideración para obtener un beneficio futuro a largo plazo son los siguientes:

Tabla N° 27: Activos intangibles

ACTIVOS INTANGIBLES			
CANTIDAD	DESCRIPCION	P. UNITARIO	TOTAL
1	Programa de facturación e inventario	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00
1	Gasto de constitución	\$ 692,14	\$ 692,14
TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES			\$ 2.492,14

Los activos intangibles son sujetos a amortización.

5.1.1.3.CAPITAL DE TRABAJO

Constituye los activos corrientes de la empresa durante todo el ejercicio fiscal y que requieren de disponibilidad inmediata y son multiplicados para tres meses debido a que la empresa debe tener liquidez para poder solventar esos valores por ese tiempo y aquí se detallan los siguientes:

- a) La inversión en recurso humano se la ha realizado para 4 personas las que contarán con todos los beneficios de ley correspondientes.

Tabla N° 28: Rol de pagos

ROL DE PAGOS									
N°	CARGO	SUELDO BÁSICO	TOTAL	DÉCIMO CUARTO	DÉCIMO TERCERO	VACACIONES	PROVISIÓN LIQUIDACION	APORTE PATRONAL	TOTAL MENSUAL
1	Administrador/ Contador	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 28,33	\$ 41,67	\$ 20,83	\$ 10,42	\$ 60,75	\$ 662,00
1	Guardia	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ 14,17	\$ 7,08	\$ 41,31	\$ 459,23
1	Cajero	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ 14,17	\$ 7,08	\$ 41,31	\$ 459,23
1	Vendedor	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 28,33	\$ 33,33	\$ 16,67	\$ 8,33	\$ 48,60	\$ 535,27
4	TOTAL	\$ 1.580,00	\$ 1.580,00	\$ 113,33	\$ 131,67	\$ 65,83	\$ 32,92	\$ 191,97	\$ 2.115,72
							Total por 3 meses		\$ 6.347,16

- b) Los servicios básicos se los han proyectado en relación a valores que paga otros negocios dedicados a la misma actividad y están dados por la energía eléctrica, teléfono, agua potable e internet.

Tabla N° 29: Servicios básicos

SERVICIOS BÁSICOS				
	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL MENSUAL
	Energía eléctrica	kw	\$ 0,14	\$ 7,00
	Agua potable	m3	\$ 0,13	\$ 3,90
	Teléfono	minutos	\$ 0,02	\$ 10,00
	Internet	minutos	\$ 0,00	\$ 20,00
TOTAL				\$ 40,90
Total por 3 meses				\$ 122,70

- c) Los suministros de oficina comprende todos los insumos que se necesitan en la oficina del administrador y el cajero

Tabla N° 30: Suministros de oficina

SUMINISTROS DE OFICINA					
CANTIDAD	DESCRIPCION	P. UNITARIO	IVA	SUBTOTAL	TOTAL
1	Hojas de papel A4	\$ 4,46	\$ 0,00	\$ 4,46	\$ 4,46
1	Teléfono	\$ 1,88	\$ 0,23	\$ 2,10	\$ 2,10
1	Caja de esferos gráficos	\$ 0,37	\$ 0,04	\$ 0,41	\$ 0,41
1	Folders plásticos	\$ 1,61	\$ 0,19	\$ 1,80	\$ 1,80
2	Engrampadora	\$ 1,16	\$ 0,14	\$ 1,30	\$ 2,60
2	Perforadoras	\$ 2,19	\$ 0,26	\$ 2,45	\$ 4,90
1	Caja de grapas	\$ 1,07	\$ 0,13	\$ 1,20	\$ 1,20
1	Saca grapas	\$ 2,68	\$ 0,32	\$ 3,00	\$ 3,00
1	Corrector	\$ 0,71	\$ 0,09	\$ 0,80	\$ 0,80
100	Bolsas de papel	\$ 0,54	\$ 0,06	\$ 0,60	\$ 60,00
TOTAL					\$ 81,27
Total por 3 meses					\$ 243,81

- d) Al igual que los suministros de oficina, los de limpieza son materiales que ayudan a mantener el local en un ambiente limpio y acogedor para el cliente

Tabla N° 31: Suministros de limpieza

SUMINISTROS DE LIMPIEZA					
CANTIDAD	DESCRIPCION	P. UNITARIO	IVA	SUBTOTAL	TOTAL
1	Detergente	\$ 2,52	\$ 0,30	\$ 2,82	\$ 2,82
1	Jabón líquido	\$ 2,95	\$ 0,35	\$ 3,30	\$ 3,30
1	Ambiental en pastillas	\$ 0,97	\$ 0,12	\$ 1,09	\$ 1,09
1	Limpia vidrios	\$ 0,89	\$ 0,11	\$ 1,00	\$ 1,00
1	Cepillo de sanitario	\$ 0,97	\$ 0,12	\$ 1,09	\$ 1,09
1	Trapeador	\$ 1,34	\$ 0,16	\$ 1,50	\$ 1,50
1	Escoba	\$ 0,89	\$ 0,11	\$ 1,00	\$ 1,00
1	Trapero AB	\$ 2,61	\$ 0,31	\$ 2,92	\$ 2,92
2	Ambientales para hogar	\$ 0,89	\$ 0,11	\$ 1,00	\$ 2,00
TOTAL					\$ 16,72
			Total por 3 meses	\$ 50,16	

- e) La publicidad a la que se incurrirá será por los medios de información más vistos por los futuros clientes como son el internet y la televisión, el valor mensual para esto se detalla a continuación:

Tabla N° 32: Publicidad

GASTOS DE PUBLICIDAD					
CANTIDAD	DESCRIPCION	P. UNITARIO	IVA	SUBTOTAL	TOTAL
1	Publicidad	\$ 133,93	\$ 16,07	\$ 150,00	\$ 150,00
TOTAL					\$ 150,00
			Total por 3 meses	\$ 450,00	

- f) La mercadería que se venderá en la empresa estará asegurada en caso de que ocurra algún siniestro la prima de seguros mensual es:

Tabla N° 33: Seguros pagados por anticipado

SEGUROS PAGADOS POR ANTICIPADO					
CANTIDAD	DESCRIPCION	P. UNITARIO	IVA	SUBTOTAL	TOTAL
1	Seguros prepagados	\$ 128,07	\$ 15,37	\$ 143,44	\$ 143,44
TOTAL					\$ 143,44
				Total por 3 meses	\$ 430,32

- g) Se realizará el pago de arriendo del local que está ubicado en la calles Olmedo entre Eugenio Espejo y Juan Montalvo

Tabla N° 34: Arriendos pagados por anticipado

ARRIENDOS PAGADOS POR ANTICIPADO					
CANTIDAD	DESCRIPCION	P. UNITARIO	IVA	SUBTOTAL	TOTAL
1	Arriendo de local	\$ 500,00	\$ 0,00	\$ 500,00	\$ 500,00
TOTAL					\$ 500,00
				Total por 3 meses	\$ 1.500,00

- h) El inventario de accesorios está dado por los artículos que contendrá la ropa para ser comercializada.

Tabla N° 35: Inventario de accesorios

INVENTARIO DE ACCESORIOS					
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	P. UNITARIO	IVA	SUBTOTAL	TOTAL
1000	Armadores	\$ 0,36	\$ 0,04	\$ 0,40	\$ 400,00
120	Pines de seguridad	\$ 17,86	\$ 2,14	\$ 20,00	\$ 2.400,00
TOTAL					\$ 2.800,00
				Total por 3 meses	\$ 8.400,00

- i) La mercadería mensual a la que se incurrirá será de la marca aeropostale exclusivamente, a continuación el detalle:

Tabla N° 36: Inventario de mercadería

INVENTARIO DE MERCADERÍA					
CANTIDAD	DESCRIPCION	P. UNITARIO	IVA	SUBTOTAL	TOTAL
4	Pantalones de mujeres	\$ 40,18	\$ 4,82	\$ 45,00	\$ 167,58
4	Pantalones de hombres	\$ 42,85	\$ 5,14	\$ 47,99	\$ 188,48
4	Faldas	\$ 31,25	\$ 3,75	\$ 35,00	\$ 136,16
7	Blusas	\$ 31,25	\$ 3,75	\$ 35,00	\$ 230,42
2	Camiseras	\$ 35,27	\$ 4,23	\$ 39,50	\$ 83,80
7	Camisas	\$ 33,04	\$ 3,96	\$ 37,00	\$ 240,89
TOTAL					\$ 1.047,33
				Total por 3 meses	\$ 3.141,98

El capital de trabajo que se requiere para solventar el negocio en los 3 primeros meses es \$ 28.342,49. Es así que la inversión inicial que se necesita para llevar a cabo el proyecto es:

Tabla N° 37: Inversión Inicial

DESCRIPCIÓN	TOTAL
Inversión fija	\$ 8.159,65
Activos intangibles	\$ 2.492,14
Capital de trabajo	\$ 20.686,13
TOTAL DE INVERSIÓN INICIAL	\$ 31.337,92

5.1.2. PRESUPUESTO DE OPERACIÓN

5.1.2.1.PRESUPUESTO DE INGRESOS

El presupuesto de ingresos comprende las estimaciones de ventas de la ropa en el plazo de 10 años, las que se mantendrán año a año para mantener un escenario moderado de ventas. La proyección de ventas se la realizó tomando en consideración la venta de por lo menos una prenda de cada clase diariamente.

Tabla N° 38: Ventas proyectadas

Mujeres	VENTAS ANUALES	VENTAS MENSUALES
Unidades Pantalones	\$ 11.880,00	\$ 990,00
Unidades Faldas	\$ 9.240,00	\$ 770,00
Unidades Blusas	\$ 9.240,00	\$ 770,00
Hombres		
Unidades Pantalones	\$ 12.672,00	\$ 1.056,00
Unidades Camisas	\$ 9.768,00	\$ 814,00
Unidades Camisetas	\$ 10.425,97	\$ 868,83
TOTAL	\$ 63.225,97	\$ 5.268,83

5.1.2.2.PRESUPUESTO DE EGRESOS

Este presupuesto le va ayudar a la empresa a determinar los costos y gastos a los que incurrirá para la comercialización de las prendas de vestir. Está conformado por costos fijos y variables.

5.2.DEPRECIACIONES DE ACTIVOS FIJOS

Las depreciaciones están realizadas de acuerdo a la vida útil de los activos y con el 10% de valor residual. A continuación se presenta un cuadro resumen para saber el valor fijo anual total de las depreciaciones de los activo fijos. **ANEXO # 3**

Tabla N° 39: Depreciaciones**CUADRO RESUMEN**

CUENTAS/ AÑOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	\$ 485,64	\$ 485,64	\$ 485,64							
EQUIPO DE OFICINA	\$ 132,89	\$ 132,89	\$ 132,89	\$ 132,89	\$ 132,89	\$ 132,89	\$ 132,89	\$ 132,89	\$ 132,89	\$ 132,89
MUEBLES Y ENSERES	\$ 462,98	\$ 462,98	\$ 462,98	\$ 462,98	\$ 462,98	\$ 462,98	\$ 462,98	\$ 462,98	\$ 462,98	\$ 462,98
TOTAL	\$ 1.081,52	\$ 1.081,52	\$ 1.081,52	\$ 595,88	\$ 595,88	\$ 595,88	\$ 595,88	\$ 595,88	\$ 595,88	\$ 595,88

5.3.AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS INTAGIBLES

La amortización se la ha realizado para 5 años tal y como lo indica la ley. Así:

Tabla N° 40: Amortización de activos intangibles

	VALOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Software contable	\$ 1.800,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00
Gastos de constitución	\$ 692,14	\$ 138,43	\$ 138,43	\$ 138,43	\$ 138,43	\$ 138,43
	TOTAL	\$ 498,43	\$ 498,43	\$ 498,43	\$ 498,43	\$ 498,43

5.4. COSTOS FIJOS Y COSTOS VARIABLES

5.4.1. COSTOS FIJOS

Para el negocio los costos fijos serán determinados por los desembolsos que tendrá mes a mes indiferentemente del volumen de ventas que se tengan se han proyectado para 10 años, los costos se incrementarán de acuerdo al índice de inflación año a año.

Estos rubros aquí se describen **ANEXO # 4**

Tabla N° 41: Costos fijos

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TOTAL DE COSTOS FIJOS	\$ 45.364,18	\$ 46.460,66	\$ 48.323,51	\$ 49.778,02	\$ 51.798,69

DESCRIPCIÓN	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
TOTAL DE COSTOS FIJOS	\$ 53.404,79	\$ 55.596,66	\$ 57.879,49	\$ 60.257,06	\$ 62.733,30

5.4.2. COSTOS VARIABLES

Es el desembolso de dinero que se tiene en la compra de mercadería según el volumen de ventas, éste está determinado para 10 años y aumentará en función del índice de inflación vigente. **ANEXO # 5**

Tabla N° 42: Costos variables

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TOTAL	\$ 8.169,33	\$ 8.508,36	\$ 8.861,45	\$ 9.229,21	\$ 9.612,22

DESCRIPCIÓN	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
TOTAL	\$ 10.011,12	\$ 10.426,59	\$ 10.859,29	\$ 11.309,95	\$ 11.779,31

5.5. PUNTO DE EQUILIBRIO

Dados los respectivos costos y gastos a la vez de las ventas se procede a calcular el punto de equilibrio en dólares, aplicando la siguiente fórmula:

$$PE = CFT / (1 - (CVT/V))$$

Tabla N° 43: Determinación del punto de equilibrio

CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO		
	MENSUAL	ANUAL
VENTAS	5.268,83	63.225,97
GASTOS FIJOS TOTALES	3.099,57	37.194,85
COSTOS VARIABLES TOTALES	680,78	8.169,33
PUNTO DE EQUILIBRIO	3.559,49	42.713,83

El punto de equilibrio se da en relación al 68% de las ventas, para que la empresa no gane ni pierda.

5.6. ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO

En la siguiente tabla se detalla el financiamiento que se proporcionará para cubrir la inversión inicial necesaria

Tabla N° 44: Financiamiento

DESCRIPCIÓN	APORTE CAPITAL	% APORTE	TASAS REFERENCIALES		PONDERACIÓN COSTO CAPITA
Aporte propio	\$ 20.369,64	65%	T. P.	4,98%	3,24%
Aporte ajeno	\$ 10.968,28	35%	T. A.	10,00%	3,50%
TOTAL	\$ 31.337,92	100,00%			6,74%

El 35% se cubrirá con un préstamo al Banco Nacional de Fomento con un plazo de 3 años y con una tasa del 10% anual. Como se observa en el **ANEXO # 6**

5.7. ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS

Se realiza la proyección de los estados para conocer el comportamiento contable.

5.7.1. ESTADO DE RESULTADOS

Aquí se presentan las ventas, costos y gastos que tendrá el negocio en el primer año de operaciones y detecta la utilidad neta en ese periodo.

REINA SPORT DIVERSIDADES
ESTADO DE RESULTADOS INTEGRAL

INGRESOS DE ACTIVIDADES ORDINARIAS		
Venta de bienes	\$ 63.225,97	
GANANCIA BRUTA SUBTOTAL		\$ 55.056,64
COSTO DE VENTAS Y PRODUCCIÓN		
	\$ 8.169,33	
Inventario final de bienes no producidos por la compañía	\$ 8.169,33	
GASTOS		\$ 37.194,85
Sueldos y salarios	\$ 18.960,00	
Aportes a la seguridad social (incluido fondos de reserva)	\$ 3.883,64	
Beneficios sociales e indemnizaciones	\$ 3.050,00	
Promoción y publicidad	\$ 900,00	
Agua, energía, luz y telecomunicaciones	\$ 490,80	
Suministros, materiales y repuestos	\$ 1.175,88	
Gastos de constitución	\$ 692,14	
Gastos en capacitación	\$ 200,00	
Arrendamiento operativo	\$ 3.600,00	
Seguros y reaseguros	\$ 1.721,28	
Depreciaciones		
Propiedad, planta y equipo	\$ 1.074,32	
Amortizaciones		
Intangibles	\$ 498,43	
GASTOS FINANCIEROS		
Intereses	\$ 948,36	
GANANCIA (PÉRDIDA) ANTES DE 15%A TRABAJADORES E IMPUESTO A LA RENTA		\$ 17.861,79
15% Participación trabajadores	\$ 2.679,27	
GANANCIA (PÉRDIDA) ANTES DE IMPUESTOS		\$ 15.182,52
Impuesto a la renta causado	\$ 3.340,16	
GANANCIA (PÉRDIDA) NETA DEL PERIODO		\$ 11.842,37

5.7.2. ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

En este documento se refleja la situación de la microempresa en cuanto a los activos que posee las deudas por pagar y el capital dado por los socios. Esto debe dar como resultado la inversión inicial del proyecto

REINA SPORT DIVERSIDADES ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

ACTIVOS		PASIVOS		\$ 10.968,28
ACTIVOS CORRIENTES				\$ 3.298,63
Efectivos y equivalentes al efectivo	\$ 7.213,83			
Inventario de productos terminados y mercadería e almacén - comprado de terceros	\$ 3.141,98	Locales	\$ 3.298,63	
Inventario de accesorios	\$ 8.400,00			
SERVICIOS Y PAGOS POR ANTICIPADO				\$ 7.669,65
Seguros pagados por anticipado	\$ 430,32			
Arrendos pagados por anticipado	\$ 1.500,00	Locales	\$ 7.669,65	
PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO				\$ 20.369,64
Equipo de oficina	\$ 1.476,59			
Muebles y enseres	\$ 5.064,25	Capital suscrito o asignado	\$ 20.369,64	
Equipos informáticos	\$ 1.618,81			
ACTIVO INTANGIBLE				\$ 20.369,64
Software contable	\$ 1.800,00			
Gastos de constitucion	\$ 692,14			
TOTAL ACTIVOS	\$ 31.337,92	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO NETO		\$ 31.337,92

NOTA: Efectivos y equivalentes de efectivo está compuesto por gastos de publicidad, suministros de oficina, suministros de limpieza y el rol de pagos

5.7.3. FLUJO DE CAJA PROYECTADO

A continuación se presenta el flujo de caja con ingresos y gastos con el fin de determinar la rentabilidad generada durante un periodo de 10 años. Por el lado de las entradas se encuentran las ventas de las prendas las que se mantienen fijas durante todos los años para mantener un escenario moderado, mientras que las salidas son los costos fijos y variables los que se van a ver afectados año a año de acuerdo al índice de inflación. Ver ANEXO # 7

Tabla N° 46: Flujo de caja proyectado

FLUJO DE CAJA PROYECTADO		0	1	2	3	4	5
ÍNDICE DE INFLACIÓN	4,15%						
FLUJO NETO DE CAJA PROYECTADO		-\$ 31.337,92	\$ 10.116,49	\$ 9.044,11	\$ 7.427,46	\$ 10.003,09	\$ 8.663,39

FLUJO DE CAJA PROYECTADO		6	7	8	9	10
ÍNDICE DE INFLACIÓN	4,15%					
FLUJO NETO DE CAJA PROYECTADO		\$ 7.100,11	\$ 5.646,91	\$ 4.133,39	\$ 2.557,06	\$ 915,31

5.8. EVALUACIÓN FINANCIERA

Para conocer los beneficios proyectados en relación a la inversión inicial se genera los siguientes indicadores:

5.8.1. VALOR ACTUAL NETO

Se lo determina por medio de la siguiente fórmula

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{BN_t}{(1+i)^t} - I_o$$

En donde:

BN_t = Flujo de caja en periodos

i = tasa menor del proyecto

t = tiempo

Con el flujo de caja proyectado se presenta un VAN de \$ 44.223,99 valor que restado a la inversión inicial da un beneficio presente de \$ 12.886,07, lo que resulta ser positivo para la empresa.

5.8.2. TASA INTERNA DE RETORNO

Tiene la siguiente fórmula

$$\frac{T_m + (TM - T_m * VANTM)}{VANT_m - VANTM}$$

En donde:

T_m = Tasa menor

TM = Tasa mayor

$VANTM$ = Valor actual neto de la tasa mayor

VANT_m = Valor actual neto de la tasa menor

Lo que da una TIR de 22% cantidad que se encuentra por encima de la tasa mayor, lo que indica que el escenario del proyecto tiene una rentabilidad optimista.

5.8.3. PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

$$\frac{II * t}{FPN}$$

Donde:

II = Inversión inicial

t = tiempo

FPN = Flujo presente neto de la tasa menor

Dando como resultado 6,24 lo que quiere decir que la inversión es recuperada en 6 años 2 meses y 26 días.

5.8.4. RELACIÓN COSTO BENEFICIO

$$\frac{FPN}{II}$$

FPN = Flujo presente neto de la tasa menor

II = Inversión inicial

La relación costo beneficio es de 1,60 es decir que por cada dólar de deuda se tiene 0,60 de ganancia.

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. CONCLUSIONES

1. El diseño de un plan de negocios resulta ser una buena estrategia para Reina Sport Diversidades, por cuanto le permite visualizar qué recursos necesita y llevar un buen manejo de esos recursos durante la vida de la empresa, para prever riesgos futuros y poder disuadirlos.
2. El diagnóstico FODA permitió conocer que la actividad que realiza la microempresa actualmente que es la compra y venta de uniformes deportivos no es rentable, además de que el producto no tiene la promoción adecuada para lograr un reconocimiento y aceptación por gran parte de la población.
3. Se desarrollaron estrategias de publicidad para ayudarle a la empresa en cuestión a reconocerse en el mercado local gracias a la venta de prendas de vestir, siendo que se va a dar a conocer por internet y televisión, los medios más vistos por las personas actualmente.
4. El estudio económico financiero lanzó resultados moderadamente positivos indicando que el proyecto es favorable pero con ciertos riesgos, lo que hace que dependa un poco de los cambios externos que se den en índices económicos del país.

6.2.RECOMENDACIONES

1. Realizar seguimientos continuos al plan de negocios para poder detectar a tiempo aspectos tanto favorables como desfavorables, que permita tomar medidas tempranas.
2. Generar diagnósticos de la microempresa con recurrencia para poder saber cuáles son los puntos fuertes y débiles que tendrá la empresa durante su vida en el mercado y poder establecer estrategias para combatir esos aspectos negativos utilizando los positivos.
3. Gestionar permanentemente la innovación en publicidad, para generar en el cliente esa necesidad de compra del producto y se sienta satisfecho, garantizando un posicionamiento en el mercado.
4. Revisar continuamente la economía de la microempresa para asegurar la visión temprana de amenazas que afecten su estabilidad y permanencia en el mundo de los negocios.

BIBLIOGRAFÍA

Libros

1. Barrow, P. (2002). *Cómo preparar y poner en marcha planes de negocio*. Barcelona. Ediciones gestión 2000 S.A.
2. Borello, A. (1994). *El plan de negocios*. Madrid, España. Ediciones Díaz de Santos, S.A.
3. Castañeda, L. (2005). *Implementación arte de convertir los planes de negocios en resultados rentables*. México. Unidad Lindavista Vallejo.
4. Eglash, J. (2002). *Como preparar un plan de negocios*. Barcelona. Ediciones Gestión 2000 S.A.
5. Gallegos, J. & Fernández, S. (2003). *Proyecto empresarial*. Thomson Editores Spain. Primera edición.
6. González, M. (2006). *El dilema de la Industria del vestido en México*. Editorial Miguel Ángel Porrúa. Primera Edición.
7. Harvard Business (2007). *Crear un plan de negocios*. Santiago de Chile. Impact Media Comercial S.A.
8. Mittelman, J. (2002). *El síndrome de la globalización*. México. Siglo veintiuno editores s.a. de c.v.
9. Mullins, J. & Kosimar, R. (2010). *Mejorando el modelo de negocio*. Barcelona. Profit Editorial.
10. Naveros, J. & Cabrerizo, M. (2009). *Plan de negocio*. España. Editorial Vértice.
11. Pedraza, H. (2011). *Modelo de plan de negocios para la micro y pequeña empresa*. México. Grupo Editorial Patria.

Proyectos de tesis

12. Abad, V. (2009). *Estudio para la creación de una Importadora y comercializadora de ropa Femenina ubicada en la zona sur del distrito metropolitano de Quito*. Escuela Politécnica del ejército. Quito – Ecuador.
13. Cisneros, P. (2010). *Estudio de factibilidad para la creación de una boutique de ropa femenina en la ciudad de Quito provincia de Pichincha*. Universidad Técnica del Norte. Ibarra – Ecuador.
14. Manrique, A. (2009). *Desarrollo del plan de negocios para determinar la viabilidad de inversión para la comercializadora ALZATE y comercializadora J. P.* Universidad Autónoma de Occidente. Santiago de Cali.
15. Miranda, C. (2012). *Plan de negocios de la comercializadora INPORTS, insumos para la confección de ropa deportiva*. Universidad EAN. Bogotá D.C.

Sitios WEB

16. Cámara Nacional de la Industria Textil y del Vestido de México (2000). *La industria textil y del vestido en México*. Recuperado del sitio de internet de CANAIVE: https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=8&ved=0CEwQFjAH&url=http%3A%2F%2Fcatarina.udlap.mx%2Fu_dl_a%2Ftales%2Fdocumentos%2Flec%2Framirez_h_o%2Fcapitulo0.pdf&ei=yfP7UozCNYzAkQfU2YDYBw&usq=AFQjCNFxBYBfqBuTLsZjR2H5MMOhdyCgu3w&sig2=drlluEWu74UZD0UyKULDHA&bvm=bv.61190604,d.eW0&cad=rjt
17. Diario El Comercio, Redacción Guayaquil (2011, 18 de Septiembre). La industria textil ecuatoriana es de calidad. *El Comercio.com*. Recuperado de http://www.elcomercio.com.ec/negocios/industria-textil-ecuatoriana-calidad-costos_0_556144505.html
18. European Commission (n.d.). *Clasificación de los textiles*. Recuperado del sitio de internet Europa.eu: <http://trade.ec.europa.eu/doclib/html/151319.htm>
19. González, P. (2011, 3 de Octubre). *Industria textil*. [Web log post] Recuperado de <http://tejeduria.es.tl>

20. Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (2013). *Ley de Seguridad Social*. Recuperado del sitio de internet de IESS: https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CCkQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.biess.fin.ec%2Ffiles%2Fley-transparencia%2Fbase-legal%2FLEY-SEGURIDAD-SOCIAL.pdf&ei=Xf37UsbzKeaW1AHa_IHQDw&usg=AFQjCNHdQPqzereYMXZkFhpiHRiMtW8wQ&sig2=JXxh4L0hqMY2pNVu_nxvMw&bvm=bv.61190604,d.eW0&cad=rjt
21. Ministerio de Comercio Colombiano (2012). *Industria textil y cultivo del algodón en la Región Caribe Colombia*. Recuperado del sitio de internet MINCIT: https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=4&ved=0CEcQFjAD&url=http%3A%2F%2Fdialnet.unirioja.es%2Fdescarga%2Farticulo%2F4338465.pdf&ei=jPX7UtSSMMqokQeZ14HgDA&usg=AFQjCNFiYFW3j11_CsAXJ2dKsXamQbwbYw&sig2=I6Pj_kM7wHnzyASIK2PccQ&bvm=bv.61190604,d.eW0&cad=rjt
22. Ministerio del Ambiente (2013). *Ley de Medio Ambiente*. Recuperado del sitio de internet de Ambiente: https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CCkQFjAA&url=http%3A%2F%2Fsta.pucmm.edu.do%2Fbiblioteca%2Fbvds%2Fpdfs%2Fley%2520de%2520Medio%2520Ambiente.pdf&ei=cf77UtHnG6iw0QG Gg4CQBA&usg=AFQjCNF1sS0mHb9zdGYVthNeOW_uaLymPw&sig2=xJA2pLcRWQLsYR2D8R-pYQ&bvm=bv.61190604,d.eW0&cad=rjt
23. Procuraduría General del Estado (2013). *Código de Trabajo*. Recuperado del sitio de internet de PGE: https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CCkQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.pge.gob.ec%2Fes%2Fdocumentos%2Fdoc_download%2F225-codigo-del-trabajo.html&ei=CP77UryREZCA0AGT9oGgCA&usg=AFQjCNFu3ghg58YK_IYnbtXKPV6bz3amA&sig2=zOCwMjAVL5PxQbYUFKK7MA&bvm=bv.61190604,d.eW0&cad=rjt

24. Secretaría de Economía (2002). *La industria en México*. Recuperado del sitio de internet de SE: <http://www.economia.gob.mx>
25. SENPLADES (2013 – 2017). *Plan Nacional del Buen Vivir*. Recuperado del sitio de internet de Buen Vivir: <http://www.buenvivir.gob.ec>
26. Servicio de Rentas Internas (2013). *Ley de Régimen Tributario Interno*. Recuperado del sitio de internet de SRI: https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CCkQFjAA&url=http%3A%2F%2Fdescargas.sri.gov.ec%2Fdownload%2Fpdf%2Fleytribint.pdf&ei=T_z7UubgO-rA0gGS6oAY&usg=AFQjCNFFKVHRMxl-s9hhh59oMgy4m70myA&sig2=cYPZmG9UXb_zhPuVvxY1og&bvm=bv.61190604,d.eW0&cad=rjt
27. Superintendencia de Compañías (2013). *NiIF para Pymes*. Recuperado del sitio de internet de SC: https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=4&ved=0CEIQFjAD&url=http%3A%2F%2Fwww.grantthornton.ec%2Fimages%2FNiIF_PYMES.pdf&ei=6v77UvSJFofw0gG084H4BQ&usg=AFQjCNFBHq_SSc3h0mjesguQo4bnufCMVA&sig2=JynFxo31HYO87EGPIIm0cCQ&bvm=bv.61190604,d.eW0&cad=rjt
28. Thomsen, M. (2009). *El plan de negocios dinámico*. Recuperado de http://books.google.com.ec/books?id=575v2O99ID0C&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
29. Viniegra, S. (2007). *Entendiendo el plan de negocios*. Recuperado de http://books.google.com.ec/books?id=cjiNNxwjPI4C&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
30. Vukovic, K. (2010, 19 de Septiembre). *Historia de la industria textil en Chile* [Web log post] Recuperado de <http://www.vistelacalle.com/28837/historia-de-la-industria-textil-en-chil>

ANEXOS

ANEXO # 1

BANCO	LÍNEA DE CRÉDITOS	MONTO	TASA DE INTERÉS	PLAZO	REQUISITOS
Banco del Pacífico	Pyme Pacífico	\$3.000 a \$1.000.000	9.76% depende el monto	2 años para capital de trabajo y 6 para compra de activos fijos	<p>Legal</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estabilidad mínima de 2 años en el negocio. • Copia de RUC. • Copia de facturas de los últimos 6 meses. • Copia de declaración de IVA de los últimos 6 meses. • Copia de declaración de impuesto a la renta de los últimos 3 años. • Fotocopia a color de cédula de identidad y certificado de votación del deudor y cónyuge. <p>Financiera</p> <ul style="list-style-type: none"> • Solicitud de crédito. • Copia de estados de cuenta (bancarios o de tarjetas) de los últimos 3 meses. • Flujo de caja proyectado por el período del préstamo.
Banco del Fomento	Crédito producción, comercio y servicios	\$500 a \$300.000	10% reajutable	En función de la inversión hasta 15 años.	<p>Copia legible en blanco y negro o a color de Cédula de Identidad de cliente y garante. 2. Copia legible en blanco y negro o a color de la papeleta de votación vigente del cliente y garante 4. Original o copia de la planilla de servicio básico (con una validez de hasta 60 días), tanto para el cliente como para el garante. 5. Copia de RUC o RISE del solicitante para montos mayores a \$3.000 6. Plan de Inversión (formato entregado por el BNF para préstamos desde \$20.000 hasta \$100.000). PARA COMPRA DE ACTIVOS FIJOS: 1. Proforma o cotización de los bienes a adquirir. 2. Copia de la declaración de Impuesto a la renta del último año (si estuviera obligado a hacerlo). 3. Copia de la declaración de Impuesto al Valor Agregado IVA del último año (si estuviera obligado a hacerlo). 4. En caso de poseer bienes inmuebles y / o vehículo presentar un documento que certifique la tenencia del mismo. 5. Título de Propiedad o Contrato de arrendamiento del lugar de la inversión, cuando éste sea diferente al domicilio.</p>

ANEXO # 2

✓ REQUISITOS DE ACTUALIZACIÓN DE PERSONAS NATURALES Y SOCIEDADES

Los contribuyentes que deseen actualizar la información de identificación, ubicación, actividad económica o información de cualquier tipo que conste en el RUC deberán exhibir los siguientes requisitos:

- ✚ Presentar original de la cédula de identidad o ciudadanía o pasaporte, de las personas naturales o representante legal o agente de retención o liquidador designado, que realicen el trámite personalmente.
- ✚ Presentar original del certificado de votación hasta un año posterior a los comicios electorales, de la persona natural, representante legal o agente de retención o liquidador designado;
- ✚ Presentar original y entregar una copia del documento que respalde el cambio de información que va a realizar el contribuyente, guardando relación con los requisitos de inscripción.

✓ REQUISITOS PARA RENOVACIÓN DE PATENTE (PERSONA JURIDICA)

- ✚ Formulario de RENOVACION DE PATENTES MUNICIPALES
- ✚ Copia legible de los Estados Financieros del periodo contable a declarar, con la fe de presentación de la Superintendencia de Compañías o de Bancos, según el caso.
- ✚ Copia legible de la cédula de ciudadanía y del nombramiento actualizado del Representante Legal.
- ✚ Copia legible del R.U.C. actualizado
- ✚ Original y Copia del PERMISO DE BOMBEROS
- ✚ Original y Copia de la declaración del impuesto a la Renta.
- ✚ Copia legible del RUC del contador
- ✚ Formulario del 1.5 POR MIL SOBRE LOS ACTIVOS TOTALES
- ✚ Pago de la Patente del año anterior.

✓ REQUISITOS PARA LA RENOVACIÓN DEL CUERPO DE BOMBEROS

- ✚ Solicitud de inspección del local;
- ✚ Informe favorable de la inspección;
- ✚ Copia del RUC; y,
- ✚ Copia de la calificación artesanal (artesanos calificados)

La empresa al constituirse como comercializadora debe tener la inscripción correspondiente en la cámara de comercio, para ello es necesario lo siguiente:

✓ REQUISITOS PARA INSCRIBIRSE EN LA CÁMARA DE COMERCIO

- ✚ Copia de la escritura de constitución o estatutos aprobados
- ✚ Copia del RUC
- ✚ Copia de la Resolución emitida por la Superintendencia de Compañías, y/o en el caso de Bancos y Financieras, la Resolución emitida por la Superintendencia de Bancos
- ✚ Sentencia del juez, acuerdo Ministerial o acta de aprobación si son sociedades colectivas o civiles
- ✚ Copia del Registro Mercantil
- ✚ Copia del Nombramiento de Representante Legal
- ✚ Copia de la cédula y papeleta de votación del Representante Legal, o a su vez, copia de la cédula o pasaporte y el censo del representante legal si es extranjero

Apoderados:

- ✚ Copia del poder
- ✚ Copia de la cédula o pasaporte

Sociedades de hecho, asociaciones, cuentas en participación y otras empresas sin aprobación legal:

Se procederá a la afiliación como persona natural y se incluirá el Nombre Comercial

ANEXO # 3

CUENTA:		EQUIPO DE COMPUTACIÓN		
COSTO	\$ 1.618,81			
VIDA ÚTIL	3	VALOR RESIDUAL	10%	\$ 161,88
DEPRECIACIÓN ANUAL	\$ 485,64			
	VIDA ÚTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEP. ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
	0			\$ 1.618,81
	1	\$ 485,64	\$ 485,64	\$ 1.133,17
	2	\$ 485,64	\$ 971,29	\$ 647,52
	3	\$ 485,64	\$ 1.456,93	\$ 161,88

CUENTA		EQUIPO DE OFICINA		
COSTO	\$ 1.476,59			
VIDA ÚTIL	10	VALOR RESIDUAL	10%	\$ 147,66
DEPRECIACIÓN ANUAL	\$ 132,89			
	VIDA ÚTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEP. ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
	0			\$ 1.476,59
	1	\$ 132,89	\$ 132,89	\$ 1.343,70
	2	\$ 132,89	\$ 265,79	\$ 1.210,80
	3	\$ 132,89	\$ 398,68	\$ 1.077,91
	4	\$ 132,89	\$ 531,57	\$ 945,02
	5	\$ 132,89	\$ 664,47	\$ 812,12
	6	\$ 132,89	\$ 797,36	\$ 679,23
	7	\$ 132,89	\$ 930,25	\$ 546,34
	8	\$ 132,89	\$ 1.063,14	\$ 413,45
	9	\$ 132,89	\$ 1.196,04	\$ 280,55
	10	\$ 132,89	\$ 1.328,93	\$ 147,66

CUENTA		MUEBLES Y ENSERES		
COSTO	\$ 5.064,25			
VIDA ÚTIL	10	VALOR RESIDUAL	10%	\$ 506,43
DEPRECIACIÓN ANUAL	\$ 455,78			
	VIDA ÚTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEP. ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
	0			\$ 5.064,25
	1	\$ 455,78	\$ 455,78	\$ 4.608,47
	2	\$ 455,78	\$ 911,57	\$ 4.152,69
	3	\$ 455,78	\$ 1.367,35	\$ 3.696,90
	4	\$ 455,78	\$ 1.823,13	\$ 3.241,12
	5	\$ 455,78	\$ 2.278,91	\$ 2.785,34
	6	\$ 455,78	\$ 2.734,70	\$ 2.329,56
	7	\$ 455,78	\$ 3.190,48	\$ 1.873,77
	8	\$ 455,78	\$ 3.646,26	\$ 1.417,99
	9	\$ 455,78	\$ 4.102,04	\$ 962,21
	10	\$ 455,78	\$ 4.557,83	\$ 506,43

ANEXO # 4

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldos y salarios	\$ 18.960,00	\$ 19.746,84	\$ 20.566,33	\$ 21.419,84	\$ 22.308,76
Aportes a la seguridad social (incluido fondos de reserva)	\$ 3.883,64	\$ 4.044,81	\$ 4.212,67	\$ 4.387,50	\$ 4.569,58
Beneficios sociales e indemnizaciones	\$ 3.050,00	\$ 3.176,58	\$ 3.308,40	\$ 3.445,70	\$ 3.588,70
Promoción y publicidad	\$ 900,00	\$ 937,35	\$ 976,25	\$ 1.016,76	\$ 1.058,96
Agua, energía, luz y telecomunicaciones	\$ 490,80	\$ 511,17	\$ 532,38	\$ 554,48	\$ 577,49
Suministros, materiales y repuestos	\$ 1.175,88	\$ 1.224,68	\$ 1.275,50	\$ 1.328,44	\$ 1.383,57
Gastos de constitución	\$ 692,14				
Gastos en capacitación	\$ 200,00	\$ 208,30	\$ 216,94	\$ 225,95	\$ 235,32
Arrendamiento operativo	\$ 3.600,00	\$ 3.749,40	\$ 3.905,00	\$ 4.067,06	\$ 4.235,84
Depreciación de propiedad, planta y equipo	\$ 1.074,32	\$ 1.074,32	\$ 1.074,32	\$ 588,68	\$ 588,68
Amortización de intangibles	\$ 498,43	\$ 498,43	\$ 498,43	\$ 498,43	\$ 498,43
Intereses	\$ 948,36	\$ 987,72	\$ 1.028,71	\$ 1.071,40	\$ 1.115,86
Seguros y reaseguros	\$ 1.721,28	\$ 1.792,71	\$ 1.867,11	\$ 1.944,60	\$ 2.025,30

DESCRIPCIÓN	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Sueldos y salarios	\$ 23.234,57	\$ 24.198,81	\$ 25.203,06	\$ 26.248,99	\$ 27.338,32
Aportes a la seguridad social (incluido fondos de reserva)	\$ 4.759,22	\$ 4.956,72	\$ 5.162,43	\$ 5.376,67	\$ 5.599,80
Beneficios sociales e indemnizaciones	\$ 3.737,63	\$ 3.892,74	\$ 4.054,29	\$ 4.222,54	\$ 4.397,78
Promoción y publicidad	\$ 1.102,91	\$ 1.148,68	\$ 1.196,35	\$ 1.246,00	\$ 1.297,71
Agua, energía, luz y telecomunicaciones	\$ 601,45	\$ 626,41	\$ 652,41	\$ 679,48	\$ 707,68
Suministros, materiales y repuestos	\$ 1.440,98	\$ 1.500,79	\$ 1.563,07	\$ 1.627,94	\$ 1.695,49
Gastos de constitución					
Gastos en capacitación	\$ 245,09	\$ 255,26	\$ 265,86	\$ 276,89	\$ 288,38
Arrendamiento operativo	\$ 4.411,63	\$ 4.594,71	\$ 4.785,39	\$ 4.983,98	\$ 5.190,82
Depreciación de propiedad, planta y equipo	\$ 588,68	\$ 588,68	\$ 588,68	\$ 588,68	\$ 588,68
Amortización de intangibles					
Intereses	\$ 1.162,17	\$ 1.210,40	\$ 1.260,63	\$ 1.312,95	\$ 1.367,43
Seguros y reaseguros	\$ 2.109,35	\$ 2.196,88	\$ 2.288,05	\$ 2.383,01	\$ 2.481,90

ANEXO # 5

Mujeres	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Unidades Pantalones	\$ 1.307,09	\$ 1.361,34	\$ 1.417,83	\$ 1.476,67	\$ 1.537,95
Unidades Faldas	\$ 1.062,01	\$ 1.106,09	\$ 1.151,99	\$ 1.199,80	\$ 1.249,59
Unidades Blusas	\$ 1.797,25	\$ 1.871,84	\$ 1.949,52	\$ 2.030,43	\$ 2.114,69
Hombres					
Unidades Pantalones	\$ 1.470,48	\$ 1.531,50	\$ 1.595,06	\$ 1.661,26	\$ 1.730,20
Unidades Camisas	\$ 1.878,95	\$ 1.956,92	\$ 2.038,13	\$ 2.122,72	\$ 2.210,81
Unidades Camisetas	\$ 653,55	\$ 680,67	\$ 708,92	\$ 738,34	\$ 768,98
TOTAL	\$ 8.169,33	\$ 8.508,36	\$ 8.861,45	\$ 9.229,21	\$ 9.612,22

Mujeres	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Unidades Pantalones	\$ 1.601,78	\$ 1.668,25	\$ 1.737,49	\$ 1.809,59	\$ 1.884,69
Unidades Faldas	\$ 1.301,45	\$ 1.355,46	\$ 1.411,71	\$ 1.470,29	\$ 1.531,31
Unidades Blusas	\$ 2.202,45	\$ 2.293,85	\$ 2.389,04	\$ 2.488,19	\$ 2.591,45
Hombres					
Unidades Pantalones	\$ 1.802,00	\$ 1.876,79	\$ 1.954,67	\$ 2.035,79	\$ 2.120,28
Unidades Camisas	\$ 2.302,56	\$ 2.398,11	\$ 2.497,64	\$ 2.601,29	\$ 2.709,24

Unidades Camisetas	\$ 800,89	\$ 834,13	\$ 868,74	\$ 904,80	\$ 942,34
TOTAL	\$ 10.011,12	\$ 10.426,59	\$ 10.859,29	\$ 11.309,95	\$ 11.779,31

ANEXO # 6

CAPITAL: \$ 10.968,28

TASA DE INTERÉS:	10,00%	0,83%	MENSUAL	
PERIODO:	36			
MESES	PAGO PERIÓDICO	INTERES PAGADOS	CAPITAL PAGADO	SALDO INSOLTO
0				\$ 10.968,28
1	\$ 353,92	\$ 91,40	\$ 262,51	\$ 10.705,77
2	\$ 353,92	\$ 89,21	\$ 264,70	\$ 10.441,07
3	\$ 353,92	\$ 87,01	\$ 266,91	\$ 10.174,16
4	\$ 353,92	\$ 84,78	\$ 269,13	\$ 9.905,03
5	\$ 353,92	\$ 82,54	\$ 271,37	\$ 9.633,66
6	\$ 353,92	\$ 80,28	\$ 273,64	\$ 9.360,02
7	\$ 353,92	\$ 78,00	\$ 275,92	\$ 9.084,11
8	\$ 353,92	\$ 75,70	\$ 278,21	\$ 8.805,89
9	\$ 353,92	\$ 73,38	\$ 280,53	\$ 8.525,36
10	\$ 353,92	\$ 71,04	\$ 282,87	\$ 8.242,49
11	\$ 353,92	\$ 68,69	\$ 285,23	\$ 7.957,26
12	\$ 353,92	\$ 66,31	\$ 287,61	\$ 7.669,65
TOTAL	\$ 4.246,99	\$ 948,36	\$ 3.298,63	
13	\$ 353,92	\$ 63,91	\$ 290,00	\$ 7.379,65
14	\$ 353,92	\$ 61,50	\$ 292,42	\$ 7.087,23
15	\$ 353,92	\$ 59,06	\$ 294,86	\$ 6.792,38
16	\$ 353,92	\$ 56,60	\$ 297,31	\$ 6.495,07
17	\$ 353,92	\$ 54,13	\$ 299,79	\$ 6.195,28
18	\$ 353,92	\$ 51,63	\$ 302,29	\$ 5.892,99
19	\$ 353,92	\$ 49,11	\$ 304,81	\$ 5.588,18
20	\$ 353,92	\$ 46,57	\$ 307,35	\$ 5.280,83
21	\$ 353,92	\$ 44,01	\$ 309,91	\$ 4.970,92
22	\$ 353,92	\$ 41,42	\$ 312,49	\$ 4.658,43
23	\$ 353,92	\$ 38,82	\$ 315,10	\$ 4.343,34
24	\$ 353,92	\$ 36,19	\$ 317,72	\$ 4.025,62
TOTAL	\$ 4.246,99	\$ 602,95	\$ 3.644,04	
25	\$ 353,92	\$ 33,55	\$ 320,37	\$ 3.705,25
26	\$ 353,92	\$ 30,88	\$ 323,04	\$ 3.382,21

27	\$ 353,92	\$ 28,19	\$ 325,73	\$ 3.056,48
28	\$ 353,92	\$ 25,47	\$ 328,44	\$ 2.728,03
29	\$ 353,92	\$ 22,73	\$ 331,18	\$ 2.396,85
30	\$ 353,92	\$ 19,97	\$ 333,94	\$ 2.062,91
31	\$ 353,92	\$ 17,19	\$ 336,72	\$ 1.726,18
32	\$ 353,92	\$ 14,38	\$ 339,53	\$ 1.386,65
33	\$ 353,92	\$ 11,56	\$ 342,36	\$ 1.044,29
34	\$ 353,92	\$ 8,70	\$ 345,21	\$ 699,08
35	\$ 353,92	\$ 5,83	\$ 348,09	\$ 350,99
36	\$ 353,92	\$ 2,92	\$ 350,99	\$ 0,00
TOTAL	\$ 4.246,99	\$ 221,37	\$ 4.025,62	

ANEXO # 7

FLUJO DE CAJA PROYECTADO		0	1	2	3	4	5
ÍNDICE DE INFLACIÓN	4,15%						
ENTRADAS (INGRESOS OPERACIONALES)							
Venta de bienes			\$ 63.225,97	\$ 63.225,97	\$ 63.225,97	\$ 63.225,97	\$ 63.225,97
TOTAL DE ENTRADAS			\$ 63.225,97	\$ 63.225,97	\$ 63.225,97	\$ 63.225,97	\$ 63.225,97
SALIDAS (GASTOS OPERACIONALES)							
Inventario final de bienes no producidos por la compañía			\$ 8.169,33	\$ 8.508,36	\$ 8.861,45	\$ 9.229,21	\$ 9.612,22
Sueldos y salarios			\$ 18.960,00	\$ 19.746,84	\$ 20.566,33	\$ 21.419,84	\$ 22.308,76
Aportes a la seguridad social (incluido fondos de reserva)			\$ 3.883,64	\$ 4.044,81	\$ 4.212,67	\$ 4.387,50	\$ 4.569,58
Beneficios sociales e indemnizaciones			\$ 3.050,00	\$ 3.176,58	\$ 3.308,40	\$ 3.445,70	\$ 3.588,70
Promoción y publicidad			\$ 900,00	\$ 937,35	\$ 976,25	\$ 1.016,76	\$ 1.058,96
Agua, energía, luz y telecomunicaciones			\$ 490,80	\$ 511,17	\$ 532,38	\$ 554,48	\$ 577,49
Suministros, materiales y repuestos			\$ 1.175,88	\$ 1.224,68	\$ 1.275,50	\$ 1.328,44	\$ 1.383,57
Gastos de constitución			\$ 692,14				
Gastos en capacitación			\$ 200,00	\$ 208,30	\$ 216,94	\$ 225,95	\$ 235,32
Arrendamiento operativo			\$ 3.600,00	\$ 3.749,40	\$ 3.905,00	\$ 4.067,06	\$ 4.235,84
Depreciación de propiedad, planta y equipo			\$ 1.074,32	\$ 1.074,32	\$ 1.074,32	\$ 588,68	\$ 588,68
Amortización de intangibles			\$ 498,43	\$ 498,43	\$ 498,43	\$ 498,43	\$ 498,43
Intereses			\$ 948,36	\$ 987,72	\$ 1.028,71	\$ 1.071,40	\$ 1.115,86
Seguros y reaseguros			\$ 1.721,28	\$ 1.792,71	\$ 1.867,11	\$ 1.944,60	\$ 2.025,30
TOTAL DE SALIDAS			\$ 45.364,18	\$ 46.460,66	\$ 48.323,51	\$ 49.778,02	\$ 51.798,69
GANANCIA (PÉRDIDA) ANTES DE 15%A TRABAJADORES E IMPUESTO A LA RENTA			\$ 17.861,79	\$ 16.765,31	\$ 14.902,46	\$ 13.447,95	\$ 11.427,28
15% Participación trabajadores			\$ 2.679,27	\$ 2.514,80	\$ 2.235,37	\$ 2.017,19	\$ 1.714,09
GANANCIA (PÉRDIDA) ANTES DE IMPUESTOS			\$ 15.182,52	\$ 14.250,52	\$ 12.667,09	\$ 11.430,76	\$ 9.713,19
Impuesto a la renta causado			\$ 3.340,16	\$ 3.135,11	\$ 2.786,76	\$ 2.514,77	\$ 2.136,90
GANANCIA (PÉRDIDA) NETA DEL PERIODO			\$ 11.842,37	\$ 11.115,40	\$ 9.880,33	\$ 8.915,99	\$ 7.576,29

Pago cuota préstamo bancario		\$ 3.298,63	\$ 3.644,04	\$ 4.025,62		
Depreciación de propiedad, planta y equipo		\$ 1.074,32	\$ 1.074,32	\$ 1.074,32	\$ 588,68	\$ 588,68
Amortización de intangibles		\$ 498,43	\$ 498,43	\$ 498,43	\$ 498,43	\$ 498,43
INVERSIÓN INICIAL						
FLUJO NETO DE CAJA PROYECTADO	-\$ 31.337,92	\$ 10.116,49	\$ 9.044,11	\$ 7.427,46	\$ 10.003,09	\$ 8.663,39

FLUJO DE CAJA PROYECTADO		6	7	8	9	10
ÍNDICA DE INFLACIÓN	4,15%					
ENTRADAS (INGRESOS OPERACIONALES)						
Venta de bienes		\$ 63.225,97	\$ 63.225,97	\$ 63.225,97	\$ 63.225,97	\$ 63.225,97
TOTAL DE ENTRADAS		\$ 63.225,97	\$ 63.225,97	\$ 63.225,97	\$ 63.225,97	\$ 63.225,97
SALIDAS (GASTOS OPERACIONALES)						
Inventario final de bienes no producidos por la compañía		\$ 10.011,12	\$ 10.426,59	\$ 10.859,29	\$ 11.309,95	\$ 11.779,31
Sueldos y salarios		\$ 23.234,57	\$ 24.198,81	\$ 25.203,06	\$ 26.248,99	\$ 27.338,32
Aportes a la seguridad social (incluido fondos de reserva)		\$ 4.759,22	\$ 4.956,72	\$ 5.162,43	\$ 5.376,67	\$ 5.599,80
Beneficios sociales e indemnizaciones		\$ 3.737,63	\$ 3.892,74	\$ 4.054,29	\$ 4.222,54	\$ 4.397,78
Promoción y publicidad		\$ 1.102,91	\$ 1.148,68	\$ 1.196,35	\$ 1.246,00	\$ 1.297,71
Agua, energía, luz y telecomunicaciones		\$ 601,45	\$ 626,41	\$ 652,41	\$ 679,48	\$ 707,68
Suministros, materiales y repuestos		\$ 1.440,98	\$ 1.500,79	\$ 1.563,07	\$ 1.627,94	\$ 1.695,49
Gastos de constitución						
Gastos en capacitación		\$ 245,09	\$ 255,26	\$ 265,86	\$ 276,89	\$ 288,38
Arrendamiento operativo		\$ 4.411,63	\$ 4.594,71	\$ 4.785,39	\$ 4.983,98	\$ 5.190,82
Depreciación de propiedad, planta y equipo		\$ 588,68	\$ 588,68	\$ 588,68	\$ 588,68	\$ 588,68
Amortización de intangibles						
Intereses		\$ 1.162,17	\$ 1.210,40	\$ 1.260,63	\$ 1.312,95	\$ 1.367,43
Seguros y reaseguros		\$ 2.109,35	\$ 2.196,88	\$ 2.288,05	\$ 2.383,01	\$ 2.481,90

TOTAL DE SALIDAS	\$ 53.404,79	\$ 55.596,66	\$ 57.879,49	\$ 60.257,06	\$ 62.733,30
GANANCIA (PÉRDIDA) ANTES DE 15% A TRABAJADORES E IMPUESTO A LA RENTA	\$ 9.821,17	\$ 7.629,31	\$ 5.346,47	\$ 2.968,91	\$ 492,67
15% Participación trabajadores	\$ 1.473,18	\$ 1.144,40	\$ 801,97	\$ 445,34	\$ 73,90
GANANCIA (PÉRDIDA) ANTES DE IMPUESTOS	\$ 8.348,00	\$ 6.484,91	\$ 4.544,50	\$ 2.523,57	\$ 418,77
Impuesto a la renta causado	\$ 1.836,56	\$ 1.426,68	\$ 999,79	\$ 555,19	\$ 92,13
GANANCIA (PÉRDIDA) NETA DEL PERIODO	\$ 6.511,44	\$ 5.058,23	\$ 3.544,71	\$ 1.968,38	\$ 326,64
Pago cuota préstamo bancario					
Depreciación de propiedad, planta y equipo	\$ 588,68	\$ 588,68	\$ 588,68	\$ 588,68	\$ 588,68
Amortización de intangibles					
INVERSIÓN INICIAL					
FLUJO NETO DE CAJA PROYECTADO	\$ 7.100,11	\$ 5.646,91	\$ 4.133,39	\$ 2.557,06	\$ 915,31

ANEXO # 8

ENCUESTAS PARA LOS CLIENTES



**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE
ESMERALDAS
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES**

Un cordial saludo, estimado cliente:

El presente cuestionario tiene como propósito conocer su opinión y preferencias por los uniformes deportivos que usa cuando se realizan eventos deportivos en la institución a la que pertenece.

La información recolectada será para fines académicos.

Sus respuestas son confidenciales. Agradecemos su colaboración

1. ¿Usa usted uniformes deportivos para los eventos de este tipo que realiza la institución donde estudia?

SI

NO

Por qué?

2. Con qué frecuencia Ud. compra uniformes deportivos:

Cada tres meses

Cada seis meses

Una vez al año

Otras:

3. ¿Cuánto invierte en la compra?

VALOR EN DÓLARES		OPCIÓN
\$10 – \$15		
\$16 – \$20		
\$21 – \$30		
\$31 – \$40		
\$41 – \$50		

4. ¿El precio que paga por el producto es el apropiado?

SI
Por qué?

NO

5. ¿En dónde compra su uniforme deportivo?

Internet Revistas
Casas deportivas

6. ¿Cómo describe la calidad del producto que recibe?

Buena Mala Regular

7. ¿Qué calidad de tela del producto prefiere?

Licra Algodón Seda
Otro
¿Cuál?

8. ¿Califique su nivel de satisfacción con la calidad de producto que recibe?

1	2		
		Nada satisfecho	1
		Satisfecho	2

9. ¿Conoce usted a la Microempresa Reina Sport Diversidades?

SI NO
¿Por qué?

10. ¿Ha utilizado los productos de Reina Sport Diversidades?

SI NO

11. En comparación con otras alternativas el producto de esta empresa es?

Mucho mejor Más o menos igual
Algo peor Mucho peor

12. ¿Ha recomendado usted a Reina Sport Diversidades a otras personas?

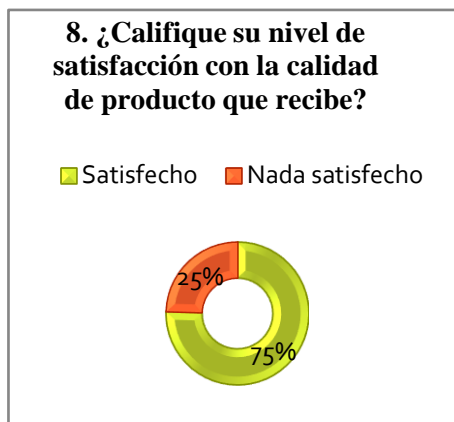
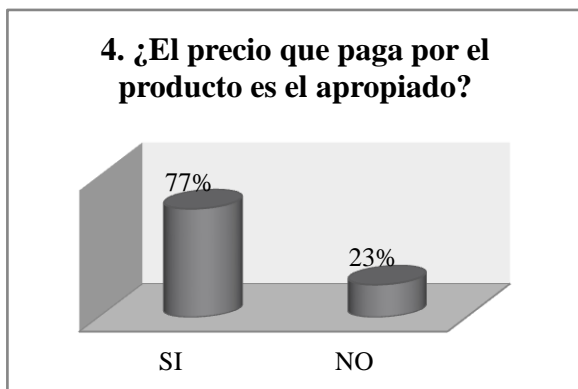
SI NO
¿Por qué?

13. ¿Califique su nivel de satisfacción con la calidad de producto que recibe de Reina Sport Diversidades?

1	2		
		Nada satisfecho	1
		Satisfecho	2

ANEXO # 8

4. ¿El precio que paga por el producto es el apropiado?			8. ¿Califique su nivel de satisfacción con la calidad de producto que recibe?		
OPCIÓN	f	%	OPCIÓN	f	%
SI	276	77%	Satisfecho	252	75%
NO	83	23%	Nada satisfecho	82	25%
TOTAL	359	100%	TOTAL	334	100%

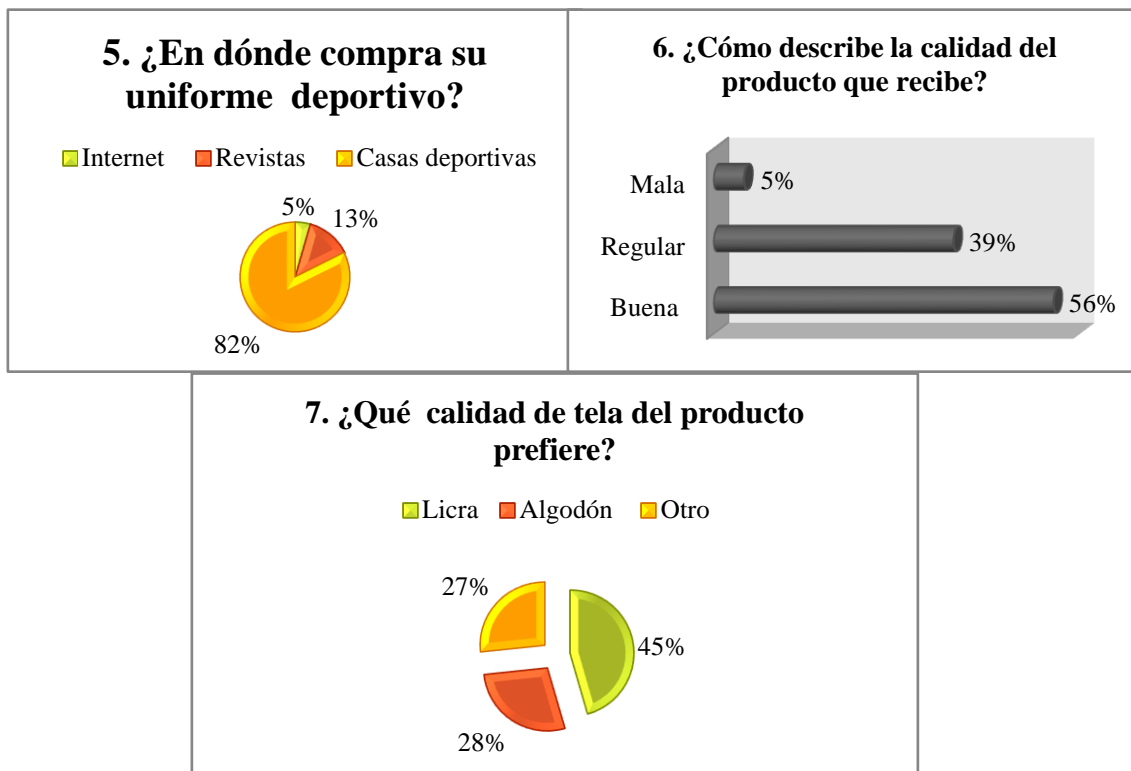


El 77% de las encuestas dicen que el precio pagado por el producto si es el indicado debido a la calidad y que lo utilizan exclusivamente una vez al año lo que indica que la población se siente satisfecha en un 75% por el producto que recibe.

Lo que significa que gran parte de las personas que adquieren este producto se sienten complacidas, lo que hace más posible la aceptación de la microempresa en el mercado meta.

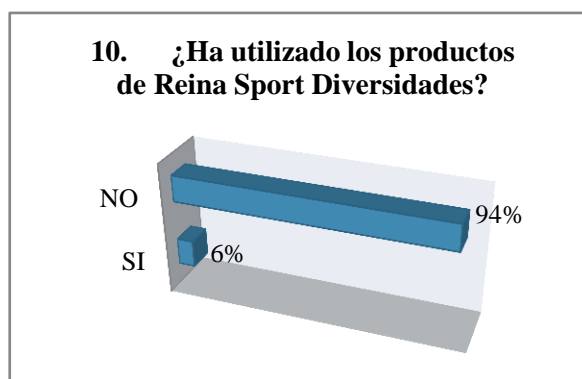
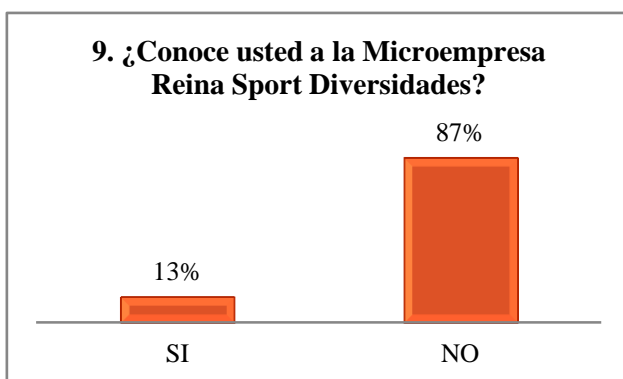
5. ¿En dónde compra su uniforme deportivo?			6. ¿Cómo describe la calidad del producto que recibe?			7. ¿Qué calidad de tela del producto prefiere?		
OPCIÓN	f	%	OPCIÓN	F	%	OPCIÓN	f	%
Internet	16	4%	Buena	200	56%	Fibra	164	46%

Revistas	47	13%	Regular	141	39%	Algodón	100	28%
Casas deportivas	294	82%	Mala	18	5%	Otro	96	27%
TOTAL	357	100%	TOTAL	359	100%	TOTAL	360	100%



La compra de los uniformes deportivos se realiza principalmente en casas deportivas de la ciudad, añadiendo una calidad buena del producto (56%) y prefiriendo más la tela licra por la comodidad que ésta otorga; representado el 45% de las encuestas. La utilización de telas adecuadas para este tipo de vestimenta ayuda a la satisfacción del cliente.

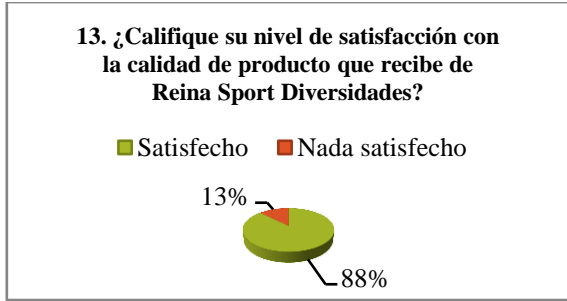
9. ¿Conoce usted a la Microempresa Reina Sport Diversidades?			10. ¿Ha utilizado los productos de Reina Sport Diversidades?		
OPCIÓN	f	%	OPCIÓN	f	%
SI	47	13%	SI	19	6%
NO	307	87%	NO	318	94%
TOTAL	354	100%	TOTAL	337	100%



Los resultados demuestran que un 87% de la población encuestada no conoce la microempresa Reina Sport Diversidades, lo que significa que tampoco han usado los productos que ésta oferta (94%), lo que significa que el negocio no ha realizado la suficiente publicidad o promoción que requiere para darse a conocer en el mercado.

11. En comparación con otras alternativas el producto de esta empresa es?			12. ¿Ha recomendado usted a Reina Sport Diversidades a otras personas?			13. ¿Califique su nivel de satisfacción con la calidad de producto que recibe de Reina Sport Diversidades?		
OPCIÓN	f	%	OPCIÓN	f	%	OPCIÓN	f	%
Mucho mejor	6	33%	SI	14	82%	Satisfecho	14	88%
Más o menos igual	10	56%	NO	3	18%	Nada satisfecho	2	13%
Algo peor	2	11%	TOTAL	17	100%	TOTAL	16	100%
Mucho peor	0	0%						
TOTAL	18	100%						





Las personas encuestadas y que si utilizan los productos de la microempresa añadieron que en un 56% éste es más o menos igual al de las otras casa deportivas que existen en la localidad, que lo han recomendado a otras personas en un 82% y se han sentido satisfechos por el producto por la calidad que es duradera y buena, además del precio cómodo que tienen las prendas.

ANEXO # 9

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE
ESMERALDAS
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES**

TEMA: ENTREVISTA PARA LOS PROPIETARIOS DE NEGOCIOS AFINES

Un cordial saludo, estimado colega:

Fecha: 7 al 11 de Abril del 2014

El presente cuestionario tiene como propósito conocer su mecanismo de trabajo como propietario del negocio. La información recolectada será para fines académicos. Sus respuestas son confidenciales. Agradecemos su colaboración

Objetivo: Empezar una conversación directa con los propietarios de los negocios semejantes a Reina Sport Diversidades.

Hora de Inicio: 10h00

Hora de culminación: 15h00

1. ¿Qué tiempo tiene su negocio en el mercado?
2. ¿Sus productos sólo abarcan a las personas del cantón o también se extiende en la provincia?
3. ¿Cuál es su nivel de ventas anuales?
4. ¿Qué aspectos considera con sus fortalezas y debilidades?
5. ¿Cuáles son las oportunidades y amenazas que tiene como empresa?
6. ¿Qué controles de calidad utiliza para sus productos?
7. ¿Los clientes se sienten satisfechos con sus productos?
8. ¿Qué personas recurren más a su negocio?
9. ¿Considera que sus los precios del producto están acordes a la calidad?

ANEXO # 10

ENTREVISTAS EN LA CIUDAD DE QUITO

1 “CASA DEPORTIVA MARÍA SOL”

Propietario: Ramiro Domínguez

Con el fin de conocer el mecanismo de trabajo de negocios que venden uniformes deportivos fuera de la provincia, se realizaron entrevistas a dueños los locales que se encuentran en la ciudad de Quito, quienes son proveedores de la microempresa en estudio.

10. ¿Qué tiempo tiene su negocio en el mercado?

R// Yo, trabajo en el mercado aproximadamente 20 años

11. ¿Sus productos sólo abarcan a las personas del cantón o también se extiende en la provincia?

R// Se extienden a toda la provincia y fuera de la provincia, incluso llegan hasta el exterior,

12. ¿Cuál es su nivel de ventas anuales?

R// El promedio de ventas es de aproximadamente \$6.000,00 al año

13. ¿Qué aspectos considera con sus fortalezas y debilidades?

R//

Fortalezas: Experiencia, honradez, buenos contactos de socios y amigos

Debilidades: Cansancio del personal por el trabajo

14. ¿Cuáles son las oportunidades y amenazas que tiene como empresa?

R//

Oportunidades: El ejercicio del deporte sigue cada vez más en auge y es una gran oportunidad a que ya no se importe productos relacionados.

Amenaza: Ninguna

15. ¿Qué controles de calidad utiliza para sus productos?

R// Los mínimos ya que nuestro producto es económico.

16. ¿Los clientes se sienten satisfechos con sus productos?

R// La mayoría en un 98% y siempre es lo que deseamos la satisfacción del cliente

17. ¿Qué personas recurren más a su negocio?

R// Personas que necesitan uniformes para empresas, instituciones educativas, escuelas deportivas, etc.

18. ¿Considera que los precios del producto están acordes a la calidad?

R// La calidad siempre supera al precio

19. ¿Usted confecciona sus productos o tiene un proveedor?

R// El 60% se confecciona y el 40% se compra a proveedores y socios relacionados al negocio.

FICHA DE OBSERVACIÓN

Descripción física

Muy buenas instalaciones, ordenadas adecuadamente cada producto de acuerdo a los modelos y tipos, buenas maquinarias, equipos tecnológicos modernos, buena infraestructura.

Descripción del ambiente

Ambiente laboral satisfactorio, buena ventilación y espacio para cada cosa.

Descripción del comportamiento

Las personas o empleados son muy atentos con los clientes, atienden adecuadamente sus peticiones y preguntas.

2 “RYKI SPORT”

Propietario: Ramiro Córdova

1. ¿Qué tiempo tiene su negocio en el mercado?

R// Llevo aproximadamente 6 años en el mercado

2. ¿Sus productos sólo abarcan a las personas del cantón o también se extiende en la provincia?

R// Se extienden a toda la provincia y fuera de la provincia.

3. ¿Qué aspectos considera con sus fortalezas y debilidades?

R// **Fortalezas:** Muchas como experiencia, personal, equipos

4. ¿Los clientes se sienten satisfechos con sus productos?

R// Si se sienten satisfechos

5. ¿Qué personas recurren más a su negocio?

R// Empresas y escuelas.

6. ¿Considera que los precios del producto están acordes a la calidad?

R// Sí, porque lo dice el cliente

7. ¿Usted confecciona sus productos o tiene un proveedor?

R// Si, yo los confecciono porque cuento con todo lo necesario.

FICHA DE OBSERVACIÓN

Descripción física y del ambiente

Buenas instalaciones, equipos y maquinarias.

Descripción del comportamiento

Personas reacias con los clientes y no clientes, actitud desagradable por algunos de ellos

ENTREVISTA

“REINA SPORT DIVERSIDADES”

Propietarios: Ramón Reina Valencia

La entrevista realizada al propietario de la microempresa en estudio, ayuda a determinar los elementos clave sobre los cuales se va a basar la investigación, y los puntos favorables y desfavorables que tiene frente a su competencia.

1. ¿Qué tiempo tiene su negocio en el mercado?

R// El negocio tiene un año en el mercado laboral

2. ¿Sus productos sólo abarcan a las personas del cantón o también se extiende en la provincia?

R// Por el momento solo al cantón

3. ¿Cuál es su nivel de ventas anuales?

R// En lo que lleva el negocio ha tenido aproximadamente \$1.000,00 en ventas

4. ¿Qué aspectos considera con sus fortalezas y debilidades?

R//

Fortalezas: los proveedores con los que cuento, las referencias bancarias, la ubicación del negocio.

Debilidades: no tener equipos y maquinarias, poco publicidad, pocos clientes

5. ¿Cuáles son las oportunidades y amenazas que tiene como empresa?

R//

Oportunidades: Legar a mas clientes, confeccionar los uniformes, tener buenos equipos

Amenazas: Llegar a cerrar la empresa, por pocas ventas.

6. ¿Qué controles de calidad utiliza para sus productos?

R// Ninguno, solo se revisa que esté la cantidad que ha pedido el cliente

7. ¿Los clientes se sienten satisfechos con sus productos?

R// Si, hasta ahora no han habido quejas

8. ¿Qué personas recurren más a su negocio?

R// Estudiantes de algunos de los colegios como, sagrado corazón, anexo, etc.

9. ¿Considera que los precios del producto están acordes a la calidad?

R// Si, son precios accesibles

10. ¿Usted confecciona sus productos o tiene un proveedor?

No, cuento con proveedores de la sierra principalmente de Quito

FICHA DE OBSERVACIÓN

Descripción física

Negocio pequeño, productos ordenados y clasificados de acuerdo a cada modelo, pocos equipos, estanterías pequeñas.

Descripción del ambiente

Ambiente algo incomodo por el poco espacio en cuanto a la infraestructura, lo que hace que las cosas se encuentren un poco aglomeradas entre si.

Descripción del comportamiento

El personal es excelente en cuanto al su trabajo y en la atención al cliente lo que le otorga una buena imagen.

ENTREVISTA EN NEGOCIO AFIN

Para un correcto análisis de la competencia se hace necesaria la investigación de campo en negocios similares a la microempresa “Reina Sport Diversidades”, que tiene como instrumento la entrevista con los propietarios de los mismos, personas que accedieron a prestar la información requerida.

1 “ESTUARDEL SPORT”

Propietarios: Estuardo Lara y María Cuero

1. ¿Qué tiempo tiene su negocio en el mercado?

R// Aproximadamente 16 años

2. ¿Sus productos sólo abarcan a las personas del cantón o también se extiende en la provincia?

R// Se extienden a todo la provincia.

3. ¿Cuál es su nivel de ventas anuales?

Aproximadamente \$5.000,00 al año

4. ¿Qué aspectos considera con sus fortalezas y debilidades?

R//

Fortalezas: Experiencia y productos diversos

5. ¿Cuáles son las oportunidades y amenazas que tiene como empresa?

R//

Oportunidades: El crecimiento del deporte en Esmeraldas como provincia.

6. ¿Qué controles de calidad utiliza para sus productos?

R// Revisión de los productos antes de la entrega

7. ¿Los clientes se sienten satisfechos con sus productos?

R// Si, en su mayoría, debido a que siempre hay inconvenientes con uno u otro cliente

8. ¿Qué personas recurren más a su negocio?

R// Diferentes personas, estudiantes, maestros, etc.

9. ¿Considera que los precios del producto están acordes a la calidad?

R// Si, son precios económicos

10. ¿Usted confecciona sus productos o tiene un proveedor?

R// Si, nosotros confeccionamos los uniformes gracias al personal que labora conmigo.

FICHA DE OBSERVACIÓN

Descripción física

Estuardel Sport es un negocio con una infraestructura amplia, ordenada y bien organizada y de buena apariencia.

Descripción del ambiente

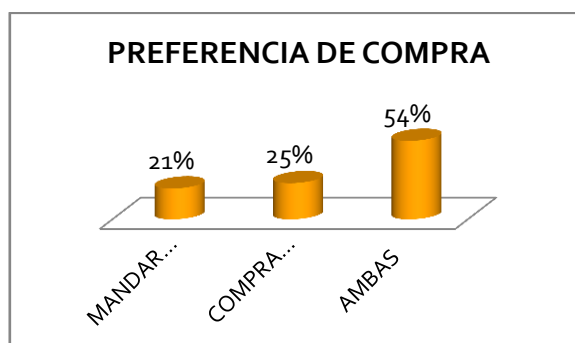
El ambiente laboral es un poco desorganizado debido a que por momento los trabajadores no conocían donde se encontraban algunos de los instrumentos de trabajo.

Descripción del comportamiento

Los empleados se encontraban un poco despreocupados por el cliente, es decir por momentos no lo trataban con la debida atención que se merecen.

ANEXO # 11

3.La ropa que usted normalmente usa la prefiere		
OPCIÓN	F	%
MANDAR A CONFECCIONAR	81	21%
COMPRAR CONFECCIONADA	95	25%
AMBAS	206	54%
TOTAL	382	100%



Las personas en un 54% prefieren mandar a confeccionar la ropa y comprar confeccionada ya que para ocasiones especiales optan por tener un diseño exclusivo; la compra de ropa la realizan cada dos meses (25%) y de manera semestral (23%), gastando en esa adquisición anualmente entre \$401,00 a \$600,00 lo que representa el 33% de las encuestas.

ANEXO # 12

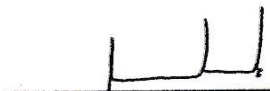
REINA VALENCIA VICTOR RAMON

Estado de Situación Financiera

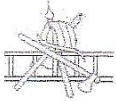
Al 31 de mayo del 2013

CONCEPTO	VALORES
ACTIVO	
ACTIVO CORRIENTE	3.130,00
DISPONIBLE	150,00
Caja - Bancos	150,00
ACTIVO REALIZABLE	2.500,00
Mercaderías en almacén	2.500,00
Crédito Tributario (Iva)	-
Crédito Tributario (Renta)	-
ACTIVO FIJO	480,00
Equipos	-
Muebles y Enseres	480,00
(-) Depreciación acumulada	-
TOTAL ACTIVO	<u>3.130,00</u>
PASIVO	
PASIVO CORRIENTE	
EXIGIBLE A CORTO PLAZO	-
Cuentas y Documentos por Pagar	-
Prestamos por Pagar	-
TOTAL PASIVO	-
PATRIMONIO	3.130,00
CAPITAL	3.130,00
Capital	3.130,00
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO:	<u>3.130,00</u>


 Victor Ramón Reina Valencia
 C. C. 0800405664
 PROPIETARIA


 Cpa. Dr. Gléber E. Andrade O.
 Reg. Nac. No. 19339
 CONTADOR

ANEXO # 13



Cuerpo de Bomberos de Esmeraldas



Valor Pagado \$ 30=

Departamento de Prevención de Incendios

PERMISO DE FUNCIONAMIENTO N° 02496

Nombre del Local..... REINA SPORT DIVERSIDADES RUC: 0800405664001
Cliente y Propietario..... REINA VALENCIA VICTOR RAMIRO Céd.: 080040566-4
Dirección..... OLMEDO Y JUAN MONTALVO Telf.: 0992732984

Conste por medio de la presente haber cancelado el **PERMISO DE FUNCIONAMIENTO** en esta Dependencia, de conformidad a lo que dispone el Artículo 35 de la Ley de Defensa contra incendios vigente, permiso que deberá ser renovado cada año.

NOTA: Los establecimientos de atención al público deberán proveerse del Equipo mínimo contra incendios.

PERMISO VALIDO HASTA DICIEMBRE 31 / 2013 Esmeraldas, a 26 de Junio del 2013


Humero Jara



ANEXO # 14

**REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES
PERSONAS NATURALES**

NUMERO RUC: 0800405664001
APELLIDOS Y NOMBRES: REINA VALENCIA VICTOR RAMON

ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS:

No. ESTABLECIMIENTO: 001	ESTADO: ABIERTO	MATRIZ:	FEC. INICIO ACT.: 30/05/2013
NOMBRE COMERCIAL: REINA SPORT DIVERSIDADES			FEC. CIERRE:
			FEC. REINICIO:

ACTIVIDADES ECONÓMICAS:

VENTA AL POR MENOR DE PRENDAS DE VESTIR
VENTA AL POR MENOR DE ACCESORIOS DE PRENDAS DE VESTIR

DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:

Provincia: ESMERALDAS Cantón: ESMERALDAS Parroquia: ESMERALDAS Calle: OLMEDO Intersección: JUAN MONTALVO
Referencia: JUNTO A LA UNE PROGESISTA Telefono Domicilio: 062725126 Celular: 092732984 Celular: 079070246



FIRMA DEL CONTRIBUYENTE



SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Idemario: HAQA020413 Lugar de emisión: ESMERALDAS/MEJIA NO. 3-15 Fecha y hora: 30/05/2013 15:55:38

ANEXO # 15



julio 02 del 2014 13:06

INSTITUTO ECUATORIANO DE SEGURIDAD SOCIAL

REINA SPORT DIVERSIDADES

REINA VALENCIA VICTOR RAMON

DETALLE DE COMPROBANTE DE PAGO

(CANCELADO: (2014-06-13))
(BANCO BOLIVARIANO C.A.)

No. Comprobante: 000000057988408

Concepto:	PAGO DE PLANILLAS - NORMALES,	Emitido en:	2014-06-03
No. RUC / REGISTRO:	0800405664001 - 0001	Fecha de Vigencia de Pago:	2014-06-16
Nombre / Razón Social / Organización:	REINA VALENCIA VICTOR RAMON - REINA SPORT DIVERSIDADES		
Periodo de Pago:	2014 - 05		
Forma de pago:	Fondos propios		
Observación:			

AFILIADOS								
PERIODO	RT	CEDULA	NOMBRE	SUELDO	DIAS	OBS.	VALOR	TIEMPO PARCIAL
2014 - 5	06	0925688962	LEON RIZZO ANA MARIA	340.00	30	NNA	73.10	0.00
2014 - 5	06	0800836314	MACIAS VALENCIA CARMEN MARIA	340.00	30	NNA	73.10	0.00
2014 - 5	68	0800405664	REINA VALENCIA VICTOR RAMON	500.00	30	NNA	102.50	0.00
				1180.00			248.70	0.00

Valor	248.70
Intereses por mora (+)	0.00
Seguro Salud Tiempo Parcial (+)	0.00
Ley Orgánica de Discapacidad (+)	1.18
Honorarios Abogado (+)	0.00
Gastos Administrativos (+)	0.00
Subtotal (=)	249.88
Notas de Crédito (-)	0.00
Total (=)	249.88

Señor Empleador

Usted puede pagar sus obligaciones patronales en línea en cualquier agencia de los bancos: Bolivariano, Guayaquil, Austro, Pacífico, Oficinas de Western Union Red Activa, Ventanillas Coop. de Ahorro y Crédito El Sagrario; o, en cualquier agencia de Servipagos. Para el pago en Servipagos, debe generar los comprobantes veinticuatro horas antes. Para efectuar el pago el día 15, éste debe estar generado el día anterior.

Cuando realiza los pagos en bancos, el estado inicial del comprobante es DEPOSITADO y luego de la conciliación se registrará como CANCELADO.

La cancelación de planillas de obligaciones patronales a través de débito bancario no requiere generación previa del comprobante. En cuanto a fondos de reserva, aportes en mora, retroactivos y diferencias, dividendos de préstamos y glosas, obligatoriamente debe generarlos para brindarle el servicio.

ANEXO # 16

CONTRATO DE ARRENDAMIENTO

En la ciudad de Esmeraldas, a 13 de Mayo del 20 13, por una parte el señor María Luisa Alvarez Castro que en adelante se denominará el "Arrendador" y por otra parte el señor: Victor Ramon Reina Valencia que se denominará el "Arrendatario" convienen en celebrar el presente Contrato de Arrendamiento, contenido en las siguientes cláusulas:

PRIMERA.- El señora María Luisa Alvarez Castro es propietario del inmueble ubicado en la provincia de: Esmeraldas cantón: Esmeraldas sector: Centro barrio: J. J. de Olmedo calle primaria: J. J. de Olmedo Nro. 1613 calle secundaria: Juan Montalvo, el mismo que consta de: 1 Local Comercial

SEGUNDA.- El señora María Luisa Alvarez C. en calidad de Arrendador, da y entrega en arrendamiento al señor: Victor Ramon Reina Valencia el inmueble ubicado en la dirección antes mencionada.

TERCERA.- El Arrendatario, señor: Victor Ramon Reina Valencia, declara que ha recibido el(la) Local materia de arriendo, a su entera y completa satisfacción para dedicarlo a venta de uniformes, ropa, bisutería y que se obliga a pagar al arrendador o quien sus derechos represente, la cantidad de: DOCEIENTOS U.S. DÓLARES, pagaderos en los cinco primeros días de cada mes, siendo el único comprobante de pago el recibo firmado por el arrendador o quien sus derechos represente. Además entrega la suma de: CUATROCIENTOS U.S. DÓLARES por concepto de garantía por el buen uso del inmueble arrendado.

CUARTA.- El Arrendatario declara que el Arrendador le ha entregado y que ha recibido en perfecto estado de funcionamiento, debidamente pintado y con todas las instalaciones eléctricas, sanitarias, cerrajería, llaves y línea telefónica, etc., y que se obliga a entregarlo en el mismo estado que lo recibe o a pagar su valor en caso de pérdidas o destrucción de los mismos, excepto los deterioros que provengan del tiempo y uso legítimos, de fuerza mayor o caso fortuito, por la naturaleza del suelo o por defectos de construcción.

QUINTA.- Las planillas de los servicios de energía eléctrica, agua potable y teléfono, serán pagadas puntualmente por el Arrendatario durante el tiempo que dure el contrato.

SEXTA.- El tiempo de duración del presente contrato es de 1 año(s), contado(s) a partir de la fecha de suscripción del presente contrato, pudiendo ser renovado, siempre y cuando se pongan de acuerdo las partes con el nuevo canon de arrendamiento para el siguiente año.

SÉPTIMA.- El canon de arrendamiento será reajustado anualmente y éste reajuste, en ningún caso será superior a la variación anual del índice de precios del grupo correspondiente, editado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

ANEXO # 17



L MUNICIPIO DE ESMERALDAS

PATENTE MUNICIPAL

NRO. TITULO: 619855

AÑO: 2013-JUNIO

Clave	Pago Nro. 250029 - 1		
Contrib.	REINA VALENCIA VICTOR RAMON	C.I.U. 78186	Cedula nro.
Dirección	AV. OLMEDO Y JUAN MONTALVO		0800405664
Concepto	305	Descripción	Patente Municipal
Observaciones		2013 - JUNIO	REINA SPORT DIVERSIDADES
			Responsable EVALDIVI

Av. Terr. \$	0.00	Av. Cons. \$	0.00	Av. Comercial \$	0.00	Fecha Pago	2013.06.28
82	Impuesto Patente	\$	27.53				
83	Titulo	\$	1.50				
90	Patente Anual	\$	0.01				
							CANCELADO 2 8 JUN 2013
---	SUBTOTAL	\$	28.84				
---	INTERES						
---	DESC/RECAR						
---	TOTAL A PAGAR-->	\$	28.84				



L MUNICIPIO DE ESMERALDAS

PERMISO DE FUNCIONAMIENTO

NRO. TITULO: 619856

AÑO: 2013-JUNIO

Clave	Pago Nro. 250029 - 2		
Contrib.	REINA VALENCIA VICTOR RAMON	C.I.U. 78186	Cedula nro.
Dirección	AV. OLMEDO Y JUAN MONTALVO		0800405664
Concepto	455	Descripción	Permiso de Funcionamiento
Observaciones		2013 - JUNIO	
			Responsable EVALDIVI
Razón Social	REINA SPORT DIVERSIDADE	Capital	3130.00
Cod. Patente	78186	Categoría	Categoría A
		Descripción	PRENDAS DE

Av. Terr. \$	0.00	Av. Cons. \$	0.00	Av. Comercial \$	0.00	Fecha Pago	2013.06.28
450	Permiso Funcionamiento	\$	28.00				
451	Procesamiento	\$	1.50				
							CANCELADO 2 8 JUN 2013
---	SUBTOTAL	\$	29.50				
---	INTERES						
---	DESC/RECAR						
---	TOTAL A PAGAR-->	\$	29.50				



PROFORMAS

Cliete: ROMINA REINA

Vigencia: 27/08/2014 A 27/08/2015
 Telefono:



RAMOS	Valor Asegurado	Oferta	
		Tasa	Prima
INCENDIO			
Edificación	0,00	0,30%	0,00
Muebles, y equipos	40.000,00	0,30%	121,00
Mercadería	20.000,00	0,30%	60,00
Prima Neta			121,00
E. ELECTRONICO			
computadora, televisores, equipo de sonido, maquina lavadora, etc.	0,00	1,50%	0,00
Coberturas Adicionales			
Prima Neta			0,00
Prima Neta			121,00
TOTAL PRIMAS NETAS			

P.F. = Prima Fija P.M. = Prima Mínima D.E. = Derechos de emisión
 Nota: A la prima neta se deberá incluir los siguientes impuestos de ley: 3.5% de la Superintendencia de bancos, Derechos de emisión e IVA.

Prima neta	121,00
3,5% super. banco	4,24
Derechos de emisión	1,00
Segu. Campesino	1,84
Subtotal	128,07
I.V.A	15,37
TOTAL	143,44

Datos Adicionales

Provincia: ESMERALDAS
 Ciudad: ESMERALDAS
 Dirección: OLMEDO ENTRE JUAN MONTALVO Y ESPEJO
 Giro del Negocio: VENTA DE ROPA
 Material de Construcción: HORMIGON
 Año de construcción:
 Numero de pisos:
 Longitud y latitud:

EL INMUEBLE DEBE CONTAR CON EXTINTORES ACTUALIZADOS,
 INSTALACIONES ELECTRICAS ENTUBADAS, DETECTORES DE HUMO
 Y/O ALARMA CONTRA INCENDIO.

Garantías



Ing. Karina Ruiz
 Ejecutiva de Seguros
 062-710092 0993476543

COMERCIAL KIW S.A

AUTOPRESORES AUTORIZACION S.R.L. 1114158369 DEL 16/ENE/2014
CONTRIBUYENTE ESPECIAL-RESOL. SRI. 5368

AGENCIA 18 (ESMERALDAS)
RLC : 1790041220001
TELF : 710658
CIUDAD: ESMERALDAS

PROFORMA N°. 222464
DOCUMENTO SIN VALOR COMERCIAL

RLC : 803597939001 Cod. Cliente: 888885 0
Sr.(s) : ROMINA REINA
DIRECCION: SAN RAFAEL
TELEFONO: 222222222
VENDEDOR: JOSE REINA

FECHA DE EMISION: 2014/08/26 Pag.: 1
VALIDO HASTA : 2014/09/30

AIRE

CODIGO	DESCRIPCION	CANT.	PREG UNIT	TOTAL
540730	AIRE ACONDICIONAMIENTO DELUJE 24KBITU 220V	2	1.380,392856	2.760,79
* --- > CODIGOS EXENTOS DE IVA		SUBTOTAL	:	2.760,79
PAGLE COMO PAGLE KIW LE OFRECE LOS MEJORES PRECIOS		IVA	:	331,29
		TOTAL	:	3.092,08

FIRMA:

FIRMA:

COMERCIAL KIW S.A

CLIENTE

Esta Proforma tiene validez solo con el nombre, firma del vendedor y sello de COMERCIAL KIW S.A

En el caso de existir cambios en los precios de nuestros proveedores nos veremos obligados a actualizar precios en el momento de la facturación previo su conocimiento.



VASSYSTEMS TECHNOLOGY

Dirección: Av. Libertad 52-52 y Manabí
Teléfonos: 2714563
Email : cvascer@msn.com

PROFORMA

Realizada por:
CALDERON SALTOS NATALIA LISSETH

Proforma No.: **000002035**

Fecha: **martes 26, agosto 2014**

Hora: **17:18:08**

Validez de Proforma **8 días**

DATOS DEL CLIENTE

Nombre: CONSUMIDOR FINAL **Teléfonos:** 999999999
Dirección: CONSUMIDOR FINAL **CC / RUC:** 999999999

FORMA DE PAGO : EFECTIVO

Cuota de Entrada: 0.00 (0.00 %) **Saldo:** \$ 0.00 **Número de Cuotas:** 0 **Valor de Cuota:** \$ 0.00

Código	Cantidad	Unidad	Descripción de Artículo	Valor Unit.	Descuento	Valor Total
AP-CC007 SLIM	4.00	UNID.	COMBO CASE APEX AP-CC007 SLIM	56.1601	0.00	224.64
735858278706	4.00	UNID.	PROCESADOR INTEL CORE I3 4150 3.5Ghz 3MB	159.0708	0.00	636.28
818313018069	4.00	UNID.	MAINBOARD GIGABYTE GA-H81M-S2PH 4G LGA1150 I7 DDR3	79.5354	0.00	318.14
4713435792889	4.00	UNID.	MEMORIA ADATA DIMM 4GB PC-1333 DDR3	56.2962	0.00	225.18
HDDWD500GB	4.00	UNID.	DISCO DURO WESTER DIGITAL 500GB	70.2213	0.00	280.89
GH24NS90	4.00	UNID.	DVD-RWRITER LG GH24NS90	19.1738	0.0000	76.70
858277100004	4.00	UNID.	REGULADOR CDP R2C-AVR1008 1000	11.8930	0.00	47.57
719192193604	4.00	UNID.	MONITOR LG 20 20M35A-B LED	119.4273	0.00	477.71
4710728127960	4.00	UNID.	WEB CAM OMEGA 8.0MP 362748	10.6600	0.00	42.64
091163804703	4.00	UNID.	AUDIFONO MICROFONO GENIUS HS-02B	4.8743	0.00	19.50
010343904675	1.00	UNID.	IMPRESORA EPSON L355 MULTIFUNCION	283.5915	0.0000	283.59
SUBTOTAL						2632.84
DESCUENTO 7.00%						184.30
SUBTOTAL IVA 12%						2448.54
TOTAL IVA						293.82
TOTAL						2742.37



Firma Responsable

Firma Cliente

* Nota:



VASSYSTEMS TECHNOLOGY

Dirección: Av. Libertad 52-52 y Manabí
Teléfonos: 2714563
Email : cvascer@msn.com

PROFORMA

Realizada por:
CALDERON SALTOS NATALIA LISSETH

Proforma No.: **0000002034**

Fecha: **martes 26, agosto 2014**

Hora: **17:12:02**

Validez de Proforma **8 días**

DATOS DEL CLIENTE

Nombre: CONSUMIDOR FINAL

Teléfonos: 999999999

Dirección: CONSUMIDOR FINAL

CC / RUC: 9999999999

FORMA DE PAGO : EFECTIVO

Cuota de Entrada: **0.00 (0.00%)**

Saldo: **\$ 0.00**

Número de Cuotas: **0**

Valor de Cuota: **\$ 0.00**

Código	Cantidad	Unidad	Descripción de Artículo	Valor Unit.	Descuento	Valor Total
F7BF074667	1.00	UNID.	IMPRESORA EPSON TM-U220B	264.8100	0.0000	264.81
1200G-2USB-1	1.00	UNID.	SCANNER METROLOGICS VOYAGER 1200	163.9300	0.0000	163.93

SUBTOTAL	428.74
DESCUENTO 5.00%	21.44
SUBTOTAL IVA 12%	407.30
TOTAL IVA	48.88
TOTAL	456.18



Firma Responsable

Firma Cliente

\$ 1800.00

0997591832

* Nota:

Don Miguel

D = Carlos Basques



IMPORTADORA CASTRO

Un Mundo de Electrodomésticos para un Mundo de Clientes

CASTRO TELLO JUAN ROSENDO

R.U.C.: 1712000726001



Matriz: Padres Dominicos s/n y Calle Tulcán Edif. Castro.
Telfs.: 2744-190 / 2744-172 Telefax 2763-960
E-mail: juan@importadoracastro.com
Página Web: www.importadoracastro.com

Sucursal 1: Av. 3 de Julio y Latacunga. Telfs: 2754-953 / 2762-120
Sucursal 2: Av. Quito s/n y Pallatanga Telf: 2742-332 / 2768-999
Sucursal Esmeraldas: Av. Simón Bolívar y Manuela Cañizares Telf: 062 712 076
Santo Domingo - Ecuador

Cliente: _____

C.I. / R.U.C.: _____

Telf.: _____

Fecha: 13 de Mayo / 14

Dirección: _____

Cant.	ARTICULO	V. Unitario	V. Total
*	COMPUTADORA de Escritorio		
	AL CONTADO	\$ 650	
*	Mesa de Computadoras	\$ 70	
*	Telefonos	\$ 60	
*	IMPRESORAS TINTA CONTINUA	\$ 300	
*	CARTUCHOS para IMPRESORAS	\$ 8,56	
CONTRIBUYENTE ESPECIAL SEGUN RESOLUCION No. 1308 del 07-10-2008			

Requisitos para Crédito

- Copia del Impuesto Predial
- Copia de Cédula de los Cónyuges
- Copia Planilla Luz, Teléfono
- 2 últimos roles de pago de sueldo
- Croquis de Ubicación de su vivienda

SUBTOTAL

I.V.A. 12%

TOTAL US \$

FIRMA EJECUTIVO DE VENTAS

COMERCIAL KYW S.A

AUTOPRESORES AUTORIZACION S. R. L. 1114158369 DEL 16/ENE/2014
CONTRIBUYENTE ESPECIAL- RESCL. SRI. 5368

AGENCIA 18 (ESMERALDAS)
RUC : 1790041220001
TELF : 710658
CIUDAD: ESMERALDAS

PROFORMA No. 198087
DOCUMENTO SIN VALOR COMERCIAL

RUC : 804156677 Cod. Cliente: 888885 0
Sr.(s) : ROMINA REINA ACHILIE
DIRECCION: ESMERALDAS
TELEFONO: 222222222
VENDEDOR: ALEX CRIZ

FECHA DE EMISION: 2014/05/13 Pag.: 1
VALIDO HASTA : 2014/05/30

MUEBLES

CODIGO	DESCRIPCION	CANT.	PREC UNIT	TOTAL
341800	ESCRITORIO M DRI O EN L 2PIEZAS	4	228,00	912,00
444618	SILLA OFICINA SHARP RED C/APOYA BRAZOS	3	69,38	208,14
445479	SILLA EJECUTIVA BRAZOS NEGRO / CLERO	1	199,99	199,99
488631	SOPORTE LCD/LED/PLAS FIJ 23-37P40K C/N V	1	37,03	37,03
698903	ARCHIVADOR 3 CAJONES TOSCAN CEDRO 101X48	4	169,99	679,96
787876	ESTANTERIA METALICA 6 NIVELES 2 CARTONES	6	133,50	801,00

* --- > CODIGOS EXENTOS DE IVA	SUBTOTAL	:	2.838,12
PAGLE COMO PAGLE KYW LE OFRECE LOS MEJORES PRECIOS	IVA INCLUIDO	:	304,08
	TOTAL	:	2.838,12

FIRMA:


COMERCIAL KYW S.A

FIRMA:

CLIENTE

Esta Proforma tiene validez solo con el nombre, firma del vendedor y sello de COMERCIAL KYW S.A

En el caso de existir cambios en los precios de nuestros proveedores nos veremos obligados a actualizar precios en el momento de la facturación previo su conocimiento.



Lo mejor en papelería y tecnología

Av. Colón E4-81 y 9 de Octubre / P.O. Box 17-01-1313
Telf.: +593 2 3997 500 • Fax: +593 2 2521667
www.superpaco.com
QUITO - ECUADOR

PROFORMA: 030-004-000003033

RUC : 1790040275001

CONTRIBUYENTE ESPECIAL Resol.: 5368 del 02/06/1995

Fecha : 13 DE MAYO DEL 2014

Fecha Entrega: DE MES: DEL

Emission Sist.: 14/05/13 18:17:39

No. Control : 17-PR-00003033

Cliente : 9999 ROMINA REYNA

Dirección : GUSTAVO BECERRA Y PIEDRAHITA No:

Telefono : 062725126 Ciudad :

RUC/Cedula : 0804156677

Razon Social : PA.CO Comercial e Industrial S.A.
Dirección : AV. COLON E4-B1 Y AV. 9 DE OCTUBRE
Almacen : PA-CO ESMERALDAS
Dirección : AV. PEDRO VICENTE MALDONADO S/N Y JULIO ESTUPINAN
Telefonos : 614419 0
QUITO

Página: 1 de 1

Pedido: (17-PR-0000000) Vendedor: 999-GENERAL Usuario: scedeno Autoriza: rtilleri

SC.COD. BARRAS	PRODUCTO/REFERENCIA	MARCA	CANTIDAD	UNI	T.PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL	OBSE.
1 0886111607280	IMPRESORA OFFICEJET PRO 8600 AIO MULTIFU HEWLETT PACKARD NCION DEMI		1.00	UN	2 191.00000	191.00	
2 0010343904675	IMPRESORA L355 INKJET MULTIFUNCION WIREL EPSON ESS SYSTEM TINTA CONTINUA		1.00	UN	2 276.00000	276.00	
3 0887788196636	COMPUTADOR TODO EN 1 I3-4130/A AND E1-12 HEWLETT PACKARD OO 1.40GHZ 4GB 500GB 18.5PLD W		1.00	UN	2 645.00000	645.00	
PROCESADOR ACELERADO AND E1-1200 1.4GHZ, MEMORIA RAM 4GB, DISCO DURO DE 500GB, WEB CAM, WI-FI, WINDOWS 8, INCLUYE MOUSE Y TECLADO USB E IMPRESORA MULTIFUNCION HP 2515							
4 0037988840014	FAX PAPEL BOND IX-FF205	PANASONIC	1.00	UN	2 102.67000	102.67	
5 0037989475780	TELEFONO IX-TSC11B NEGRO ALABRICO DE RE PANASONIC SA		1.00	UN	2 25.20000	25.20	
6 4041485143918	WALDER PLASTICO 44 CUADROS GRAPAS COLLE ERICH KRAUSE ASTICO 14391		100.00	UN	2 2.64000	264.00	
7 7702163140236	BORRADOR LAPIZ BLANCO D-14	DUPICOLLE	200.00	UN	2 .19000	38.00	
8 4041485022206	ENGRAPADURA ESCRITORIO MEDIANA PLASTICA ERICH KRAUSE AZUL GRAPAS 24/6 ELEGANCE RICH		4.00	UN	2 3.75000	15.00	
9 4041485040023	PERFORADORA ESCRITORIO MEDIANA 2 PERF DE ERICH KRAUSE TALICA ELEGANCE NEGRO 5902		4.00	UN	2 8.20000	32.80	
10 7861145600142	GRAPAS 23/17 MAXI000UM	ALEX	10.00	UN	2 1.43000	14.30	
11 4971830469292	CALCULADORA 12 DIGITOS ESCRITORIO DR-120 CASIO TR-WHITE		1.00	UN	2 74.06000	74.06	

ADQUIRIENTE

CONTRIBUYENTES ESPECIALES
NO RETENER I.V.A.

Esta proforma tiene validez solo con el nombre, firma del vendedor y sello de PA.CO Comercial e Industrial S.A.
En el caso de existir cambios de precios por nuestros proveedores y/o modificaciones cambiarias oficiales que afecten al costo de la mercadería, nos veremos obligados a actualizar precios en el momento de la facturación previo su conocimiento.
***VALIDEZ OFERTA: 8 DIAS**

RUBIA CLIENTE

SUBTOTAL : 1,678.03
TARIFA 0% : .00
TARIFA 12% : 1,678.03
I V A 12% : 201.36
TOTAL \$: 1,879.39

Nº de Cédula de Identidad