



INSTITUTO TECNOLÓGICO  
"CORDILLERA"

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

APOYAR AL DESARROLLO SOCIO - ECONÓMICO ARTESANAL MEDIANTE  
UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE  
ROPA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Tecnólogo en  
Administración Bancaria y Financiera

Autor: Rodríguez Troya Jenniffer Karina

Tutor: Ing. Galo Cisneros

Quito, Abril 2014

## DECLARATORIA

Declaro que el proyecto realizado ha sido desarrollado en base a una investigación profunda, la misma que es original y personal, respetando derechos intelectuales de terceros los cuales han sido citados con las normas APA Sexta edición. Los análisis, conclusiones y recomendaciones realizadas son de mi absoluta responsabilidad.

---

Jennifer Karina Rodriguez Troya

C.I. 172188337-7

## CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL

Comparecen a la celebración del presente contrato de cesión y transferencia de derechos de propiedad intelectual, por una parte, el estudiante **Rodriguez Troya Jenniffer Karina**, por sus propios y personales derechos, a quien en lo posterior se le denominará el "CEDENTE"; y, por otra parte, el INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO CORDILLERA, representado por su Rector el Ingeniero Ernesto Flores Córdova, a quien en lo posterior se lo denominará el "CESIONARIO". Los comparecientes son mayores de edad, domiciliados en esta ciudad de Quito Distrito Metropolitano, hábiles y capaces para contraer derechos y obligaciones, quienes acuerdan al tenor de las siguientes cláusulas:

**PRIMERA: ANTECEDENTE.-** a) El Cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de Administración Industrial y de la producción que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Administrador Bancaria y Financiera, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado **"APOYAR AL DESARROLLO SOCIO - ECONÓMICO ARTESANAL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO"**, el cual incluye el estudio de mercado y la factibilidad económica para la implementación de la industrial y la aceptación en el mercado de los productos . b) Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Superior Tecnológico Cordillera se desarrolla la creación del proyecto, motivo por el cual se regula de forma clara la cesión de los derechos de autor que genera la obra literaria y que es producto del proyecto de grado, el mismo que culminado es de plena aplicación técnica, administrativa y de reproducción.

**SEGUNDA: CESIÓN Y TRANSFERENCIA.-** Con el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita todos los derechos patrimoniales del programa de ordenador descrito en la cláusula anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para sí ningún privilegio especial (código fuente, código objeto, diagramas de flujo, planos, manuales de uso, etc.). El Cesionario podrá explotar el programa de ordenador por cualquier medio o procedimiento tal cual lo establece el Artículo 20 de la Ley de Propiedad Intelectual, esto es, realizar, autorizar o prohibir, entre otros: a) La reproducción del programa de ordenador por cualquier forma o procedimiento; b) La comunicación pública del software; c) La distribución pública de ejemplares o copias, la comercialización, arrendamiento o alquiler del programa de ordenador; d) Cualquier transformación o modificación del programa de ordenador; e) La protección y registro en el IEPI el programa de ordenador a nombre del Cesionario; f) Ejercer la protección jurídica del programa de ordenador; g) Los demás derechos establecidos en la Ley de Propiedad Intelectual y otros cuerpos legales que normen sobre la cesión de derechos de autor y derechos patrimoniales.

**TERCERA: OBLIGACIÓN DEL CEDENTE.-** El cedente no podrá transferir a ningún tercero los derechos que conforman la estructura, secuencia y organización del programa de ordenador que es objeto del presente contrato, como tampoco emplearlo o utilizarlo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad del programa de ordenador a favor del Cesionario.

**CUARTA: CUANTÍA.-** La cesión objeto del presente contrato, se realiza a título gratuito y por ende el Cesionario ni sus administradores deben cancelar valor alguno o regalías por este contrato y por los derechos que se derivan del mismo.

**QUINTA: PLAZO.-** La vigencia del presente contrato es indefinida.

**SEXTA: DOMICILIO, JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.-** Las partes fijan como su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia derivada de éste, será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se solicitará la asistencia de un Mediador del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito. En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento, en el plazo de diez días calendario desde su inicio, pudiendo prorrogarse por mutuo acuerdo este plazo, las partes someterán sus controversias a la resolución de un árbitro, que se sujetará a lo dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación, al Reglamento del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de comercio de Quito, y a las siguientes normas: **a)** El árbitro será seleccionado conforme a lo establecido en la Ley de Arbitraje y Mediación; **b)** Las partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, se obligan a acatar el laudo arbitral y se comprometen a no interponer ningún tipo de recurso en contra del laudo arbitral; **c)** Para la ejecución de medidas cautelares, el árbitro está facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos, sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno; **d)** El procedimiento será confidencial y en derecho; **e)** El lugar de arbitraje serán las instalaciones del centro de arbitraje y mediación de la Cámara de Comercio de Quito; **f)** El idioma del arbitraje será el español; y, **g)** La reconvenición, caso de haberla, seguirá los mismos procedimientos antes indicados para el juicio principal.

**SÉPTIMA: ACEPTACIÓN.-** Las partes contratantes aceptan el contenido del presente contrato, por ser hecho en seguridad de sus respectivos intereses. En aceptación firman a los \* días del mes de Abril del dos mil catorce.

f) \_\_\_\_\_

C.C. N° 172188337 - 7

**CEDENTE**

f) \_\_\_\_\_

Instituto Superior Tecnológico Cordillera

**CESIONARIO**

## AGRADECIMIENTOS

Mi eterna gratitud para quienes me apoyaron en todo momento, de manera especial a mis licenciados, a dios por haberme dado la vida y un despertar cada día; a mis padres que hicieron posible que terminara mi estudio.

Agradezco a mi institución por la enseñanza, que me han brindado para lo cual fueron los intermediarios mis licenciados.

También mi mayor agradecimiento a mi tutor y lector los cuales que con sus conocimientos técnicos, profesionales y su capacidad de enseñanza tuvieron voluntad para ayudarme en todo este tiempo.

## DEDICATORIA

Primeramente agradeciendo a Dios, por la fuerzas q me ha dado para seguir, también a mis padres por todo el apoyo y amor que me han brindado.

A mi tutor, Ing. Galo Cisneros el que con su experiencia y voluntad, ayudo a poder culminar el presente proyecto sea realizado.

A mis amigos por su apoyo incondicional ya que ellos también fueron los que me dieron ánimos, para seguir adelante en este proyecto.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO .....	15
ABSTRACT .....	17
CAPÍTULO I .....	19
1. INTRODUCCIÓN .....	19
1.01. Justificación .....	20
1.02. Antecedentes .....	22
CAPITULO II .....	26
2. ANÁLISIS SITUACIONAL.....	26
2.01. AMBIENTE EXTERNO .....	26
2.01.01. Factor económico.....	26
2.01.01.01. Inflación .....	27
2.01.01.02. Producto Interno Bruto (PIB).....	28
2.01.01.03. Tasa de interés.....	30
2.01.01.03.01. Tasa activa.....	30
2.01.01.03.02. Tasa pasiva.....	32
2.01.01.04. Balanza comercial .....	33
2.01.02. Factor social .....	35
2.01.02.01. Moda .....	35
2.01.02.02. Desempleo.....	36
2.01.03. Factor legal.....	37
2.01.03.01. Aranceles.....	37
2.01.03.02. Impuesto a la renta .....	37
2.01.03.03. Ley de la defensa del artesano .....	38
2.01.04. Factor Tecnológico .....	39
2.01.04.01. Maquinaria .....	39
2.02. ENTORNO LOCAL .....	40
2.02.01. Clientes .....	40
2.02.02. Proveedores.....	41
2.02.03. Competidores .....	42
2.02.04. Productos sustitutos.....	44
2.03 ANÁLISIS INTERNO .....	45
2.03.01. Propuesta estratégica.....	45

2.03.01.01. Misión .....	45
2.03.01.02. Visión.....	45
2.03.01.03. Objetivos .....	46
2.03.01.03.01. Objetivo general.....	46
2.01.01.03.02. Objetivos específicos .....	46
2.03.01.04. Principios y valores.....	47
2.03.02. Gestión administrativa .....	49
2.03.03. Gestión operativa .....	53
2.03.04. Gestión comercial .....	54
2.03.04.01. Producto .....	54
2.03.04.02 Precio .....	55
2.03.04.03 Plaza.....	55
2.03.04.04 Promoción.....	56
2.03.04.04.01 Publicidad .....	57
2.03.04.04.01.01 Nombre de la empresa.....	57
2.03.04.04.01.02 Logotipo.....	57
2.03.04.04.01.03 Slogan.....	57
2.03.04.04.01.04 Material P.O.P.....	58
2.03.04.04.01.05 Tarjeta de presentación .....	58
2.03.04.04.01.06 Hoja volante .....	58
2.03.04.04.01.07 Tríptico.....	59
2.03.04.04.01.08 Hoja membretada .....	60
2.03.04.04.02.01 Merchandising.....	60
2.03.04.04.02.02 Camiseta.....	60
2.03.04.04.02.03 Esfero .....	61
2.03.04.04.02.04 Carpeta .....	61
2.03.04.04.02.05 Jarros.....	62
2.04 Análisis FODA.....	62
2.04.01 Fortalezas .....	62
2.04.02 Oportunidades .....	63
2.04.03 Amenazas .....	63
CAPITULO III.....	64
3. ESTUDIO DE MERCADO .....	64

3.01 ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR.....	64
3.01.01. Determinación de la población y muestra.....	64
3.01.02. Técnicas de obtención de información.....	67
3.01.02.01. La encuesta.....	67
3.01.02.02. Modelo de la encuesta.....	68
3.02 OFERTA.....	81
3.02.01 Oferta histórica.....	81
3.02.02 Oferta actual.....	82
3.02.03 Oferta proyectada.....	82
3.03 DEMANDA.....	83
3.03.01 Demanda histórica.....	84
3.03.02 Demanda actual.....	85
3.03.03 Demanda proyectada.....	85
3.04 BALANCE OFERTA-DEMANDA.....	86
CAPITULO IV.....	88
4. ESTUDIO TÉCNICO.....	88
4.01 TAMAÑO DEL PROYECTO.....	88
4.01.01 Capacidad instalada.....	88
4.01.02 Capacidad optima.....	89
4.02 LOCALIZACIÓN.....	89
4.02.01 Macro localización.....	90
4.02.02 Micro localización.....	91
4.02.03 localización optima.....	91
4.03 INGENIERÍA DEL PROYECTO.....	92
4.03.01 Definición del producto.....	92
4.03.02 Distribución de planta.....	94
4.03.02.01 Códigos de cercanía.....	94
4.03.02.02 Factores del proceso.....	94
4.03.02.03 Matriz triangular.....	95
4.03.03 Proceso productivo.....	98
4.03.04 Maquinaria y equipos.....	104
CAPÍTULO V.....	105
5. ESTUDIO FINANCIERO.....	105

5.01 INGRESO OPERACIONAL Y NO OPERACIONAL .....	105
5.01.01 Ingreso Operacional .....	105
5.01.02 Ingreso no operacional .....	106
5.02 COSTOS .....	106
5.02.01 Costo directo .....	106
5.02.02 Costos indirectos .....	107
5.02.03 Gastos administrativos .....	108
5.02.04 Costo de venta.....	109
5.02.05 Costo financiero .....	109
5.02.06 Costo fijo y variable.....	109
5.03 INVERSIONES .....	111
5.03.01 Inversión fija .....	111
5.03.01.01 Activos fijos .....	111
5.03.01.02 Activos Nominales.....	113
5.03.02 Capital de trabajo .....	113
5.03.03 Fuentes de financiamiento .....	113
5.03.04 Amortización de financiamiento.....	114
5.03.05 Depreciaciones.....	115
5.03.06 Estado de situación inicial.....	117
5.03.07 Estado de resultados proyectados .....	118
5.03.08 Flujo de caja.....	118
5.04 EVALUACIÓN .....	119
5.04.1 (TMAR) Tasa mínima aceptable de rendimiento.....	119
5.04.02 Van.....	120
5.04.03 TIR .....	120
5.04.04 Periodo de recuperación de la inversión (PRI) .....	122
5.04.05 Relación costo beneficio (RBC).....	122
5.04.06 Punto de equilibrio.....	123
5.04.07 Análisis de índices financieros.....	126
5.04.07.01 Índice de liquidez.....	126
5.04.07.02 Prueba acida .....	126
5.04.07.03 Endeudamiento.....	127
5.04.07.04 Retorno sobre el Capital Propio .....	127

---

5.04.07.05 Roa.....	128
CAPITULO VI.....	129
6. ANÁLISIS DE IMPACTOS.....	129
6.01. Impacto ambiental.....	129
6.02. Impacto económico.....	133
6.03. Impacto productivo.....	135
6.04. Impacto social.....	136
CAPITULO VII.....	140
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	140
7.01 Conclusiones.....	140
7.02. Recomendaciones.....	142
Anexos.....	144
Bibliografía.....	158

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Inflación .....	27
Tabla 2: PIB .....	29
Tabla 3: Tasa Activa .....	31
Tabla 4: Tasa Pasiva.....	32
Tabla 5: Balanza comercial.....	34
Tabla 6: Desempleo.....	36
Tabla 7: Clientes .....	40
Tabla 8: Proveedores.....	41
Tabla 9: Competidores .....	43
Tabla 10: Planificación .....	49
Tabla 11: Gestión Operativa .....	53
Tabla 12: Precio Camisetas.....	55
Tabla 13: Precio Pantalones .....	55
Tabla 14: Fortalezas .....	62
Tabla 15: Oportunidades .....	63
Tabla 16: Amenazas .....	63
Tabla 17: Pregunta 1 .....	71
Tabla 18: Pregunta 2 .....	72
Tabla 19: Pregunta 3 .....	73
Tabla 20: Pregunta 4 .....	74
Tabla 21: Pregunta 5 .....	75
Tabla 22: Pregunta 6 .....	76
Tabla 23: Pregunta 7 .....	77
Tabla 24: Pregunta 8 .....	78
Tabla 25: Pregunta 9 .....	79
Tabla 26: Pregunta 10 .....	80
Tabla 27: Oferta Histórica.....	81
Tabla 28: Oferta Actual.....	82
Tabla 29: Oferta Proyectada.....	83
Tabla 30: Demanda Histórica.....	84
Tabla 31: Demanda Actual.....	85
Tabla 32: Demanda Proyectada .....	85
Tabla 33: Demanda insatisfecha .....	87
Tabla 34: Capacidad instalada .....	88
Tabla 35: Capacidad optima.....	89
Tabla 36: Macro localización.....	90
Tabla 37: Matriz de Factores Relevantes .....	92
Tabla 38: Códigos de Cercanía .....	94

Tabla 39: Factores Relevantes .....	94
Tabla 40: Maquinaria y Equipos .....	104
Tabla 41: Ingreso Operacional de Pantalones .....	105
Tabla 42: Ingreso Operacional de Camisetas .....	106
Tabla 43: Ingresos Proyectados .....	106
Tabla 44: Materia Prima Directa .....	107
Tabla 45: Mano de Obra Directa .....	107
Tabla 46: Costos Indirectos .....	108
Tabla 47: Sueldo Administrativo .....	108
Tabla 48: Otros Gastos .....	108
Tabla 49: Costos de Venta .....	109
Tabla 50: Costo Financiero .....	109
Tabla 51: Costo Fijo .....	110
Tabla 52: Costo Variable (Pantalones) .....	110
Tabla 53: Costo Variable (Camisetas) .....	110
Tabla 54: Activos Fijos .....	112
Tabla 55: Activos Nominales .....	113
Tabla 56: Capital de Trabajo .....	113
Tabla 57: Fuente de Financiamiento .....	114
Tabla 58: Amortización del Financiamiento .....	115
Tabla 59: Amortización del Activo Nominal .....	115
Tabla 60: Depreciaciones .....	116
Tabla 61: Estado de Resultados Proyectados .....	118
Tabla 62: Flujo de Caja .....	119
Tabla 63: VAN .....	120
Tabla 64: VAN Negativo .....	121
Tabla 65: VAN Positivo .....	121
Tabla 66: TIR .....	121
Tabla 67: PRI (Periodo de Recuperación de la Inversión) .....	122
Tabla 68: Punto de equilibrio .....	124
Tabla 69: Precio de venta y costo variable ponderado .....	124
Tabla 70: Datos para grafico de punto de equilibrio .....	125
Tabla 71: Grafico de punto de equilibrio .....	125

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Organigrama funcional .....	50
Figura 2: Plaza.....	56
Figura 3: Logotipo .....	57
Figura 4: Tarjeta de presentación .....	58
Figura 5: Flyer.....	58
Figura 6: Tríptico .....	59
Figura 7: Hoja membretada.....	60
Figura 8: Camiseta .....	60
Figura 9: Esfero.....	61
Figura 10: Carpeta.....	61
Figura 11: Jarros.....	62
Figura 12: Pregunta 1 .....	71
Figura 13: Pregunta 2 .....	72
Figura 14: Pregunta 3 .....	73
Figura 15: Pregunta 4 .....	74
Figura 16: Pregunta 5 .....	75
Figura 17: Pregunta 6 .....	76
Figura 18: Pregunta 7 .....	77
Figura 19: Pregunta 8 .....	78
Figura 20: Pregunta 9 .....	79
Figura 21: Pregunta 10 .....	80
Figura 22: Oferta .....	81
Figura 23: Oferta proyectada .....	83
Figura 24: Demanda histórica .....	84
Figura 25: Demanda proyectada .....	86
Figura 26: Análisis oferta – demanda .....	87
Figura 27: Macro localización .....	90
Figura 28: Micro localización .....	91
Figura 29: Matriz triangular .....	95
Figura 30: Plano .....	95
Figura 31: Plano 3D .....	96
Figura 32: Proceso productivo .....	98
Figura 33: Materia prima .....	99
Figura 34: Almacenamiento .....	100
Figura 35: Diseño .....	100
Figura 36: Cortado .....	101
Figura 37: Cosido.....	102

Figura 38: Empacado .....	102
Figura 39: Almacenamiento .....	103
Figura 40: Venta.....	103
Figura 41: Punto de equilibrio .....	125

## RESUMEN EJECUTIVO

Internacionalmente el sector Textil es considerado una de las fuentes de mayor empleo e ingresos con un funcionamiento en el mercado eficaz gracias a su factibilidad en cuanto al consumo de este, Ecuador país numeroso de recursos naturales, la industria textil está en un periodo de crecimiento intentando buscar la expansión internacional, con la implementación de estudios, capacitaciones y la adopción de nueva tecnología se busca un desarrollo en el producto con estándares de calidad que puedan cubrir las exigencias que exige el mercado y el consumidor nacional e internacional para la correcta distribución del producto.

Las empresas textiles generan una rentabilidad en el país por lo cual la implementación de nuevas empresas textiles en el país causara un aumento económica a mediano y a largo plazo con la obtención de una mayor oferta exportable y ubicación en el mercado nacional e internacional según las demandas de estos.

Al hablar del sector textil se busca formular en base a un estudio la implementación y creación de una empresa textil de confeccionista de ropa deportiva, con un concepto excepcional con el principal objetivo de la calidad en el producto y satisfacción de este, con un estudio del mercado en el intento de encontrar el mejor lugar de comercio y accesibilidad se obtuvo la ubicación para la implementación de la empresa es en el sector norte de Quito en la Cooperativa Jaime Roldos Aguilera por la facilidad de colocación de una empresa grande gracias a los terrenos existentes, además de una facilidad de comercialización con varias empresas y fuentes de comercio.

Las características estudiadas para la implementación de la empresa eficazmente se obtuvieron la localización, tamaño, maquinaria y equipo, la materia prima utilizada para el desarrollo, la mano de obra. Ateniéndose a los requerimientos y parámetros objetados por entidades gubernamentales y las leyes inmersas en estas.

Con los conocimientos obtenidos en el ciclo estudiantil y gracias a estos e determinado con un estudio lo eficaz que resulta ser el proyecto realizando, consultas, cuestionarios entre otros para formalizar una perspectiva de la acogida del producto en el mercado, con sus ventajas y desventajas, y las técnicas necesarias para afrontar la Variabilidad del Mercado, con una evolución financiera correspondiente en el análisis de la Tasa Interna de Retorno, el Valor actual Neto, la Relación Beneficio/Costo y el tiempo de recuperación de la inversión con sus respectivos riesgos.

El proyecto constituye una viabilidad y rentabilidad al país tanto nacional como internacional con el fin de la correcta satisfacción del producto para el mercado y sus consumidores, además de las fuentes de trabajo y el capital que genera interna y externamente en el país y sus ingresos aportando a la economía ecuatoriana.

## ABSTRACT

Internationally the textile industry is considered one of the major sources of employment and income with a run in the efficient market thanks to its feasibility in the consumption of this , Ecuador numerous natural resource country, the textile industry is in a growth period trying seek international expansion , with the implementation of studies, training and new technology adoption looking for a development on the product quality standards that can meet the requirements demanded by the market and the national and international consumer to correct product distribution .

Textile companies generate a return in the country for which the implementation of new textile companies in the country caused an economic gain medium and long term with obtaining greater export supply and location in the domestic and international market demands as these .

Speaking of the textile sector seeks to formulate a study based on the implementation and creation of a textile garment manufacturer company of sportswear, with an exceptional concept with the main objective of the product quality and satisfaction of this , a study market in an attempt to find the best trading place and accessible location for the implementation of the company is was obtained through the existing land off the northern sector of the Cooperative Jaime Roldos Aguilera for ease of placement of a large company plus a marketability with several companies trade sources .

The characteristics studied for the implementation of the company effectively the location, size , machinery and equipment , raw materials used for development, labor

was obtained. In keeping with the requirements and parameters challenged by government agencies and immersed in these laws.

With the knowledge gained in the student cycle through these with a study and determined how effective the project is being made, consultations , questionnaires and others to formalize a host perspective of the product in the market with its advantages and disadvantages, and necessary for addressing the variability of the market, with a corresponding financial developments in the analysis of the internal rate of return , the net present value , the benefit / cost and recovery time of the investment risks with their techniques.

The project is a feasibility and cost the country both nationally and internationally in order to correct product satisfaction for the market and consumers , in addition to jobs and generating capital internally and externally in the country and providing income Ecuadorian economy.

## CAPÍTULO I

### 1. INTRODUCCIÓN

El presente proyecto de producción y comercialización de ropa deportiva está enfocado a proveer al mercado consumidor productos manufactureros elaborados en el país, aportar al crecimiento de la industria ecuatoriana, generar mayores opciones de empleo para los ecuatorianos, crear más riqueza para el país y obtener una rentabilidad. Proporcionar conocimientos sobre la importancia de la ropa deportiva al momento de efectuar cualquier actividad física, realizando un análisis de la evolución de las diversas prendas deportivas, ya que hace algunos años la moda y la tecnología se han unido para innovar la indumentaria deportiva y no sólo por una cuestión de estética o de estar a la moda, sino también por un asunto de comodidad y necesidad.

En la actualidad la ropa deportiva fabricada con tela sintética ha traído diversos beneficios, ya que los materiales como el algodón, se componen de fibras huecas, manteniendo el sudor en la prenda, telas como la lycra es una fibra sintética muy ligera y la ropa mantiene su corte original. Tener ropa adecuada para la práctica de ejercicio o de un determinado deporte es algo importante para un desenvolvimiento confortablemente y sin inconvenientes.

La industria textil en el Ecuador inicio con algunas industrias que se dedicaban al procesamiento de lana. En el siglo XX se introdujo el algodón, material que impulsó la producción en la década de los 50, momento en el que se consolidó la utilización de esta fibra.

La industria textil aporta a la transformación de la nueva matriz productiva que desea implementar el gobierno ecuatoriano, ya que en la actualidad la producción y la confección de ropa elaboran productos provenientes de todo tipo de fibras como el algodón, poliéster y nylon. El país ha ganado un espacio dentro del mercado internacional, convirtiéndose en una de las actividades generadoras de empleo en la región.

### **1.01. Justificación**

Hoy en día la sociedad tiene una tendencia por una diferenciación en cuanto a moda se refiere, por ese motivo varias empresas han decidido optar por un cambio, ofreciendo nuevos productos para atraer a diferentes grupos de clientes, es así que el presente proyecto está enfocado en satisfacer las nuevas necesidades y expectativas de la sociedad, al ofrecer una alternativa en la producción de ropa deportiva al ser elaborado artesanalmente, esto con el objetivo de dar a conocer a la comunidad en general que en el país hay oportunidad de negocios que cumplan con la ley, indicando que el Ecuador es capaz de generar empleo y así beneficiar al desarrollo económico del país.

El sector textil ha tenido una tendencia creciente a lo largo de la historia y ha llegado a ser determinante en la economía ecuatoriana debido a la demanda de estos productos, dentro de esta visión el sector textil debe entenderse como parte de un sistema en el que interactúan estrechamente con el desarrollo del país.

En la actualidad el sector textil del país se ha visto directamente relacionado con las exportaciones, las diversas empresas textiles han invertido en la adquisición de nueva maquinaria que les permita ser más competitivos frente a una economía globalizada.

Hoy en día muchas organizaciones han ido invirtiendo en programas de capacitación para el personal en el área de producción, con el objetivo de incrementar los niveles de eficiencia y productividad, el propósito es mejorar los índices de producción actuales, crear nuevos productos que satisfagan la demanda existente en el Ecuador, tomando en cuenta que la industria textil ecuatoriana ha sido reconocida por tiendas departamentales de países vecinos, debido a su calidad con la que se realiza el producto.

Desde tiempo atrás hasta la actualidad el deporte ha sido un aspecto relevante en el país, debido al aumento de las organizaciones deportivas y al incremento de las actividades fomentadas tanto por empresas privadas como por entes gubernamentales y a la constante cobertura de los medios de comunicación.

Para el deportista el llevar ropa adecuada en cualquier actividad física que lleve a cabo es de gran importancia, siendo este aspecto para muchas personas un factor que se descuida, este error conlleva consecuencias graves, ya que hace que el deporte deje de

ser saludable y se convierte en una actividad de riesgo, ya que puede causar roces o reacciones cutáneas por usar una prenda inapropiada, hasta lesiones más graves como inflamación de tendones. La mejor ropa para hacer ejercicio es aquella que se adapta a las situaciones propiciadas por el tipo de ejercicio, el ambiente donde lo llevamos a cabo y sobre todo, que se adapte a las necesidades personales.

La importancia de crear el proyecto se basa en afianzar los conocimientos sobre la producción de ropa deportiva y además buscar conocer las inconformidades de la sociedad, en la actualidad el sector textil comienza a generar varias plazas de empleo directo en el país, llegando a ser el segundo sector manufacturero que más mano de obra emplea, después del sector alimenticio, bebidas y tabacos.

Las empresas textiles ecuatorianas han concentraron gran parte de sus ventas en el mercado local, aunque siempre ha existido aptitud exportadora, por tanto mejorar la competitividad es el principal desafío de la industria nacional, hacerlo permitirá ingresar y posicionarse en mercados extranjeros e incentivar la producción. El desarrollo del proyecto permitirá la apertura de nuevas fuentes de trabajo y satisfacer las expectativas que la sociedad tenga en cuanto a ropa deportiva.

## **1.02. Antecedentes**

(SANCHEZ, 2009) En su análisis de la historia de la industria dice que:

La Industria Textil fue la primera industria en desarrollarse. De hecho la producción de telas era desde hacía siglos una importante actividad económica en Gran Bretaña, tanto de tejidos elaborados a partir de lana como de algodón.

Buena parte de esa producción se basaba en el llamado sistema doméstico. Precisamente la industrialización significará el paso progresivo de la producción artesanal en el ámbito doméstico mediante la utilización de herramientas o máquinas muy sencillas a la producción en grandes factorías (factory system) con decenas de telares movidos con energía hidráulica o por medio de máquinas de vapor. (p.2)

Los inicios de la industria textil ecuatoriana se remontan a la época de la colonia, cuando la lana de oveja era utilizada en los obrajes donde se fabricaban los tejidos, las primeras industrias que aparecieron se dedicaron al procesamiento de la lana, hasta que a inicios del siglo XX se introduce el algodón, siendo la década de 1950 cuando se consolida la utilización de esta fibra. Hoy por hoy, la industria textil ecuatoriana fabrica productos provenientes de todo tipo de fibras, siendo las más utilizadas el ya mencionado algodón, el poliéster, el nylon, los acrílicos, la lana y la seda. (PLUS PROJECT, 2014)

En la antigüedad, la gente se ejercitaba con sus ropas de calle. Los atletas profesionales, como los que intervenían en las Olimpíadas, competían desnudos, presumiblemente porque la ropa les restringía los movimientos. Los militares entrenaban en sus uniformes para que la situación se asemejase lo más posible a las posiciones de combate. Era muy raro que las mujeres hicieran deportes de competición. Y si lo hacían, usaban versiones más pequeñas de la ropa de los hombres. (THOMAS, 2013)

En el mercado local existe gran diversidad de ropa y una de ellas son las prendas deportivas, ya que se la puede encontrar en cualquier tienda especializada en material deportivo, existe variedades de tejidos específicos para cada actividad deportiva, nivel e inclusive intensidad y sobre todo para las diferentes condiciones meteorológicas, la publicidad de estos tejidos se basa en argumentos que demuestran los beneficios que sus características físicas y técnicas aportan sobre aspectos fisiológicos relacionados directamente con el rendimiento del deportista.

(THOMAS, 2013) Expresa que: El cambio de costumbres resultó en un cambio de estilos. Cuando antes era impensable que las mujeres usaran un maillot, en las Olimpiadas del 2008 los equipos de volley ball de playa compitieron, en su mayoría, con bikinis. De la misma manera, cuando durante casi todo el siglo XX ni siquiera se amagaba a aparecer en la calle con buzos o pantalones cortos, hoy son una vista común. Hoy, la moda de la ropa deportiva sigue cambiando. Esta ropa se ha convertido en una forma de vestirse en forma casual para mucha gente, hasta para los adultos mayores a los que les gusta la comodidad de los trajes de abrigo y de los buzos. Continúa la evolución de nuevas telas y estilos para la ropa deportiva.

(PEÑASCO GIL, 2012) En su análisis de moda dice que: Una de las principales actividades del ser humano es la de ir de compras. La de consumir con diferentes motivaciones y objetivos pero, en la mayoría de los casos, dirigidos de alguna manera por las modas, los estereotipos sociales, los anhelos de una vida mejor o de una felicidad definida por la publicidad. (p.22)

La ropa es como una segunda piel y la necesitamos integrada en nosotros haciendo uno. Lo que se lleve puesto, se debe sentir como algo muy personal, querido y en armonía con el estado y las características de tu piel. Da igual de qué material esté hecho, la calidad que tenga, de moda, este tiene que funcionar con tu piel.

## CAPITULO II

### 2. ANÁLISIS SITUACIONAL

#### 2.01. AMBIENTE EXTERNO

“Su objetivo consiste en identificar las oportunidades y amenazas estratégicas en el ambiente operativo de la organización. Las amenazas y las oportunidades están, en gran medida, fuera del control de una organización cualquiera; de ahí el término "externas". (MINTZBERG, 2007, p. 23)

##### 2.01.01. Factor económico

Los factores económicos que se iniciaron como un intuitivo cálculo económico, se han constituido en la actualidad en los elementos de la economía que engloba al sector empresarial, que es el eje fundamental de la vida de las sociedades modernas, el parámetro e indicador del desarrollo y subdesarrollo, de la riqueza, la pobreza, y que mueve al mundo entero. (RIONDA, 2012, p. 3)

### 2.01.01.01. Inflación

Es un proceso económico caracterizado por alzas generalizadas y sostenidas de precios en el tiempo. Por alzas generalizadas de precios se entiende que aumentan todos los precios. Así, los precios de los bienes y servicios, el precio del servicio del trabajo (FARIAS, 2009, p. 8)

**Tabla 1**

Inflación

<b>Fecha</b>	<b>Valor</b>
<b>Octubre-31-2013</b>	2.04 %
<b>Septiembre-30-2013</b>	1.71 %
<b>Agosto-31-2013</b>	2.27 %
<b>Julio-31-2013</b>	2.39 %
<b>Junio-30-2013</b>	2.68 %
<b>Mayo-31-2013</b>	3.01 %
<b>Abril-30-2013</b>	3.03 %
<b>Marzo-31-2013</b>	3.01 %
<b>Febrero-28-2013</b>	3.48 %
<b>Enero-31-2013</b>	4.10 %
<b>Diciembre-31-2012</b>	4.16 %
<b>Noviembre-30-2012</b>	4.77 %
<b>Octubre-31-2012</b>	4.94 %
<b>Septiembre-30-2012</b>	5.22 %
<b>Agosto-31-2012</b>	4.88 %
<b>Julio-31-2012</b>	5.09 %
<b>Junio-30-2012</b>	5.00 %
<b>Mayo-31-2012</b>	4.85 %
<b>Abril-30-2012</b>	5.42 %
<b>Marzo-31-2012</b>	6.12 %
<b>Febrero-29-2012</b>	5.53 %
<b>Enero-31-2012</b>	5.29 %
<b>Diciembre-31-2011</b>	5.41 %
<b>Noviembre-30-2011</b>	5.53 %

Fuente: Banco central del Ecuador, 2013

---

## **Análisis**

El porcentaje de inflación (2.04%) difundida en el país durante el mes de Octubre del año 2013, indicando el incremento de los precios en productos y servicios para el consumidor final, sin embargo en este período se ha registrado un incremento en relación del 1.71% registrado en el mes de septiembre del mismo año. Es importante que esta cifra se mantenga ya que un incremento considerable incidiría en las decisiones tales como en la elaboración del presupuesto de capital, se lo considera como una amenaza de un impacto medio pues al no mantenerse constante los precios de los productos tendrían un alza y como resultado bajaría el poder adquisitivo de los clientes.

### **2.01.01.02. Producto Interno Bruto (PIB)**

El producto interno bruto (PIB) conocido también como producto bruto interno (PBI) y producto interior bruto, es una medida macroeconómica que expresa el valor monetario de la producción de bienes y servicios de un país durante un período determinado de tiempo (normalmente un año). El PIB mide sólo la producción final y no la denominada producción intermedia, para evitar así la doble contabilización. Al hacer referencia a bienes y servicios finales se quiere significar que no han de ser tenidos en cuenta aquellos bienes elaborados en el periodo para su utilización como materia prima para la fabricación de otros bienes y servicios. (BANCO CENTRAL DEL ECUADOR, 2013)

**Tabla 2**

PIB

	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>%</b>
<b>Agricultura, ganadería, caza y silvicultura</b>	4,497,878	4,524,478	5,90%
<b>Pesca y apicultura</b>	738,094	780,454	5,74%
<b>Explotación de minas, canteras, petróleo, gas natural, y actividades de servicio relacionadas</b>	5,943,445	6,033,135	1,51%
<b>Industrias manufactureras (excluye refinación de petróleo)</b>	7,204,954	7,452,506	3,44%
<b>Fabricación de productos de refinación de petróleo</b>	959,240	1,000,295	4,28%
<b>Suministros de electricidad y agua</b>	909,500	949,973	4,45%
<b>Construcción</b>	5,964,491	6,537,082	9,60%
<b>Comercio al por mayor y al por menor, y reparación de vehículos automotores y motocicletas</b>	6,681,137	6,938,361	3,85%
<b>Transporte, almacenamiento, correo y telecomunicaciones</b>	5,793,794	5,968,901	3,56%
<b>Actividades de servicios financieros y financiados de planes de seguro, excepto de seguridad social</b>	1,673,835	1,728,634	6,50%
<b>Administración pública, defensa; planes de seguridad social obligatoria</b>	3,124,777	3,546,622	13,50%
<b>Otros elementos del PIB</b>	2,931,389	3,044,694	3,87%
<b>Hogares privados con servicio domestico</b>	145,485	146,940	1,00%
<b>Actividades profesionales, técnicas y administrativas</b>	4,052,160	4,266,924	5,30%
<b>Otros servicios</b>	9,371,499	9,949,201	6,16%
<b>Hoteles y restaurantes</b>	1,159,780	1,263,928	8,98%
<b>PIB TOTAL</b>	61,121,458	64,186,129	5,01%

Fuente: Banco central del Ecuador, 2013

### Análisis

En la actualidad se ha señalado el desarrollo de un cambio en la matriz productiva, para así poder reducir la vulnerabilidad económica del país. En el Ecuador se ha incrementado los incentivos a la producción industrial, transformándose así en una oportunidad de un alto nivel, ya que esto significa un aumento en las exportaciones, permitiendo el desarrollo y apertura de nuevos mercados para el proyecto.

### **2.01.01.03. Tasa de interés**

Rendimiento porcentual que se paga durante algún periodo contra un préstamo seguro, al que rinde cualquier forma de capital monetario en un mercado competitivo extenso de riesgos, monto que se debe cobrar o pagar por prestar o pedir dinero.

(MUÑOZ TROCHE, 2011)

#### **2.01.01.03.01. Tasa activa**

Es la que reciben los intermediarios financieros de los demandantes por los préstamos otorgados, esta última siempre es mayor, la diferencia con la tasa de captación es la que permite al intermediario financiero cubrir los costos administrativos, dejando una utilidad. (MUÑOZ TROCHE, 2011)

**Tabla 3**

Tasa Activa

<b>Fecha</b>	<b>Valor</b>
<b>Noviembre-30-2013</b>	8.17 %
<b>Octubre-31-2013</b>	8.17 %
<b>Septiembre-30-2013</b>	8.17 %
<b>Agosto-30-2013</b>	8.17 %
<b>Julio-31-2013</b>	8.17 %
<b>Junio-30-2013</b>	8.17 %
<b>Mayo-31-2013</b>	8.17 %
<b>Abril-30-2013</b>	8.17 %
<b>Marzo-31-2013</b>	8.17 %
<b>Febrero-28-2013</b>	8.17 %
<b>Enero-31-2013</b>	8.17 %
<b>Diciembre-31-2012</b>	8.17 %
<b>Noviembre-30-2012</b>	8.17 %
<b>Octubre-31-2012</b>	8.17 %
<b>Septiembre-30-2012</b>	8.17 %
<b>Agosto-31-2012</b>	8.17 %
<b>Julio-31-2012</b>	8.17 %
<b>Junio-30-2012</b>	8.17 %
<b>Mayo-31-2012</b>	8.17 %
<b>Abril-30-2012</b>	8.17 %
<b>Marzo-31-2012</b>	8.17 %
<b>Febrero-29-2012</b>	8.17 %
<b>Enero-31-2012</b>	8.17 %
<b>Diciembre-31-2011</b>	8.17 %

Fuente: Banco central del Ecuador, 2013

**Análisis**

Durante diciembre del 2011 hasta noviembre 2013 se puede observar que la tasa activa se ha mantenido constante durante ese periodo de tiempo (8,17%), es un aspecto muy significativo y a la vez considerado como una amenaza de impacto alto, ya que si bien no ha sufrido una variación considerable, el porcentaje de interés es alto para una nueva empresa, inclusive dicho porcentaje es más alto que la tasa activa (4.53%).

### 2.01.01.03.02. Tasa pasiva

“Es la que pagan los intermediarios financieros a los oferentes de recursos por el dinero captado, son pasivas porque para el banco son recursos a favor de quien deposita”. (MUÑOZ TROCHE, 2011)

**Tabla 4**

Tasa Pasiva

<b>FECHA</b>	<b>VALOR</b>
<b>Noviembre-30-2013</b>	4.53 %
<b>Octubre-31-2013</b>	4.53 %
<b>Septiembre-30-2013</b>	4.53 %
<b>Agosto-30-2013</b>	4.53 %
<b>Julio-31-2013</b>	4.53 %
<b>Junio-30-2013</b>	4.53 %
<b>Mayo-31-2013</b>	4.53 %
<b>Abril-30-2013</b>	4.53 %
<b>Marzo-31-2013</b>	4.53 %
<b>Febrero-28-2013</b>	4.53 %
<b>Enero-31-2013</b>	4.53 %
<b>Diciembre-31-2012</b>	4.53 %
<b>Noviembre-30-2012</b>	4.53 %
<b>Octubre-31-2012</b>	4.53 %
<b>Septiembre-30-2012</b>	4.53 %
<b>Agosto-31-2012</b>	4.53 %
<b>Julio-31-2012</b>	4.53 %
<b>Junio-30-2012</b>	4.53 %
<b>Mayo-31-2012</b>	4.53 %
<b>Abril-30-2012</b>	4.53 %
<b>Marzo-31-2012</b>	4.53 %
<b>Febrero-29-2012</b>	4.53 %
<b>Enero-31-2012</b>	4.53 %
<b>Diciembre-31-2011</b>	4.53 %

Fuente: Banco central del Ecuador, 2013

## **Análisis**

La tasa pasiva en el periodo comprendido entre diciembre del 2011 y noviembre de 2013 se ha mantenido constante (4,53%), es así que es considerado como una oportunidad de impacto medio, ya que en los últimos años no ha sufrido cambios y al mantenerse con una tendencia constante podemos tener una visión clara del porcentaje de a favor que tenemos de los entes financieros.

### **2.01.01.04. Balanza comercial**

“La balanza comercial es el registro de las importaciones y exportaciones de un país durante un período. El saldo de la misma es la diferencia entre exportaciones e importaciones”. (PEÑASCO GIL, 2012)

Tabla 5

Balanza comercial

ENERO - JUNIO 2013				
NO PETROLERAS, TRADICIONALES	VOLUMEN (TM.)	VALOR POR DÓLARES	VALOR UNIT.(USD/TM)	PART. EN VALOR (%)
BANANO Y PLÁTANO	2898000	1233490000	426	22,8%
CAMARÓN	111000	781140000	7026	14,4%
CACAO ELABORADO	91000	219750000	2427	4,1%
ATÚN Y PESCADO	38000	146300000	3806	2,7%
CAFÉ Y ELABORADOS	19000	110280000	5880	2,0%
<b>TOTAL</b>	<b>3157000</b>	<b>2490960000</b>	<b>789</b>	<b>46,0%</b>
NO PETROLERAS , NO TRADICIONALES	VOLUMEN (TM.)	VALOR POR DÓLARES	VALOR UNIT.(USD/TM)	PART. EN VALOR (%)
ENLATADOS DE PESCADO	138000	714490000	5192	13,2%
FLORES NATURALES	77000	447390000	5821	8,3%
EXT. ACEITES VEGETALES	172000	172780000	1002	3,2%
MADERA	144000	83840000	581	1,5%
HARINA DE PESCADO	46000	73470000	1608	1,4%
ELABORADOS DE BANANO	60000	45590000	756	0,8%
JUGOS Y CONSERVAS DE FRUTAS	24000	49330000	2058	0,9%
FRUTA	39000	18060000	467	0,3%
TABACO EN RAMA	2000	23720000	10618	0,3%
OTROS ELAB. DE MAR	14000	26940000	1942	0,5%
ABACÁ	5000	7270000	1513	0,1%
OTROS	565000	1255730000	2223	23,5%
<b>TOTAL</b>	<b>1286000</b>	<b>2918610000</b>	<b>2270</b>	<b>54,0%</b>

Fuente: Banco Central del Ecuador, 2013

### Análisis

La balanza comercial indica el nivel de exportaciones e importaciones de los productos, este dato sirve como una herramienta de análisis para las relaciones comerciales con los distintos países. Las exportaciones de bienes es una oportunidad de impacto medio para el desarrollo del proyecto, ya que permite diversificar riesgos frente a mercados internos inestables y amenorar los efectos de problemas macroeconómicos.

### **2.01.02. Factor social**

“Los factores socio – económicos son las experiencias sociales y económicas y las necesidades que te ayudan a moldear la personalidad, las actitudes y la forma de vida. También pueden estar definidos por las regiones y los vecindarios” (ARROYO, 2002).

#### **2.01.02.01. Moda**

La moda es un mecanismo regulador de elecciones realizadas en función de criterios de gusto, es decir, son aquellas tendencias y géneros repetitivos de ropa y accesorios, incluso de estilos de vida y maneras de comportarse que la gente adopta, es por eso que muchas veces la manera de vestir influye tanto en nuestro comportamiento y en la seguridad que mostramos, ya que pueden marcar o modificar la conducta. (AGUEDA, 2010)

#### **Análisis**

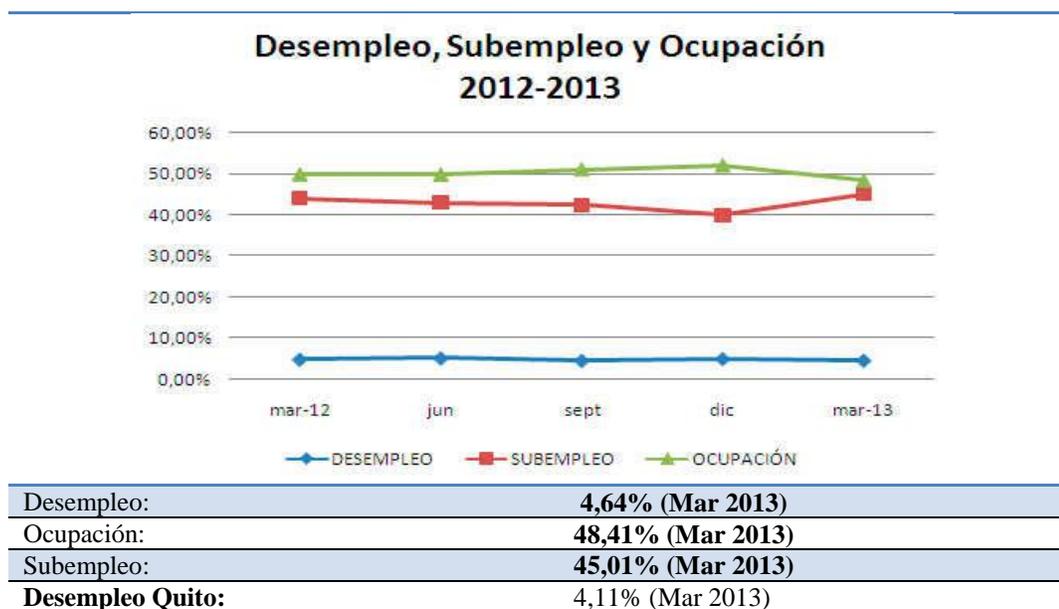
Cuando hablamos de moda estamos haciendo referencia a un fenómeno que se vincula principalmente con valores estéticos y de belleza más que con elementos de funcionalidad, este es un factor tomado como una oportunidad de impacto medio, pues en los últimos años la sociedad ha tenido una considerable preocupación por su salud por lo que se ha incrementado la adquisición de ropa deportiva con el fin de sentir mayor comodidad y seguridad al momento de hacer cualquier actividad física.

### 2.01.02.02. Desempleo

“El desempleo surge cuando la oferta de trabajo, que representa a todas las personas que desean trabajar, supera a la demanda de trabajo, la que determina el número de personas efectivamente empleadas” (RODO, 2003, p. 210).

**Tabla 6**

Desempleo



**Fuente:** Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), 2013

#### Análisis

Las cifras en la tasa de desempleo en el país en el último año ha tenido una tendencia a disminuir, pues a finales de marzo del 2012 fue de 4.91%, bajando hasta marzo del 2013 a 4.64%. Registrándose desde esa fecha unas cifras sin gran variación, mostrando que el desempleo en el país tiende a bajar, mostrando un aumento en las fuentes de trabajo en el país, por ende la empresa no puede contratar trabajadores con gran facilidad por lo que el desempleo es considerado como una amenaza de impacto bajo.

### **2.01.03. Factor legal**

Hacen referencia a todas las normas que las empresas nacionales como las internacionales tienen que pasar para entrar en operaciones en ese país. Son distintos los mecanismos de normatividad en cada país ya que son influenciados por el tipo de gobierno que prevalece en ese momento, es decir a la ideología política que tenga. (HERNANDEZ P. , 2008)

#### **2.01.03.01. Aranceles**

Un arancel es el tributo que se aplica a los bienes, que son objeto de importación o exportación. El más extendido es el impuesto que se cobra sobre las importaciones, mientras los aranceles sobre las exportaciones son menos corrientes; también pueden existir aranceles de tránsito que gravan los productos que entran en un país con destino a otro (CARBAUGHT, 2009, p. 111)

#### **Análisis**

El incremento en un impuesto arancelario es considerado como una oportunidad de impacto medio para el proyecto, pues un alza en este impuesto impone una barrera de entrada de productos provenientes de exterior, lo cual incrementaría el precio de los productos provenientes de otros países, por lo que la sociedad buscara nuevas alternativas en productos nacionales.

#### **2.01.03.02. Impuesto a la renta**

“El Impuesto a la Renta se aplica sobre aquellas rentas que obtengan las personas naturales, las sucesiones indivisas y las sociedades sean nacionales o extranjeras. El ejercicio impositivo comprende del 1o. de enero al 31 de diciembre” (SRI, 2014).

## **Análisis**

El impuesto a reta es una oportunidad de impacto medio pues las personas naturales que realizan actividades empresariales y que operan con un capital u obtengan ingresos inferiores a los previstos en el inciso anterior, así como los profesionales, artesanos, agentes, representantes y demás trabajadores autónomos deberán llevar una cuenta de ingresos y egresos para determinar su renta imponible, por lo que debemos sujetarnos a la base imponible en el periodo fiscal y la declaración se realiza dependiendo de los ingresos generados.

### **2.01.03.03. Ley de la defensa del artesano**

“Esta Ley ampara a los artesanos de cualquiera de las ramas de artes, oficios y servicios, para hacer valer sus derechos por sí mismos o por medio de las asociaciones gremiales, sindicales e interprofesionales existentes o que se establecieren posteriormente” (JUNTA NACIONAL DE LA DEFENSA DEL ARTESANO, 2008).

## **Análisis**

La ley de defensa del artesano es un factor importante para la organización ya que impone leyes a las que debemos regirnos para llevar un mejor sistema de producción y al regirnos a este factor conlleva varios beneficios por lo que es considerado como una oportunidad de impacto medio. **VER ANEXO 1**

#### **2.01.04. Factor Tecnológico**

Tecnológico se refiere a la suma total del conocimiento que se tiene de hacer las cosas distribuyen diseñan venden producen, crea oportunidades y nuevos mercados. Las empresas que no prevean los cambios tecnológicos se encontrarán con que sus productos son obsoletos. (CRISOSTOSMO, 2010, p. 5)

##### **2.01.04.01. Maquinaria**

(MINISTERIO DE RELACIONES LABORALES, 2013), expresa que:

El concepto de máquina comprende a todos aquellos conjuntos de elementos o instalaciones que transforman energía con vista a una función productiva principal o auxiliar. Es común a las máquinas el poseer en algún punto o zona concentraciones de energía, ya sea energía cinética de elementos en movimiento u otras formas de energía. (p. 1)

#### **Análisis**

El adquirir nueva maquinaria es una oportunidad de impacto medio para el proyecto ya que aunque como es una empresa nueva la adquisición de esta será complicada, esta es considerada como una inversión y no como un gasto pues al adquirir nueva maquinaria esta podrá aportar con nuevas y mayores posibilidades de desarrollar cambios en la producción de modo que ayuden a llevar un proceso más rápido y produciendo un producto de mejor calidad y que cumplan las expectativas del consumidor, permitiendo ser más competitivos en el mercado.

## 2.02. ENTORNO LOCAL

### 2.02.01. Clientes

“Un cliente es una persona o grupo de personas que recibe el trabajo que hacemos. Este trabajo puede ser un producto o un servicio. El cliente que recibe el producto o servicio puede ser "interno" o "externo". (COELLO, 2014, p. 21)

**Tabla 7**

Clientes

Cliente	Características
<b>Personas en general (mayores de edad)</b>	Hombres o mujeres de 18 años en adelante, que tengan disponibilidad de compra
<b>Empresas en donde exista la venta de ropa y locales en los centros comerciales del ahorro</b>	Megarmaxi, Marathon Sport, Kao Sport Center, Rio Store, Super Éxito, La Merced, La Granada, Hermano Miguel, El Tejar

**Fuente:** Análisis situacional, 2013

### Análisis

En la actualidad muchas personas buscan adquirir productos de mayor calidad referente a lo textil, y es así que los clientes tienen nuevas necesidades y expectativas que deben ser atendidas, siendo este un aspecto positivo ya que la necesidad de cubrir esas expectativas de la sociedad ayuda a identificar nuevas oportunidades de negocio y permitirán el desarrollo del proyecto.

## 2.02.02. Proveedores

“Un proveedor puede ser una persona o una empresa que abastece a otras empresas con existencias (artículos), los cuales serán transformados para venderlos posteriormente o directamente se compran para su venta” (E-ECONOMIC, 2010).

**Tabla 8**

Proveedores

NOMBRE	Dirección	PROMOCION/ DESCUENTO DESCRIPCION
<b>ENCADOR</b> 	Dirección: Barrio Selva Alegre km.1 vía a San Fernando Teléfonos: 2 870-197 / 2870-196 / 2 870-198 Correo Electrónico: N/D Página Web: www.enkador.com	<b>PRODUCTOS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fibras Sintéticas de Poliéster</li> <li>• Fibras Sintéticas de Nylon</li> <li>• Fibras Sintéticas para la Industria Florícola (Cuerdas)</li> <li>• Fibras Sintéticas para uso Industria</li> </ul>
<b>INDUSTRIA PIOLERA PONTE SELVA</b> 	Dirección: Los Guarumos E 9-77 y 6 de Diciembre. Teléfonos: 2 460-205 / 206 / 207 / USD Correo Electrónico: info@ponteselva.com.ec Página Web: www.ponteselva.com.ec	Telas: Algodón y Polyalgodón Hilos
<b>PROTELA</b> 	Dirección: Av. de La Prensa N70-121 Y Pablo Picasso TELEFONO: 5102015 E-MAIL: www.protela.com	Telas: Algodón y Polyalgodón Hilos crédito de 30 días si se lleva 200 en tela
<b>PINTEX</b> 	Dirección: av. de la prensa oe5-28 y psje. Manuel Herrera  TELEFONO: 2438567 E-MAIL: @pintex.com	Todo tipo de telas e hilos
<b>TEXTIL ECUADOR S.A.</b> 	Dirección: Av. Gaspar de Villarroel E10-26 y Paris Teléfonos: 2 878-002 / 2 877-283 / 2 878-016 / 2 878-030 Correo Electrónico: ventas@textilecuador.com Página Web: www.textilecuador.com	Telas industriales, Telas para la confección

**Fuente:** Análisis situacional, 2013

## **Análisis**

El Ecuador es un país productor, exportador e importador de materia prima, esto es un aspecto positivo para el proyecto pues al existir una variedad en proveedores, podemos tener el poder de negociación como un factor importante a nuestro favor ya que el proveedor depende del comercio que realiza con las organizaciones.

### **2.02.03. Competidores**

“Capacidad efectiva para llevar a cabo exitosamente una actividad laboral plenamente identificada. La competencia laboral no es una probabilidad de éxito en la ejecución de un trabajo; es una capacidad real y demostrada” (VARGAS F. , 2009).

Tabla 9

## Competidores

NOMBRE	DESCRIPCION	UBICACIÓN
<b>Zhiros</b> 	Productor y distribuidor de toda clase de ropa deportiva a nivel nacional	Fábrica: Cdla. Calderón; General Córdova 1-16 y Batallón Numancia. Telefax: 593 7 2864333 - 2803529 - 286935 - 2867937
<b>Confexport</b> 	Productor de toda clase de ropa deportiva.	Cdla. El recreo, cl. Pangua s12-142 y Adriano cobo Ecuador, Quito Tel: (593) (2) 2640616 www.confexportialtda.com
<b>Confecciones Elías</b> 	Productor y comercializadora de camisetas.	Joaquín Sánchez oe42-45 y la compañía Ecuador, Quito Tel: (593) (2) 3650384 www.confeccioneselias.com
<b>Amparo caridad cadena</b> 	Diseño y confección de uniformes femeninos y masculinos. Líneas Formal y casual.	Louvre n42-c e isla Pinzón, esquina Ecuador, Quito Tel: (593) (2) 2447161 <a href="https://www.facebook.com/pages/CARIDAD-CADENA-Moda-Corporativa/162121013425">https://www.facebook.com/pages/CARIDAD-CADENA-Moda-Corporativa/162121013425</a>
<b>Confecciones recreativas Fibran cia. Ltda.</b> 	Diseñar, fabricar y comercializar prendas deportivas y casuales. Productos: Polos, Busos, Pantalones, Calentadores, Shorts, Chompa, Uniformes deportivos	Dirección: Panamericana Norte Km. 51/2 N68-177 Teléfonos: 2 476-841 / 2480-337 Correo Electrónico: jccorral@fibran.com.ec Página Web: www.fibran.com.ec
<b>Pasamaneria S.A.</b> 	La línea de confecciones esta: Ropa infantil masculina y femenina Ropa casual femenina y masculina Ropa deportiva Ropa de dormir femenina y masculina	Dirección: Av. Huayna Capac 1-97 Teléfonos: 07-283-2388 / USD Correo Electrónico: matriz@pasa.ec Página Web: www.pasa.ec
<b>Hilacril S.A</b> 	Empresa dedicada a la fabricación, exportación y venta de productos textiles	Dirección: Av. Orellana 656 y Coruña Teléfonos: 2 044-004 / 2 044-028 Correo Electrónico: hilacril@pontonet.ec Página Web: www.dbond.com.ec

Fuente: Investigación de Mercado, 2013

## **Análisis**

En el mercado nacional existen empresas productoras y comercializadoras de productos textiles, este es un factor considerado como una amenaza de impacto alto pues si en el sector no existen un gran número de empresas productoras, existen empresas importadoras de ropa deportiva y productos similares.

### **2.02.04 Productos sustitutos**

“Son aquellos que desempeñan la misma función para el mismo grupo de consumidores pero se basan en una tecnología diferente. Estos productos constituyen una amenaza permanente en la medida en que la sustitución pueda hacerse siempre” (RIVERA, 2012, p. 244).

- Pantalones jean
- Pantalones de casimir
- Camisas de seda

## **Análisis**

En el mercado nacional existen variedades de productos sustitutos en lo referente a ropa, es por eso que este aspecto es tomado como una amenaza de impacto alto pues impone una barrera de entrada para el producto a ofertar en el mercado nacional.

## **2.03 ANÁLISIS INTERNO**

### **2.03.01. Propuesta estratégica**

El análisis interno, permite fijar con exactitud las fortalezas y debilidades de la organización. Tal análisis comprende la identificación de la cantidad y calidad de recursos disponibles para la organización. Son las actividades que puede controlar la organización y que desempeña muy bien o muy mal, estas incluyen las actividades de la gerencia general, mercadotecnia, finanzas y contabilidad, producción y operaciones, investigación de desarrollo y sistema computarizado de información de un negocio. (MINTZBERG, 2007, p. 24)

#### **2.03.01.01. Misión**

CONFECIONES MARIA DE LOS ANGELES es una empresa que se dedicada a la elaboración y comercialización de ropa deportiva, llevando un adecuado proceso de fabricación y contando con un personal netamente calificado en el sector textil, con el objetivo de ofrecer a sus clientes un producto que cumpla los estándares de calidad internacional.

#### **2.03.01.02. Visión**

Consolidar dentro de cinco años a la empresa CONFECIONES MARÍA DE LOS ÁNGELES como una organización líder en la producción y comercialización de ropa deportiva en el sector centro - norte del Distrito Metropolitano de Quito, ofreciendo una diferenciación en moda, brindando un producto de calidad y un servicio responsable con la sociedad.

### **2.03.01.03. Objetivos**

#### **2.03.01.03.01. Objetivo general**

Fomentar el desarrollo de la industria textil en el país, promoviendo al crecimiento económico del Ecuador y forjando una microempresa que sea fuente de trabajo, con un personal calificado en el sector y con el fin de ofrecer un producto de calidad.

#### **2.01.01.03.02. Objetivos específicos**

- Llevar una adecuada comunicación con nuestros proveedores, con el fin de tener a nuestro favor el poder de negocios con la consigna de tener una materia prima que cumpla con los estándares de calidad establecidos.
- Establecer estrategias con empresas comercializadoras de ropa deportiva con la finalidad de que el producto a ofertar llegue a nuestra clientela en el momento en el que esta la requiera.
- Posesionar a CONFECCIONES MARIA DE LOS ANGELES como una de las empresas más importantes en el sector centro-norte de Quito por ofertar a sus clientes un producto de calidad.
- Establecer un precio que justifique la calidad del producto y a la vez que sea accesible para la sociedad, pensado siempre en la realidad económica y el poder adquisitivo existente en el país.

- Llevar una adecuada gestión en los proceso de producción, diseñando un producto de calidad, con el fin de lograr la fidelidad del cliente y llegar a ser una empresa competitiva en el sector textil.

#### 2.03.01.04. Principios y valores

##### Principios

- **Control democrático.-** Trabajar con democracia y mantener un control de los miembros asociados con la empresa, pues son ellos quienes participan activamente en la definición de las políticas y en la toma de decisiones dentro de la organización.
- **Calidad.-** Compromiso de calidad que nos llevara a ganar la confianza de toda la sociedad, también llegando a ser reconocidos como una empresa exportadora de ropa deportiva.
- **Compromiso.-** Dejar de pensar en obtener tan solo beneficio personal, desarrollar en una cultura de trabajar para en el desarrollo sostenible de la comunidad y de la economía del país.
- **Pro actividad.-** Anticiparnos y actuar para poder Innovar para encontrar formas nuevas y mejores dentro de los procesos. Ser líderes y llegar a que nuestros clientes puedan confiar en nosotros

- **Educación, capacitación e información.-** Brindar entrenamiento a los gerentes y empleados de la organización, de tal forma que contribuyan eficazmente al desarrollo de la empresa, informar a clientes internos y externos sobre el producto que se va a ofertar a la sociedad
- **Lealtad.-** Es un compromiso a defender el trabajo que realizamos, teniendo en cuenta de que nos llevara a tener auténtico éxito, al igual que velar por la confiabilidad de la información y el buen nombre de la empresa.

### Valores

- **Honestidad.-** Pensar, actuar, llevar una conducta recta y honrada cumplir con las normas y compromisos dentro de la organización, así como actuar con la verdad, lo que denota sinceridad y correspondencia entre las actividades que se realizan en la empresa.
- **Confianza.-** Tener un sentimiento de credibilidad construido y generado por la organización frente a sus asociados, clientes y colaboradores. Desarrollar un sistema de delegación de funciones con el fin de fomentar la capacidad de decisión y actuar individualmente o en grupo, sin reserva, dentro de la ética y la moral.
- **Eficacia.-** Centrarnos en el rendimiento y los resultados en todas las actividades que realizamos. Trabajar con predisposición y buscar las mejores soluciones, ofreciendo los valores a todos los que participan en el proceso de producción.

- **Trabajo en equipo.-** Pensar en obtener mejores resultados, centrarse en los procesos para alcanzar metas, integración con cada miembro de la organización, ser creativo a la hora de solucionar problemas, ser tolerante con los demás, tomar en cuenta a sus colegas y aceptar sus diferencias.

### 2.03.02. Gestión administrativa

Disciplina importante y universal, fundamentada en el desarrollo de procesos cuya disciplina acumula conocimientos que incluye principios científicos, históricos, la gestión administrativa comprende funciones y actividades que los administradores deben llevar a cabo para lograr los objetivos de la organización. (CUARTAS, 2008, p. 31)

### Planificación

El presente proyecto llevara la planificación mediante un cronograma de actividades como se muestra a continuación.

**Tabla 10**  
Planificación

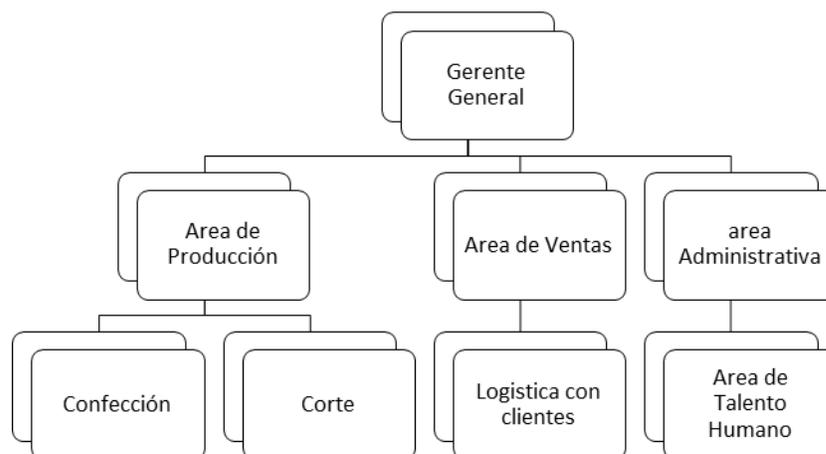
actividades	Calendario de actividades											
	año											
	mes 1			mes2			mes 3			mes 4		
	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
constitución y legalización de la empresa	■											
obtención de crédito	■											
obtención de ruc		■										
obtención de permiso			■									
contrato de personal				■								
compra de maquinaria					■							
compra de muebles y equipo de computo						■						
colocación de maquinaria							■					
prueba de maquina								■				
prueba técnica									■			
compra de materia prima										■		
inicio de actividades											■	

Fuente: Análisis situacional, 2013

### 2.4.2.1 Organización

La administración del proyecto se muestra a continuación mediante el siguiente organigrama funcional, donde se detallan los departamentos existentes en la organización.

#### Organigrama funcional



**Figura 1:** Organigrama funcional

**Fuente:** Análisis situacional, 2013

#### Manual de funciones

- **El gerente:** planificar e implementar estrategias que ayuden a mejorar la productividad de la organización, ejercer el papel de líder, motivar al personal y tomar decisiones correctas.
- **Área de producción:** realizar el proceso productivo, revisar el adecuado funcionamiento de la maquinaria.
- **Área de venta:** llevar un adecuado registro de los datos de clientes y proveedores

- **Área administrativa:** llevar un adecuado manejo de la información contable de la empresa, realizar el proceso de selección y reclutamiento del personal.

### **Dirección**

Para que el proyecto se lleve a cabo de mejor manera estará diligenciado por el gerente general, el mismo que deberá ser integro, aceptar la ayuda de sus colaboradores, respetar y hacer cumplir los reglamentos y políticas que se implementen en la organización y reconocer el trabajo realizado por los empleados.

### **Control**

La empresa llevara el control a la productividad del personal mediante una evaluación de 360° el cual se muestra en el siguiente formato.

Evaluación de desempeño							
Factores	Grado de cumplimiento					Departamento:	
						Calificación	
Disciplina	A	B	C	D	E	Cuant.	Cual.
Medir el grado de cumplimiento de normas y disposiciones establecidas							
Calidad de trabajo	A	B	C	D	E		
Medir la calidad y aciertos de los trabajos ejecutados, con eficiencia y capacidad demostrada							
<b>Conocimiento</b>	<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>	<b>D</b>	<b>E</b>		
Medir el nivel de conocimientos aplicado en la ejecución del trabajo							
<b>Cumplimiento</b>	<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>	<b>D</b>	<b>E</b>		
Medir el cumplimiento de los trabajadores asignados en los tiempos previstos							
<b>Organización</b>	<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>	<b>D</b>	<b>E</b>		
Aplica un sistema ordenado de trabajo							
<b>Relaciones humanas</b>	<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>	<b>D</b>	<b>E</b>		
Mantiene relaciones cordiales con sus subordinados, superiores y público en general							
<b>Cantidad de trabajo</b>	<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>	<b>D</b>	<b>E</b>		
Medir el volumen de trabajo, en la actividad que se desarrolla, si tiene al día sus tareas. No se deja influir por la calidad de trabajo							
	Suma total						
	Equivalencia						
<b>Observaciones y comentarios</b>							
Del evaluador:..... .....							
Firma:						fecha	
ci							
Nombre							
<b>Resultados</b>							
Puntaje: _____							
Observaciones: _____ _____				Firma de responsable del departamento:			
Fecha:							

<b>Instrucciones generales para llenar el formulario - evaluación de 360°</b>
La evaluación debe ser realizada por el evaluado, optando por una de las alternativas que se indican en cada uno de los factores descriptos que identifique el desempeño de su trabajo
El formulario consta de 7 factores de los cuales se debe escoger una de las 5 opciones, las mismas que están dispuestas en un orden específico
Para completar el formulario, leer detenidamente y analice cada factor para que proceda a calificar el mismo
Obligatoriamente deberá seleccionar una de las opciones para uno de los factores y marcar con un círculo en la letra respectiva que mejor describa el desempeño del empleado
Recuerde que todos los factores deben calificarse inmediatamente
Tome en cuenta que solo en análisis del conjunto de respuestas nos facilitara determinar el nivel de eficiencia de los evaluados
Al finalizar la evaluación el formulario deberá ser llenado obligatoriamente por los participantes
<b>Grado de cumplimiento de los factores</b>
<b>A= Nunca</b> lo aplica y/o cumple en los niveles y comportamiento que exige el trabajo
<b>B= Ocasionalmente</b> lo aplica y/o cumple en los niveles y comportamiento que exige el trabajo
<b>C= Habitualmente</b> lo aplica y/o cumple en los niveles y comportamiento que exige el trabajo
<b>D= Casi siempre</b> lo aplica y/o cumple en los niveles y comportamiento que exige el trabajo
<b>E= Siempre</b> lo aplica y/o cumple en los niveles y comportamiento que exige el trabajo

### 2.03.03. Gestión operativa

La gestión operativa del proyecto se llevara a cabo como muestra en el siguiente diagrama analítico del proceso, donde se detalla las actividades que se realizan para la producción de ropa deportiva.

**Tabla 11**

Gestión Operativa

<b>Actividad</b>	<b>Tiempo</b>	<b>Observaciones</b>
<b>Recepción de materia prima</b>	60 minutos	Recepción de la tela, revisar la calidad
<b>Diseño</b>	30 minutos	Realizar el diseño de las prendas de vestir, analizar colores y formas
<b>Trazado</b>	20 minutos	Formar una plantilla base por donde se debe cortar la tela
<b>Cortado</b>	120 minutos	Corte de la tela para dar forma a cada una de las piezas para elaborar las prendas deportivas
<b>Cocido</b>	30 minutos	Dar acabados, revisión de la inexistencia de hilos sueltos, puesta de etiquetas
<b>Empacado</b>	5 minutos	Empaque en fundas, cajas de cartón
<b>Almacenado</b>	5 minutos	Almacenamiento de los productos terminado

**Fuente:** Análisis situacional, 2013

---

## 2.03.04. Gestión comercial

### 2.03.04.01. Producto

(AREVALO, Ropa Deportiva, 2012) Dice que:

La ropa de deporte o ropa deportiva es ropa específicamente creada para la práctica de deporte, tanto por los materiales y tecnologías empleadas como por el diseño, proporcionando a todos los deportista comodidad, seguridad y un mayor rendimiento. Además, la ropa de deporte es actualmente un producto de gran consumo y su uso va más allá de la práctica deportiva, habiéndose incorporado plenamente al mercado de la moda para uso casual o informal, alcanzado en ciertos casos el estatus de icono cultural.

La ropa de deporte es ropa diseñada para realizar ejercicio físico, incluyendo el calzado, existiendo ropa de deporte específica para la mayoría de deportes. Hay varias clases de ropa de deporte:

- Ropa: hay gran cantidad de prendas deportivas, algunas de uso general y otras para uso exclusivo en un único deporte, como camisetas, polos, pantalones cortos, chandals, sudaderas, trajes de baño, mallas cortas y largas, ropa interior, sujetadores deportivos, tops, ropa de lluvia, etc.
- Calzado: existe una amplia variedad de zapatillas de deporte, prácticamente todas las modalidades deportivas cuentan con modelos específicos, como running, trail running, ciclismo, fútbol, baloncesto, etc.

- Elementos protectores: muchos deportes precisan material de protección, como pueden ser guantes, gorras, cascos, tobilleras, espinilleras, coderas, suspensorios o ropa acolchada.

#### 2.03.04.02 Precio

La siguiente tabla detalla los precios del producto que se van a ofertar, el cual ha sido calculado tomando como referencia el costo de fabricación en relación a las camisetas y pantalones que se van a producir.

#### Camisetas

**Tabla 12**

Precio Camisetas

<b>Costo de fabricación</b>	<b>\$ 1.643,23</b>
<b>Costo unitario de fabricación</b>	<b>\$ 6,52</b>
<b>Precio de venta unitario</b>	<b>\$ 10,24</b>

**Fuente:** Estudio Financiero, 2013

#### Pantalones

**Tabla 13**

Precio Pantalones

<b>Costo de fabricación</b>	<b>\$ 1.601,23</b>
<b>Costo unitario de fabricación</b>	<b>\$ 8,80</b>
<b>Precio de venta unitario</b>	<b>\$ 13,90</b>

**Fuente:** Estudio Financiero, 2013

#### 2.03.04.03 Plaza

En el siguiente croquis se muestra en donde estará ubicada la microempresa Confecciones María de los Ángeles.



**Figura 2:** Plaza

**Fuente:** Análisis situacional, 2013

#### 2.03.04.04 Promoción

- Ofrecer un producto gratis por la compra de uno de nuestros productos.  
(almohadas o ropa para muñecas, dependiendo el caso)
- Por la compra de cualquier producto, ofrecer un descuento por la compra del segundo.
- Ofrecer un descuento del 10 al 15% a las personas que presenten un cupón que publiquemos en un diario o en una revista.
- Ofrecer un descuento de todos nuestros productos por ser el mes de nuestro aniversario o por ser una fecha especial relacionada con los productos que vendemos.

- Dar un pequeño regalo u obsequio por la compra de nuestros productos (preferiblemente que tenga el nombre impreso de nuestra empresa).

#### **2.03.04.04.01 Publicidad**

##### **2.03.04.04.01.01 Nombre de la empresa**

Confecciones María de los Ángeles.

##### **2.03.04.04.01.02 Logotipo**



**Figura 3:** Logotipo

**Fuente:** Análisis situacional, 2013

##### **2.03.04.04.01.03 Slogan**

Siempre pensando, en tu comodidad.

### 2.03.04.04.01.04 Material P.O.P.

### 2.03.04.04.01.05 Tarjeta de presentación

Vista frontal

Vista posterior



**Figura 4:** Tarjeta de presentación

**Fuente:** Análisis situacional, 2013

### 2.03.04.04.01.06 Hoja volante



**Figura 5:** Flyer

**Fuente:** Análisis situacional, 2013

### 2.03.04.04.01.07 Tríptico



**Confecciones**  
**Maria de los Angeles**  
 Siempre Pensando, en tu comodidad

**Confecciones**

*Te ofrecemos la mayor variedad en:  
 camisetos y calentadores*

Grandes descuentos y promociones te esperan.....

Camisetas para cada estilo  
 Pantalones de toda talla

Calidad, Comodidad y confiabilidad

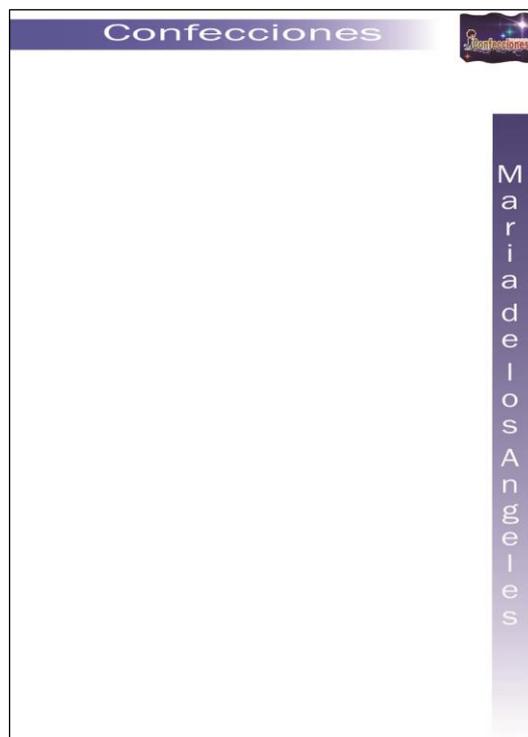
Lo mejor en comodidad,  
 para el deportista

Jennifer Rodriguez  
 Propietaria  
 Dir: El Condado, La Roldos. Calle D-22, Mz 80, Lote 8  
 Telf: 0984973396

**Figura 6:** Tríptico

**Fuente:** Análisis situacional

### 2.03.04.04.01.08 Hoja membretada



**Figura 7:** Hoja membretada

**Fuente:** Análisis situacional, 2013

### 2.03.04.04.02.01 Merchandising

### 2.03.04.04.02.02 Camiseta



**Figura 8:** Camiseta

**Fuente:** Análisis situacional, 2013

### 2.03.04.04.02.03 Esfero



**Figura 9:** Esfero

**Fuente:** Análisis situacional, 2013

### 2.03.04.04.02.04 Carpeta



**Figura 10:** Carpeta

**Fuente:** Análisis situacional, 2013

#### 2.03.04.04.02.05 Jarros



**Figura 11:** Jarros

**Fuente:** Análisis situacional, 2013

### 2.04 Análisis FODA

“FODA (en inglés SWOT), es la sigla usada para referirse a una herramienta analítica que le permitirá trabajar con toda la información que posea sobre su negocio, útil para examinar sus Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas” (STRICKLAND, 2012, p. 5)

#### 2.04.01 Fortalezas

**Tabla 14**

Fortalezas

N°	Fortalezas	Impacto		
		Alto	Medio	Bajo
1	Propuesta estratégica	X		
2	Gestión administrativa	X		
3	Gestión operativa	X		
4	Gestión comercial		X	

**Fuente:** Análisis situacional, 2013

## 2.04.02 Oportunidades

**Tabla 15**

Oportunidades

N°	Oportunidades	Impacto		
		Alto	Medio	Bajo
1	Producto Interno Bruto (PIB)	X		
2	Tasa Pasiva		X	
3	Balanza Comercial		X	
4	Moda		X	
5	Aranceles		X	
6	Impuesto a la Renta		X	
7	Ley de Protección al Artesano		X	
8	Adquisición de Maquinaria		X	
9	Clientes	X		
10	Proveedores	X		

**Fuente:** Análisis situacional, 2013

## 2.04.03 Amenazas

**Tabla 16**

Amenazas

N°	Amenazas	Impacto		
		Alto	Medio	Bajo
1	Inflación		X	
2	Tasa Activa	X		
3	Desempleo			X
4	Competidores	X		
5	Productos sustitutos	X		

**Fuente:** Análisis situacional, 2013

## CAPITULO III

### 3. ESTUDIO DE MERCADO

#### 3.01 ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR

El estudio del comportamiento del consumidor resulta sumamente complejo a causa de la multitud de variables en cuestión y su tendencia a interactuar entre sí y a ejercer una influencia recíproca. Se han diseñado modelos del comportamiento del consumidor. Estos modelos sirven para organizar nuestras ideas relativas a los consumidores en un todo congruente, al identificar las variables pertinentes, al descubrir sus características fundamentales y al especificarlas como las variables se relacionan entre sí. (RAMIREZ, 2012)

##### 3.01.01. Determinación de la población y muestra

###### **Población**

“Se le llama población a la cantidad total de cualquier conjunto completo de datos, objetos, individuos o resultados que tenga alguna característica en común que se va a observar o analizar en un problema o experimento” (VILLEGAS, 2012, p. 2).

## Posibles compradores

Los Centros Comerciales Populares (CCP) son administrados por la Agencia de Coordinación Distrital del Comercio a través de su Dirección de Centros Comerciales Populares y se han convertido en una alternativa popular para la ciudadanía del Distrito y del país para comprar y ahorrar.

(DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2013) Forma una lista de los centros comerciales en el centro histórico de Quito los cuales son:

- Centro Comercial Hermano Miguel: En sus 1.600 locales se puede encontrar toda clase de mercadería nacional e importada, artículos para el hogar, ropa escolar y colegial, zapatos infantiles, juveniles y toda la familia.
- Centro Comercial Granada: En sus locales distribuidos en cinco niveles se adquiere la tradicional artesanía y ropa de la Sierra. También hay calzado escolar, colegial, casual y deportivo, ropa infantil, juvenil y para toda la familia, mochilas, chompas, artículos de cuero, en el último nivel dispone de un completo patio de comidas.
- Centro Comercial Ipiales Mires: Dispone de ropa para todas las edades, zapatos escolares y colegiales, celulares, papelería, cosméticos al por mayor y menor. Cuenta además, con cajero automático, patio de comidas y una agencia municipal para el pago de las planillas de agua y de luz.
- Centro Comercial El Tejar: Con más de 1.200 locales distribuidos en sus tres niveles, ofrece a su clientela toda clase de artículos como: ropa, zapatos, medias,

blusas; tiene un patio de comidas para los visitantes, cuenta con un servicio de cajeros automáticos, cabinas telefónicas y parqueadero propio.

- Centro Comercial La Merced: Tiene a disposición de su clientela: salas de belleza, estudios fotográficos, imprentas, cortinas, recuerdos, estampados, ropa infantil, juvenil y para toda edad. En su segunda planta cuenta con un amplio patio de comidas para el mejor paladar.
- Centro Comercial Montufar: En sus ocho niveles y 397 locales encontrará variedad de mercadería a los mejores precios: celulares, ropa escolar, colegial y casual, calzado para toda edad y en su último nivel un patio de comidas.

#### **Determinación de la muestra.**

La información se obtiene de un grupo representativo del universo de consumidores. Por cuestiones económicas, en la mayoría de los casos es muy difícil entrevistar a todos los consumidores, por lo que primero se determina el tamaño de la muestra y después se procede a elegir el método de muestreo. (RAMIREZ, 2012)

#### **Determinación de la muestra:**

El presente proyecto tiene como posibles compradores a los locales que su giro de negocio sea de la compra y venta al por mayor y menor de ropa deportiva, ubicados en los centros comerciales del ahorro, en el centro histórico de Quito.

#### **Locales en el centro histórico: 104 VER ANEXO 2**

FÒRMULA:

$$n = \frac{N}{(N - 1)E^2 - 1}$$

Dónde:

n: tamaño de la muestra

N: Población

E<sup>2</sup>: margen de error que es del 5%

Al tener un bajo nivel de locales dedicados a la comercialización de ropa deportiva, no es necesario aplicar la fórmula para determinar la muestra, por tanto se ha decidido tomar el total de los locales existentes en el sector.

### **3.01.02. Técnicas de obtención de información**

“La recolección de información debe realizarse utilizando un proceso planeado paso a paso, para que de forma coherente se pueda obtener resultados que contribuyan favorable al logro de los objetivos propuestos” (GALLARDO, 2009, p. 26).

#### **3.01.02.01. La encuesta**

“Investigación realizada sobre una muestra de sujetos representativa de un colectivo más amplio, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación con intención de obtener mediciones cuantitativas” (GALLARDO, 2009, p. 28).

### 3.01.02.02. Modelo de la encuesta

Nombre o Razón Social del Negocio:

Dirección:

#### Encuesta

#### Objetivo:

La presente encuesta es de exclusivo uso académico y esta designado con el objetivo de evaluar el grado de las diferentes preferencias y expectativas que tiene la sociedad sobre la compra de ropa deportiva.

- 1. ¿Estaría usted de acuerdo con la implementación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de ropa deportiva en el sector norte del distrito metropolitano de quito?**

Si  No

- 2. ¿Con que frecuencia adquiere usted ropa deportiva para ofertar en su negocio?**

Quincenal  Mensual   
 Bimestral  Otros: .....

- 3. ¿Cuál es el precio más demandado por una prenda de ropa deportiva, en su negocio?**

\$8.00 - \$10.50  \$10.51 - \$15.00   
 \$16.00 - \$20.00  \$21.00 - \$25.00   
 Más de \$25.00

4. ¿Cree usted que es convenientes ofertar en su negocio ropa de marca?

Si

No

5. ¿Cuáles son los aspectos más relevantes que toma a consideración al momento de ofertar ropa deportiva en su negocio?

Precio  Calidad

Diseño  Marca

6. De las siguientes prenda deportivas ¿cuál es la más demanda en su negocio?

Pantalón  Camisetas

Chompas  Otro: \_\_\_\_\_

7. De las prendas deportivas ofertadas en su negocio ¿Cuál es el material más demandado en su negocio?

Algodón  Lycra

Nylon  Poliéster

8. ¿En qué cantidad realiza usted pedidos de mercadería para ofertar en su negocio?

Menos de 60  60 -110

111 - 160  Más de 160

**9. ¿Cuáles de estas marcas de ropa es el más demandado en su negocio?**

Puma  Adidas

Golfing  Otros

**10. En su negocio ¿Cuál es el género que más ropa deportiva compra?**

Hombre  Mujer

**"MUCHAS GRACIAS"**

## Análisis de la información

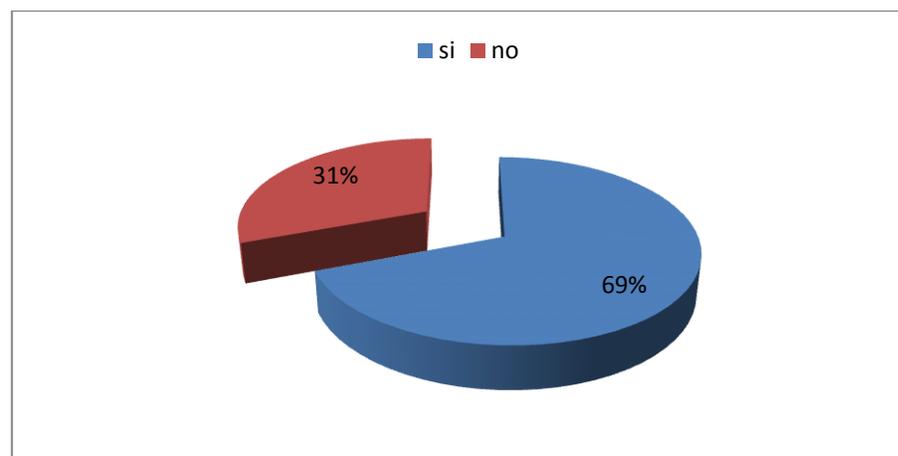
1. ¿Estaría usted de acuerdo con la implementación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de ropa deportiva en el sector norte del distrito metropolitano de Quito?

**Tabla 17**

Pregunta 1

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
<b>Si</b>	72	69%
<b>No</b>	32	31%
<b>Total</b>	104	100%

Fuente: Encuesta, 2013



**Figura 12:** Pregunta 1

Fuente: Encuesta, 2013

El 69% de los negocios encuestados en el Centro Histórico de Quito han expresado estar de acuerdo en que se incorpore una empresa que se dedique a la elaboración y comercialización de ropa deportiva en el sector de la Roldos, pues esto les permite tener un proveedor cerca de su micro-empresa.

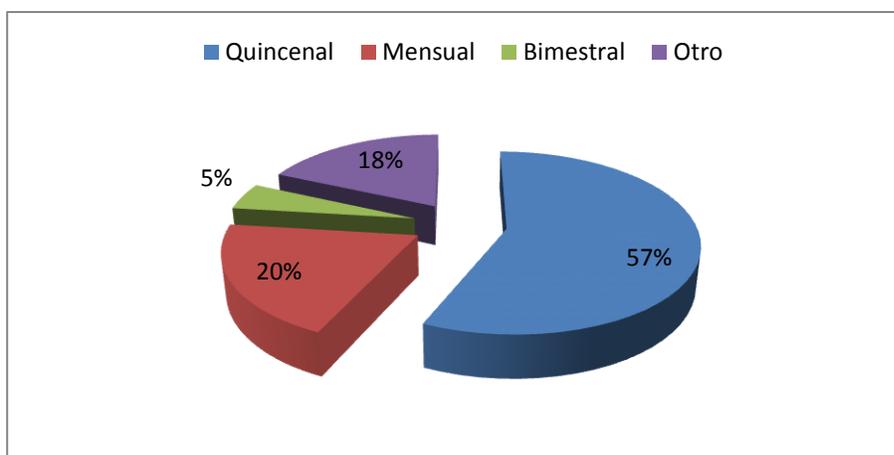
2. ¿Con que frecuencia adquiere usted ropa deportiva para ofertar en su negocio?

**Tabla 18**

Pregunta 2

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Quincenal	59	57%
Mensual	21	20%
Bimestral	5	5%
Otro	19	18%
<b>Total</b>	<b>104</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta, 2013



**Figura 13:** Pregunta 2

Fuente: Encuesta, 2013

Los resultados de la encuesta realizada demuestran que el 57% de los negocios adquieren del producto para ofertar a sus clientes de manera quincenal por lo que la empresa debe mantener un nivel de producción constante, pensando en abastecer la demanda existente en el mercado.

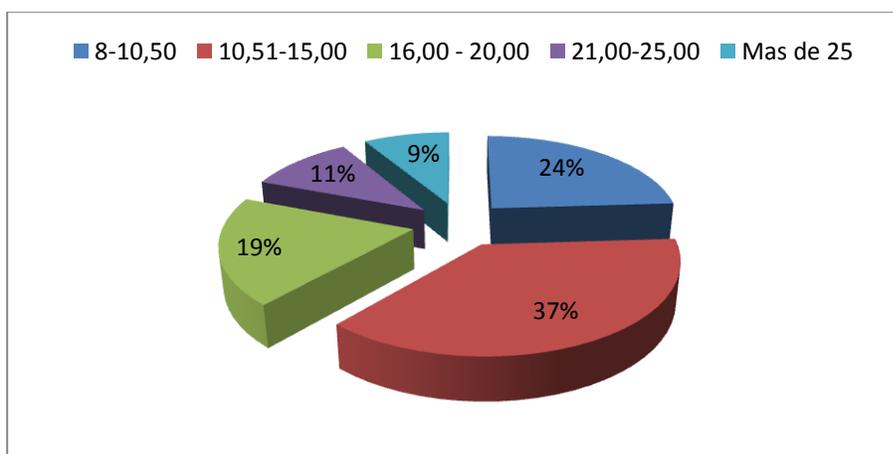
3. ¿Cuál es el precio más demandado por una prenda de ropa deportiva, en su negocio?

**Tabla 19**

Pregunta 3

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
<b>8-10,50</b>	25	24%
<b>10,51-15,00</b>	39	38%
<b>16,00 - 20,00</b>	20	19%
<b>21,00-25,00</b>	11	11%
<b>Más de 25</b>	9	9%
<b>Total</b>	104	100%

**Fuente:** Encuesta, 2013



**Figura 14:** Pregunta 3

**Fuente:** Encuesta, 2013

El 37 % de los dueños de cada negocio encuestado han declarado que el precio más elegido por una prenda de ropa deportiva (camisetas y pantalones) rodea entre los \$ 10.51 y \$ 15.00 dólares, por lo que la empresa deberá manejar un precio comprendido en dichos rangos.

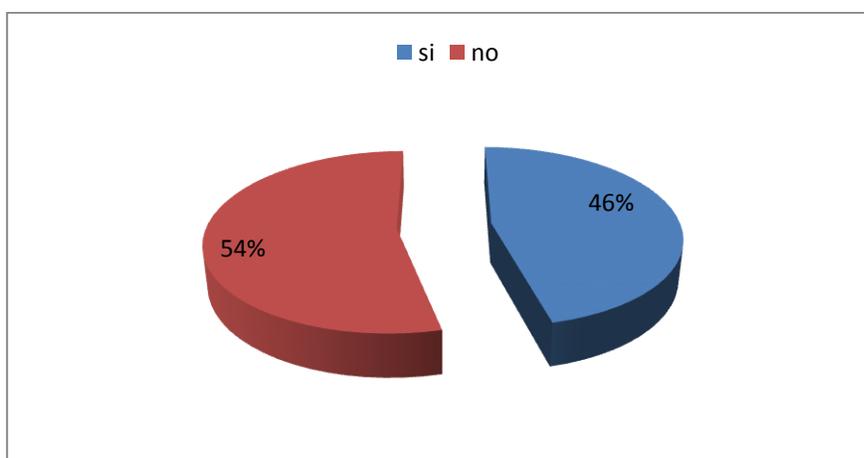
#### 4. ¿Cree usted que es convenientes ofertar en su negocio ropa de marca?

**Tabla 20**

Pregunta 4

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
<b>Si</b>	48	46%
<b>No</b>	56	54%
<b>Total</b>	104	100%

**Fuente:** Encuesta, 2013



**Figura 15:** Pregunta 4

**Fuente:** Encuesta, 2013

El 54% de los negocios encuestados han expresado que no es tan importante ofertar una prenda deportiva de marca reconocida, sin embargo es necesario tomar en cuenta que no existe una diferencia significativa en relación a la distinta opción presentada en la encuesta.

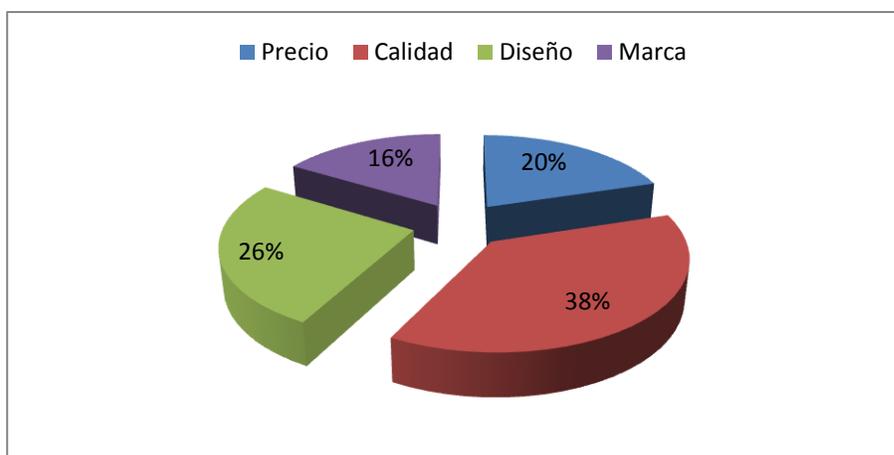
**5. ¿Cuáles son los aspectos más relevantes que toma a consideración al momento de ofertar ropa deportiva en su negocio?**

**Tabla 21**

Pregunta 5

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
<b>Precio</b>	21	20%
<b>Calidad</b>	39	38%
<b>Diseño</b>	27	26%
<b>Marca</b>	17	16%
<b>Total</b>	104	100%

**Fuente:** Encuesta, 2013



**Figura 16:** Pregunta 5

**Fuente:** Encuesta, 2013

Los 38% de los dueños de los negocios encuestados han determinado que la calidad es el aspecto que más relevante al momento de adquirir una prenda deportiva para ofertarlo al cliente, el precio con un 26% es el segundo factor más relevante al momento de ofertar el producto en sus locales comerciales, siendo el diseño con 20% el tercer elemento y la marca con 16% el componente menor tomado en cuenta.

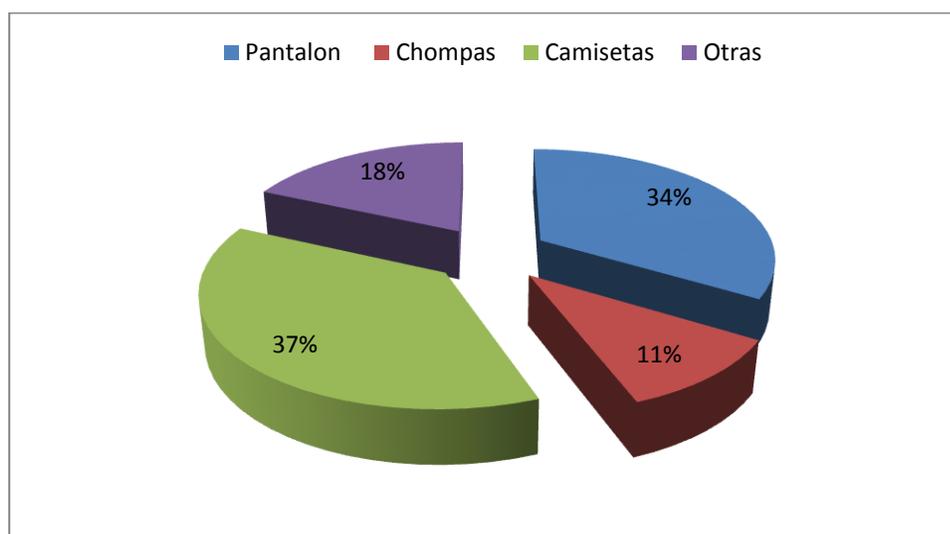
## 6. De las siguientes prendas deportivas ¿cuál es la más demanda en su negocio?

**Tabla 22**

Pregunta 6

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
<b>Pantalón</b>	35	34%
<b>Chompas</b>	11	11%
<b>Camisetas</b>	39	37%
<b>Otras</b>	19	18%
<b>Total</b>	104	100%

Fuente: Encuesta, 2013



**Figura 17:** Pregunta 6

Fuente: Encuesta, 2013

La prenda de vestir (deportivas) más demandado son las camisetas (37%), seguido de los pantalones (34%), por lo que la empresa deberá dedicar sus esfuerzos a la producción de estos productos, con el objetivo de satisfacer la necesidad existente, tomando en cuenta que no existe gran margen de diferencia con las demás prendas como chompas (18%) y otras como pantalonetas (11%).

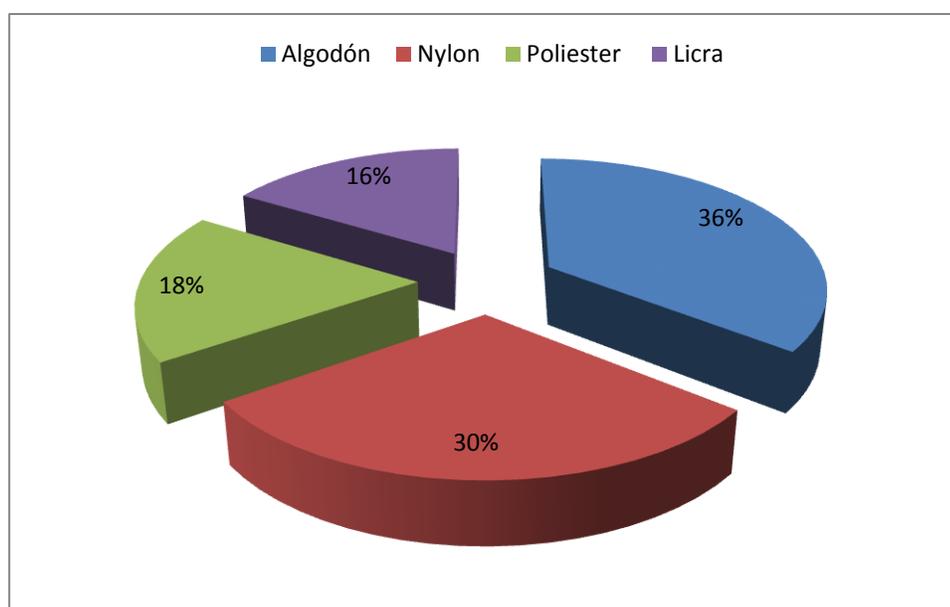
**7. De las prendas deportivas ofertadas en su negocio ¿Cuál es el material más demandado en su negocio?**

**Tabla 23**

Pregunta 7

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Algodón	37	36%
Nylon	31	30%
Poliéster	19	18%
Licra	17	16%
<b>Total</b>	<b>104</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta, 2013



**Figura 18:** Pregunta 7

Fuente: Encuesta, 2013

El tipo de tela más demandado y ofertado en los diferentes negocios comercializadoras de ropa es el algodón (36%), seguido del nylon (30%), el poliéster (18%) y el licra (16%), por lo que la empresa debe tener en cuenta trabajar con estos diferentes materiales en la fabricación de sus prendas deportivas.

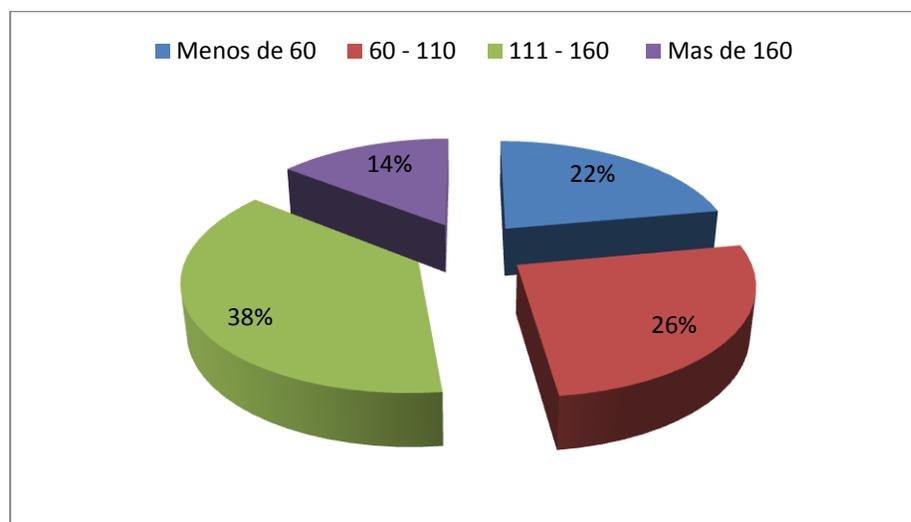
**8. ¿En qué cantidad realiza usted pedidos de mercadería para ofertar en su negocio?**

**Tabla 24**

Pregunta 8

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 60	23	22%
60 - 110	27	26%
111 - 160	39	38%
Más de 160	15	14%
<b>Total</b>	<b>104</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta, 2013



**Figura 19:** Pregunta 8

**Fuente:** Encuesta, 2013

Los resultados de la encuesta realizada dan a conocer que los dueños de los diferentes negocios adquieren el producto en cantidades de 111 – 160 (38%), de 60 – 110 (26%). Por lo que se debe mantener un nivel de producción pensando en satisfacer esta necesidad, sin olvidar que el 22% los adquieren en cantidades de menos de 60 y el 14% en cantidades de más de 160.

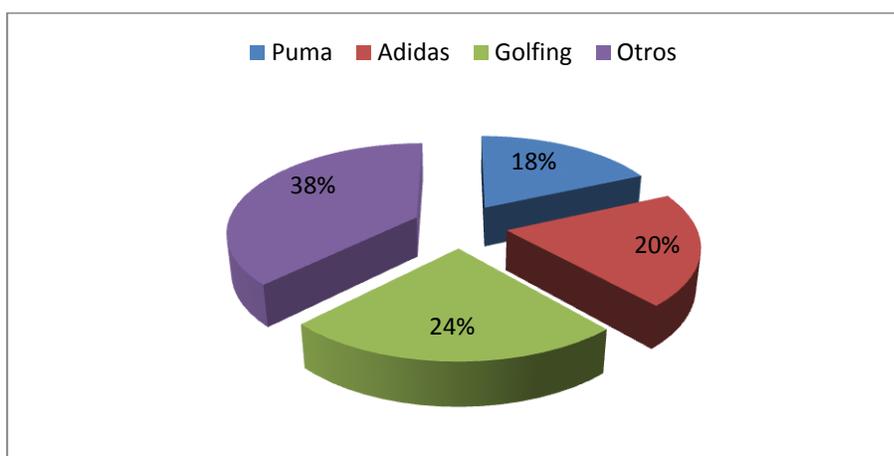
## 9. ¿Cuáles de estas marcas de ropa es el más demandado en su negocio?

**Tabla 25**

Pregunta 9

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
<b>Puma</b>	19	18%
<b>Adidas</b>	21	20%
<b>Golfing</b>	25	24%
<b>Otros</b>	39	38%
<b>Total</b>	104	100%

Fuente: Encuesta, 2013



**Figura 20:** Pregunta 9

Fuente: Encuesta, 2013

En el mercado ecuatoriano existe una gran variedad de marcas de ropa deportiva, el 38% de los dueños de los locales encuestados han manifestado que no existe preferencia de marcas al momento de ofertar el producto, teniendo en cuenta que las marcas con más presencia en el mercado local es Golfing (24%), Adidas (20%) y Puma (18%).

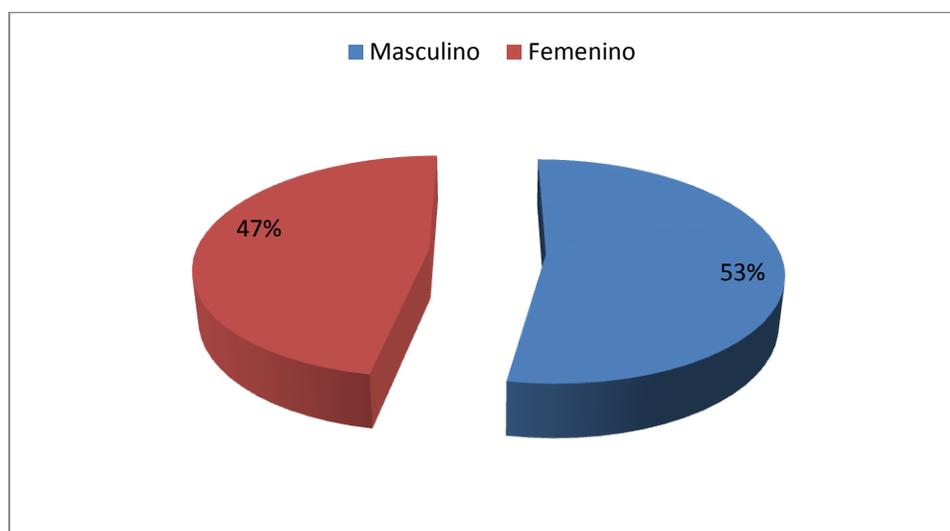
## 10. En su negocio ¿Cuál es el género que más ropa deportiva compra?

**Tabla 26**

Pregunta 10

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
<b>Masculino</b>	55	53%
<b>Femenino</b>	49	47%
<b>Total</b>	104	1

**Fuente:** Encuesta, 2013



**Figura 21:** Pregunta 10

**Fuente:** Encuesta

Los resultados de la encuesta realizada demuestran que el género masculino (53%) es el género que más adquieren ropa deportiva, tomando en cuenta que no existe gran diferencia de porcentajes en relación con el género femenino (47%).

### 3.02 OFERTA

La oferta es la cantidad de bienes o servicios que se ofrecen (venden) a distintos precios en un momento determinado. (RAMIREZ, 2012)

#### 3.02.01 Oferta histórica

La oferta histórica está enfocada a las diferentes prendas deportivas que son ofertadas en los diversos centros comerciales y tiendas de ropa deportiva ubicadas en el sector norte de la provincia de pichincha.

**Tabla 27**

Oferta Histórica

Año	Oferta Histórica en prendas deportivas	\$
2008	3574	\$ 53.610,00
2009	3686	\$ 55.293,35
2010	3802	\$ 57.029,57
2011	3921	\$ 58.820,29
2012	4044	\$ 60.667,25

Fuente: INEC, 2010



**Figura 22:** Oferta

Fuente: INE, 2010

## Análisis

Durante los últimos cinco años la oferta de ropa deportiva en la provincia de pichincha ha tenido una tendencia a crecer, pues en el gobierno ecuatoriano con el objetivo de transformar al Ecuador en un país industrializado, ha realizado incentivos productivos al sector textil.

### 3.02.02 Oferta actual

La investigación realizada proporcionó como resultado que la oferta actual está clasificado en fabricantes nacionales e importadores de ropa deportiva. Dentro de los fabricantes nacionales e importadores con más presencia en el mercado local se encuentran Puma, Golfing, Adidas, Nike, entre otras.

**Tabla 28**

Oferta Actual

Año	Oferta actual en prendas deportivas	\$
2013	4171	\$ 62.572,20

Fuente: INEC, 2010

### 3.02.03 Oferta proyectada

La proyección de la oferta ha sido calculada tomando en cuenta el PIB sectorial, el cual nos ha permitido determinar la proyección de la oferta en la provincia de pichincha.

Tabla 29

Oferta Proyectada

Año	Oferta proyectada en prendas deportivas	\$
2014	4438	\$ 55.469,53
2015	4577	\$ 57.211,27
2016	4721	\$ 59.007,70
2017	4869	\$ 60.860,54
2018	5022	\$ 62.771,57

Fuente: Estudio de mercado, 2013

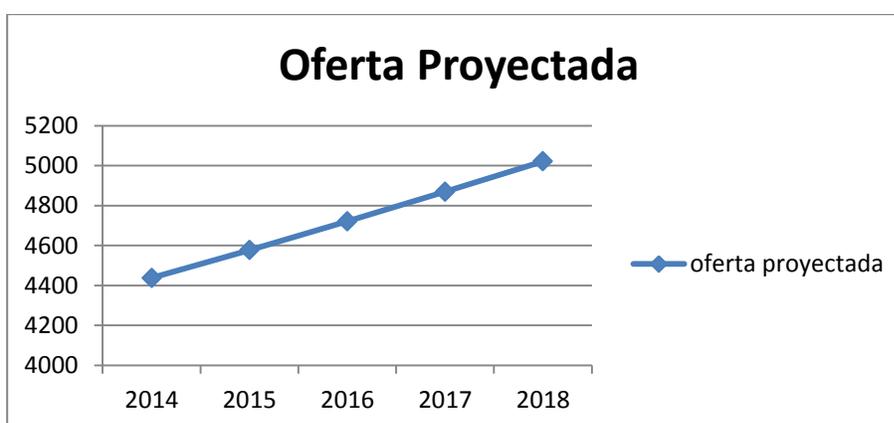


Figura 23: Oferta proyectada

Fuente: Estudio de mercado, 2013

El esquema muestra la oferta proyectada, es importante conocer este dato de antemano ya que muestra cual debe ser la oferta de nuestro producto en el mercado nacional, con el objetivo de satisfacer la necesidad existente por parte de los clientes.

### 3.03 DEMANDA

Se entiende por demanda a la cantidad de productos (bienes y servicios) que los consumidores están dispuestos a adquirir a un precio determinado con la finalidad de satisfacer una necesidad específica. (HERNANDEZ A. , 2010)

### 3.03.01 Demanda histórica

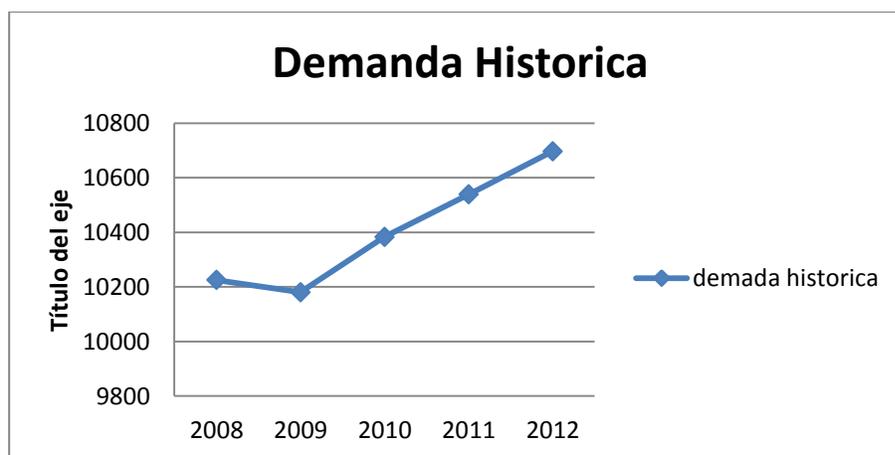
En la siguiente tabla se indica detalladamente la demanda de ropa deportiva en el sector de centro-norte de Quito

**Tabla 30**

Demanda Histórica

Año	Demanda histórica en prendas deportivas	\$
2008	10225	\$ 153.375,00
2009	10180	\$ 152.700,00
2010	10383	\$ 155.745,00
2011	10539	\$ 158.081,18
2012	10697	\$ 160.452,39

Fuente: INEC, 2010



**Figura 24:** Demanda histórica

Fuente: INEC, 2010

En los últimos años ha ido incrementando la demanda en el sector norte del distrito metropolitano de Quito, pues en los últimos años se ha ido promoviendo la importancia de hacer deporte por lo que la sociedad ha buscado la adecuada comodidad para hacer cualquier actividad física.

### 3.03.02 Demanda actual

Para el cálculo de la demanda actual se ha considerado el número de prendas que se vende y un precio referencial que son relacionarlas con establecimientos como: tiendas de ropa deportivas y centros comerciales, permitiéndonos obtener la demanda actual correspondiente.

**Tabla 31**

Demanda Actual

Año	Demanda actual en prendas deportivas	\$
2013	10795	\$ 161.931,50

Fuente: INEC, 2010

### 3.03.03 Demanda proyectada

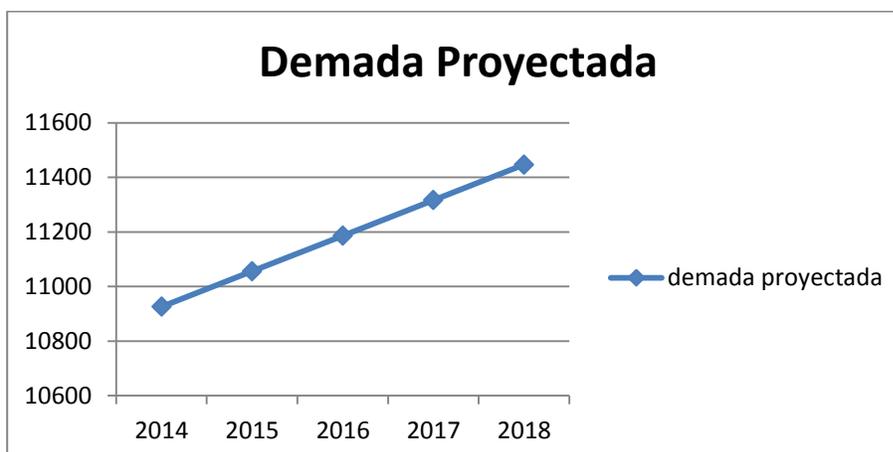
La demanda proyectada se tomó en cuenta en relación a las compras de prendas deportivas y miles de dólares anuales, desde el año 2014 hasta el 2018.

**Tabla 32**

Demanda Proyectada

Año	Demanda proyectada en prendas deportivas	\$
2014	10926	\$ 163.885,10
2015	11056	\$ 165.838,69
2016	11186	\$ 167.792,29
2017	11316	\$ 169.745,89
2018	11447	\$ 171.699,48

Fuente: Estudio de mercado, 2013



**Figura 25:** Demanda proyectada

**Fuente:** Estudio de mercado, 2013

Con el cálculo de la demanda proyectada podemos observar el nivel de aceptación y adquisición que tendrá el producto por parte de la sociedad, en el sector centro-norte del Distrito Metropolitano de Quito.

### **3.04 BALANCE OFERTA-DEMANDA**

Para determinar la demanda insatisfecha, se tomó en cuenta los datos proyectados tanto de la demanda como de la oferta. Es importante determinar el balance entre la oferta y demanda, estableciendo de esta forma la brecha existente, denominada demanda insatisfecha.

Tabla 33

Demanda Insatisfecha

Año	D. proyectada	O. proyectada	D. insatisfecha	\$ Insatisfecha
2014	10926	4437,56	6488	\$ 97.321,67
2015	11056	4576,90	6479	\$ 97.185,17
2016	11186	4720,62	6466	\$ 96.983,05
2017	11316	4868,84	6448	\$ 96.713,23
2018	11447	5021,73	6425	\$ 96.373,60

Fuente: Estudio de mercado, 2013

## Análisis oferta – demanda (Precio)

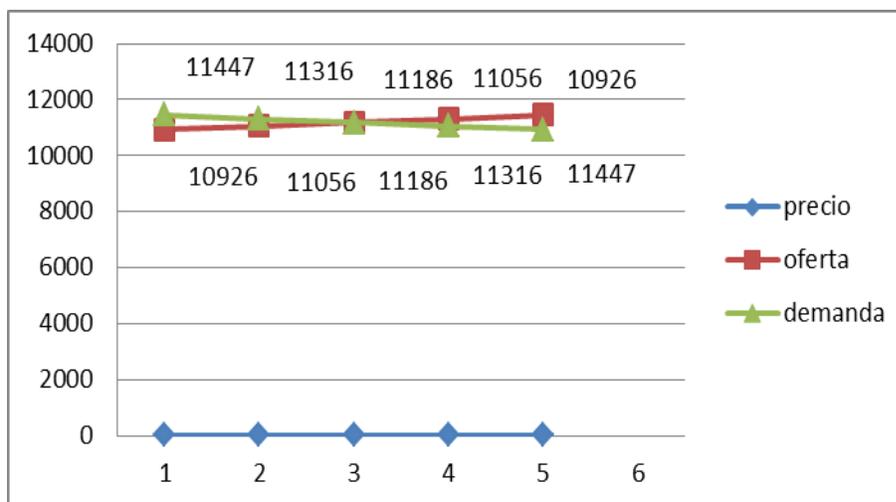


Figura 26: Análisis oferta – demanda

Fuente: Encuesta

## Análisis

El gráfico muestra la relación que existe entre la oferta y la demanda, tomando para este análisis el precio que se va a ofertar, en el que se puede apreciar en que al aumentar este la oferta aumenta y por el contrario el aumento del mismo trae como consecuencia una baja en la demanda.

## CAPITULO IV

### 4. ESTUDIO TÉCNICO

#### 4.01 TAMAÑO DEL PROYECTO

“Hace referencia a la capacidad de producción de un bien o de la prestación de un servicio durante la vigencia del proyecto” (MIRANDA, 2005, pág. 119)

##### 4.01.01 Capacidad instalada

El presente proyecto contara con un terreno que consta de (20m x 15m) 300 m<sup>2</sup>.

El siguiente cuadro indica la capacidad instalada que tiene la infraestructura, así como el porcentaje de utilización y la eficiencia en el nivel de producción

**Tabla 34**

Capacidad Instalada

	5 días	8 horas	1 turno	182 pantalones y 252 camisetas quincenales
Capacidad instalada				
Capacidad instalada	560			
Producción real	299			
capacidad efectiva	308			
Utilización	53%			
Eficiencia	97%			

**Fuente:** Estudio técnico, 2014

**Producción real.-** “es la producción real que puede obtenerse cuando los recursos productivos son usados al máximo”. (NAFINZA, 2004, p. 6)

**La Capacidad efectiva.-** “Es la capacidad que las compañías esperan lograr en el proceso de producción” (MORENO, 2014)

**Utilización.-** “Es el por ciento de capacidad de diseño alcanzado” (MORENO, 2014)

**Eficiencia.-** “Es el por ciento de capacidad efectiva alcanzado” (MORENO, 2014)

#### 4.01.02 Capacidad óptima

El presente proyecto estará dividido en una edificación con medidas de 17m de largo x 12m de ancho (204 m<sup>2</sup>)

**Tabla 35**

Capacidad óptima

Áreas	Longitud
Área administrativa	5m x 3m
Área de despacho	5m x 3m
Área de recepción de materiales	4m x 4m
Control de calidad	4m x 6m
Producción	8m x 8m
Bodega	6 m x 3,5m
Baño	3m x 3,5m

Fuente: Estudio técnico, 2014

#### 4.02 LOCALIZACIÓN

“Consiste en analizar las variables consideradas como factores de localización, las que determinan el lugar donde el proyecto logra la máxima utilidad o el mínimo costo de producción” (EROSA, 2004, p. 78)

#### 4.02.01 Macro localización

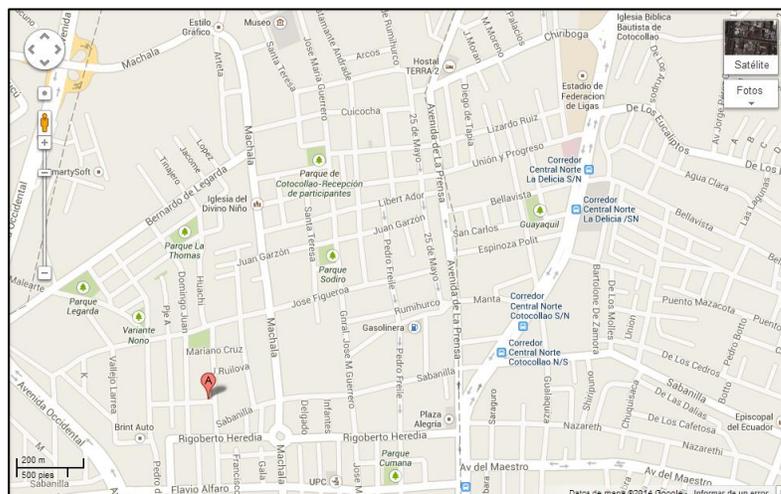
A la selección del área donde se ubicará el proyecto se le conoce como Estudio de Macro localización. Para una planta industrial, los factores de estudio que inciden con más frecuencia son: el Mercado de consumo y la Fuentes de materias primas (Eliss, 2013, pág. 2)

**Tabla 36**

Macro localización

País	<b>Ecuador</b>
Provincia	<b>Pichincha</b>
Cantón	<b>Quito</b>
Parroquia	<b>Cotocollao</b>

**Fuente:** Estudio técnico, 2014



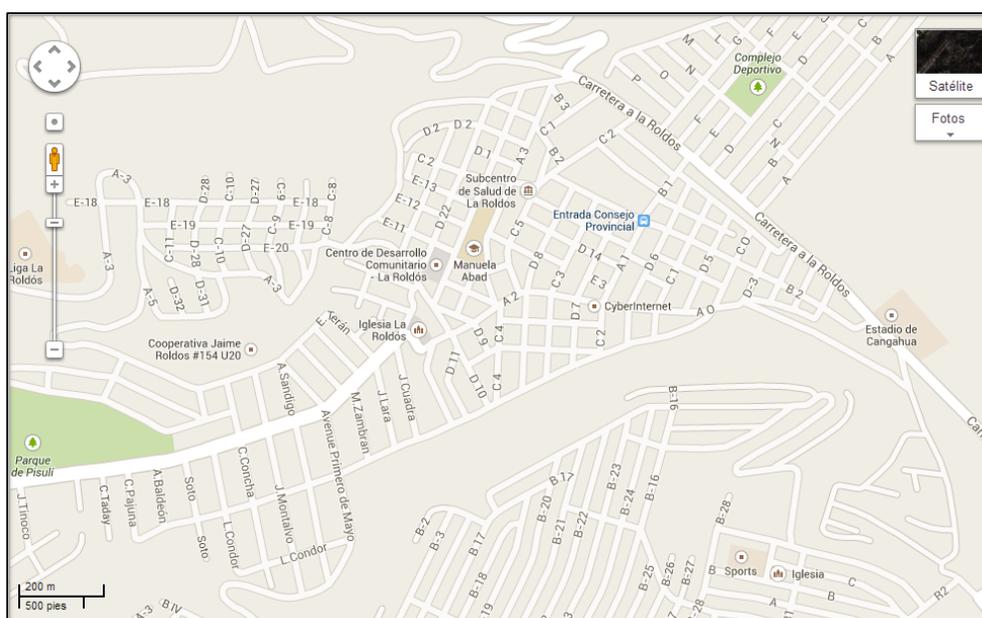
**Figura 27:** Macro localización

**Fuente:** Estudio técnico

#### 4.02.02 Micro localización

Es el estudio que se hace con el propósito de seleccionar la comunidad y el lugar exacto para instalar la planta industrial, siendo este sitio el que permite cumplir con los objetivos de lograr la más alta rentabilidad o producir al mínimo costo unitario (VARGAS J. , 2013, p. 1)

#### Mapa



**Figura 28:** Micro localización

**Fuente:** Estudio técnico, 2014

#### 4.02.03 localización óptima

“La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital” (ORDOÑEZ, 2011, p. 1)

## Matriz de factores relevantes

**Tabla 37**

Matriz de Factores Relevantes

Factores	Ponderación	Lugar	
		Calificación	Total
Costo de renta	0,15	9	1,35
Cercanía al mercado	0,20	9	1,8
Infraestructura	0,10	9	0,9
Seguridad	0,10	10	1
Medio de transporte	0,10	6	0,6
Mano de obra	0,10	10	1
Materia prima	0,10	8	0,8
Estacionamiento	0,15	8	0,4
Total	<b>1,00</b>	<b>76,00</b>	<b>8,55</b>

Fuente: Estudio técnico

## 4.03 INGENIERÍA DEL PROYECTO

### 4.03.01 Definición del producto

“Hoy en día la ropa deportiva está diseñada para ser transpirable, ligera y para permitir que el sudor se evapore rápidamente de la piel durante en el ejercicio”

(AREVALO, 2012)

“La ropa deportiva es fabricada con fibras sintéticas como el polipropileno o fibras naturales como la lana. El diseño de la ropa, incluyendo el ajuste, el tejido y el color, también influyen en la capacidad del material para mantenerse fresco durante los entrenamientos” (AREVALO, 2012)

La ropa deportiva es específicamente creada para la práctica de deporte, tanto por los materiales y la tecnología empleada como por el diseño, proporcionando la deportista comodidad, seguridad y un mayor rendimiento. Además, la ropa de deporte es actualmente un producto de gran consumo y su uso va más allá de la práctica deportiva, habiéndose incorporado plenamente al mercado de la moda para uso casual o informal, alcanzado en ciertos casos el estatus de icono cultura. (AREVALO, 2012)

El terno deportivo es un producto que se obtiene con la transformación de materia prima, las cuales son: tela, los hilos, otros.

#### **Características:**

- **Transpirabilidad:** la ropa de deporte debe ser transpirable y debe ser capaz de transferir el sudor hacia el exterior alejándolo de la piel.
- **Secado:** deben ser prendas de secado rápido, tanto para la humedad procedente del exterior por la lluvia como la procedente del sudor, para lo cual debe emplearse tejidos que absorban poca humedad.
- **Impermeabilidad:** para practicar deporte bajo la lluvia es necesario vestir prendas impermeables, pero deben emplearse tejidos que sean a la vez transpirables para evitar la condensación del sudor.

- **Comodidad:** la comodidad de la ropa de deporte es un aspecto básico. En algunos deportes como golf o tenis se busca ropa amplia y holgada, mientras que en otros como ciclismo o patinaje se utilizan prendas elásticas muy ajustadas por motivos de aerodinámica.

#### 4.03.02 Distribución de planta

##### 4.03.02.01 Códigos de cercanía

**Tabla 38**

Códigos de Cercanía

<b>A</b>	<b>Absolutamente necesario que este cerca</b>
<b>E</b>	Especialmente que este cerca
<b>I</b>	Importante que este cerca
<b>O</b>	Cercanía ordinaria
<b>U</b>	Sin importancia
<b>X</b>	Cercanía indiferente

**Fuente:** Estudio técnico, 2014

##### 4.03.02.02 Factores del proceso

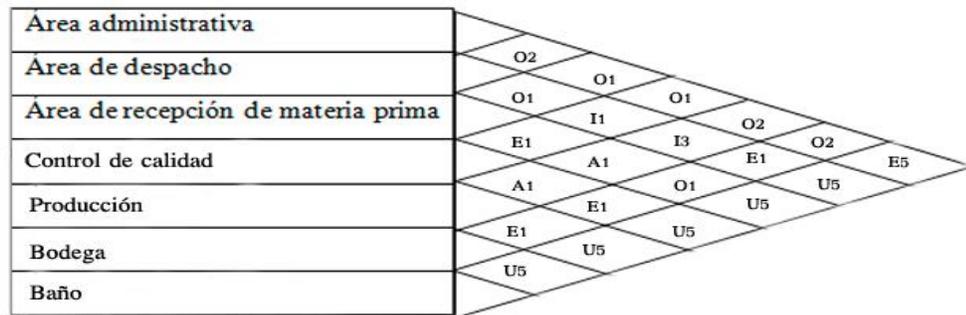
**Tabla 39**

Factores Relevantes

<b>1</b>	<b>Por proceso</b>
<b>2</b>	Por gestión administrativa
<b>3</b>	Ruido
<b>4</b>	Precaución
<b>5</b>	Higiene

**Fuente:** Estudio técnico, 2014

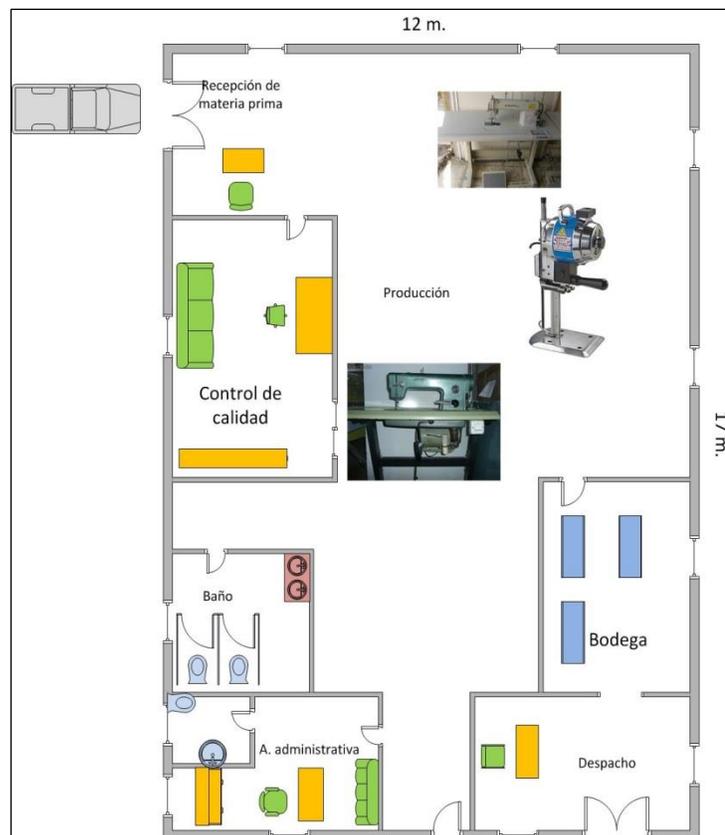
### 4.03.02.03 Matriz triangular



**Figura 29:** Matriz triangular

**Fuente:** Estudio técnico, 2014

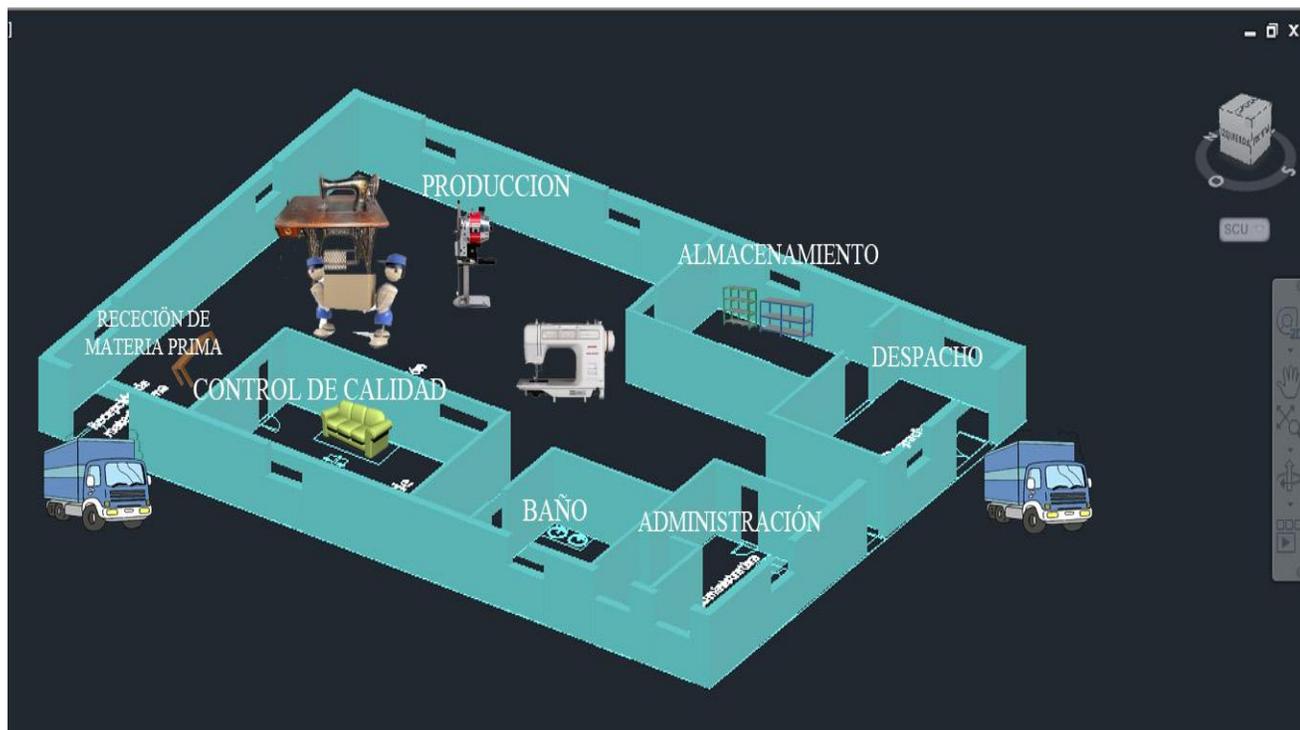
### 4.03.02.04 Plano



**Figura 30:** Plano

**Fuente:** Estudio técnico, 2014

### Plano 3D



**Figura 31:** Plano 3D

**Fuente:** Estudio técnico, 2014

### Oshas

Muchas organizaciones implantan un sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo (SGSST) como parte de su estrategia de gestión de riesgos para adaptarse a los cambios legislativos y proteger a su personal. Un sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo (SGSST) fomenta los entornos de trabajo seguros y saludables al ofrecer un marco que permite a la organización identificar y controlar coherentemente sus riesgos de salud y seguridad, reducir el potencial de accidentes, apoyar el cumplimiento de las leyes y mejorar el rendimiento en general. (BSIGROUP, 2013 )

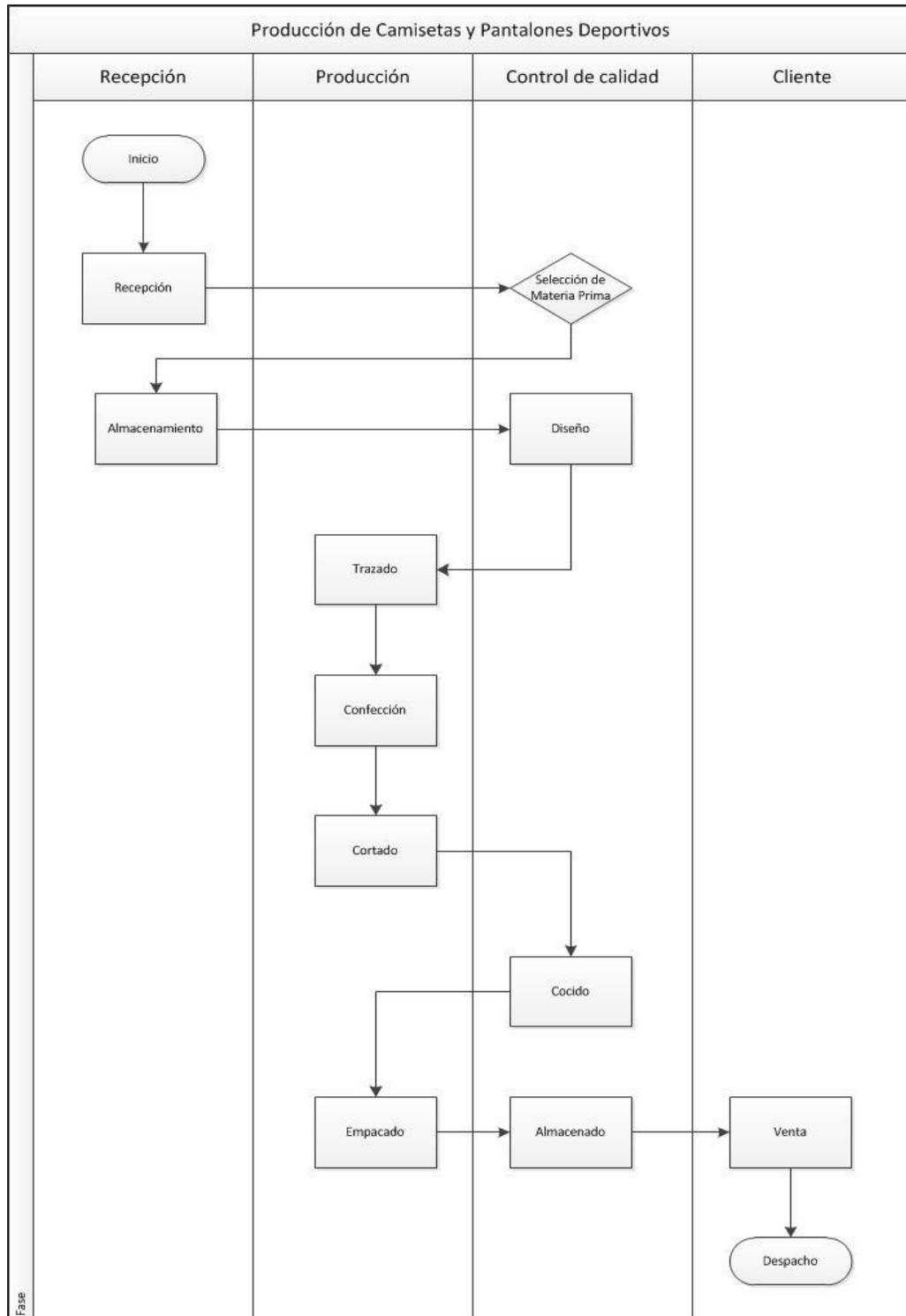
## **Análisis**

Hoy en día las organizaciones necesitan demostrar que sus negocios son responsables, que se proporciona un servicio confiable y sin excesivos tiempos de inactividad originados por accidentes o percances relacionados con el trabajo.

La certificación del sistema de gestión OHSAS 18001 contribuye con las siguientes ventajas:

- Reducir el número de accidentes producidos en la Organización.
- Reducir el tiempo de inactividad y de los costos relacionados.
- Demostración a las partes interesadas el compromiso con sus trabajadores en cuidar su salud y seguridad.
- Apertura de mercados internacionales, con acceso a nuevos clientes y socios comerciales

### 4.03.03 Proceso productivo



**Figura 32:** Proceso productivo

**Fuente:** Estudio técnico, 2014

## Recepción y selección de materia prima

Recepción de la tela, se comprueba que la calidad de la materia prima sea la adecuada, que posea los detalles requeridos como color, fibra y tamaño requeridos por la empresa.



**Figura 33:** Materia prima

**Fuente:** Estudio técnico, 2014

## Almacenamiento

Transporte de la tela hacia el lugar asignado para el almacenamiento, con el fin de tener una reserva en bodega.



**Figura 34:** Almacenamiento

**Fuente:** Estudio técnico, 2014

## Diseño y trazado

Realizar el diseño de las prendas a producir, analizar diferentes combinaciones de colores, texturas, adornos y/o formas.



**Figura 35:** Diseño

**Fuente:** Estudio técnico, 2014

## Cortado

Formar una plantilla base por donde se deberá cortar la tela, facilitando lo procesos y ahorrando tiempo de producción, ayudando a mejorar la productividad de la empresa y lograr el cumplimiento de los objetivos establecidos.



**Figura 36:** Cortado

**Fuente:** Estudio técnico, 2014

## Cosido

Proporcionar forma a las prendas deportivas, dar acabados, revisión de la inexistencia de hilos sueltos (control de calidad para productos terminados).



**Figura 37:** Cosido

**Fuente:** Estudio técnico, 2014

## Empacado

Poner etiquetas, doblado y empacado en fundas y/o cajas de cartón, para el despacho al cliente.



**Figura 38:** Empacado

**Fuente:** Estudio técnico, 2014

## Almacenado

Almacenamiento de los productos terminados, se las coloca en estanterías, ordenados adecuadamente por tamaño, color y modelos.



**Figura 39:** Almacenamiento

**Fuente:** Estudio técnico, 2014

## Venta y despacho



**Figura 40:** Venta

**Fuente:** Estudio técnico, 2014

#### 4.03.04 Maquinaria y equipos

**Tabla 40**  
Maquinaria y Equipos

Descripción	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
<b>MAQUINARIA Y EQUIPOS</b>			
	-	-	-
Maquina Singer	1	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00
Maquina cortadora	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Maquina armadora/cosedora	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
<b>TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPOS</b>			<b>\$ 4.700,00</b>
<b>MUEBLES Y ENCERES</b>			
Escritorios	3	\$ 75,00	\$ 225,00
Sillas giratorias	1	\$ 110,00	\$ 110,00
Archivadores	2	\$ 35,00	\$ 70,00
Sillas Estáticas	5	\$ 25,00	\$ 125,00
Juego de Muebles	2	\$ 300,00	\$ 600,00
<b>TOTAL MUEBLES Y ENCERES</b>			<b>\$ 1.130,00</b>
<b>UTILES DE OFICINA</b>			
Perforadora	2	\$ 15,00	\$ 30,00
Calculadoras	2	\$ 15,00	\$ 30,00
Teléfonos	4	\$ 25,00	\$ 100,00
Esferos	30	\$ 0,30	\$ 9,00
Grapadora	2	\$ 15,00	\$ 30,00
<b>TOTAL UTILES DE OFICINA</b>			<b>\$ 199,00</b>
<b>EQUIPOS DE COMPUTACIÓN</b>			
Computadoras de escritorio	1	\$ 430,00	\$ 430,00
Laptops Hp	2	\$ 670,00	\$ 1.340,00
Impresora Multifuncional	2	\$ 300,00	\$ 600,00
<b>TOTAL EQUIPOS DE COMPUTO</b>			<b>\$ 2.370,00</b>

Fuente: Estudio técnico, 2014

## CAPÍTULO V

### 5. ESTUDIO FINANCIERO

#### 5.01 INGRESO OPERACIONAL Y NO OPERACIONAL

##### 5.01.01 Ingreso Operacional

Son los valores generados por las actividades desarrolladas por la empresa. Los ingresos operacionales que tendrá el proyecto se detallan en los siguientes cuadros.

**Tabla 41**

Ingreso Operacional de Pantalones

Pantalones		
<b>Costo de producción</b>	\$	8,80
<b>Utilidad</b>	\$	<b>6,19</b>
<b>Precio de venta</b>	\$	14,99
<b>Cantidad</b>		182
<b>Ingreso mensual</b>	\$	5.456,99
<b>Ingreso anual</b>	\$	65.483,90
<b>Total</b>	\$	65.483,90

**Fuente:** Estudio financiero, 2014

**Tabla 42**

## Ingreso Operacional de Camisetas

Camisetas	
<b>Costo de producción</b>	\$ 6,52
<b>Utilidad</b>	\$ <b>4,47</b>
<b>Precio de venta</b>	\$ 10,99
<b>Cantidad</b>	252
<b>Ingreso mensual</b>	\$ 5.537,69
<b>Ingreso anual</b>	\$ 66.452,22
<b>Total</b>	\$ 66.452,22

Fuente: Estudio financiero, 2014

**Tabla 43**

## Ingresos Proyectados

	2014	2015	2016	2017	2018
<b>pantalones</b>	\$65.483,90	\$ 66.479,26	\$ 67.489,74	\$ 68.515,59	\$ 69.557,02
<b>camisetas</b>	\$ 66.452,22	\$ 67.462,29	\$ 68.487,72	\$ 69.528,74	\$ 70.585,57
<b>total</b>	\$ 131.936,12	\$ 133.941,55	\$ 135.977,46	\$ 138.044,32	\$ 140.142,60

Fuente: Estudio financiero, 2014

**5.01.02 Ingreso no operacional**

El presente proyecto no tiene ingresos no operacionales, pues al ser una empresa que recién empieza empezara su actividad económica solo se cuenta con los ingresos relacionados con la actividad principal de la organización.

**5.02 COSTOS****5.02.01 Costo directo**

En la siguiente tabla se detalla la cantidad de tela que se va a utilizar en la fabricación de camisetas y pantalones deportivos, al igual que se puede observar el valor mensual y anual para la producción.

**Tabla 44**

Materia Prima Directa

<b><u>Pantalón</u></b>						
Costo de producción	unidad	cantidad	v. unitario	v. total	v. mensual	v. anual
<b>Tela</b>	metros	140	\$ 1,50	\$ 210,00	\$ 420,00	\$ 5.040,00
<b>Total</b>	metros	140	\$ 1,50	\$ 210,00	\$ 420,00	\$ 5.040,00
<b><u>Camisetas</u></b>						
Costo de producción	unidad	cantidad	v. unitario	v. total	v. mensual	v. anual
Tela	metros	168	\$ 1,50	\$ 252,00	\$ 504,00	\$ 6.048,00
<b>Total</b>	metros	168	\$ 1,50	\$ 252,00	\$ 504,00	\$ 6.048,00

**Fuente:** Estudio financiero, 2014

En la tabla se puede observar la cantidad de personal en el área de producción, al igual del costo total mensual y anual que se tendrá como concepto de Mano de Obra Directa.

**Tabla 45**

Mano de Obra Directa

<b>Mano de obra directa</b>							
Costo de producción	cantidad	sueldo mes	13ro	14to	IESS	valor mensual	valor anual
<b>Mod</b>							
<b>Producción</b>	2	\$ 340,00	\$ -	\$ -	\$ 41,31	\$ 381,31	\$ 4.575,72
<b>Total</b>	<b>2</b>	<b>\$ 680,00</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 82,62</b>	<b>\$ 762,62</b>	<b>\$ 9.151,44</b>

**Fuente:** Estudio financiero, 2014

### 5.02.02 Costos indirectos

El siguiente cuadro indica el detalle materiales indirectos utilizados en la producción de camisetas y pantalones, podemos observar la cantidad a utilizar, el costo unitario, valores mensuales y valores anuales.

**Tabla 46**

## Costos Indirectos

Costos indirectos	Cantidad	V. unitario	V. total	V. mensual	V. anual
<b>Etiquetas</b>	434	\$ 0,15	\$ 65,10	\$ 65,10	\$ 781,20
<b>Fundas</b>	434	\$ 0,30	\$ 130,20	\$ 130,20	\$ 1.562,40
<b>Cartón</b>	60	\$ 0,20	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 144,00
<b>Hilo</b>	20	\$ 2,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 480,00
<b>Mano de obra indirecta</b>	1	\$ 381,31	\$ 381,31	\$ 381,31	\$ 4.575,72
<b>Total</b>			\$ 628,61	\$ 628,61	\$ 7.543,32

Fuente: Estudio financiero, 2014

**5.02.03 Gastos administrativos**

Los gastos de administración son generados en el área administrativa, por lo que se ha calculado el sueldo del gerente general y otros gastos relacionados con el área administrativa, que son detallados en la tabla 46.

**Tabla 47**

## Sueldo Administrativo

Personal	sueldo mes	13ro	14to	IESS	valor mensual	valor anual
<b>Gerente general</b>	\$ 600,00	\$ -	\$ -	\$ 72,90	\$ 672,90	\$ 8.074,80
<b>Total</b>	\$ 600,00	\$ -	\$ -	\$ 72,90	\$ 672,90	\$ 8.074,80

Fuente: Estudio financiero, 2014

**Tabla 48**

## Otros Gastos

Otros gastos		
Concepto	valor mensual	valor anual
<b>Material para oficina</b>	\$ 50,00	\$ 600,00
<b>Material de aseo</b>	\$ 60,00	\$ 720,00
<b>Servicios básicos para administración</b>	\$ 110,00	\$ 1.320,00
<b>Papelería</b>	\$ 80,00	\$ 960,00
<b>Teléfono e internet</b>	\$ 42,00	\$ 504,00
<b>Total</b>	\$ 342,00	\$ 4.104,00

Fuente: Estudio financiero, 2014

#### 5.02.04 Costo de venta

Los costos de venta han sido calculados tomando en cuenta lo que se va a utilizar para promocionar el producto, y el costo de transportar el producto hacia nuestros clientes.

**Tabla 49**

Costos de Venta

Concepto	Valor mensual	Valor anual
Cuña radial	\$ 80,00	\$ 960,00
Material P.O.P	\$ 50,00	\$ 600,00
Merchandising	\$ 70,00	\$ 840,00
Combustible	\$ 120,00	\$ 1.440,00
<b>Total</b>	<b>\$ 320,00</b>	<b>\$ 3.840,00</b>

Fuente: Estudio financiero, 2014

#### 5.02.05 Costo financiero

En la siguiente tabla se indica la tasa de interés que nos cobrara el banco por el préstamo solicitado. **VER ANEXO 3**

**Tabla 50**

Costo Financiero

Concepto	Valor
Tasa de interés	11,83%

Fuente: Estudio financiero, 2014

#### 5.02.06 Costo fijo y variable

##### Costo fijo

El costo fijo que se muestra a continuación ha sido calculado sumando los gastos administrativos y gastos de venta.

**Tabla 51**

Costo Fijo

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Costo Fijo</b>	\$ 16.018,80	\$ 16.262,29	\$ 16.509,47	\$ 16.760,42	\$ 17.015,17

Fuente: Estudio financiero, 2014

**Costo variable**

Un costo variable se modifica de acuerdo al nivel de producción, para el cálculo de este se lo ha realizado tomando en cuenta la producción de 286 pantalones y 375 camisetas quincenales. Cuyos costos se demuestran en las siguientes tablas.

**Pantalones****Tabla 52**

Costo Variable (Pantalones)

<b>Materia prima directa</b>	<b>\$ 210,00</b>
<b>Mano de obra directa</b>	<b>\$ 762,62</b>
<b>Costos indirectos de fabricación</b>	<b>\$ 628,61</b>
<b>Costo de fabricación</b>	<b>\$ 1.601,23</b>
<b>Costo unitario de fabricación</b>	<b>\$ 8,80</b>
<b>Precio de venta unitario</b>	<b>\$ 14,99</b>

Fuente: Estudio financiero, 2014

**Camisetas****Tabla 53**

Costo Variable (Camisetas)

<b>Materia prima directa</b>	<b>\$ 252,00</b>
<b>Mano de obra directa</b>	<b>\$ 762,62</b>
<b>Costos indirectos de fabricación</b>	<b>\$ 628,61</b>
<b>Costo de fabricación</b>	<b>\$ 1.643,23</b>
<b>Costo unitario de fabricación</b>	<b>\$ 6,52</b>
<b>Precio de venta unitario</b>	<b>\$ 10,99</b>

Fuente: Estudio financiero, 2014

### **5.03 INVERSIONES**

“Renunciar a una satisfacción inmediata y ciertas a cambio de ciertas a cambio de una expectativa, es decir, de una esperanza de beneficio futuro” (RIONDA, 2012, p. 31).

#### **5.03.01 Inversión fija**

“También se conoce como formación bruta de capital fijo. Es el gasto en estructuras y equipos para el uso en la empresa” (RIONDA, 2012, p. 32).

##### **5.03.01.01 Activos fijos**

Los activos fijos no varían durante el ciclo de explotación de la empresa, la organización utilizara para su funcionamiento los activos fijos detallados a continuación:

Tabla 54

## Activos Fijos

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
<b>Activos fijos</b>			
Infraestructura	1	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00
Vehículo	2	\$ 7.500,00	\$ 15.000,00
<b>Total</b>			<b>\$ 30.000,00</b>
<b>Maquinaria y equipos</b>			
Maquina Singer	1	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00
Maquina cortadora	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Maquina armadora/cosedora	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
<b>Total maquinaria y equipos</b>			<b>\$ 4.700,00</b>
<b>Material y suministros</b>			
Tijera	4	\$ 5,00	\$ 20,00
Tiza	200	\$ 0,38	\$ 76,00
Cinta métrica	4	\$ 1,20	\$ 4,80
Aguja	50	\$ 0,70	\$ 35,00
<b>Total material y suministros</b>			<b>\$ 135,80</b>
<b>Muebles y encerres</b>			
Escritorios	3	\$ 75,00	\$ 225,00
Sillas giratorias	1	\$ 110,00	\$ 110,00
Archivadores	2	\$ 35,00	\$ 70,00
Sillas estáticas	5	\$ 25,00	\$ 125,00
Juego de muebles	2	\$ 300,00	\$ 600,00
<b>Total muebles y encerres</b>			<b>\$ 1.130,00</b>
<b>Útiles de oficina</b>			
Perforadora	2	\$ 15,00	\$ 30,00
Calculadoras	2	\$ 15,00	\$ 30,00
Teléfonos	4	\$ 25,00	\$ 100,00
Esferos	30	\$ 0,30	\$ 9,00
Grapadora	2	\$ 15,00	\$ 30,00
<b>Total útiles de oficina</b>			<b>\$ 199,00</b>
<b>Equipos de computación</b>			
Computadoras de escritorio	1	\$ 430,00	\$ 430,00
Laptops hp	2	\$ 670,00	\$ 1.340,00
Impresora multifuncional	2	\$ 300,00	\$ 600,00
<b>Total equipos de computación</b>			<b>\$ 2.370,00</b>
<b>Total</b>			<b>\$ 38.534,80</b>

Fuente: Estudio financiero, 2014

**VER MAQUINARIA EN ANEXO 4**

### 5.03.01.02 Activos Nominales

Los activos nominales a utilizar por la organización es calculado tomando en cuenta los gastos que se tendrá para la constitución de la empresa, tales como permiso del cuerpo de bomberos de Pichincha, Patente Municipal y ruc. **VER ANEXO 5**

**Tabla 55**

Activos Nominales

Activos diferidos o nominales		
<b>Gasto de constitución</b>	\$	60,00
<b>Inversión total activos nominales</b>	\$	<b>60,00</b>

**Fuente:** Estudio financiero, 2014

### 5.03.02 Capital de trabajo

El Capital de Trabajo indica los recursos que requiere el proyecto para dar inicio al proceso productivo.

**Tabla 56**

Capital de Trabajo

	Mes 1	Mes 2	Total
Costos de producción	\$ 3.244,46	\$ 3.244,46	\$ 6.488,92
Gasto administrativo	\$ 952,90	\$ 952,90	\$ 1.905,80
Gasto de venta	\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 640,00
<b>Inversión total capital</b>	<b>\$ 4.517,36</b>	<b>\$ 4.517,36</b>	<b>\$ 9.034,72</b>

**Fuente:** Estudio financiero, 2014

### 5.03.03 Fuentes de financiamiento

El fuente de financiamiento nos permite observar cual es el porcentaje de los recursos financiados para que la organización pueda adquirir la maquinaria y equipos necesarios para iniciar su actividad, el proyecto utilizara un recurso financiado de \$ 3.532,42 (6%)

**Tabla 57**

Fuente de Financiamiento

Concepto	Recursos propios	Recursos financiados	Recursos utilizados
<b>Terreno</b>	\$ 25.000,00	\$ -	\$ 25.000,00
<b>Infraestructura</b>	\$ 15.000,00	\$ -	\$ 15.000,00
<b>Vehículo</b>	\$ 15.000,00	\$ -	\$ 15.000,00
<b>Maquinaria y equipos</b>	\$ 2.820,00	\$ 1.880,00	\$ 4.700,00
<b>Material y suministros</b>	\$ 81,48	\$ 54,32	\$ 135,80
<b>Muebles y enseres</b>	\$ 678,00	\$ 452,00	\$ 1.130,00
<b>Equipo de computo</b>	\$ 1.303,50	\$ 1.066,50	\$ 2.370,00
<b>Equipo de oficina</b>	\$ 119,40	\$ 79,60	\$ 199,00
<b>Inversión total de activos fijos</b>	<b>\$ 60.002,38</b>	<b>\$ 3.532,42</b>	<b>\$ 63.534,80</b>
<b>% Participación de la inversión</b>	<b>94%</b>	<b>6%</b>	<b>100%</b>

Fuente: Estudio financiero, 2014

#### 5.03.04 Amortización de financiamiento

La tabla de amortización demuestra el préstamo que se realiza al Banco de Pichincha, el plazo, el número de cuotas y la tasa de interés por parte de la entidad bancaria y el reembolso gradual de la deuda.

Para el cálculo de la amortización del financiamiento se ha utilizado el método francés, el cual consiste en determinar una cuota fija. Mediante el cálculo apropiado del interés.

**Tabla 58**

## Amortización del Financiamiento

## Tabla de amortización del préstamo

Banco Pichincha					
<b>Capital</b>	\$ 10.000,00				
<b>Tasa de interés</b>	11,83%	Anual convertible			
		semestral			
<b>N° de cuotas</b>	6				
<b>Plazo</b>	3 Años				


**BANCO PICHINCHA**  
En confianza.

Año	Periodo	Amortización	Interés	Valor total	Saldo insoluto
	0				\$ 10.000,00
2014	1	\$ 1.436,70	\$ 591,50	\$ 2.028,20	\$ 8.563,30
2014	2	\$ 1.521,68	\$ 506,52	\$ 2.028,20	\$ 7.041,62
2015	3	\$ 1.611,69	\$ 416,51	\$ 2.028,20	\$ 5.429,94
2015	4	\$ 1.707,02	\$ 321,18	\$ 2.028,20	\$ 3.722,92
2016	5	\$ 1.807,99	\$ 220,21	\$ 2.028,20	\$ 1.914,93
2016	6	\$ 1.914,93	\$ 113,27	\$ 2.028,20	\$ (0,00)

Fuente: Estudio financiero, 2014

**Tabla 59**

## Amortización del Activo Nominal

## Activos nominal

Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Valor residual
\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ -

Fuente: Estudio financiero, 2014

**5.03.05 Depreciaciones**

La depreciación es el medio mediante el cual se registra el desgaste que sufre un bien por el uso que se haga de este, se ha calculado la depreciación para cada activo tomando en cuenta la vida útil de cada uno, para el equipo de cómputo al ser un activo que tiene una vida útil de 3 años, se debe adquirir un nuevo equipo para cubrir los años restantes del proyecto.

**Tabla 60**

## Depreciaciones

<b>Equipo de computo</b>					
Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Valor residual
\$ 790,00	\$ 790,00	\$ 790,00	\$ 790,00	\$ 790,00	\$ 790,00
<b>Vehículo</b>					
Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Valor residual
\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ -
<b>Equipo de oficina</b>					
Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Valor residual
\$ 39,80	\$ 39,80	\$ 39,80	\$ 39,80	\$ 39,80	\$ -
<b>Maquinaria y equipo</b>					
Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Valor residual
\$ 470,00	\$ 470,00	\$ 470,00	\$ 470,00	\$ 470,00	\$ 2.350,00
<b>Infraestructura</b>					
Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Valor residual
\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 11.250,00
<b>Activos nominal</b>					
Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Valor residual
\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ -

Fuente: Estudio financiero, 2014

### 5.03.06 Estado de situación inicial

Estado de situación inicial		
Confecciones María de los Ángeles		
<b>Activos</b>		
<b>Activo corriente</b>		\$ 11.120,00
Bancos	\$ 11.000,00	
Caja chica	\$ 120,00	
<b>Activo fijo</b>		\$ 38.399,00
Infraestructura	\$ 15.000,00	
Vehículo	\$ 15.000,00	
Maquinaria y equipos	\$ 4.700,00	
Muebles y enseres	\$ 1.130,00	
Equipo de computo	\$ 2.370,00	
Equipo de oficina	\$ 199,00	
<b>Activo Diferido</b>		\$ 60,00
Gastos de constitución	\$ 60,00	
<b>Total activos</b>		<b><u>\$ 49.579,00</u></b>
<b>Pasivos</b>		
<b>Pasivo corriente</b>		\$ 10.000,00
Préstamo bancario por pagar	\$ 10.000,00	
<b>Total pasivos</b>		<b><u>\$ 10.000,00</u></b>
<b>Patrimonio</b>		
Capital	\$ 39.579,00	
<b>Total patrimonio</b>		\$ 39.579,00
<b>Total pasivo + patrimonio</b>		<b><u>\$ 49.579,00</u></b>

### 5.03.07 Estado de resultados proyectados

El estado de resultados abarca la proyección en un determinado período, durante el cual se puede apreciar los costos y gastos que dan origen al ingreso que tendrá la organización. **VER PORCENTAJE A LA RENTA EN ANEXO 6**

**Tabla 61**

Estado de resultados proyectados

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$131.936,12	\$ 133.941,55	\$135.977,46	\$138.044,32	\$ 140.142,60
Costo fabricación	\$ 77.867,04	\$ 79.050,62	\$ 80.252,19	\$ 81.472,02	\$ 82.710,40
Utilidad bruta en venta	\$ 54.069,08	\$ 54.890,93	\$ 55.725,28	\$ 56.572,30	\$ 57.432,20
Gastos administrativos	\$ 12.178,80	\$ 12.363,92	\$ 12.551,85	\$ 12.742,64	\$ 12.936,33
G. ventas	\$ 3.840,00	\$ 3.898,37	\$ 3.957,62	\$ 4.017,78	\$ 4.078,85
Utilidad en operación	<u>\$38.050,28</u>	<u>\$ 38.628,65</u>	<u>\$ 39.215,80</u>	<u>\$ 39.811,88</u>	<u>\$ 40.417,02</u>
Movimiento financiero	\$ 1.098,02	\$ 737,69	\$ 333,48	\$ -	\$ -
Utilidad antes participación de trabajadores	\$ 36.952,26	\$ 37.890,95	\$ 38.882,32	\$ 39.811,88	\$ 40.417,02
15% Trabajadores	\$ 5.542,84	\$ 5.683,64	\$ 5.832,35	\$ 5.971,78	\$ 6.062,55
Utilidad antes de p. impuesto retención	\$ 31.409,42	\$ 32.207,31	\$ 33.049,98	\$ 33.840,10	\$ 34.354,47
% Impuesto a la renta	\$ 2.598,41	\$ 2.791,49	\$ 3.000,17	\$ 3.209,56	\$ 3.382,05
Utilidad en ejercicio	<b>\$ 28.811,01</b>	<b>\$ 29.415,83</b>	<b>\$ 30.049,80</b>	<b>\$ 30.630,54</b>	<b>\$ 30.972,42</b>

Fuente: Estudio financiero, 2014

### 5.03.08 Flujo de caja

El flujo de caja indica la acumulación neta de activos líquidos, constituyendo un indicador importante de la liquidez de la empresa, muestra las entradas y salidas de dinero generadas por un proyecto, inversión o cualquier actividad económica.

**Tabla 62**

Flujo de caja

Flujo de caja	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Ventas</b>	\$131.936,12	\$ 133.941,55	\$135.977,46	\$138.044,32	\$140.142,60
<b>Costo fabricacion</b>	\$ 77.867,04	\$ 79.050,62	\$ 80.252,19	\$ 81.472,02	\$ 82.710,40
<b>Utilidad bruta</b>	\$ 54.069,08	\$ 54.890,93	\$ 55.725,28	\$ 56.572,30	\$ 57.432,20
<b>Gastos administrativos</b>	\$ 12.178,80	\$ 12.363,92	\$ 12.551,85	\$ 12.742,64	\$ 12.936,33
<b>G. ventas</b>	\$ 3.840,00	\$ 3.898,37	\$ 3.957,62	\$ 4.017,78	\$ 4.078,85
<b>Utilidad en operación</b>	<u>\$38.050,28</u>	<u>\$ 38.628,65</u>	<u>\$ 39.215,80</u>	<u>\$ 39.811,88</u>	<u>\$ 40.417,02</u>
<b>Movimiento financiero</b>	\$ 1.098,02	\$ 737,69	\$ 333,48	\$ -	\$ -
<b>Gasto financiero</b>	\$ 36.952,26	\$ 37.890,95	\$ 38.882,32	\$ 39.811,88	\$ 40.417,02
<b>Utilidad antes participacion de trabajadores</b>	\$ 5.542,84	\$ 5.683,64	\$ 5.832,35	\$ 5.971,78	\$ 6.062,55
<b>15% Trabajadores</b>	\$ 31.409,42	\$ 32.207,31	\$ 33.049,98	\$ 33.840,10	\$ 34.354,47
<b>Utilidad antes de p. impuesto retencion</b>	\$ 4.711,41	\$ 4.961,54	\$ 5.228,82	\$ 5.498,37	\$ 5.732,66
<b>% Impuesto a la renta</b>	\$ 2.598,41	\$ 2.791,49	\$ 3.000,17	\$ 3.209,56	\$ 3.382,05
<b>Utilidad en ejercicio</b>	<b>\$ 28.811,01</b>	<b>\$ 29.415,83</b>	<b>\$ 30.049,80</b>	<b>\$ 30.630,54</b>	<b>\$ 30.972,42</b>
<b>Depreciacion activos</b>	\$ 5.049,80	\$ 5.049,80	\$ 5.049,80	\$ 5.049,80	\$ 5.049,80
<b>Amortizacion del intangible</b>	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00
<b>Amortizacion de la deuda</b>	\$ 2.958,38	\$ 3.318,70	\$ 3.722,92	\$ -	\$ -
<b>Inversion inicial</b>	\$ 68.112,16	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Capital de trabajo</b>	\$ 9.034,72	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Deuda</b>	\$ 59.077,44	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Flujo de caja</b>	<b>\$136.224,32</b>	<b>\$ 30.914,43</b>	<b>\$ 31.158,92</b>	<b>\$ 31.388,68</b>	<b>\$ 35.692,34</b>
	<b>\$ 36.034,22</b>				

Fuente: Estudio financiero, 2014

## 5.04 EVALUACIÓN

### 5.04.1 (TMAR) Tasa mínima aceptable de rendimiento

Para calcular la Tasa Interna de Retorno (TIR) y el Valor Actual Neto (VAN), es necesario calcular la TMAR con la cual se descontará el flujo.

La TMAR se calcula con la suma de la tasa activa y la tasa pasiva, como se muestra a continuación. **VER TASA ACTIVA Y PASIVA EN ANEXO 7**

Tasa activa + Tasa pasiva= TMAR

Tasa activa	10.80%
Tasa pasiva	5.20%
TMAR	16.00%

#### 5.04.02 Van

Para el calculo del VAN utilizamos la siguiente formula:

$$\text{Van} = \text{Inversion Inicial} + \sum_{i=1}^n \text{FE} (1+i)^{-n}$$

**Tabla 63**

VAN

<b>Van</b>			
<b>Año</b>	<b>Flujo de efectivo</b>	<b>Factor actualizado</b>	<b>Flujo actualizado</b>
<b>2014 (base)</b>	\$ (68.112,16)	1	\$ (68.112,16)
<b>2015</b>	\$ 29.755,11	$(1+0,16)^{-1}$	\$ 26.650,37
<b>2016</b>	\$ 30.192,11	$(1+0,16)^{-2}$	\$ 23.156,15
<b>2017</b>	\$ 30.635,74	$(1+0,16)^{-3}$	\$ 20.109,40
<b>2018</b>	\$ 35.142,52	$(1+0,16)^{-4}$	\$ 19.712,56
<b>2019</b>	\$ 35.599,75	$(1+0,16)^{-5}$	\$ 17.156,36
<b>Total flujo actualizado</b>			\$ 106.784,86
<b>VAN</b>			\$ 38.672,70

**Fuente:** Estudio financiero, 2014

El total del Valor Actual Neto (VAN) del Inversionista se \$ 38.672,70; lo cual nos indica que el proyecto es viable y rentable, tomando en cuenta el criterio de: si el VAN es mayor que cero el proyecto es viable, por el contrario si el VAN es menor que cero el proyecto no es viable.

#### 5.04.03 TIR

Para el cálculo de la Tasa Interna de Retorno (TIR) es necesario calcular un van negativo y un van positivo, para reemplazarlo en la siguiente formula.

$$TIR = \left( \frac{VAN +}{VAN(+)+VAN(-)} * \text{Diferencia entre tasas} \right) + \text{Tasa del VAN}(+)$$

**Tabla 64**

VAN Negativo

<b>TIR</b>			
<b>Año</b>	<b>Flujo de efectivo</b>	<b>Factor actualizado</b>	<b>Flujo actualizado</b>
<b>2014 (base)</b>	\$ (68.112,16)	1	\$ (68.112,16)
<b>2015</b>	\$ 29.755,11	(1+0,38) <sup>-1</sup>	\$ 22.401,76
<b>2016</b>	\$ 30.192,11	(1+0,38) <sup>-2</sup>	\$ 16.361,54
<b>2017</b>	\$ 30.635,74	(1+0,38) <sup>-3</sup>	\$ 11.943,62
<b>2018</b>	\$ 35.142,52	(1+0,38) <sup>-4</sup>	\$ 9.841,44
<b>2019</b>	\$ 35.599,75	(1+0,38) <sup>-5</sup>	\$ 7.199,79
<b>Total flujo actualizado</b>			\$ 67.748,15
<b>VAN -</b>			\$ (364,01)

Fuente: Estudio financiero, 2014

**Tabla 65**

VAN Positivo

<b>TIR</b>			
<b>Año</b>	<b>Flujo de efectivo</b>	<b>Factor actualizado</b>	<b>Flujo actualizado</b>
<b>2014 (base)</b>	\$ (68.112,16)	1	\$ (68.112,16)
<b>2015</b>	\$ 29.755,11	(1+0,37) <sup>-1</sup>	\$ 22.565,28
<b>2016</b>	\$ 30.192,11	(1+0,37) <sup>-2</sup>	\$ 16.601,27
<b>2017</b>	\$ 30.635,74	(1+0,37) <sup>-3</sup>	\$ 12.207,07
<b>2018</b>	\$ 35.142,52	(1+0,37) <sup>-4</sup>	\$ 10.131,94
<b>2019</b>	\$ 35.599,75	(1+0,37) <sup>-5</sup>	\$ 7.466,42
<b>Total flujo actualizado</b>			\$ 68.971,98
<b>VAN +</b>			\$ 859,82

Fuente: Estudio financiero, 2014

$$TIR = \left( \frac{198,24}{198,24 + 1.095,14} * 1 \right) + 37$$

**Tabla 66**

TIR

<b>Concepto</b>	<b>Resultado</b>
<b>TIR</b>	38%

Fuente: Estudio financiero, 2014

Calculado el porcentaje de la TIR (38%) podemos observar que este es mayor que la TMAR mostrando que el proyecto es rentable, pues la Tasa Interna de Retorno debe ser como mínimo el doble de la TMAR.

#### 5.04.04 Periodo de recuperación de la inversión (PRI)

El periodo de recuperación de la inversión indica cuanto tiempo nos tomará recuperar la inversión, tomando como referencia la vida útil del proyecto.

**Tabla 67**

PRI (Periodo de Recuperación de la Inversión)

<b>PRI</b>					
<b>Año</b>	<b>Flujo actualizado</b>		<b>Flujo acumulado</b>		
<b>Inversión inicial</b>	\$	68.112,16			
<b>2015</b>	\$	30.914,43	\$	30.914,43	
<b>2016</b>	\$	31.158,92	\$	62.073,36	
<b>2017</b>	\$	31.388,68	\$	31.388,68	12
<b>2018</b>	\$	35.692,34	\$	6.038,80	2,31
<b>2019</b>	\$	36.034,22		(2-2,31)x30	9

**Fuente:** Estudio financiero, 2014

Una vez calculado el periodo de recuperación de la inversión (PRI), podemos determinar que se recuperara la inversión dentro de 2 años, 2 meses y 9 días.

#### 5.04.05 Relación costo beneficio (RBC)

Para el cálculo de la relación de costo – beneficio se la debe hacer en con la formula mostrada a continuación.

$$R^c/b = \frac{\Sigma \text{Flujos actualizados}}{\text{Inversion}}$$

$$R^c/b = \frac{106.784,86}{68.112,16}$$

$$R^c/b = 1,57$$

Calculado la relación costo beneficio podemos determinar que por cada dólar invertido se tiene una utilidad de \$ 0.57 ctvs.

#### **5.04.06 Punto de equilibrio**

El punto de equilibrio es aquel punto donde los Ingresos totales se igualan a los Costos totales. Vendiendo por encima de dicho punto se obtienen beneficios y vendiendo por debajo se obtienen pérdidas. (Escuela Académico Profesional de Ingeniería en Energía, 2011, p. 70)

#### **Punto de equilibrio mensual**

Para el cálculo del punto de equilibrio se ha procedido a sacar un total de productos que se espera vender, sacando posteriormente el porcentaje de participación que tiene cada producto que se va a elaborar, tomando en cuenta el precio de venta y el costo variable, se ha calculado el margen de contribución unitario, que multiplicándolo por el porcentaje de participación se obtiene el margen de contribución ponderado.

Para calcular el punto de equilibrio se realizó con la siguiente formula:

$$PEQ = \frac{\text{Costo fijo mensual}}{\text{Margen de contribucion ponderado}} \times \% \text{ de participacion}$$

$$PEQ\$ = PEQ \times \% \text{ de participacion}$$

$$\text{PEQ camisas} = \frac{1.334,90}{2,16} \times 58\%$$

$$\text{PEQ pantalones} = \frac{1.334,90}{2,14} \times 42\%$$

PEQ camisas = 180

PEQ pantalones = 130

**Tabla 68**

Punto de equilibrio

Producto	Unidades a vender	% Participación	P.V.P.	Costo variable unitario	Margen de contribución unitaria	Margen de contribución ponderado	Punto de equilibrio (Q)	Punto de equilibrio (\$)
Camisetas	252	58%	\$ 10,99	\$ 6,52	\$ 4,47	\$ 2,59	149	\$ 1.640,62
Pantalón	182	42%	\$ 14,99	\$ 8,80	\$ 6,19	\$ 2,60	108	\$ 1.616,72
<b>Total</b>	<b>434</b>	<b>100%</b>	<b>\$ 25,98</b>	<b>\$ 15,32</b>	<b>\$ 10,66</b>	<b>\$ 5,19</b>	<b>257</b>	<b>3257</b>

Fuente: Estudio financiero, 2014

El cálculo del precio de venta y costo variable ponderado se lo realizo multiplicando el precio de venta y costo variable por el porcentaje de participación, es importante este dato pues nos servirá para el grafico del punto de equilibrio

**Tabla 69**

Precio de venta y costo variable ponderado

P.V.P ponderado	C. variable ponderado
\$ 6,38	\$ 3,79
\$ 6,29	\$ 3,69
\$ 12,67	\$ 7,48

Fuente: Estudio financiero, 2014

### Gráfico de punto de equilibrio

Para el grafico de punto de equilibrio se ha tomado en cuenta el precio de venta y costo variables ponderado, para la elaboración de la tabla que nos servirá como graficar el punto de equilibrio, dando como resultado que se debe producir y vender 257 productos para alcanzar el punto de equilibrio.

**Tabla 70**

Datos para gráfico de punto de equilibrio

<b>Datos iniciales</b>	\$	12,67
<b>Precio Venta</b>	\$	7,48
<b>Coste Unitario</b>		1.334,90
<b>Gastos Fijos Mes</b>		257
<b>Pto. Equilibrio</b>		3.257
<b>\$ Ventas Equilibrio</b>	\$	12,67

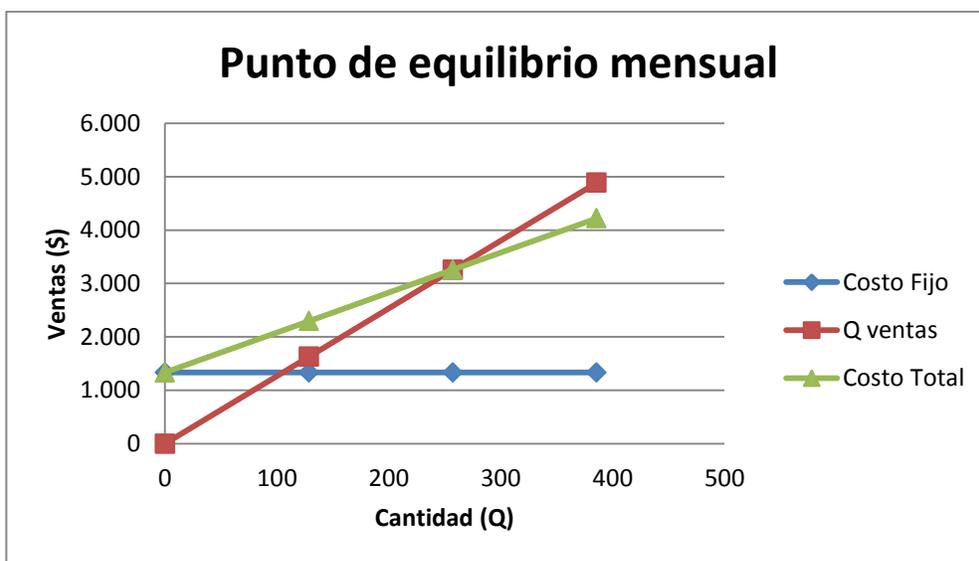
Fuente: Estudio financiero, 2014

**Tabla 71**

Gráfico de punto de equilibrio

Datos para el gráfico		PERDIDA	P.E.	UTILIDAD
<b>Q ventas</b>	0	129	<b>257</b>	386
<b>\$ Ventas</b>	0	1629	3257	4886
<b>Costo Variable</b>	0	961	1922	2884
<b>Costo Fijo</b>	1.335	1.335	1.335	1.335
<b>Costo Total</b>	1.335	2.296	3.257	4.219
<b>Beneficio</b>	-1.335	-667	0	667
<b>Para alcanzar el punto de equilibrio debes vender 527 unidades mes</b>				

Fuente: Estudio financiero, 2014

**Figura 41:** Punto de equilibrio

Fuente: Estudio financiero, 2014

#### 5.04.07 Análisis de índices financieros

##### 5.04.07.01 Índice de liquidez

El determinar de la liquidez de la empresa es parte importante en las proyecciones financieras y presupuestales de cualquier empresa, sin importar el giro de negocio. Sin el conocimiento de este dato es imposible hacer cualquier proyección, o de iniciar cualquier proyecto futuro y en esas condiciones es arriesgado e irresponsable asumir compromisos sin la certeza de poder cumplirlos.

$$\text{Índice de liquidez} = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

$$\text{Índice de liquidez} = \frac{11.120,00}{10.000,00}$$

$$\text{Índice de liquidez} = 1.11$$

##### 5.04.07.02 Prueba ácida

La prueba ácida es uno de los indicadores financieros utilizados para medir la liquidez de una empresa, para medir su capacidad de pago.

El rango aceptable de la prueba ácida es 0,8 - 1,2.

$$\text{Prueba ácida} = \frac{\text{Activo corriente} - \text{Inventario}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

$$\text{Prueba ácida} = \frac{11.120,00 - 400}{11.000,00}$$

$$\text{Prueba ácida} = 1.07$$

### 5.04.07.03 Endeudamiento

Dentro del estado de resultados y el balance general encuentra el nivel de endeudamiento financiero medido como el porcentaje que representan las obligaciones financieras de corto y largo plazo con respecto a las ventas del periodo.

La fórmula es (endeudamiento financiero = obligaciones financieras / ventas netas). Este no debe ser mayor al 60%.

$$\text{Endeudamiento} = \frac{\text{pasivo total}}{\text{activo total}}$$

$$\text{Endeudamiento} = \frac{10.000,00}{49.579,00}$$

$$\text{Endeudamiento} = 20\%$$

### 5.04.07.04 Retorno sobre el Capital Propio

Se calcula con al siguiente formula.

ROE = Utilidad Neta / Patrimonio Total.

$$\text{ROE} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Patrimonio}}$$

$$\text{ROE} = \frac{28.811,01}{39.579,00}$$

$$\text{ROE} = 73\%$$

#### 5.04.07.05 Roa

Retorno sobre los activos, se calcula con la siguiente formula:

ROA = Utilidad Neta / Activo Total.

$$\text{ROA} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Total de activos}}$$

$$\text{ROA} = \frac{28.811,01}{49.579,00}$$

$$\text{ROA} = 58\%$$

## CAPITULO VI

### 6. ANÁLISIS DE IMPACTOS

#### 6.01. Impacto ambiental

En la actualidad es necesario tener en cuenta la importancia de llevar un adecuado manejo de los diferentes residuos que existan en el proceso de producción y en el área administrativa. Analizar cada proceso y área de la empresa nos permitirá determinar de mejor manera los diferentes impactos y desechos que produzca el proyecto, ayudándonos a determinar las diversas soluciones, con el objetivo de minimizar el impacto que se provoque.

Es preciso tener conocimientos sobre el manejo de las buenas prácticas ambientales para disminuir el impacto que produce al entorno que nos rodea.

“Impacto ambiental: Efectos que una acción humana produce en el medio ambiente” (MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE, 2002, pág. 2).

## **Consumo de agua**

En la actualidad el agua es utilizado en numerosas actividades, como en los procesos industriales, la generación de energía eléctrica, las actividades mineras, la agricultura y ganadería.

Analizado en proceso productivo y las áreas con las que a contar la empresa, se obtiene como resultado:

### **Los puntos donde se consume agua son los siguientes**

- Oficinas
- Baño

## **Soluciones**

- Mantener un seguimiento constante del consumo de agua
- Controlar el adecuado funcionamiento de las instalaciones sanitarias
- Controlar la inexistencia de tuberías dañada y de fugas

## **Consumo de energía**

El consumo de luz eléctrica se origina en el proceso de producción de ropa y en el área administrativa. Ya que la energía es necesaria para el funcionamiento de la maquinaria, se la utiliza para la iluminación en planta y oficinas, para el funcionamiento de equipos en el área administrativa

## **Soluciones**

- Controlar el adecuado funcionamiento de las maquinas
- Revisión periódica de las instalaciones eléctricas
- Ubicar las áreas de la empresa cerca de iluminación natural

## **Contaminación acústica**

En la fabricación de ropa deportiva existe una baja contaminación acústica, sin embargo hay que tener en cuenta que al usar las maquinarias, estas causan ruido dentro del área de producción, por lo que es necesario medir el nivel de ruido causado.

Es necesario tomar en cuenta este factor ya que los sonidos excesivos pueden causar problemas auditivos al personal de la empresa.

## **Solución**

- Realizar una inspección y una limpieza periódica de la maquinaria.
- Controlar las emisiones de ruido hacia el exterior.
- Proveer al personal equipos necesarios para disminuir el efecto del ruido (tapones), con el objetivo de evitar los problemas auditivos en los operarios de la organización.
- Hacer seguimiento periódico y revisar la eficacia de las medidas de seguridad tomadas.

---

## Contaminación de residuos

La industria textil avanza hacia un enfoque cada vez más verde en su tecnología y diseño. La industria en el país está lejos de exhibir notables éxitos, pero se entusiasma con procesos amigables con el ambiente.

Los materiales utilizados en el proceso productivo como agujas, hilos, tizas y los sobrantes de tela que se proporcionen en la producción, generan diferente tipo de contaminación ambiental.

- **Agujas:** una herramienta indispensable en la industria textil, el uso de esta es muy elevado ya que son materiales delicados y susceptibles romperse, por lo que es necesario llevar un adecuado almacenamiento de las agujas dañadas antes de ser arrojados a la basura, evitando así peligro de heridas o pinchazos tanto en el personal como al personal de la Empresa Pública Metropolitana de Aseo (EMASEO) que son los responsables de la recolección de estos desechos.
- **Hilos:** un material utilizado en la elaboración de todo tipo de ropa, es necesario para la fabricación de tejidos y para el cocido de estos. El desperdicio es constante debido a enredos y al corte de hilos sueltos en el control de calidad durante el proceso productivo
- **Tizas:** es necesario el uso de las tizas en la confección de las prendas deportivas, el uso de estas provocan un impacto al ambiente, ya que el uso de este material arroja una baja cantidad de partículas de polvo al aire.

- **Pelusas y telas:** en la actualidad existe variedades de telas, gran parte de estas generan hebras, por lo que en la industria textil la generación de pelusas y de restos de tela es constante, por lo que es necesario llevar un adecuado manejo de estos desechos.

### **Soluciones**

- Tomar en cuenta que se debe reutilizar los desechos de tela, llevar un proceso para la elaboración de productos como almohadas, ropa de muñecas y guaiques, con el fin de minimizar el impacto ambiental que se genere en el proceso productivo.
- Proveer al personal unas adecuadas herramientas de salud ambiental, para evitar alergias u otras afectaciones a la salud generadas por la emisión de polvo por parte de las tizas y pelusas por parte de la tela.
- Llevar un adecuado almacenamiento de las herramientas dañadas antes de ser arrojados a los contenedores de basura, evitando el riesgo de heridas al personal

### **6.02. Impacto económico**

El desarrollo del sector textil está directamente relacionado con las exportaciones, las industriales textiles han invertido en la adquisición de maquinaria que les permita ser más competitivos. Así mismo, las empresas invierten en programas de capacitación para el personal de planta, con el afán de incrementar los niveles de eficiencia y productividad, la intención es mejorar los

índices de producción actuales, e innovar en la creación de nuevos productos que satisfagan la demanda internacional. (PLUS PROJECT, 2014)

El requerimiento de la industria es que el costo país disminuya hasta llegar al menos a los niveles de la región, especialmente en lo que respecta al costo laboral, de energía eléctrica, las tarifas en telecomunicaciones y los fletes del transporte de carga, que son algunos de los principales rubros que afectan los costos de producción de la industria textil. Así mismo, se requiere un régimen laboral flexible y una aduana que facilite el comercio exterior, que erradique el contrabando y que sea incorruptible.

La industria textil ecuatoriana ha venido teniendo algunos problemas como la competencia desleal, la falta de acuerdos internacionales que faciliten las exportaciones y las importaciones de todo tipo de ropa y la falta de tratados de libre comercio con Estados Unidos y la Unión Europea que es donde se presenta los principales consumidores del producto, sin embargo para el 2014 se espera que la industria textil tenga un crecimiento de 1.2 % igual que en el pasado año, en donde se registró \$570 millones de dólares en ventas.

El sector manufacturero es la base de la economía nacional de muchos países, entre ellos del Ecuador, siendo muy importante esta industria para el desarrollo de la riqueza nacional, sirviendo además uno de los principales sustentos de la recaudación tributaria que gestiona las inversiones y obras estatales, aportando a la consolidación y creación de los sectores productivos intensivos en conocimiento, con sostenibilidad ambiental y con fuerte demanda en el mercado mundial. (PLUS PROJECT, 2014) Hace referencia de que:

Otro factor fundamental para seguir creciendo nuestra participación en el mercado externo, es que el Gobierno Nacional negocie acuerdos comerciales con los países que demandan nuestra producción y que ofertan lo que requerimos. Entre los países o bloques económicos más importantes comercialmente hablando se encuentran Estados Unidos, la Unión Europea, Venezuela, México, Canadá y Centroamérica; por tanto, el Ecuador debe procurar acuerdos con estas naciones que garanticen a nuestros productos un acceso preferencial a sus mercados a largo plazo, enmarcados en una normativa que clara que genera un ambiente de certidumbre y seguridad para los negocios y las inversiones.

### **6.03. Impacto productivo**

La industria manufacturera en el Ecuador se ha incrementado durante los últimos 3 años, pues el avance en la tecnología ha hecho que muchos productores ecuatorianos piensen en centrarse en la industria textil. “La elaboración de textiles y tejidos en el Ecuador es una de las actividades artesanales más antiguas, su elaboración tenía gran importancia de la cultura inca, pues servía para denotar la situación económica entre los habitantes” (PRO - Ecuador, 2012, pág. 2).

La Industria textil permite disfrutar de todos los bienes y artículos que se utiliza a diario, desde aquellos elaborados artesanalmente, hasta los artículos que se elaboran como resultado de un proceso de evolución tecnológica (industrializados).

En la actualidad el gobierno ecuatoriano ha puesto en marcha la implementación de una nueva matriz productiva en el país, el objetivo de este va relacionado con buscar

diversificar la producción, buscar nuevas industrias y generar nuevos tipos de negocios. “El Ecuador muestra hoy un escenario distinto al neoliberal, donde se privilegió la privatización de las empresas públicas en favor de las transnacionales, y con una rigidez burocrática que alimentaba la corrupción para que puedan avanzar y competir” (PLANIFICACIÓN, 2013).

La matriz productiva del país está basada en la existencia de empresas en el que su giro de negocio sea la de transformar productos naturales que haya en el país, en productos terminados que contengan valor agregado y cumplan con estándares de calidad, con el objetivo de generar desarrollo, bienestar y progreso.

El proyecto será un aporte al cambio que pretende realizar el gobierno ecuatoriano, contribuir a la diversidad de la producción, generar nuevas industrias y sustituir la selección de productos de importación por productos nacionales. Incentivar a la generación de empresas dedicadas a la fabricación de hilos, ya que las hilanderías del país han ido adquiriendo impulso industrial por elaborar hilos y tejidos. Productos con características antibacteriales, que absorben el sudor y tienen mejor resistencia al lavado.

#### **6.04. Impacto social**

##### **Telas ecológicas e inteligentes**

Dentro del área textil las principales innovaciones están en las llamadas telas inteligentes. Se exhiben las telas hospitalarias, que son antibacteriales, con un sistema decolorante que resiste a los lavados con cloro y a

la exposición del sol, tienen además sistemas que repelen fluidos. (El HOY - Noticias del Ecuador, 2013).

Otro tipo de telas son las destinadas para la ropa deportiva, que absorben y expulsan la transpiración. Además cuentan con filtro UV (protección contra los rayos solares) para evadir la radiación solar y sistema antibacterial que inhibe el olor de la sudoración.

### **Diferentes tipos de tela y sus ventajas para los deportistas**

El algodón es suave y cómodo, es un material que tiene un bajo riesgo de provocar alguna reacción alérgica y no irrita la piel sensible. Los tejidos naturales como este son altamente frescos ya que permiten la circulación de aire, evitando la propagación de hongos, los tejidos sintéticos no ofrecen tal ventilación y las prendas ajustadas de materiales manufacturados pueden provocar la aparición de bacterias ya que puede absorber fácilmente la humedad del cuerpo y ayuda a mantener a las personas secas pues no se pega a la piel, permitiendo que la transpiración se evapore en el aire.

El algodón es una fibra natural muy suave que permite que el calor del cuerpo escape y que haya circulación de aire. Camisetas, pantalones largos y cortos, calcetines de algodón o poliéster con lycra son los mejores materiales para hacer ejercicio. Toda vestimenta de poliéster o cualquier otra tela sintética son modernas y tienen grandes beneficios para el movimiento. Pero para tener comodidad completa, nada es mejor que el algodón. (BURKS & VILLAREAL, 2013)

La fibra lycra es diseñada para mejorar el rendimiento, el estilo y la durabilidad de las prendas de ropa de poliéster. Gracias a la amplia gama de beneficios estéticos y de rendimiento que ofrece, son muchas las prendas que incluyen esta fibra: ropa deportiva y ropa de baño, dependiendo de cómo sea utilizada la fibra lycra, las prendas pueden presentar un aspecto desde más denso o más flexible hasta suave o rugoso. (BURKS & VILLAREAL, 2013)

Entre los beneficios de rendimiento de la fibra lycra se encuentran:

- Mejor transporte de la humedad
- Extraordinario confort, elasticidad y poder de recuperación de forma en todas direcciones
- Mayor resistencia a la fricción o ruptura
- Resistencia a las arrugas y a los pliegues

El poliéster es la fibra sintética más utilizada y muy a menudo se encuentra mezclada con otras fibras para reducir las arrugas, suavizar el tacto y conseguir que el tejido se seque más rápidamente. (BURKS & VILLAREAL, 2013)

Ventajas:

- Alta elasticidad para alta estabilidad y forma consistente
- Baja amplificación, la fibra parece lisa y en forma de barra.

- Son extremadamente resistentes al estiramiento
- Extensible y no se arruga fácilmente } las fibras no son atacadas por bacterias, moho o polillas
- Es más resistente que cualquier fibra a la luz del sol

En el clima frío el uso de varias capas de ropa ligera permite la circulación del aire, comienza con una capa de material resistente a la humedad. Este tipo de camisetas (hechas de polipropeno) se encuentran generalmente en las tiendas deportivas y alejarán la humedad de tu piel cuando sudas. Si utilizas algodón como la capa más cercana a tu piel, el material permanecerá mojado después de que hayas sudado, lo cual te producirá mucho frío. La segunda capa debe ser de material aislante como la lana e incluir una cremallera que sirva de ventilación cuando te calientes. Por lo general, estas dos capas son suficientes, pero si hay mucho viento podrías necesitar una capa adicional externa, la cual debe ser liviana, delgada y resistente al agua y al viento. Una chaqueta o sweater impermeable o "rompe vientos" son buenas opciones ya que puedes quitártelas y atarlas a tu cintura una vez que la temperatura de tu cuerpo haya aumentado. (RODRIGUEZ, 2010)

## CAPITULO VII

### 7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 7.01 Conclusiones

- En la actualidad se ha tomado más en consideración el deporte en el país, debido al aumento de las organizaciones deportivas y al aumento de las actividades fomentadas tanto por empresas privadas como por entes gubernamentales, lo que ha permitido que la industria textil vaya creciendo en el país, llegando a ser este uno de los factores más importantes en el desarrollo económico del país.
- Realizado el análisis situacional se ha determinado las fortalezas como la propuesta estratégica, la gestión administrativa, operativa y comercial, las diversas oportunidades que son el PIB, la tasa pasiva, la balanza comercial, clientes, proveedores, etc. y las amenazas comprendidas entre la inflación, la tasa activa, el desempleo, la competencia y los productos sustitutos que afectan a la implementación del proyecto.

- En el estudio de mercado realizado se ha demostrado que la ropa deportiva a ofertar en el mercado ecuatoriano tiene gran aceptación por la sociedad, pues se ha demostrado que la demanda de ropa deportiva ha tenido un notable crecimiento durante los últimos cinco años, demostrando una oportunidad de negocio, pues se puede apreciar la existencia de una demanda insatisfecha a la que se debe complacer.
- Elaborado el estudio técnico se pudo determinar la mejor ubicación de cada departamento y el lugar exacto donde debe estar situada la maquinaria, los tiempos de demora en cada proceso, ayudando a determinar que para tener un nivel de producción de 182 pantalones y 252 camisetas de manera quincenal, es necesario contar con dos operarios en el área de producción.
- Manteniendo un nivel de producción quincenal y un precio de venta de \$14.99 en pantalones y \$10.99 en camisetas se ha calculado los ingresos operacionales del proyecto. Llegando a tener un Valor Actual Neto (VAN) de \$ 38.672,70 indicando que el van es mayor que cero por lo que el proyecto es factible, una Tasa Interna de Retorno (TIR) de 38% demostrando que la TIR es mayor que la TMAR (12.70%), dando como resultado que la inversión realizada será recuperada dentro de 2 años 2 meses y 9 días, que de cada dólar invertido se obtiene una rentabilidad de \$ 0.59 ctvs. Y que es necesario fabricar y vender 257 unidades entre camisetas y pantalones para alcanzar el punto de equilibrio.

- El llevar a cabo el proyecto será un aporte para fortalecer la economía del país, ya que el sector textil ha ido creciendo en los últimos años, aportar a la implementación y fortalecimiento de la nueva matriz productiva, llevar un adecuado proceso de fabricación para ofrecer un producto de calidad y que satisfaga las expectativas del cliente, sin olvidar que además traerá diversos perjuicios al medio ambiente por lo que es necesario llevar un adecuado manejo de los desechos que se produzcan en el proceso productivo.

### **7.02. Recomendaciones**

- Se deberá llevar una adecuada gestión de marketing, tener en cuenta que se debe realizar convenios con las diversas empresas comercializadoras de ropa deportiva, pues esto ayudara a llevar un adecuado canal de distribución del producto, ayudando que el producto esté al alcance de nuestros clientes.
- Es preciso conocer la realidad nacional que atraviesa el país, pues es necesario tener datos actualizados de los diversos factores como la inflación, un cambio en las leyes gubernamentales que pueden afectar a la empresa, tener conocimientos de la existencia de una estabilidad económica y estatal del país, con el fin de notar las posibilidades de inversión positivas a la organización.
- La organización debe tener en cuenta que se debe ofertar productos de calidad, pensar en la innovación en los diseños, colores y enfocar nuestros esfuerzos en mantener los precios accesibles, renovar estilos nos permitirá ser más

competitivos en el mercado nacional, logrando así el cumplimiento de los objetivos propuestos.

- Se debe proporcionar las herramientas adecuadas al personal, examinar periódicamente la infraestructura y sus instalaciones, para disminuir la presencia de riesgos y evitar la existencia de accidentes laborales, mantener una adecuada capacidad instalada, revisar los tiempos en el proceso productivo, con el objetivo de ser más eficientes y evitar errores en la elaboración de las prendas deportivas.
- Es importante tener en consideración el implementar un manual de manejo ambiental, con el fin reducir el impacto ambiental causado en el proceso productivo, pensado en la salud del personal y de las personas aledañas.
- Se debe implementar un adecuado plan de evaluación financiera, con el objetivo de tener información actualizada sobre los estados de resultados, para tener conocimientos sobre el estado actual de la empresa.

## Anexos

## **ANEXO 1**

### **Ley de defensa al artesano**

#### **BENEFICIOS**

La Ley de Defensa del Artesano concede a los Artesanos Calificados los siguientes beneficios:

#### **LABORALES**

- Exoneración de pago de décimotercero, décimocuarto sueldo y utilidades a los operarios y aprendices
- Exoneración del pago bonificación complementaria a los operarios y aprendices
- Protección del trabajo del artesano frente a los contratistas

#### **SOCIALES**

- Afiliación al seguro obligatorio para maestros de taller, operarios y aprendices
- Acceso a las prestaciones del seguro social
- Extensión del seguro social al grupo familiar
- No pago de fondos de reserva

#### **TRIBUTARIOS**

- Facturación con tarifa 0% (I.V.A.)
- Declaración semestral del I.V.A
- Exoneración de impuesto a la exportación de artesanías
- Exoneración del pago del impuesto a la renta
- Exoneración del pago de los impuestos de patente municipal y activos totales
- Exoneración del impuesto a la transferencia de dominio de bienes inmuebles destinados a centros y talleres de capacitación artesanal

## ANEXO 2

### Locales comerciales

N°	CENTRO COMERCIAL	N° DE LOCAL	PISO - NIVEL	PASILLO	DIRECCION	SECTOR
1	NUEVO AMANECER	30	PRIMERO - NIVEL A	1 A	Av. José López y Hermano Miguel	Centro Histórico de Quito
2	NUEVO AMANECER	59	PRIMERO - NIVEL A	1 A	Av. José López y Hermano Miguel	Centro Histórico de Quito
3	NUEVO AMANECER	117	PRIMERO - NIVEL A	2 A	Av. José López y Hermano Miguel	Centro Histórico de Quito
4	NUEVO AMANECER	141	PRIMERO - NIVEL A	2 A	Av. José López y Hermano Miguel	Centro Histórico de Quito
5	NUEVO AMANECER	195	PRIMERO - NIVEL A	2 A	Av. José López y Hermano Miguel	Centro Histórico de Quito
8	NUEVO AMANECER	229	PRIMERO - NIVEL A	3 A	Av. José López y Hermano Miguel	Centro Histórico de Quito
9	NUEVO AMANECER	230	PRIMERO - NIVEL A	3 A	Av. José López y Hermano Miguel	Centro Histórico de Quito
10	NUEVO AMANECER	234	PRIMERO - NIVEL A	3 A	Av. José López y Hermano Miguel	Centro Histórico de Quito
11	NUEVO AMANECER	247	PRIMERO - NIVEL A	3 A	Av. José López y Hermano Miguel	Centro Histórico de Quito
12	NUEVO AMANECER	272	PRIMERO - NIVEL A	3 A	Av. José López y Hermano Miguel	Centro Histórico de Quito
7	NUEVO AMANECER	292	PRIMERO - NIVEL A	4 A	Av. José López y Hermano Miguel	Centro Histórico de Quito
13	NUEVO AMANECER	297	PRIMERO - NIVEL A	4 A	Av. José López y Hermano Miguel	Centro Histórico de Quito
6	NUEVO AMANECER	310	PRIMERO - NIVEL A	5 A	Av. José López y Hermano Miguel	Centro Histórico de Quito
14	NUEVO AMANECER	322	PRIMERO - NIVEL A	6 A	Av. José López y Hermano Miguel	Centro Histórico de Quito
15	NUEVO AMANECER	5	SEGUNDO - NIVEL B	1 B	Av. José López y Hermano Miguel	Centro Histórico de Quito
16	NUEVO AMANECER	7	SEGUNDO - NIVEL B	1 B	Av. José López y Hermano Miguel	Centro Histórico de Quito
17	NUEVO AMANECER	38	SEGUNDO - NIVEL B	1 B	Av. José López y Hermano Miguel	Centro Histórico de Quito
19	NUEVO AMANECER	85	SEGUNDO - NIVEL B	2 B	Av. José López y Hermano Miguel	Centro Histórico de Quito
18	NUEVO AMANECER	86	SEGUNDO - NIVEL B	2 B	Av. José López y Hermano Miguel	Centro Histórico de Quito
20	NUEVO AMANECER	87	SEGUNDO - NIVEL B	2 B	Av. José López y Hermano Miguel	Centro Histórico de Quito
21	NUEVO AMANECER	88	SEGUNDO - NIVEL B	2 B	Av. José López y Hermano Miguel	Centro Histórico de Quito
22	NUEVO AMANECER	91	SEGUNDO - NIVEL B	2 B	Av. José López y Hermano Miguel	Centro Histórico de Quito
23	NUEVO AMANECER	92	SEGUNDO - NIVEL B	2 B	Av. José López y Hermano Miguel	Centro Histórico de Quito

24	NUEVO AMANECER	95	SEGUNDO - NIVEL B	2 B	Av. José López y Hermano Miguel	Centro Histórico de Quito
25	NUEVO AMANECER	110	SEGUNDO - NIVEL B	3 B	Av. José López y Hermano Miguel	Centro Histórico de Quito
26	NUEVO AMANECER	128	SEGUNDO - NIVEL B	3 B	Av. José López y Hermano Miguel	Centro Histórico de Quito
27	NUEVO AMANECER	141	SEGUNDO - NIVEL B	3 B	Av. José López y Hermano Miguel	Centro Histórico de Quito
28	NUEVO AMANECER	175	SEGUNDO - NIVEL B	4 B	Av. José López y Hermano Miguel	Centro Histórico de Quito
29	NUEVO AMANECER	210	SEGUNDO - NIVEL B	5 B	Av. José López y Hermano Miguel	Centro Histórico de Quito
30	NUEVO AMANECER	213	SEGUNDO - NIVEL B	5 B	Av. José López y Hermano Miguel	Centro Histórico de Quito
31	NUEVO AMANECER	216	SEGUNDO - NIVEL B	5 B	Av. José López y Hermano Miguel	Centro Histórico de Quito
32	NUEVO AMANECER	217	SEGUNDO - NIVEL B	5 B	Av. José López y Hermano Miguel	Centro Histórico de Quito
33	NUEVO AMANECER	218	SEGUNDO - NIVEL B	5 B	Av. José López y Hermano Miguel	Centro Histórico de Quito
34	NUEVO AMANECER	240	SEGUNDO - NIVEL B	6 B	Av. José López y Hermano Miguel	Centro Histórico de Quito
35	NUEVO AMANECER	306	SEGUNDO - NIVEL B	7 B	Av. José López y Hermano Miguel	Centro Histórico de Quito
36	NUEVO AMANECER	313	SEGUNDO - NIVEL B	7 B	Av. José López y Hermano Miguel	Centro Histórico de Quito
37	NUEVO AMANECER	323	SEGUNDO - NIVEL B	8 B	Av. José López y Hermano Miguel	Centro Histórico de Quito
38	NUEVO AMANECER	335	SEGUNDO - NIVEL B	8 B	Av. José López y Hermano Miguel	Centro Histórico de Quito
39	NUEVO AMANECER	8	TERCERO - NIVEL C	1 C	Av. José López y Hermano Miguel	Centro Histórico de Quito
40	NUEVO AMANECER	80	TERCERO - NIVEL C	2 C	Av. José López y Hermano Miguel	Centro Histórico de Quito
41	NUEVO AMANECER	87	TERCERO - NIVEL C	2 C	Av. José López y Hermano Miguel	Centro Histórico de Quito
42	NUEVO AMANECER	133	TERCERO - NIVEL C	4 C	Av. José López y Hermano Miguel	Centro Histórico de Quito
43	NUEVO AMANECER	151	TERCERO - NIVEL C	4 C	Av. José López y Hermano Miguel	Centro Histórico de Quito
44	NUEVO AMANECER	164	TERCERO - NIVEL C	5 C	Av. José López y Hermano Miguel	Centro Histórico de Quito
45	NUEVO AMANECER	202	TERCERO - NIVEL C	7 C	Av. José López y Hermano Miguel	Centro Histórico de Quito
46	NUEVO AMANECER	243	TERCERO - NIVEL C	8 C	Av. José López y Hermano Miguel	Centro Histórico de Quito
47	NUEVO AMANECER	310	TERCERO - NIVEL C	9 C	Av. José López y Hermano Miguel	Centro Histórico de Quito
48	NUEVO AMANECER	311	TERCERO - NIVEL C	9 C	Av. José López y Hermano Miguel	Centro Histórico de Quito
49	NUEVO AMANECER	352	TERCERO - NIVEL C	12 C	Av. José López y Hermano Miguel	Centro Histórico de Quito

50	HERMANO MIGUEL	115	PRIMERO - NIVEL A	2 A	Av. Hermano Miguel y Chimborazo	Centro Histórico de Quito
51	HERMANO MIGUEL	176	PRIMERO - NIVEL A	2 A	Av. Hermano Miguel y Chimborazo	Centro Histórico de Quito
52	HERMANO MIGUEL	177	PRIMERO - NIVEL A	2 A	Av. Hermano Miguel y Chimborazo	Centro Histórico de Quito
53	HERMANO MIGUEL	221	PRIMERO - NIVEL A	3 A	Av. Hermano Miguel y Chimborazo	Centro Histórico de Quito
54	HERMANO MIGUEL	222	PRIMERO - NIVEL A	3 A	Av. Hermano Miguel y Chimborazo	Centro Histórico de Quito
55	HERMANO MIGUEL	223	PRIMERO - NIVEL A	3 A	Av. Hermano Miguel y Chimborazo	Centro Histórico de Quito
56	HERMANO MIGUEL	224	PRIMERO - NIVEL A	3 A	Av. Hermano Miguel y Chimborazo	Centro Histórico de Quito
57	HERMANO MIGUEL	298	PRIMERO - NIVEL A	4 A	Av. Hermano Miguel y Chimborazo	Centro Histórico de Quito
58	HERMANO MIGUEL	305	PRIMERO - NIVEL A	4 A	Av. Hermano Miguel y Chimborazo	Centro Histórico de Quito
59	HERMANO MIGUEL	339	PRIMERO - NIVEL A	5 A	Av. Hermano Miguel y Chimborazo	Centro Histórico de Quito
60	HERMANO MIGUEL	371	PRIMERO - NIVEL A	5 A	Av. Hermano Miguel y Chimborazo	Centro Histórico de Quito
61	HERMANO MIGUEL	569	PRIMERO - NIVEL A	7 A	Av. Hermano Miguel y Chimborazo	Centro Histórico de Quito
62	HERMANO MIGUEL	570	PRIMERO - NIVEL A	7 A	Av. Hermano Miguel y Chimborazo	Centro Histórico de Quito
63	HERMANO MIGUEL	571	PRIMERO - NIVEL A	7 A	Av. Hermano Miguel y Chimborazo	Centro Histórico de Quito
64	HERMANO MIGUEL	572	PRIMERO - NIVEL A	7 A	Av. Hermano Miguel y Chimborazo	Centro Histórico de Quito
65	HERMANO MIGUEL	573	PRIMERO - NIVEL A	7 A	Av. Hermano Miguel y Chimborazo	Centro Histórico de Quito
66	HERMANO MIGUEL	574	PRIMERO - NIVEL A	7 A	Av. Hermano Miguel y Chimborazo	Centro Histórico de Quito
67	HERMANO MIGUEL	575	PRIMERO - NIVEL A	7 A	Av. Hermano Miguel y Chimborazo	Centro Histórico de Quito

68	HERMANO MIGUEL	614	PRIMERO - NIVEL A	7 A	Av. Hermano Miguel y Chimborazo	Centro Histórico de Quito
69	HERMANO MIGUEL	756	SEGUNDO - NIVEL B	1 B	Av. Hermano Miguel y Chimborazo	Centro Histórico de Quito
70	HERMANO MIGUEL	758	SEGUNDO - NIVEL B	1 B	Av. Hermano Miguel y Chimborazo	Centro Histórico de Quito
71	HERMANO MIGUEL	795	SEGUNDO - NIVEL B	2 B	Av. Hermano Miguel y Chimborazo	Centro Histórico de Quito
72	HERMANO MIGUEL	825	SEGUNDO - NIVEL B	3 B	Av. Hermano Miguel y Chimborazo	Centro Histórico de Quito
73	HERMANO MIGUEL	838	SEGUNDO - NIVEL B	3 B	Av. Hermano Miguel y Chimborazo	Centro Histórico de Quito
74	HERMANO MIGUEL	895	SEGUNDO - NIVEL B	5 B	Av. Hermano Miguel y Chimborazo	Centro Histórico de Quito
75	HERMANO MIGUEL	1120	TERCERO - NIVEL C	1 C	Av. Hermano Miguel y Chimborazo	Centro Histórico de Quito
76	HERMANO MIGUEL	1162	TERCERO - NIVEL C	2 C	Av. Hermano Miguel y Chimborazo	Centro Histórico de Quito
77	HERMANO MIGUEL	1163	TERCERO - NIVEL C	2 C	Av. Hermano Miguel y Chimborazo	Centro Histórico de Quito
78	HERMANO MIGUEL	1178	TERCERO - NIVEL C	2 C	Av. Hermano Miguel y Chimborazo	Centro Histórico de Quito
79	HERMANO MIGUEL	1189	TERCERO - NIVEL C	3 C	Av. Hermano Miguel y Chimborazo	Centro Histórico de Quito
80	HERMANO MIGUEL	1236	TERCERO - NIVEL C	5 C	Av. Hermano Miguel y Chimborazo	Centro Histórico de Quito
81	HERMANO MIGUEL	1264	TERCERO - NIVEL C	6 C	Av. Hermano Miguel y Chimborazo	Centro Histórico de Quito
82	HERMANO MIGUEL	1315	TERCERO - NIVEL C	8 C	Av. Hermano Miguel y Chimborazo	Centro Histórico de Quito
83	HERMANO MIGUEL	1327	TERCERO - NIVEL C	8 C	Av. Hermano Miguel y Chimborazo	Centro Histórico de Quito
84	HERMANO MIGUEL	1351	TERCERO - NIVEL C	9 C	Av. Hermano Miguel y Chimborazo	Centro Histórico de Quito
85	HERMANO MIGUEL	1409	TERCERO - NIVEL C	11 C	Av. Hermano Miguel y Chimborazo	Centro Histórico de Quito

86	HERMANO MIGUEL	1412	TERCERO - NIVEL C	11 C	Av. Hermano Miguel y Chimborazo	Centro Histórico de Quito
87	HERMANO MIGUEL	1623	TERCERO - NIVEL C	14 C	Av. Hermano Miguel y Chimborazo	Centro Histórico de Quito
88	HERMANO MIGUEL	1652	TERCERO - NIVEL C	14 C	Av. Hermano Miguel y Chimborazo	Centro Histórico de Quito
89	HERMANO MIGUEL	1660	TERCERO - NIVEL C	14 C	Av. Hermano Miguel y Chimborazo	Centro Histórico de Quito
90	HERMANO MIGUEL	1663	TERCERO - NIVEL C	14 C	Av. Hermano Miguel y Chimborazo	Centro Histórico de Quito
91	LA MERCED	128	PRIMERO - NIVEL A	3 A	Av. Chimborazo y Chile	Centro Histórico de Quito
92	LA MERCED	130	PRIMERO - NIVEL A	3 A	Av. Chimborazo y Chile	Centro Histórico de Quito
93	LA MERCED	145	PRIMERO - NIVEL A	4 A	Av. Chimborazo y Chile	Centro Histórico de Quito
94	LA MERCED	157	PRIMERO - NIVEL A	5 A	Av. Chimborazo y Chile	Centro Histórico de Quito
95	LA MERCED	168	PRIMERO - NIVEL A	6 A	Av. Chimborazo y Chile	Centro Histórico de Quito
96	LA GRANADA	75	PRIMERO - NIVEL AZUL	1 A	Av. Cuenca y Chile	Centro Histórico de Quito
97	LA GRANADA	78	PRIMERO - NIVEL AZUL	1 A	Av. Cuenca y Chile	Centro Histórico de Quito
98	LA GRANADA	90	PRIMERO - NIVEL AZUL	1 A	Av. Cuenca y Chile	Centro Histórico de Quito
99	LA GRANADA	151	TERCERO - NIVEL VERDE	2 C	Av. Cuenca y Chile	Centro Histórico de Quito
100	LA GRANADA	153	TERCERO - NIVEL VERDE	2 C	Av. Cuenca y Chile	Centro Histórico de Quito
101	LA GRANADA	154	TERCERO - NIVEL VERDE	2 C	Av. Cuenca y Chile	Centro Histórico de Quito
102	LA GRANADA	176	CUARTO - NIVEL AMARILLO	3 D	Av. Cuenca y Chile	Centro Histórico de Quito
103	LA GRANADA	176	CUARTO - NIVEL AMARILLO	3 D	Av. Cuenca y Chile	Centro Histórico de Quito
104	LA GRANADA	242	CUARTO - NIVEL AMARILLO	3 D	Av. Cuenca y Chile	Centro Histórico de Quito

## ANEXO 3

### Costo financiero



**BANCO PICHINCHA**  
En confianza.

### TARIFARIO BANCO PICHINCHA

1.2 COSTO DEL CRÉDITO								
TIPO DE CRÉDITO	PLAZO (meses)	MONTO FINANCIADO	TASA DE INTERES		VALOR TOTAL A PAGAR POR INTERES	CUOTA TOTAL	MONTO TOTAL A PAGAR A LA ENTIDAD	CARGA FINANCIERA
			DE LA ENTIDAD	MÁXIMA BCE				
COMERCIAL	36	50.000	11.20%	11.83%	9100.32	1654.14	59.548.92	9548.92
	6	600	15.18%	16.30%	26.84	104.47	627.77	27.77
CONSUMO	12	1.500	15.18%	16.30%	126.18	135.51	1.630.55	130.55
	18	3.000	15.18%	16.30%	373.35	187.41	3.373.35	386.26
CONSUMO VEHICULOS	48	11.490	15.15%	16.30%	3901.32	390.91	18.234.41	6744.01
MCROCRÉDITO	18	10.500	22.50%	30.50%	1968.57	755.81	12.588.41	2088.41
VIVIENDA	36	5.000	10.75%	11.33%	871.68	166.34	5.871.68	988.36
	60	10.000	10.75%	11.33%	2970.77	221.13	12.971	3268.02

## ANEXO 4

### Maquinaria

### Factura

**Dirmatex**  
Nuestra prioridad es su satisfacción...  
Ambas Defaz Cristian Geovanny

Francisco de Rumihurco N69-546 y La Zagalita  
(Sector El Condado) - Telf.: 025129962  
Cels.: 0983240971 / 0995095184  
0989539054 Quito - Ecuador

R.U.C. 1719583823001  
**FACTURA** 5001-001-00  
Nº 0001012  
AUT. S.R.I. 1114530472  
FECHA DE CADUCIDAD: 18 / MARZO / 2015

DOCUMENTO CATEGORIZADO: NO

Cliente: *Tropa Bombarzo Mona Claudia* Fecha: *Quito, 23 de Mayo del 2014*  
Dirección: *Coop. Jaime Roldos OE 12 D U34 - 94 PU* Telf.: *2498234*  
R.U.C./I.C.I.: *1707246458* Guía de Remisión: \_\_\_\_\_

CANT.	DESCRIPCIÓN	V. UNITARIO	VALOR TOTAL
<i>1</i>	<i>Cortadora 4g fabrica Gensy modelo P100 serie 98174 y accesorios</i>	<i>141.07</i>	<i>141.07</i>
	<i>* Fianza de pago Credito 3 meses</i>		
	<i>* Garantia Mano en dinero a Fabrica</i>		
	<i>Estada \$50.00</i>		
	<i>3 cuotas 36.00</i>		
		SUBTOTAL	<i>141.07</i>
		DESCUENTO	<i>—</i>
		I.V.A. 12 %	<i>16.93</i>
		TOTAL USD	<i>158.00</i>

RECIBI CONFORME

FIRMA AUTORIZADA: *[Firma]* FIRMIANTE: *[Firma]*

Imprenta Geovanny - Imprenta Cultural - R.U.C. 1001248044001 - Telfs. 2536 963 - 0995045438 - Autorización S.R.I. 1607 - Fecha de Autorización 18 / MARZO / 2014 del 0001001 al 0

APOYAR AL DESARROLLO SOCIO - ECONÓMICO ARTESANAL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO

**Dirmatex**  
Nuestra prioridad es su satisfacción.  
Ambas Defaz Cristian Geovanny

Francisco de Rumurco N69-546 y La Zagalita  
(Sector El Condado) - Telf.: 025129962  
Cels.: 0983240971 / 0995095184  
0989539054 Quito - Ecuador

R.U.C. 1719583823001  
**FACTURA** 5001-001-00  
Nº 0001015  
AUT. S.R.I. 1114530472  
FECHA DE CADUCIDAD: 18 / MARZO / 2015

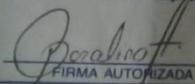
DOCUMENTO CATEGORIZADO: NO

Cliente: Konna Andraugo  
Dirección: Coop. Roldos calle OE11-N84-68  
R.U.C.I.: 1715964795

Fecha: Quito, 31 de Marzo del 2014  
Telf.: 0997280180  
Guía de Remisión: .....

CANT	DESCRIPCIÓN	V. UNITARIO	VALOR TOTAL
01	Recta Gensy con motor incorporado, con tablero estante motor, y accesorios, serie 30912800839, modelo Gem 8200B-H	441,96	441,96
01	Overlock 6 Hilos, marca Gensy, modelo Gens 767F serie 13087180005 con tablero, estante, motor 1/2HP y accesorios.	580,36	580,36
01	Recubridora 5H, marca Gensy, modelo Gem 500B-01 serie 03043010890 con tablero, estante, motor 1/2HP y accesorios.	848,21	848,21

Debo y pagare incondicionalmente a la orden de Cristian Geovanny Ambas Defaz, el valor total expresado en este documento, más los intereses por mora y gastos que ocasionen su cobro; siendo suficiente prueba de ello la presentación de esta factura, emitida por el cliente. Autorizo de manera expresa e irrevocable a ser reportado a la Central de Riesgos por medio de un Buró de Crédito autorizado por la Superintendencia de Bancos.

RECIBI CONFORME  
FIRMA AUTORIZADA:   
FIRMA CLIENTE: 

Byron Gerardo / Imprenta Cultural - R.U.C. 1001246044001 - Telfs.: 2536 963 - 0995245438 - Autorización S.R.I. 1607 - Fecha de Autorización: 18 / MARZO / 2014 del 0001001 al

SUBTOTAL 1807,53  
DESCUENTO —  
I.V.A. 12% 224,44  
TOTAL USD. 2095,97

### Maquina industrial recta





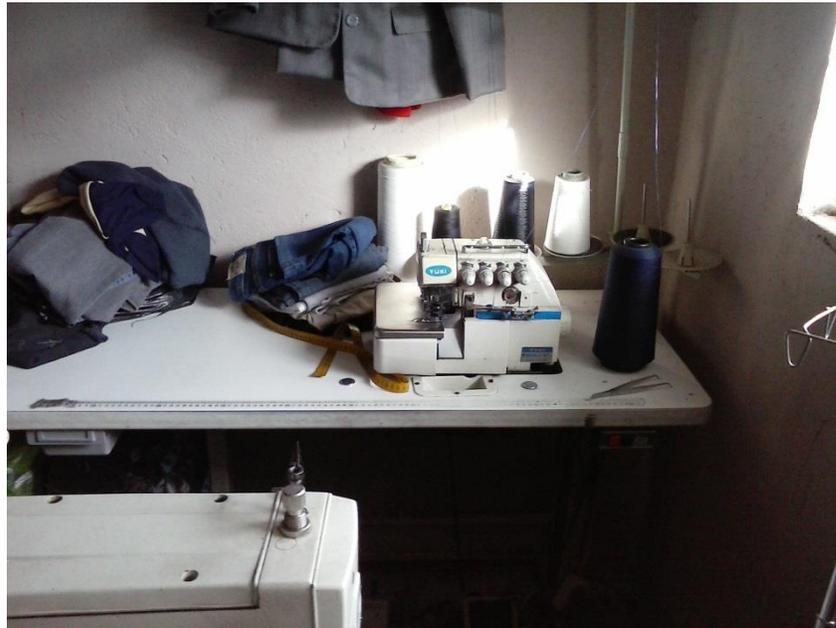
**Maquina recubridora**





**Maquina overlock**





## ANEXO 5

### Activo nominal y requisitos para la constitución

DERECHOS POR PERMISO DE FUNCIONAMIENTO AÑO 2013

#### DERECHOS POR PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO AÑO 2013

Establecimientos	Coefficiente de Cálculo	Costo de Permiso de Funcionamiento (Dólares Americanos)
4.1.1 Industria	30	228.96
4.1.2 Mediana industria	20	152.64
4.1.3 Pequeña industria	15	114.48
4.1.4 Artesanal	5	38.16
4.1.5 Microempresa	3	22.90

### Permiso Ocasional de Funcionamiento del cuerpo de bomberos

De acuerdo al marco legal vigente en el Reglamento de Prevención, Mitigación y Protección Contra Incendios del Registro Oficial Edición Especial N° 114 del jueves 2 de abril de 2009, para la obtención del Permiso Ocasional de Funcionamiento se deberá cumplir con los artículos:

Art. 350.- El propietario del local o la persona interesada para obtener el permiso de funcionamiento debe presentar al Cuerpo de Bomberos la siguiente documentación:

- a) Solicitud de inspección del local;
- b) Informe favorable de la inspección;
- c) Copia del RUC;
- d) Copia de la calificación artesanal (artesanos calificados).

## ANEXO 6

### Impuesto a la renta proyectado

fracción básica	exceso hasta	impuesto a la fracción básica	% impuesto a la fracción excedente	proyección imp. A frac. Básica	proyección % Imp.	proyección % Imp.	proyección % Imp.	proyección % Imp.			
0	10410	0		0	0	0	0	0%	0%	0%	0%
10410	13270	0	5%	0	0	0	0	5%	5%	5%	6%
13270	16590	143	10%	147	151	155	159	10%	11%	11%	11%
16590	19920	475	12%	488	501	515	528	12%	13%	13%	13%
19920	39830	875	15%	899	923	948	973	15%	16%	16%	17%
39830	59730	3861	20%	3965	4072	4182	4295	21%	21%	22%	22%
59730	79660	7841	25%	8053	8270	8493	8723	26%	26%	27%	28%
79660	106200	12824	30%	13170	13526	13891	14266	31%	32%	32%	33%
106200	en adelante	20786	35%	21347	21924	22516	23123	36%	37%	38%	39%

## ANEXO 7

### Tasa activa y pasiva

	CUADRO 20 TASAS DE INTERÉS ACTIVAS Y PASIVAS PROMEDIO DE LAS EMPRESAS BANCARIAS EN MONEDA NACIONAL. (En términos efectivos anuales) 1/ y 2/ AVERAGE LENDING AND DEPOSIT INTEREST RATES OF COMMERCIAL BANKS - DOMESTIC CURRENCY (Annual effective rates) 1/ 2/																	
	ACTIVAS / LENDING										PASIVAS / DEPOSITS							
	Préstamos hasta 360 días/ Loans up to 360 days			Préstamos mayor a 360 días/ Loans more than 360 days			TAMN 3/	FTAMN 4/	Preferencial Corporativa a 90 días/ Corporate Prime (90 days) 5/	Cuenta Corriente / Demand Deposits	Ahorro / Savings	Plazos (días) / Term (days)				TFPMN 6/	FTFPMN 7/	
	Corporativos / Corporate	Grandes emp. / Big Companies	Medianas emp. / Medium enterprises	Corporativos / Corporate	Grandes emp. / Big Companies	Medianas emp. / Medium enterprises						Hasta 30 días / Up to 30	31- 180 días	181- 360 días	360 o más / 360 and more			
Mar.	5,4	7,3	10,5	6,6	7,4	11,4	19,1	22,4	4,7	0,5	0,6	3,1	3,6	4,1	5,4	2,3	2,6	
Abr.	5,3	7,2	10,6	6,5	7,4	11,3	19,1	22,0	4,4	0,5	0,6	3,1	3,5	4,0	5,3	2,3	2,6	
May.	5,2	7,1	10,5	6,4	7,3	11,3	18,9	22,0	4,4	0,5	0,5	3,2	3,4	3,9	5,3	2,3	2,7	
Jun.	5,3	7,0	10,6	6,4	7,4	11,2	18,8	22,6	4,5	0,5	0,5	3,3	3,4	3,9	5,2	2,3	2,8	
Jul.	5,3	6,8	10,5	6,3	7,4	11,2	18,5	21,1	4,7	0,5	0,5	3,6	3,4	3,9	5,2	2,3	2,9	
Ago.	5,1	6,9	10,6	6,2	7,3	11,2	18,1	21,4	4,7	0,5	0,5	3,6	3,4	3,8	5,2	2,3	3,0	
Set.	5,2	6,8	10,5	6,1	7,3	11,1	17,6	21,0	4,7	0,5	0,5	3,7	3,5	3,8	5,3	2,3	3,1	
Oct.	5,3	6,8	10,4	6,1	7,3	11,0	16,6	21,4	4,7	0,5	0,5	3,7	3,5	3,9	5,3	2,3	3,1	
Nov.	5,3	6,8	10,3	6,1	7,2	11,0	16,4	21,5	4,5	0,5	0,5	3,5	3,5	3,9	5,3	2,3	3,0	
Dic.	5,2	6,7	10,5	6,1	7,3	10,9	15,9	20,1	4,5	0,5	0,5	3,8	3,5	3,9	5,3	2,3	3,0	
<b>2014</b>																		
Ene.	5,2	6,7	10,5	6,1	7,3	10,9	16,0	21,4	4,5	0,4	0,5	3,9	3,5	3,9	5,2	2,3	3,0	
Feb.	5,3	6,8	10,3	6,2	7,2	10,8	15,8	21,6	4,8	0,4	0,5	4,0	3,6	3,9	5,2	2,3	3,0	
Mar. 1-24	5,3	6,7	10,3	6,3	7,0	10,8	15,6	21,3	4,9	0,4	0,5	4,1	3,6	3,9	5,2	2,3	2,9	

### Bibliografía

- AGUEDA. (15 de Abril de 2010). *Moda, estilo y tendencias*. Obtenido de Moda, estilo y tendencias: <http://modaestiloytendencias.blogspot.com/2010/04/conceptos-basicos-en-moda.html>
- AREVALO, S. (25 de Julio de 2012). *Ropa Deportiva*. Obtenido de Ropa Deportiva: <http://www.articuloz.com/deporte-articulos/la-ropa-de-deporte-4488771.html>
- AREVALO, S. (22 de Julio de 2012). *ROPA DEPORTIVA*. Recuperado el 13 de Febrero de 2014, de ROPA DEPORTIVA: <http://arevaloorejuelasrapatricia7am.blogspot.com/2012/07/ropa-dportiva-concepto-tipos.html>
- Arevalo, S. (25 de Julio de 2012). *ROPA DPORTIVA*. Obtenido de ROPA DPORTIVA: <http://www.articuloz.com/deporte-articulos/la-ropa-de-deporte-4488771.html>
- AREYUNA A, F. (18 de abril de 2007). *www.google.com*. Recuperado el 10 de noviembre de 2013, de *www.google.com*: <http://www.portaldeportivo.cl/articulos/GM.0002.pdf>
- ARIAS. (2 de octubre de 2006). *www.wikipedia.com*. Recuperado el 10 de noviembre de 2013, de *www.wikipedia.com*: [www.wikipedia/artijkfd.com](http://www.wikipedia.com/artijkfd.com)
- ARROYO, C. (2 de junio de 2002). *www.ehowenespanol.com*. Recuperado el 11 de 11 de 2013, de *www.ehowenespanol.com*: [www.ehowenespanol.com](http://www.ehowenespanol.com)
- AYALA. (8 de febrero de 2009). *www.google.com*. Recuperado el 10 de noviembre de 2013, de *www.google.com*: <http://www.deportivo.cls/GM.0002.pdf>
- BANCO CENTRAL DEL ECUADOR. (29 de Noviembre de 2013). *Banco Central*. Obtenido de Banco Central: <http://www.bce.fin.ec/index.php/indicadores-economicos>
- BERNANKE. (8 de abril de 2005). *www.wikipedia.com*. Recuperado el 10 de noviembre de 2013, de *www.wikipedia.com*: <http://es.wikipedia.org/wiki/Inflaci%C3%B3n>
- BSIGROUP. (25 de Noviembre de 2013 ). *The British Standards Institution*. Obtenido de The British Standards Institution: <http://www.bsigroup.es/certificacion-y-auditoria/Sistemas-de-gestion/estandares-esquemas/Seguridad-y-Salud-Laboral-OHSAS18001/>
- Buenaventura, G. (s.f.). *icesi*. Obtenido de *icesi*: <http://www.icesi.edu.co/ocw/finanzas/finanzas-internacionales/tasa-de-interes>

- BURKS, A., & VILLAREAL, A. (7 de Octubre de 2013). *Livestrong*. Obtenido de Livestrong: [http://www.livestrong.com/es/ropa-deben-hombres-info\\_2481/](http://www.livestrong.com/es/ropa-deben-hombres-info_2481/)
- CARBAUGHT, R. (2009). *Economía internacional*. Mexico: Cengage Learning.
- COELLO, A. (11 de Marzo de 2014). <http://www.sisman.utm.edu.ec/>. Obtenido de <http://www.sisman.utm.edu.ec/>:  
<http://www.sisman.utm.edu.ec/libros/FACULTAD%20DE%20CIENCIAS%20MATEM%C3%81TICAS%20F%C3%8DSICAS%20Y%20QU%C3%8DMICAS/INGENIER%C3%8DA%20INDUSTRIAL/10/GESTION%20DE%20CALIDAD%20II/documento10123.pdf>
- CORNER. (12 de abril de 2009). *ww,wiki.com*. Recuperado el 11 de novi de 2013, de [ww,wiki.com](http://ww,wiki.com): [ww,wiki.com](http://ww,wiki.com)
- CORNER. (11 de abril de 2009). *www.wiki.com*. Recuperado el 11 de noviembre de 2013, de [www.wiki.com](http://www.wiki.com): [www.wiki.com](http://www.wiki.com)
- CORNER. (21 de junio de 2009). *www.wiki.es*. Recuperado el 11 de novi de 2013, de [www.wiki.es](http://www.wiki.es): [www.wiki.com](http://www.wiki.es)
- CRISOSTOMO, Y. C. (11 de Septiembre de 2010). *Slideshare*. Obtenido de Slideshare: <http://www.slideshare.net/anarosamendezfrancisco/factor-tecnologico>
- CUARTAS, D. H. (2008). *Principios de Administración*. Colombia: ITM.
- DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO. (30 de Marzo de 2013). *Noticiasquito*. Obtenido de Noticiasquito: [http://www.noticiasquito.gob.ec/Noticias/news\\_user\\_view/centros\\_comerciales\\_del\\_ahorro\\_listos\\_para\\_semana\\_santa--6266](http://www.noticiasquito.gob.ec/Noticias/news_user_view/centros_comerciales_del_ahorro_listos_para_semana_santa--6266)
- E-ECONOMIC. (14 de Marzo de 2010). *Diccionario e-conomic*. Obtenido de Diccionario e-conomic: <http://www.e-conomic.es/programa/glosario/definicion-proveedor>
- El HOY - Noticias del Ecuador. (2013 de Abril de 2013). El sector textil innova para crecer y exportar. *La III edición de la feria Xpotex concluye hoy en Quito*, págs. 12-10.
- Eliss. (10 de Marzo de 2013). *Arquis*. Recuperado el 13 de Febrero de 2014, de Arquis: <http://www.arqhys.com/que-es-una-macrolocalizacion.html>
- EROSA. (2004). *proyecto de inversion en ingenieria*. Mexico: Limusa.
- Farias, H. (1997). *La inflación que es y como eliminarla*. Venezuela: CEDICE.

- FARIAS, H. (2009). *La inflación que es y como eliminarla*. Venezuela: Panapo.
- GALLARDO, Y. (2009). *Recolección de la información*. Colombia: ICFES.
- HERNANDEZ, A. (12 de marzo de 2010). *www.google.com.ec*. Recuperado el 15 de enero de 2013, de *www.google.com.ec*: <http://monografias.com.es/jhhijji>
- HERNANDEZ, P. (20 de Noviembre de 2008). *Factores legales*. Obtenido de Factores legales: <http://factoreslegales.blogspot.com/>
- JUNTA NACIONAL DE LA DEFENSA DEL ARTESANO. (14 de Mayo de 2008). <http://www.jnda.gob.ec/>. Obtenido de <http://www.jnda.gob.ec/>: [http://www.jnda.gob.ec/pdf/LEY\\_DE\\_DEFENSA\\_DEL\\_ARTESANO.pdf](http://www.jnda.gob.ec/pdf/LEY_DE_DEFENSA_DEL_ARTESANO.pdf)
- MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE. (2002). *Manual de Buenas Prácticas Ambientales en la Familia Profesional*. España: INEM.
- MINISTERIO DE RELACIONES LABORALES. (27 de Septiembre de 2013). Maquinas, Resguardos de Protección. Quito, Pichincha, Ecuador.
- MINTZBERG, H. (2007). *Planeación Estratégica*. Colombia: Fundamentos de la Administración.
- MIRANDA, J. (2005). *Gestión de Proyectos* (5ta. Ed ed.). Colombia: MM Editores.
- MORENO, W. L. (4 de Febrero de 2014). *www.uprh.edu*. Obtenido de *www.uprh.edu*: [www.uprh.edu/wlopez/GEOP3005/La%20capacidad.ppt](http://www.uprh.edu/wlopez/GEOP3005/La%20capacidad.ppt)
- MUÑOZ TROCHE, C. (1 de Octubre de 2011). *Activasypasivasbcb*. Obtenido de Activasypasivasbcb: <http://activasypasivasbcb.blogspot.com/2011/10/definicion-de-tasas-activas-y-pasivas.html>
- NAFINZA. (2004). *Fundamentos de negocio*. Mexico: Nacional Financiera.
- NAM, C. (6 de Octubre de 2009). *Fundación Wikimedia*. Obtenido de Fundación Wikimedia: <http://es.wikipedia.org/wiki/Moda>
- ORDOÑEZ, J. (16 de Marzo de 2011). *Scrib*. Recuperado el 13 de Febrero de 2014, de Scrib: <http://es.scribd.com/doc/50859402/LOCALIZACION-OPTIMA-DEL-PROYECTO>
- PEÑASCO GIL, c. (11 de Febrero de 2012). *Manual para el consumo responsable*. España: Econdes. Obtenido de wikimediafoundation: [http://es.wikipedia.org/wiki/Balanza\\_comercial](http://es.wikipedia.org/wiki/Balanza_comercial)

- PLANIFICACIÓN. (22 de Noviembre de 2013). *Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo*. Obtenido de Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo:  
<http://www.planificacion.gob.ec/tag/matriz/>
- PLUS PROJECT. (28 de Marzo de 2014). *Asociaciones Industriales Textiles del Ecuador*. Obtenido de Asociaciones Industriales Textiles del Ecuador:  
[http://www.aite.com.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=7&Itemid=12](http://www.aite.com.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=7&Itemid=12)
- PRO - Ecuador. (11 de Diciembre de 2012). Analisis sectorial de textiles y confeccion. Quito, Pichincha, Ecuador.
- RAMIREZ, P. (15 de febrero de 2012). *www.cdigital.uv.mx*. Recuperado el 15 de enero de 2014, de *www.cdigital.uv.mx*:  
<http://cdigital.uv.mx/bitstream/123456789/30154/1/PerezRamirez.pdf>
- RIONDA, J. (14 de Octubre de 2012). *Economía de la empresa*. Ecuador: Universidad de Loja. Obtenido de Wikimedia:  
[http://es.wikipedia.org/wiki/Discusi%C3%B3n:Estado\\_de\\_resultados](http://es.wikipedia.org/wiki/Discusi%C3%B3n:Estado_de_resultados)
- RIVERA, J. (2012). *Dirección de Marketing* (3era ed.). España: Esic Editorial.
- RODO, J. E. (2003). *Economía para no economistas*. Uruguay: Departamento de ciencias sociales.
- RODRIGUEZ, L. (3 de Septiembre de 2010). *Dieta y Nutrición*. Obtenido de Dieta y Nutrición: <http://univision.midieta.com/es/comienza-tu-rutina/la-mejor-ropa-para-hacer-ejercicio>
- Sanchez, L. (2013). Vestirse de verde. *Gestión*, 46-53.
- SANCHEZ, M. A. (10 de Noviembre de 2009). <http://www.slideshare.net/>. Obtenido de <http://www.slideshare.net/guest06afad/1-revolucin-industrialla-industria-textil>
- SRI. (12 de Marzo de 2014). *Servicio de Rentas Internas*. Obtenido de Servicio de Rentas Internas: <http://www.sri.gob.ec/web/guest/impuesto-a-la-renta>
- STRICKLAND, T. (2012). *El Proceso de Dirección Estratégica*. Mexico: Mc Graw-Hill.
- THOMAS, P. (23 de Octubre de 2013). *Fashion-era*. Obtenido de Fashion-era:  
<http://www.fashion-era.com/>

VARGAS, F. (2009). *40 preguntas sobre competencia laboral*. Uruguay: CINTERFOR/OIT.

VARGAS, J. (10 de enero de 2013). *Itescam*. Recuperado el 13 de Febrero de 2014, de Itescam: [www.itescam.edu.mx/principal/sylabus/fpdb/recursos/r2582.DOC](http://www.itescam.edu.mx/principal/sylabus/fpdb/recursos/r2582.DOC)

VILLEGAS, A. (2012). *Conceptos Preliminares de Estadística*. Costa Rica: UACA.