



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

APORTAR EL DESARROLLO DE LAS PYMES RELACIONADAS CON
LA INDUSTRIA TEXTIL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD
DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE ROPA CASUAL PARA DAMAS EN LA
PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA.

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

Autora: Tisalema Morales Grace Estefanía

Tutor: Ing. Keyerman Toapanta

Quito, Abril 2015

DECLARATORIA

Declaro que la investigación es absolutamente original, autentica, personal, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

Grace Estefanía Tisalema Morales

CC. 172631863-5

CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Grace Estefanía Tisalema Morales alumna de la Escuela de
Administración Bancaria y Financiera, libre y voluntariamente cedo los derechos
de autor de mi investigación en favor Instituto Tecnológico Superior "Cordillera".

CC 172631863-5

CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL

Comparecen a la celebración del presente contrato de cesión y transferencia de derechos de propiedad intelectual, por una parte, el estudiante **TISALEMA MORALES GRACE ESTEFANÍA**, 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 Bancaria y Financiera que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnólogo en Administración Bancaria y Financiera, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado “APORTAR EL DESARROLLO DE LAS PYMES RELACIONADAS CON LA INDUSTRIA TEXTIL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA CASUAL PARA DAMAS EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA el cual incluye la creación y desarrollo del Estudio de Factibilidad , para lo cual ha implementado los conocimientos adquiridos en su calidad de alumno. **b)** Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Superior Tecnológico Cordillera se desarrolla la creación del Estudio de Factibilidad, 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

APORTAR EL DESARROLLO DE LAS PYMES RELACIONADAS CON LA INDUSTRIA TEXTIL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA CASUAL PARA DAMAS EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA.

todos los derechos patrimoniales del Estudio de Factibilidad 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 Estudio de Factibilidad 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 Estudio de Factibilidad por cualquier forma o procedimiento; b) La comunicación pública del Estudio de Factibilidad; c) La distribución pública de ejemplares o copias, la comercialización, arrendamiento o alquiler del Estudio de Factibilidad ; d) Cualquier transformación o modificación del Estudio de Factibilidad; e) La protección y registro en el IEPI del Estudio de Factibilidad a nombre del Cesionario; f) Ejercer la protección jurídica del Estudio de Factibilidad; 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 Estudio de Factibilidad que es objeto del presente contrato, como tampoco emplearlo o utilizarlo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad del Estudio De Factibilidad a favor del Cesionario.

CUARTA: CUANTIA.- 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 20 días del mes de Abril del dos mil quince.

f) Tisalema Morales Grace Estefanía

C.C. N°**172631863-5**

CEDENTE

f) _____

Instituto Superior Tecnológico Cordillera

CESIONARIO

AGRADECIMIENTO

Agradezco primeramente a Dios por darme la oportunidad de existir y brindarme la fuerza necesaria para no desmayar y lograr mi sueño.

Un agradecimiento también al Instituto Tecnológico Superior "Cordillera" porque en sus aulas recibí el conocimiento intelectual y calidad humana de nuestros docentes de la Escuela de Administración, que al fin verán los frutos de sus enseñanzas, en especial al Ing. Keyerman Toapanta por su valioso aporte profesional y guía del presente trabajo y al Lic. Erick Martínez por la motivación y consejos.

A la Dra. Rosario Coronel que es un ángel de la guarda para mi madre, mi hermana y para mí.

A mi Madre por su amor infinito y por su sacrificio que se refleja en mi esfuerzo al obtener mi tecnología y por ser mi fortaleza.

A mi hermana mi gran amiga que siempre está conmigo y por ser mi motivación para alcanzar mi meta.

A mis abuelitos Benigno M. y María P. quienes son unos segundos padres.

A mi tío Fabricio Morales y Sra. por la confianza y el apoyo brindado.

A la familia Morales Fallo y amigos que de una u otra manera estuvieron brindándome su apoyo y consejos, que aportaron gran valor a mi vida.

"MIL GRACIAS A TODOS"

DEDICATORIA

Especialmente a ti madre que eres la razón de mi vida y mi orgullo, eres madre y padre para mí, brindándome un amor infinito.

A mis abuelitos Benigno M y María P. quienes han sido el pilar fundamental en todo el trascurso de mi vida y por su amor incondicional.

A mi hermana Karen por la confianza depositada y por ser parte y cómplice en lograr mis metas.

A mi ahijada quien es un ángel que me brinda alegrías.

ÍNDICE DE CONTENIDO

DECLARATORIA.....	iii
CESIÓN DE DERECHOS	iv
CONTRATO.....	v
AGRADECIMIENTO	viii
DEDICATORIA.....	ix
RESUMEN EJECUTIVO	19
ABSTRACT	23
CAPÍTULO I.....	26
1. INTRODUCCIÓN.....	26
1.01 Justificación.....	28
1.02 Antecedentes.....	30
CAPITULO II	32
2. ANÁLISIS SITUACIONAL	32
2.01 Ambiente Externo.....	32
2.01.01 Factor económico.....	33
2.01.01.01. Producto Interno Bruto.....	33
2.01.01.02 Inflación	35
2.01.01.03 Tasa de interés.....	36
2.01.01.03.01 Tasa Activa.....	36
2.01.02 Factor Social	39
2.01.02.01 La Moda	39
2.01.02.02 El Desempleo	40
2.01.03 Factor legal	41
2.01.03.01 Impuesto a la Renta.....	41
2.01.03.02 Requisitos para el funcionamiento.	42
2.01.03.02.01 RUC.....	42
2.01.03.02.04 Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos	43
2.01.04 Factor Tecnológico	43
2.01.04.01 Maquinaria	44
2.02 Entorno local	44
2.02.01 Clientes	45
2.02.02 Proveedores.....	45
2.02.03 Competidores.....	47
2.02.04 Productos Sustitutos.....	48

2.03 Matriz FODA	50
2.03.01 Oportunidades	50
2.03.02 Amenazas	51
2.04 Propuesta Estratégica	51
2.04.01 Misión	51
2.04.02 Visión	52
2.04.03 Objetivos	52
2.04.03.01 Objetivo General	53
2.04.03.02 Objetivos Específicos	53
2.04.03.04 Principios y/ o Valores	54
2.04.03.04.01 Principios	54
2.04.03.04.02 Valores	55
2.04.02.01 Planeación	56
2.04.02.02 Organización	57
2.04.02.03 Control	58
2.04.02.04 Perfiles de cargo	59
2.04.03 Gestión Operativa	62
2.04.04 Gestión Comercial	64
2.04.04.04 Precio	64
2.04.04.02 Plaza	65
2.04.04.01 Producto	65
2.04.04.03 Promoción	67
2.04.04.03.01 Estrategias Creativas (Merchandising)	67
2.04.04.03.01.01 Nombre	68
2.04.04.03.01.02 Isologotipo	68
2.04.04.03.01.03 Eslogan	69
2.04.04.03.01.04 Material POP	69
2.04.04.03.01.04.01 Trípticos	70
2.04.04.03.01.04.02 Hojas volantes	72
2.04.04.03.01.04.03 Hoja membretada	73
2.04.04.03.01.04.04 Camisetas	74
2.04.04.03.01.04 .05 Gorras	74
CAPÍTULO III	76
3. ESTUDIO DE MERCADO	76
3.01 ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR	76
3.01.01 Determinación de la población y muestra	77
3.01.01.1 Determinación de la Población	78
3.01.02 Técnicas obtención de información	80
3.01.02.01 La Encuesta	80
3.01.02.02 Modelo de la Encuesta	81
3.01.03 Análisis de la información	83

3.02 OFERTA	96
3.02.01 Oferta Histórica.....	96
3.02.02 Oferta Actual.....	97
3.02.03 Oferta Proyectada	98
3.03 Productos Sustitutos	99
3.03.01 Oferta Histórica Productos Sustitutos.....	100
3.03.02 Oferta actual Productos Sustitutos.....	100
3.03.03 Oferta proyectada Productos Sustitutos.....	101
3.04 Demanda.....	102
3.04.01 Demanda histórica	103
3.04.02 Demanda actual	103
3.04.03 Demanda proyectada	104
3.05 Balance Oferta – Demanda.....	104
3.05.01 Balance Oferta – Histórica.....	104
3.05.02 Balance Actual.....	105
3.05.03 Balance Proyectado	106
CAPÍTULO IV	107
4. ESTUDIO TÉCNICO.....	107
4.01 Tamaño del Proyecto.....	107
4.01.01 Capacidad Instalada	108
4.01.02 Capacidad Óptima.....	108
4.02 Localización	108
4.02.01 Macro - localización.....	109
4.02.02 Micro - localización	110
4.02.03 Localización óptima.....	111
4.02.03.01 Factores Relevantes	111
4.03 Ingeniería del proyecto.....	113
4.03.01 Definición del Producto	113
4.03.02 Distribución de la planta	114
Es el espacio a ocuparse para las actividades donde reúnen equipos, muebles y enseres. Maquinaria, personas, entre otros.....	114
4.03.02.01 Códigos de cercanía y Código de cercanía	114
4.03.02.02 Matriz SPL	115
4.03.02.03 Plano.....	115
4.03.02.03 Distribución de la planta en medidas	116
4.03.03 Proceso productivo.....	117
4.03.03.01 Proceso Productivo	119
4.03.04 Maquinaria.....	123
4.03.04 Muebles y Enseres	125

4.03.05.01 Útiles de costura.....	126
4.03.05 Equipo	126
4.03.06.01 Equipos de Computación	126
4.03.06.02 Equipos de Oficina.....	127
CAPÍTULO V.....	128
5. ESTUDIO FINANCIERO	128
5.01 Ingresos Operacionales y no Operacionales.....	128
5.01.01 Ingreso Operacional	129
5.01.01.01 Ingresos Proyectados	130
5.01.02 Ingreso no Operacional	132
5.02 Costos	132
5.02.01 Costo Directo	133
5.02.02 Costos Indirectos.....	135
5.02.03 Gastos Administrativos	136
5.02.04 Gasto de Ventas	137
5.02.05 Gastos Financieros	137
5.02.06 Costos Fijos y Variables	138
5.02.06.01 Costos Fijos.....	138
5.03 Inversiones.....	139
5.03.01 Inversión Fija	139
5.03.01.01 Activos Fijos.....	140
5.03.01.02 Activos Nominales.....	141
5.03.02 Capital de Trabajo	142
5.03.03 Fuentes de Financiamiento y uso de fondos	142
5.03.04 Amortización de Financiamiento.	143
5.03.05 Depreciaciones	145
5.03.05.01 Amortización de Activos Diferidos	146
5.03.06 Estado de Situación Inicial	147
5.03.06 Estado de Resultado Proyectado	148
5.03.07 Flujo Caja.....	150
5.04 Evaluación	151
5.04.01 Tasa de Descuento.....	151
5.04.02 VAN	151
5.04.03 TIR.....	153
5.04.04 PRI	153
5.4.5 RCB (relación Costo beneficio).....	154
5.04.06 Punto de Equilibrio	155
5.04.07 Análisis de índices Financieros.....	156
5.04.07.01 ROE.....	157
5.04.07.02 ROA	157

5.04.04.07.03 ROI.....	158
CAPÍTULO VI	160
6. ANALISIS DE IMPACTOS.....	160
6.01 Impacto Ambiental	160
6.02 Impacto económico	161
6.03 Impacto Productivo	161
6.03 Impacto Social.....	162
CAPITULO VII	163
7. Conclusiones y Recomendaciones.....	163
7.01 Conclusiones	163
7.02 Recomendaciones	164
BIBLIOGRAFÍA	166
ANEXOS	177

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 PIB Sectorial.....	34
Tabla 2 Inflación	35
Tabla 3 Tasa Activa	37
Tabla 4 Tasa Pasiva	38
Tabla 5 Tasa de Desempleo	40
Tabla 6 Clientes.....	45
Tabla 7 Proveedores.....	46
Tabla 8 Competidores.....	47
Tabla 9 Productos Sustitutos	49
Tabla 10 Oportunidades	50
Tabla 11 Amenazas	51
Tabla 12 Cronograma de actividades.....	56
Tabla 13 Precio.....	64
Tabla 14 Pregunta 1.....	83
Tabla 15 Pregunta 2.....	84
Tabla 16 Pregunta 3.....	86
Tabla 17 Pregunta 4.....	87
Tabla 18 Pregunta 5.....	88
Tabla 19 Pregunta 6.....	90
Tabla 20 Pregunta 7.....	91
Tabla 21 Pregunta 8.....	93
Tabla 22 Pregunta 9.....	94
Tabla 23 Oferta Histórica.....	96
Tabla 24 Oferta Actual	98
Tabla 25 Oferta Proyectada	98
Tabla 26 Oferta Histórica Productos Sustitutos	100
Tabla 27 Oferta Actual Productos Sustitutos.....	100
Tabla 28 Oferta Proyectada Productos Sustitutos.....	101
Tabla 29 Datos Demanda	102
Tabla 30 Demanda histórica	103
Tabla 31 Demanda actual.....	103
Tabla 32 Demanda Proyectada.....	104
Tabla 33 Balance Oferta – Histórica	105
Tabla 34 Balance Oferta – Actual	105
Tabla 35 Balance Proyectado.....	106
Tabla 36 Macro - localización	109
Tabla 37 Factores Relevantes.....	112
Tabla 38 Códigos de Cercanía y Código de razones	114
Tabla 39 Distribución de la planta en medidas	116

Tabla 40 Maquinaria	124
Tabla 41 Muebles y Enseres	125
Tabla 42 Útiles de costura	126
Tabla 43 Equipos de Computación.....	127
Tabla 44 Equipos de Oficina	127
Tabla 45 Ingreso Operacional blusas	130
Tabla 46 Ingreso Operacional Pantalones	130
Tabla 47 Ingresos Proyectados	131
Tabla 48 Costo Materia Prima Directa.....	133
Tabla 49 Mano de Obra Directa.....	134
Tabla 50 Costos Indirectos	135
Tabla 51 Gastos Administrativos.....	136
Tabla 52 Gasto de Ventas	137
Tabla 53 Gasto Financiero	138
Tabla 54 Costos Fijos.....	138
Tabla 55 Costos Variables.....	139
Tabla 56 Activos Fijos.....	140
Tabla 57 Activos Nominales	141
Tabla 58 Capital de Trabajo	142
Tabla 59 Fuente de Financiamiento	143
Tabla 60 Datos Tabla de Amortización.....	144
Tabla 61 Tabla de Amortización	145
Tabla 62 Cuadro de Depreciaciones.....	146
Tabla 63 Amortización de Activos Diferidos	146
Tabla 64 Estado de Resultados Proyectado	148
Tabla 65 Impuesto a la Renta	149
Tabla 66 Flujo de Caja	150
Tabla 67 TMAR	151
Tabla 68 VAN.....	152
Tabla 69 PRI.....	153
Tabla 70 Relación Costo Beneficio	154

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Organigrama Estructural	57
Figura 2 Organigrama Funcional.....	58
Figura 3 Flujograma Producción	63
Figura 4 localización óptima del Proyecto	65
Figura 5 Producto Blusa.....	66
Figura 6 Producto Pantalón	66
Figura 7 Isologotipo	68
Figura 8 Isologotipo con medidas	68
Figura 9 Trípticos reverso	70
Figura 10 Tríptico anverso	71
Figura 11 Hojas volantes anverso	72
Figura 12 Hojas volantes reverso.....	72
Figura 13 Hoja Membretada.....	73
Figura 14 Camisetas.....	74
Figura 15 Gorras	74
Figura 16 Tazas y Bolígrafos.....	75
Figura 17 Pregunta 1	83
Figura 18 Pregunta 2	85
Figura 19 Pregunta 3	86
Figura 20 Pregunta 4	87
Figura 21 Pregunta 5	89
Figura 22 Pregunta 6	90
Figura 23 Pregunta 7	92
Figura 24 Pregunta 8	93
Figura 25 Pregunta 9	95
Figura 26 Oferta Histórica	97
Figura 27 Oferta Proyectada.....	99
Figura 28 Oferta Proyectada Productos Sustitutos	101
Figura 29 Macro - localización.....	110
Figura 30 Micro - localización	111
Figura 31 Factores relevantes	112
Figura 32 Matriz SPL	115

Figura 33 Plano	115
Figura 34 Proceso Productivo	118
Figura 35 Orden de Compra	119
Figura 36 Materiales	119
Figura 37 Diseño del producto	120
Figura 38 Corte de Tela	120
Figura 39 Confección y armado de prendas	121
Figura 40 Control de Calidad	121
Figura 41 Planchado y Empaquetado	122
Figura 42 Almacenado	122
Figura 43 Comercialización	123
Figura 44 Formula Amortización	144
Figura 45 Punto de Equilibrio	156

RESUMEN EJECUTIVO

El siguiente proyecto está enfocado en el emprendimiento en la zona textil ya que esta industria está ligada al desarrollo del país siendo así una fuente generadora de empleo, permitiendo también que la industria ecuatoriana incursione en nuevos mercados.

En el desarrollo de este proyecto se aplicará una teoría empresarial adecuada que nos ayude actuar con inteligencia, utilizando los elementos correspondientes que permita alcanzar un éxito en el futuro.

Al emprender en este mercado quiere demostrar la importancia de las PYMES al desarrollo económico del país ya que aportan un 26% en ventas locales y un 68% en mano de obra es decir es fuente generadora de empleo , pues cada vez son mayores los negocios que han tenido rentabilidad gracias a pequeñas ideas puestas en marcha.

El 58% de las PYMES en nuestro país están concentradas en las actividades de manufactura y comercio El emprender en una Pymes es el sueño de muchos, presto que puedes ser tu propio jefe, beneficiándose y beneficiando a numerosa gente.

Con la ayuda de la tecnología se han reducido tiempos en el proceso de elaboración de los productos o servicios con mayor producción, pues para la utilización de los mismos se emplea mano de obra.

Las Pymes en el Ecuador permiten un crecimiento en la economía, pues aporta con ingresos al país y con plazas de empleo para varias personas

El incursionar en la investigación del mercado textil de las pymes es para comprobar el desarrollo que tiene y cuál es el aporte que tiene dentro de la economía

En el transcurso se empleara técnicas de recolección e información que con el respectivo análisis se respaldaran las fuentes o se emitirá el propio criterio.

Al comienzo de la investigación tendremos el análisis situacional indagando en el ambiente externo e interno el cual , permite identificar cuáles son los posibles riesgos y oportunidades , en cuanto al factor económico se observara el aporte al PIB, la influencia del tasa de inflación como también la tasa activa y pasiva, el factor social mide el aporte que genera con la contribución al desempleo y pobreza., también reconoce el mercado a enfrentarse , posibles clientes, proveedores y competencia, y estableciendo las bases del proyecto con las propuestas estratégicas que son las bases para el desarrollo de una empresa.

Es estudio de mercado permite obtener datos importantes como la población y muestra y con un método de recolección de datos como fue la encuesta y sus respectivas análisis de las mismas se prescribe cual es la frecuencia de consumo, la aceptación del precio, la oferta y demanda dentro del mercado a aplicarse .

En el estudio técnico se establece la capacidad instalada de 17m x 20m capacidad óptima instalada, la localización óptima como es la Parroquia de San Antonio de Pichincha el cual ha sido establecido y concretado por factores relevantes, así como identificar el producto real a ofertar como es producir blusas y pantalones para damas, con la ayuda de la matriz SPL se identifica cual va a ser la distribución de la planta y el diseño del plano, con el diseño del flujo grama de procesos se plasma cada uno de los procesos empleados a lo largo de la producción, visualizando la maquinaria, muebles y enseres, útiles de confección, equipos que se requiere para emprender la marcha del proyecto.

En el estudio financiero hacemos una evaluación de los ingresos el cual se ha llegado a determinar un valor de \$72.0000,00 costos y gastos fijos \$26999,80, el valor de la inversión es de 34994,88, estableciendo fuentes de financiamiento como el Banco de Guayaquil con un interés de 11.83% para las microempresas a través del proceso llegaremos a la elaboración del estado de situación inicial cuadrando con total de activos de \$34.994,88y pasivos de \$34.994,88con una Utilidad Neta de 12.592,19, el estado de flujo de caja igual a 15.561.75 del primer año, culminado con la evaluación del mismo que será a través del VAN con 34.305,65 tasa de descuento de 12.62%, una TIR de 42.7 %, PRI de 4 años 4 meses 2 días, Relación Costo Beneficio con 1.26 establecida que por cada dólar invertido tendremos 0.26 de ganancia. Con el punto de equilibrio vemos cual es la producción que se debe realizar para no ganar ni perder llegando a tener que producir 1.343 unidades con ingreso de 50372,77.

Al realizar el análisis financiero vamos a emplear índices de indicadores financieros como el ROE su resultado obtenido es de 73%, EL ROI igual a 35,98 % y el ROA con 35.98%.

A lo largo del estudio se visualiza que se existe la factibilidad de poner en marcha el proyecto con las respectivas recomendaciones.

ABSTRACT

The following project is focused on the enterprise in the textile area since this industry is linked to the development of the country as well as a source of employment, allowing also to the Ecuadorian industry forays into new markets.

In the development of this project will apply a proper business theory that will help us to act with intelligence, using the corresponding elements allowing achieving a success in the future.

To undertake in this market wants to demonstrate the importance of SMEs to the economic development of the country as contributing 26% in local sales and 68% in labor that is source of employment, because every time they are major businesses that have had profitability thanks to small ideas implemented.

58% of SMEs in our country are concentrated in manufacturing and trade activities undertaken into SMBs is the dream of many, presto you can be your own boss, profiting and benefiting numerous people.

With the help of technology times in the process of elaboration of the products or services with greater production, have been reduced because labor is used for the use of the same.

SMEs in the Ecuador allow growth in the economy, because it provides income to the country and jobs for several people The dabble in the market research textile SMEs it is to check the development that has and what is the

contribution that has within the economy during collection and information which is backing sources including analysis is subject or the discretion will be issued.

At the beginning of the investigation, we will have the situational analysis delving into the internal and external environment which allows you to identify what are the possible risks and opportunities, in terms of the economic factor contribution to GDP, the influence of the rate of inflation shall be observed as also the active and passive, rate the social factor measures the contribution generated by the contribution to the unemployment and poverty. Also recognizes the market face, possible clients, suppliers and competitors, and establishing the bases of the project with the strategic proposals which are the basis for the development of a company.

It is market research allows obtaining important data such as population and shows and with a method of data collection as it was the survey and their respective analysis of them is prescribed which is the frequency of consumption, the acceptance of the price, supply and demand within the market applies to.

The technical study establishes the capacity of 17 m x 20 m optimal capacity, optimal as it is location the parish of San Antonio de Pichincha which has been established and concretized by relevant factors, as well as identify the actual product to offer and it is to produce blouses and trousers, with the help of the matrix SPL is identified which is going to be the distribution of the plant and the design of the plane with the design of the flow processes grass translates each of

the processes used throughout the production, showing machinery, furniture and fixtures, manufacturing tooling, equipment required to undertake the project.

The financial study make an assessment of the income which it has come to determine a value of \$72.0000,00 and expenses fixed \$26999,80, the value of the investment is of 34994,88, establishing funding sources such as the Guayaquil Bank with an interest of 11.83% for micro-enterprises through the process will arrive at the elaboration of the State of initial situation synchronize with total assets of \$34.994, liabilities \$34.994 88y, 88con a net income of 12.592,19, the State's cash flow equal to 15.561.75 of the first year, culminating with the evaluation that will be on the go with 34.305,65 discount rate of 12.62%, an IRR of 42.7% PRI 4 years 4 months 2 days, relation cost benefit with established 1.26 to gain 0.26 for each dollar invested. With a balance we see what is the production that must be not to win or lose to having to produce 1.343 50372 income units, 77. Al analysis financial will use indexes of financial indicators as the ROE retrieved result is 73%, EL ROI equal a35, 98% and ROA with 35.98%.

Throughout the study is displayed there the feasibility of implementing the project with the respective recommendations.

CAPÍTULO I

1.INTRODUCCIÓN

En la actualidad sea visto un incremento de los sectores productivos por lo que el presente proyecto quiere enfocarse al emprendimiento en la zona textil ya que ha tenido un crecimiento considerable en los últimos años partiendo de varias razones que nos impulsan a incursionar en el mismo, ambicionando llegar al mercado.

La industria textil ecuatoriana está ligada al desarrollo del país, muestra de ello es la implementación de nuevas tecnologías en dicho campo que ha permitido el desarrollo de los procesos productivos, promoviendo la mejora de plantas industriales e innovación, además es una importante fuente generadora de empleo, ya que demanda mano de obra lo que representan a más de ciento cuarenta mil empleados directos, adjunto a estos esta la producción en economías de escala para aumentar las ventas e incursionar en nuevos mercados, con lo que manifiesta el incremento socio- económico en el país, lo que aporta al crecimiento del sector manufacturero de forma notable con gran contribución.

El PIB sectorial según los últimos registros nos muestra el incremento de los sectores económicos como es el manufacturero (sector textil) y comercial; Pues La Planificación para mejorar la Matriz Productiva, conjuntamente con los Ministerios en coordinación como el Ministerio Coordinador de la Producción, Empleo y Competitividad, el de Industrias y Productividad, entre otros, brindan el apoyo a las PYMES y al emprendimiento en sentido general en el país; El Código de la Producción en esencia recoge la propuesta del Régimen de Gobierno para transformar la Matriz Productiva, por lo que se exige dar un valor agregado a las producciones e innovación ya que las PYMES generan muchas plazas de trabajo contribuyendo a minimizar los índices de desempleo y es un sector que más se ha desarrollado en ciudades como Quito y Guayaquil.

En el desarrollo del proyecto se va a tratar aplicar de forma adecuada toda la teoría empresarial, ser cada vez más innovadores, actuar con la inteligencia y cordura necesaria y estar dispuestos al cambio del entorno que se puedan generar; considerar todos los elementos que indiquen su factibilidad y éxito futuro, sabiendo que cualquier previsión estará sometida a los sucesos que acontecerán en el día a día, en el macro y micro entorno.

1.01 Justificación

Las Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes) juegan un papel de gran importancia dentro del desarrollo de toda economía debido a su relación e incidencia en la generación de empleo, y crecimiento económico. De esta forma las Pymes se relacionan directamente con el desarrollo económico en todas las regiones del país (Burgos, 2012).

Las Pymes son agentes económicos clave, ya que buena parte de la población y de la economía dependen de su actividad y desempeño. Por tal razón las Pymes se consideran el principal elemento productivo, el motor de la economía y el generador de riqueza del país. (Murillo, 2014).

La realidad económica del país se explica en buena medida por el desempeño que tienen las micros, pequeñas y medianas empresas. Y es que aunque los últimos nueve años han aportado con el 26% de las ventas locales en promedio, son responsables del 68% del empleo del país, según datos del SRI y del Censo Económico (al 2010), respectivamente.

En los últimos cuatro años los sectores más dinámicos fueron los de construcción y metalmecánico, textil y calzado, y tecnologías de la información y comunicación (TIC), impulsados por la inversión pública y las medidas de protección gubernamental (Méndez, 2012).

A nivel de concentración, Pichincha y Guayas siguen siendo las provincias que agrupan la mayor cantidad de pymes. En la primera provincia se estima que existen 43,29% y en Guayas 40,46%, esto, debido a la concentración de la población en estas localidades así como de las empresas más grandes, a las que las Pymes proveen de bienes y servicios, en gran medida especializados. (Burgos, 2012)

El aporte de las Pymes en el país en los últimos años ha sido motor de la economía del país, pues genera muchas plazas de empleo y son reflejo en sus contribuciones aportadas al SRI, pues estudios muestran el crecimiento de las mismas y su desarrollo por la participación en la economía del Ecuador.

Las Pymes son cada vez mayores porque son negocios que tienen rentabilidad por la dedicación que tienen los emprendedores con su negocio para que marche bien y pueda ser competitivo dentro del mercado, se ha dicho que la mayoría de las Pymes provienen de pequeñas ideas de negocios que son puestas en marcha, por lo que el presente proyecto quiere demostrar cual es la factibilidad de entrar al mercado de las Pymes y realizar el estudio necesario que nos muestre información a través de una planeación de la investigación de todo relacionado con la industria textil manufacturera para en un futuro poner en marcha a el proyecto.

1.02 Antecedentes

La industria textil en el Ecuador se ha convertido en una de fuente trabajo para gran cantidad de personas ya que genera muchas plazas de empleo, su gran contribución al PIB sectorial Manufacturero (textil) y de Comercio es lo que nos influye a incursionar en el sector textil para aportar a desarrollo de las PYMES.

La incursión del proyecto pretende aportar al desarrollo de las PYMES en la industria textil para lo cual se debe realizar un estudio para demostrar la factibilidad que va a tener con el propósito.

En la travesía del mismo se aplicará teorías empresariales que servirán de ayuda a su desarrollo pues se empleará una planificación con un cronograma de actividades el cual permitirá evaluar el cumplimiento y el avance del presente.

En la planificación va a constar de un Análisis Situacional (Interno y externo) que nos permitirá obtener datos pasados, presentes y futuros e información de factores que pueden afectar al proyecto; Un Estudio de Mercado ayudará a determinar y cuantificar la oferta y demanda, establecer un análisis de precios y un estudio de comercialización, el Estudio Técnico aportará a comprobar el tamaño óptimo de planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y un análisis administrativo; un Estudio Financiero contribuirá a ordenar y sistematizar la información de carácter monetario de fuentes de estudios anteriores para procesar la información mediante cuadros analíticos, así evaluar y dar un análisis económico, un Análisis de Impacto y al culminar se dará conclusiones y recomendaciones.

El énfasis directo del proyecto es la confección y comercialización de ropa casual para damas, comenzando con brindar plazas de empleo a mujeres del sector y contribuir al movimiento económico del sector, elaborando prendas novedosas que son tendencias de la moda actual.

La ropa casual es la ropa informal: es decir, aquella que se utiliza en contextos que no exigen el respeto de un código de vestimenta formal, es la que inspira comodidad en cualquier ocasión, lugar, y hora del día.

Al confeccionar ropa casual se destacan telas como algodón, telas ligeras, mezclillas e hilos metálicos para mencionar algunos detalles; además de telas y estilos, los colores tienen un impacto en las opciones de la ropa casual.

Vestir casual es una cuestión de saber elegir las prendas adecuadas para cada ocasión; la manera de vestir es un reflejo externo de la personalidad.

CAPITULO II

2. ANÁLISIS SITUACIONAL

El análisis situacional nos permite ver el contexto actual de la empresa, ya que se considera datos pasados, presentes y futuros proporcionando una base para seguir el proceso de la planificación estratégica. (Nacru, 2012)

2.01 Ambiente Externo

Está formado por factores que se dan o manifiestan fuera de la organización que conllevan oportunidades y amenazas que pueden tener un impacto positivo o negativo, son incontrolables e influye en el cumplimiento de los objetivos, desempeña un importante papel en el crecimiento y productividad de las empresas.

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; para que éste pueda alcanzar un mejoramiento en las condiciones de calidad de vida de los habitantes. (Rionda, 2012)

2.01.01.01. Producto Interno Bruto

El Producto Interno Bruto (PIB) es el valor de los bienes y servicios de uso final generados por los agentes económicos durante un período. Su cálculo -en términos globales y por ramas de actividad- se deriva de la construcción de la Matriz Insumo-Producto, que describe los flujos de bienes y servicios en el aparato productivo, desde la óptica de los productores y de los utilizadores finales. (Banco Central del Ecuador, 2014)

Tabla 1 PIB Sectorial

Miles de Dólares de 2007	I Trimestre 2013	I Trimestre 2014	Tasa Variación Anual	Contribución al Crecimiento
Agricultura	\$ 1,208,994.00	\$ 1,265,393.00	4.66%	0.34%
Acuicultura y pesca de camarón	\$ 85,417.00	\$ 103,472.00	21.14%	0.11%
Pesca (excepto camarón)	\$ 109,468.00	\$ 107,072.00	-2.19%	-0.01%
Petróleo y minas	\$ 1,608,213.00	\$ 1,804,973.00	12.23%	1.20%
Refinación de Petróleo	\$ 129,869.00	\$ 157,233.00	21.07%	0.17%
Manufactura (excepto refinación de petróleo)	\$ 1,935,096.00	\$ 2,017,248.00	4.25%	0.50%
Suministro de electricidad y agua	\$ 376,107.00	\$ 349,431.00	-7.09%	-0.16%
Construcción	\$ 1,620,068.00	\$ 1,757,618.00	8.49%	0.84%
Comercio	\$ 1,699,695.00	\$ 1,763,216.00	3.74%	0.39%
Alojamiento y servicios de comida	\$ 289,325.00	\$ 319,082.00	10.28%	0.18%
Transporte	\$ 1,066,016.00	\$ 1,133,404.00	6.32%	0.41%
Correo y Comunicaciones	\$ 992,083.00	\$ 973,690.00	-3.10%	-0.11%
Actividades de servicios financieros	\$ 460,662.00	\$ 465,601.00	1.07%	0.03%
Actividades profesionales, técnicas y administrativas	\$ 1,013,897.00	\$ 1,108,712.00	9.35%	0.58%
Enseñanza y Servicios sociales y de salud	\$ 1,343,257.00	\$ 1,366,000.00	1.69%	0.14%
Administración pública, defensa; planes de seguridad social obligatoria	\$ 998,283.00	\$ 1,031,143.00	3.29%	0.20%
Servicio doméstico	\$ 43,849.00	\$ 45,598.00	3.99%	0.01%
Otros Servicios *	\$ 1,107,897.00	\$ 1,140,312.00	2.93%	0.20%
Otros Elementos del PIB	\$ 664,759.00	\$ 646,935.00	-2.68%	-
TOTAL PIB	\$ 16,352,905.00	\$ 17,156,133.00	4.91%	

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2014)

Análisis:

Al finalizar el I trimestre del 2014 el PIB sectorial alcanza un 4.9%, las actividades que mayor aporte han tenido son petróleo y minas, construcción, actividades profesionales técnicas y administrativas y el sector manufacturero por lo que es un factor relevante pues se muestra el aporte que tiene dentro de la economía y a futuro nos indica que puede ser viable el proyecto.

2.01.01.02 Inflación

La inflación es medida estadísticamente a través del Índice de Precios al Consumidor del Área Urbana (IPCU), a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de hogares. (Banco Central del Ecuador, 2014)

Tabla 2 Inflación

FECHA	VALOR
Noviembre-30-2014	0.18 %
Octubre-31-2014	0.20 %
Septiembre-30-2014	0.61 %
Agosto-31-2014	0.21 %
Julio-31-2014	0.40 %
Junio-30-2014	0.10 %
Mayo-31-2014	-0.04 %
Abril-30-2014	0.30 %
Marzo-31-2014	0.70 %
Febrero-28-2014	0.11 %
Enero-31-2014	0.72 %
Diciembre-31-2013	0.20 %
Noviembre-30-2013	0.39 %
Octubre-31-2013	0.41 %
Septiembre-30-2013	0.57 %
Agosto-31-2013	0.17 %
Julio-31-2013	-0.02 %
Junio-30-2013	-0.14 %
Mayo-31-2013	-0.22 %
Abril-30-2013	0.18 %
Marzo-31-2013	0.44 %
Febrero-28-2013	0.18 %
Enero-31-2013	0.50 %
Diciembre-31-2012	-0.19 %

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2014)

Análisis

El Banco Central hasta noviembre del presente indica que la variación mensual del porcentaje inflacionario se mantiene en un 0.18% menor a meses anteriores, pues su impacto es medio por que permitirá comprar materias primas

a un precio aceptable de igual forma se brindará un producto accesible al consumidor.

2.01.01.03 Tasa de interés

La tasa de interés (expresada en porcentajes) representa un balance entre el riesgo y la posible ganancia (oportunidad) de la utilización de una suma de dinero en una situación y tiempo determinado. En este sentido, la tasa de interés es el precio del dinero, el cual se debe pagar o cobrar por tomarlo prestado o cederlo en préstamo en una situación determinada. (Cañizares, 2011)

2.01.01.03.01 Tasa Activa

Es el porcentaje que las instituciones bancarias, de acuerdo con las condiciones de mercado y las disposiciones del Banco Central, cobran por los diferentes tipos de servicios de crédito (comercial, consumo, vivienda y microcrédito). Son activas porque son recursos a favor de la banca. (Superintendencia de Bancos y Seguros, 2014)

Tabla 3 Tasa Activa

FECHA	VALOR
Diciembre-31-2014	8.19 %
Noviembre-30-2014	8.13 %
Octubre-31-2014	8.34 %
Septiembre-30-2014	7.86 %
Agosto-31-2014	8.16 %
Julio-30-2014	8.21 %
Junio-30-2014	8.19 %
Mayo-31-2014	7.64 %
Abril-30-2014	8.17 %
Marzo-31-2014	8.17 %
Febrero-28-2014	8.17 %
Enero-31-2014	8.17 %
Diciembre-31-2013	8.17 %
Noviembre-30-2013	8.17 %
Octubre-31-2013	8.17 %
Septiembre-30-2013	8.17 %
Agosto-30-2013	8.17 %
Julio-31-2013	8.17 %
Junio-30-2013	8.17 %
Mayo-31-2013	8.17 %
Abril-30-2013	8.17 %
Marzo-31-2013	8.17 %
Febrero-28-2013	8.17 %
Enero-31-2013	8.17 %

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2014)

Análisis

Hasta el mes de abril del 2014 la tasa activa se mantuvo una tasa referencial de 8.17%, desde entonces ha ido variando porcentualmente hasta el día de hoy llegando a establecerse en 8.19%. Este es un aspecto significativo ya que el porcentaje de interés es alto para un financiamiento, pues representa una amenaza, y si no se mantiene estable es aún más riesgoso para la establecer una nueva empresa.

2.01.01.03.02 Tasa Pasiva

Es el porcentaje que paga una institución bancaria a quien deposita dinero mediante cualquiera de los instrumentos que para tal efecto existen. (PEZO, 2008)

Tabla 4 Tasa Pasiva

FECHA	VALOR
Diciembre-31-2014	5.18 %
Noviembre-30-2014	5.07 %
Octubre-31-2014	5.08 %
Septiembre-30-2014	4.98 %
Agosto-31-2014	5.14 %
Julio-30-2014	4.98 %
Junio-30-2014	5.19 %
Mayo-31-2014	5.11 %
Abril-30-2014	4.53 %
Marzo-31-2014	4.53 %
Febrero-28-2014	4.53 %
Enero-31-2014	4.53 %
Diciembre-31-2013	4.53 %
Noviembre-30-2013	4.53 %
Octubre-31-2013	4.53 %
Septiembre-30-2013	4.53 %
Agosto-30-2013	4.53 %
Julio-31-2013	4.53 %
Junio-30-2013	4.53 %
Mayo-31-2013	4.53 %
Abril-30-2013	4.53 %
Marzo-31-2013	4.53 %
Febrero-28-2013	4.53 %
Enero-31-2013	4.53 %

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2014)

Análisis

La tasa tasa pasiva se mantiene en un porcentaje 5,18% hasta Diciembre, que es considerado un factor de impacto bajo pero necesario analizarlo pues así se aprecia una perspectiva a indagar si es preferible tener un capital en el banco o

mejor aprovechar y hacerlo producir aportando a la economía y teniendo una mejor rentabilidad.

2.01.02 Factor Social

Los factores socio-económicos son las experiencias sociales y económicas y las realidades que te ayudan a moldear la personalidad, las actitudes y la forma de vida. También pueden estar definidos por las regiones y los vecindarios. (Chase, 2012).

2.01.02.01 La Moda

La Moda constituye una forma de distinción estético-social que permite al ser humano diferenciarse y manifestar sus diferentes actitudes ante la vida, ya sea de ruptura e innovación, de actualidad o de conservadurismo. Comporta y configura actitudes sociales, que han servido de base de las grandes transformaciones de la humanidad a lo largo del tiempo. (Centro de Documentacion Cultural, 2007)

Análisis

La moda es un factor muy relevante en el proyecto por tanto se debe considerar que de este dependerá que producto se va fabricar, pues debe estar acorde con los diseños que estén de temporada para una buena acogida del producto.

2.01.02.02 El Desempleo

Desempleo, hace referencia a la situación del trabajador que carece de empleo y, por tanto, de salario. Por extensión es la parte de la población que estando en edad, condiciones y disposición de trabajar -población activa- carece de un puesto de trabajo. (Echegaray, 2013)

Tabla 5 Tasa de Desempleo

FECHA	VALOR
Septiembre-30-2014	4.65 %
Junio-30-2014	5.71 %
Marzo-31-2014	5.60 %
Diciembre-31-2013	4.86 %
Septiembre-30-2013	4.55 %
Junio-30-2013	4.89 %
Marzo-31-2013	4.64 %
Diciembre-31-2012	5.00 %
Septiembre-30-2012	4.60 %
Junio-30-2012	5.19 %
Marzo-31-2012	4.88 %
Diciembre-31-2011	5.07 %
Septiembre-30-2011	5.52 %
Junio-30-2011	6.36 %
Marzo-31-2011	7.04 %
Diciembre-31-2010	6.11 %
Septiembre-30-2010	7.44 %
Junio-30-2010	7.71 %
Marzo-31-2010	9.09 %
Diciembre-31-2009	7.93 %
Septiembre-30-2009	9.06 %
Junio-30-2009	8.34 %
Marzo-31-2009	8.60 %
Diciembre-31-2008	7.31 %

Fuente: Banco Central del Ecuador, 2014

Análisis:

A tasa de desempleo se encuentra en 4.65% con variación a meses anteriores, frente a ello se piensa que la situación económica de los ecuatorianos ha mejorado, ya que dependerá de su trabajo la posibilidad de los ingresos que pueda tener.

El desempleo es un factor medio que nos indica que los ecuatorianos cada vez buscan la forma de sobresalir ante la situación económica mediante trabajos dignos para obtener ingresos, y el proyecto hace referencia a brindar fuentes de trabajo para contribuir a la economía y a la disminución del desempleo.

2.01.03 Factor legal

El factor legal para todo negocio u actividad económica es transcendental ya que visualiza el correcto cumplimiento de las normas establecidas en la constitución y por ende en el gobierno nacional permite establecer los lineamientos de trabajo y más aún tener la plena confianza de invertir y estar protegido y amparado por la seguridad jurídica que debe brindar un gobierno. (Rosero, 2011). **Ver (Anexo 1)**

2.01.03.01 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)

2.01.03.02 Requisitos para el funcionamiento.

Esto es documentación que nos brinda derecho y nos exige derechos para el correcto funcionamiento de nuestra empresa.

2.01.03.02.01 RUC

El RUC corresponde a un número de identificación para todas las personas naturales y sociedades que realicen alguna actividad económica en el Ecuador, en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deban pagar impuestos. (SRI, 2014)

2.01.03.02.02 Calificación Artesanal.

La Calificación Artesanal es la certificación que concede la Junta Nacional de Defensa del Artesano a los Maestros de Taller o Artesanos Autónomos.

Los Maestros de Taller deben solicitar periódicamente a la Junta Nacional de Defensa del Artesano la recalificación artesanal, ya que la no renovación de ésta tiene como consecuencia que los Artesanos se desamparen de la Ley de Defensa del Artesano y por tanto del goce de los beneficios que ésta les concede.

(Artesanos Ecuador, 2014)

2.01.03.02.03 Licencia Metropolitana de Funcionamiento otorgada por el Municipio de Quito.

El registro de patente municipal es un documento obligatorio para ejercer un negocio en Quito. El pago es anual y lo deben hacer las personas naturales, jurídicas, sociedades nacionales o extranjeras, domiciliadas o con establecimiento en la respectiva jurisdicción municipal o metropolitana, que ejerzan permanentemente actividades comerciales, industriales, financieras, inmobiliarias y profesionales. Es un impuesto de declaración anual. (Foros Ecuador, 2013)

2.01.03.02.04 Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos

El permiso de funcionamiento es la autorización que el Cuerpo de Bomberos emite a todo local para su funcionamiento y que se enmarca dentro de la actividad (Cuerpo de Bomberos Quito, 2014)

Análisis

El factor legal permite reunir todos los requisitos para el funcionamiento así como normas legales y vigentes dentro el sector textil manufacturero para emprender la marcha del negocio.

2.01.04 Factor Tecnológico

La tecnología es un factor a nivel global que ha tenido un gran impacto en la forma de vida del hombre actual, ahora dependemos de la tecnología para realizar varias actividades. Su principal efecto es sobre la forma de realizar las cosas,

como se diseña, produce, distribuye y se venden los bienes y los servicios. .

(Córdova, 2005)

2.01.04.01 Maquinaria

Una máquina es un conjunto de elementos móviles y fijos cuyo funcionamiento posibilita aprovechar, dirigir, regular o transformar energía o realizar un trabajo con un fin determinado. Se denomina maquinaria al conjunto de máquinas que se aplican para un mismo fin y al mecanismo que da movimiento a un dispositivo. (Echegaray, 2013)

Análisis

En la actualidad el desarrollo de la tecnología ha permitido mayor efectividad en procesos de producción reduciendo tiempos y un mejor desarrollo de la industria.

2.02 Entorno local

Son todas las fuerzas que una empresa puede controlar y mediante las cuales se pretende lograr el cambio deseado. Entre ellas tenemos a los proveedores, la empresa en sí, según Philip Kotler también los competidores, intermediarios, clientes y públicos. A partir del análisis del Microambiente nacen las fortalezas y las debilidades de la empresa. (Reyes, 2010)

2.02.01 Clientes

Cliente es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona o para una empresa u organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios.

(Barquero Jose Daniel, 2007)

Tabla 6 Clientes

clientes	
cliente	características
personas en general	mujeres económicamente activas de 18años en adelante,

Fuente: Análisis Situacional.2014

Elaborado: Grace Tisalema

Análisis

Los clientes potenciales a los que se quiere llegar son a las mujeres, puesto que la mujer siempre quiere estar a la vanguardia de la moda, con ropa cómoda presentable para cualquier ocasión.

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. (Álvarez, 2013)

Tabla 7 Proveedores

NOMBRE	DESCRIPCIÓN
ESPINEL	➤ AV.DE LA PRENSA 4347 Y VACA DE CASTRO - telas de fibra natural y artificial - hilos textiles, hilos pinto 5% descuento
	• AV.DE LA PRENSA N70-121 Y PABLO PICASSO - telas, hilos e insumos. 7%
Comercial Juan José León	• AV.DE LA PRENSA - hilos, insumos - Forma de pago. 3 meses de plazo
	• CC. SANTA CLARA LOCALV16 Y 17 - todo tipo de telas e insumos 10%

Fuente: Análisis Situacional.2014

Elaborado: Grace Tisalema

Análisis

Los proveedores con los que se va a trabajar son de reconocimiento a nivel nacional pues la calidad que brindan en sus productos es lo que les permite llegar a los clientes para que puedan trabajar con materia primas de excelente calidad y ofrecer a los consumidores productos de buen material; a parte tienen varias formas de negociación para adquirir insumos y materiales para la confección que son de importancia para poder abastecer a los clientes.

2.02.03 Competidores

Competidores son aquellos negocios que ofrecen productos o servicios que satisfacen la misma necesidad en el cliente, aun cuando lo hagan de diferente manera, estén localizados o no dentro de una misma localidad, son competidores. (Instituto PYME, 2014)

Tabla 8 Competidores

Nombre	Descripción
	• AV. LA PRENSA N55-208 Y RIO ALAO FRENTE AL COMISARIATO DEL EJERCITO • comercializador de ropa casual
	• AV. 13 DE JUNIO Y CALLE 21 DE MARZO • Comercializador de blusas
NAQUI BOUTIQUE	• MISION GEODÉSICA Y DANIEL CEVALLOS(SAN ANTONIO DE PICHINCHA) • Comercializadora Pantalones
	• AV. EQINOCCIAL Y EL CALLE EL CALVARIO • confección de ropa deportiva

Fuente: Análisis Situacional.2014

Elaborado: Grace Tisalema

Análisis

La confección de un sin número de prendas ha permitido que se amplíe la venta de ropa la cual varia, dependiendo el estilo de moda de cada uno de los clientes por lo que la competencia es un factor medio ya que cada quien busca nuevas tendencias para ofertar

2.02.04 Productos Sustitutos

Un producto sustitutivo es aquel que satisface las mismas necesidades de los clientes que el producto que ofrece el sector o la industria. Sin embargo, una aproximación más completa debe contemplar como productos sustitutos todos aquellos que desempeñen las mismas funciones desde el punto de vista de los clientes, independientemente de la industria de la que provengan. (Haro, 2013)

Tabla 9 Productos Sustitutos

ROPA EN LYCRA	ROPA FORMAL
c  calentadores	 • Chaquetas
Camisetas 	• Pantalones 

Fuente: Análisis Situacional.2014

Elaborado: Grace Tisalema

Análisis

En el mercado existen productos que se asemejan al producto ofertado pero la diferencia es el tipo de estilo y diseño, pues la oferta es ropa casual y en el mercado existe variedad en ropa formal, trajes sastrería, ropa deportiva de Lycra entre otros.

2.03 Matriz FODA

La matriz de análisis dafo o foda, es una conocida herramienta estratégica de análisis de la situación de la empresa. El principal objetivo de aplicar la matriz dafo en una organización, es ofrecer un claro diagnóstico para poder tomar las decisiones estratégicas oportunas y mejorar en el futuro (Espinosa, 2013).

2.03.01 Oportunidades

Tabla 10 Oportunidades

OPORTUNIDADES			
Oportunidades	IMPACTO		
	ALTO	MEDIO	BAJO
PIB	X		
Tasa Pasiva		X	
Moda		X	
Impuesto a la Renta		X	
Clientes		X	
Proveedores		X	

Fuente: Análisis Situacional.2014

Elaborado: Grace Tisalema

2.03.02 Amenazas

Tabla 11 Amenazas

AMENAZAS			
Amenazas	IMPACTO		
	ALTO	MEDIO	BAJO
Inflación		X	
Tasa Activa	X		
Desempleo			X
Competidores		X	
Productos sustitutos		X	

Fuente: Análisis Situacional.2014

Elaborado: Grace Tisalema

2.04 Propuesta Estratégica

La planeación estratégica es la elaboración, desarrollo y puesta en marcha de distintos 3planes operativos por parte de las empresas u organizaciones, con la intención de alcanzar objetivos y metas planteadas. Estos planes pueden ser a corto, mediano o largo plazo. (Dorado, 2008)

2.04.01 Misión

Es el motivo, propósito, fin o razón de ser de la existencia de una empresa u organización porque define: lo que pretende cumplir en su entorno o sistema social en el que actúa, lo que pretende hacer, y para quién lo va a hacer. (Nacru, 2012)

■ CONFECCIONES NORGREY es una empresa fabricante y comercializadora de ropa casual para damas, con nuevas tendencias de moda para la mujer actual, llevando un adecuado proceso de fabricación para cumplir con los estándares de calidad y brindar un producto bien elaborado al mercado.

2.04.02 Visión

Una visión puede definirse como una exposición clara que indica hacia dónde se dirige la empresa a largo plazo y en qué se deberá convertir, tomando en cuenta el impacto de las nuevas tecnologías, de las necesidades y expectativas cambiantes de los clientes, de la aparición de nuevas condiciones del mercado.,(Valencia, 2009)

■ Fortalecerse dentro de cinco años el posicionamiento de CONFECCIONES NORGREY siendo una empresa reconocida al norte del Distrito Metropolitano de Quito por fabricar y comercializar ropa casual para damas, ofreciendo nuevos estilos de vestir; con un producto de calidad y con responsabilidad con el cliente.

2.04.03 Objetivos

Son las metas y estrategias planteadas por una organización para lograr determinadas metas, lograr a largo plazo, la posición de la organización en un mercado específico, es decir, son los resultados que la empresa espera alcanzar en un tiempo mayor a un año, realizando acciones que le permitan cumplir con su misión, inspirados en la visión. (Echegaray, 2013)

2.04.03.01 Objetivo General

Los objetivos de una empresa son resultados, situaciones o estados que una empresa pretende alcanzar o a los que pretende llegar, en un periodo de tiempo y a través del uso de los recursos con los que dispone o planea disponer; Establecer objetivos es esencial para el éxito de una empresa pues éstos establecen un curso a seguir y sirven como fuente de motivación para los miembros de la misma.
(Kermer, 2015)

➤ Crear una empresa que elabore prendas de vestir para las mujeres del sector de San Antonio de Pichincha que ofrezca nuevos estilos de moda y brinde fuentes de trabajo a madres trabajadoras.

2.04.03.02 Objetivos Específicos

Son objetivos concretos expresados en términos de cantidad y tiempo. Los objetivos específicos son necesarios para alcanzar los objetivos generales.
(Kermer, 2015)

■ Establecer estrategias de que permitan consolidar el posicionamiento de CONFECCIONES NORGREY dentro del mercado competitivo de San Antonio de Pichincha por ofertar un producto que le gusta el cliente por la calidad.

■ Realizar gestiones administrativas, operativas y comerciales para alcanzar el mercado que nos hemos fijado.

- Mantener una apropiada comunicación con los proveedores con el fin de mantener buenas negociaciones para adquirir nuestra materia prima que deberá cumplir los estándares de calidad.
- Ofrecer un producto que sea acogido por el cliente y a su vez sea accesible para la sociedad con un precio que justifique la calidad del producto.
- Brindar fuentes de trabajo, para obtener mano de obra que ayude a la producción del artículo.

2.04.03.04 Principios y/o Valores

Los valores son el reflejo del comportamiento humano basado en los principios. Los principios, son normas o ideas fundamentales que rigen el pensamiento o la conducta de los integrantes de un grupo humano., y en suma se busca que todos los miembros de la organización internalicen y vivan en armonía. (Unidades Tecnológicas de Santander, 2013)

2.04.03.04.01 Principios

- **CALIDAD.**-compromiso de calidad que nos llevara a obtener la confianza en el consumidor y a garantizar la calidad del producto.
- **COMPROMISO.**- brindar lo mejor de nosotros para cumplir con los objetivos propuestos.
- **CAPACITACIÓN Y SEGURIDAD OCUPACIONAL.**- mantener al personal capacitado para que desempeñe su trabajo eficazmente y pueda

desenvolverse en la actividad asignada evitando tiempos muertos y tratando de obviar accidentes de trabajo.

2.04.03.04.02 Valores

■ **Respeto.**- valorar las cualidades del otro y sus derechos, implica mantener relaciones cordiales con los trabajadores y clientes para buscar un bien común y darle solución a los conflictos a través del diálogo, valorando las opiniones de los demás.

■ **TRABAJO EN EQUIPO.**-trabajar en conjunto con eficiencia y eficacia para ofrecer un producto que satisfaga a los clientes.

■ **LEALTAD.**-compromiso de trabajar para brindar un producto que sea apreciado por la calidad y defendido por el trabajo que realizamos, reflejado en la atención al cliente.

■ **Creatividad.**- elaborar nuevos productos que satisfagan a los clientes

■ 2.04.02 Gestión administrativa

Conjunto de acciones mediante las cuales el directivo desarrolla sus actividades a través del cumplimiento de las fases del proceso administrativo:

Planear, organizar, dirigir, coordinar y controlar. (Nacru, 2012)

2.04.02.01 Planeación

Consiste en la elaboración de un plan a partir de un análisis exhaustivo de la situación de la empresa y de su entorno, en función del cual se establecerán los objetivos y la estrategia más apropiada para alcanzar el éxito. (Habaniz, 2012)

Tabla 12 Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																								
ACTIVIDADES	AÑO																							
	MES 1				MES 2				MES 3				MES 4				MES 5				MES 6			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
constitucion y legislacion de la empresa																								
obtención del crédito																								
obtención del RUC																								
obtencion del permiso de funcionamiento																								
compra de maquinaria																								
compra de muebles y equipo de computo																								
colocacion de maquinaria																								
prueba de maquinaria																								
compra de materia prima																								
contratar personal																								
inicio de actividades																								

Fuente: Análisis Situacional.2014

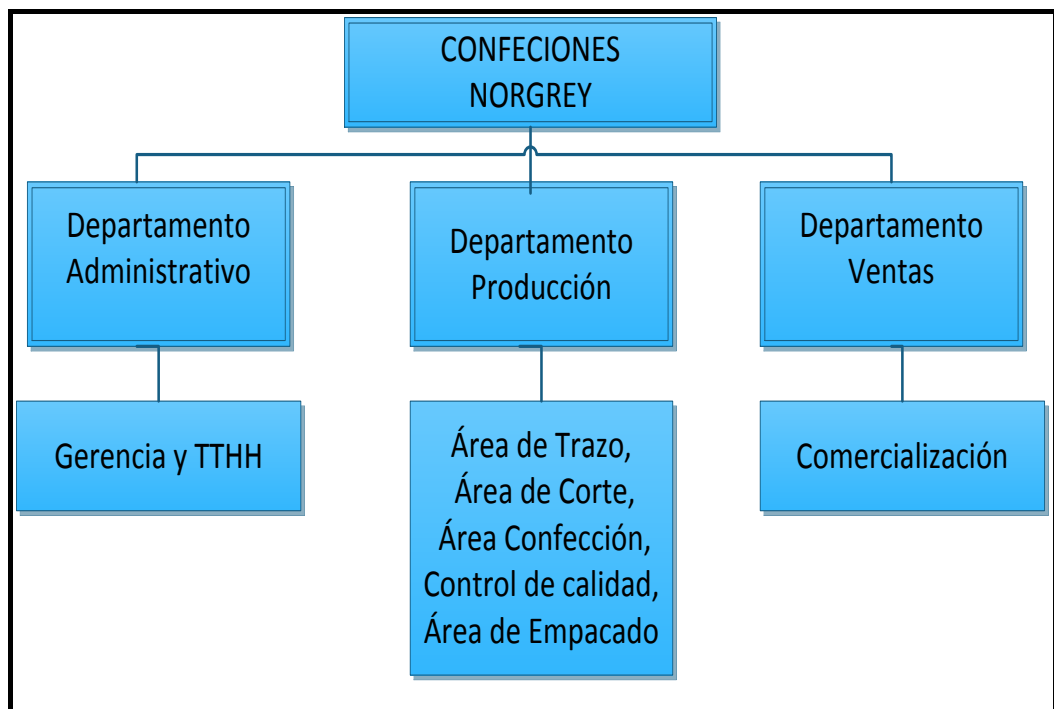
Elaborado: Grace Tisalema

2.04.02.02 Organización

La organización se emplea para distribuir las responsabilidades entre los miembros del equipo de trabajo, para establecer y reconocer las relaciones y vínculos necesarios. (Espinosa García, 2013)

A continuación mediante el siguiente organigrama funcional se mostrara como está constituida departamentalmente la organización.

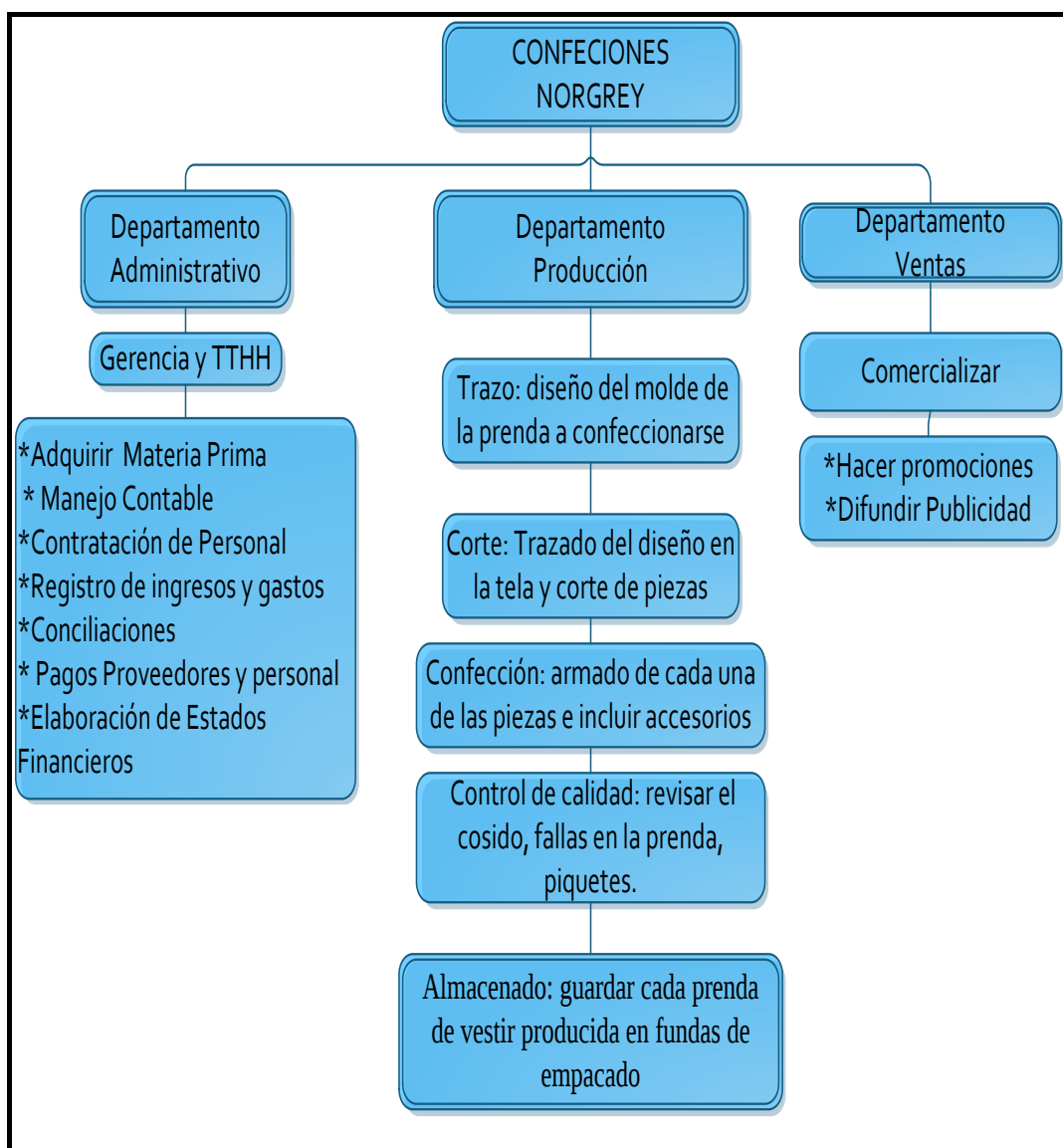
Figura 1 Organigrama Estructural



Fuente: Análisis Situacional.2014

Elaborado: Grace Tisalema

Figura 2 Organigrama Funcional



Fuente: Análisis Situacional.2014

Elaborado: Grace Tisalema

2.04.02.03 Control

El control es el proceso de verificar el desempeño de distintas áreas o funciones de una organización. Usualmente implica una comparación entre un rendimiento esperado y un rendimiento observado, para verificar si se están

cumpliendo los objetivos de forma eficiente y eficaz y tomar acciones correctivas cuando sea necesario. (Jumbernet, 2014)

Se debe llevar el control de la productividad del personal mediante formatos establecidos por la empresa.

- Realizar una Evaluación de Como se siente el personal.
- Dar un recorrido por las instalaciones para verificar que no exista tiempos muertos.
- Revisar el abastecimiento de los materiales.
- Hoja de Asistencia para el control de tiempo de trabajo.
- Realizar inventario de productos.

2.04.02.04 Perfiles de cargo

El perfil es el conjunto de características generales y específicas que debe tener alguien para desempeñar de buena forma el cargo. (Bussenius, 2012)

 PERFIL GERENTE
Cargo : GERENTE
REQUERIMIENTOS
✓ Edad. Mayor de 25 años. ✓ Estudios Superiores a fines de Administración. ✓ Experiencia mínima de 3 años cargos a fines. ✓ Tiempo Completo.
FUNCIONES
✓ Representar a la empresa ✓ Manejo de documentos y trámites legales. ✓ Elaboración de Ingresos y Gastos ✓ Conciliaciones ✓ Contratación de personal ✓ Pago al Personal ✓ Diseño de estrategias comerciales ✓ Buscar Proveedores ✓ Pago a Proveedores

Fuente: Análisis Situacional.2014

Elaborado: Grace Tisalema

PERFIL OPERARIOS	
Cargo : COSTURERA	
REQUERIMIENTOS	
✓ Edad. Mayor de 18 años. ✓ Experiencia mínima de 3 años en confección de ropa. ✓ Conocimientos de Patronaje (no necesario). ✓ Disponibilidad Tiempo Completo.	
FUNCIONES	
✓ Elaborar trazos de Prendas. ✓ Tendido de tela. ✓ Cortado de tela. ✓ Confeccionar las blusas y pantalones. ✓ Hacer terminados. ✓ Control de calidad.	

Fuente: Análisis Situacional.2014

Elaborado: Grace Tisalema

PERFIL OPERARIOS	
Cargo : AYUDANTE DE COSTURA	
REQUERIMIENTOS	
✓ Edad. Mayor de 18 años. ✓ Disponibilidad Tiempo Completo. ✓ Conocimientos de costura y terminados	
FUNCIONES	
✓ Corte de hilos (terminados). ✓ Empacado. ✓ Ayuda en ventas.	

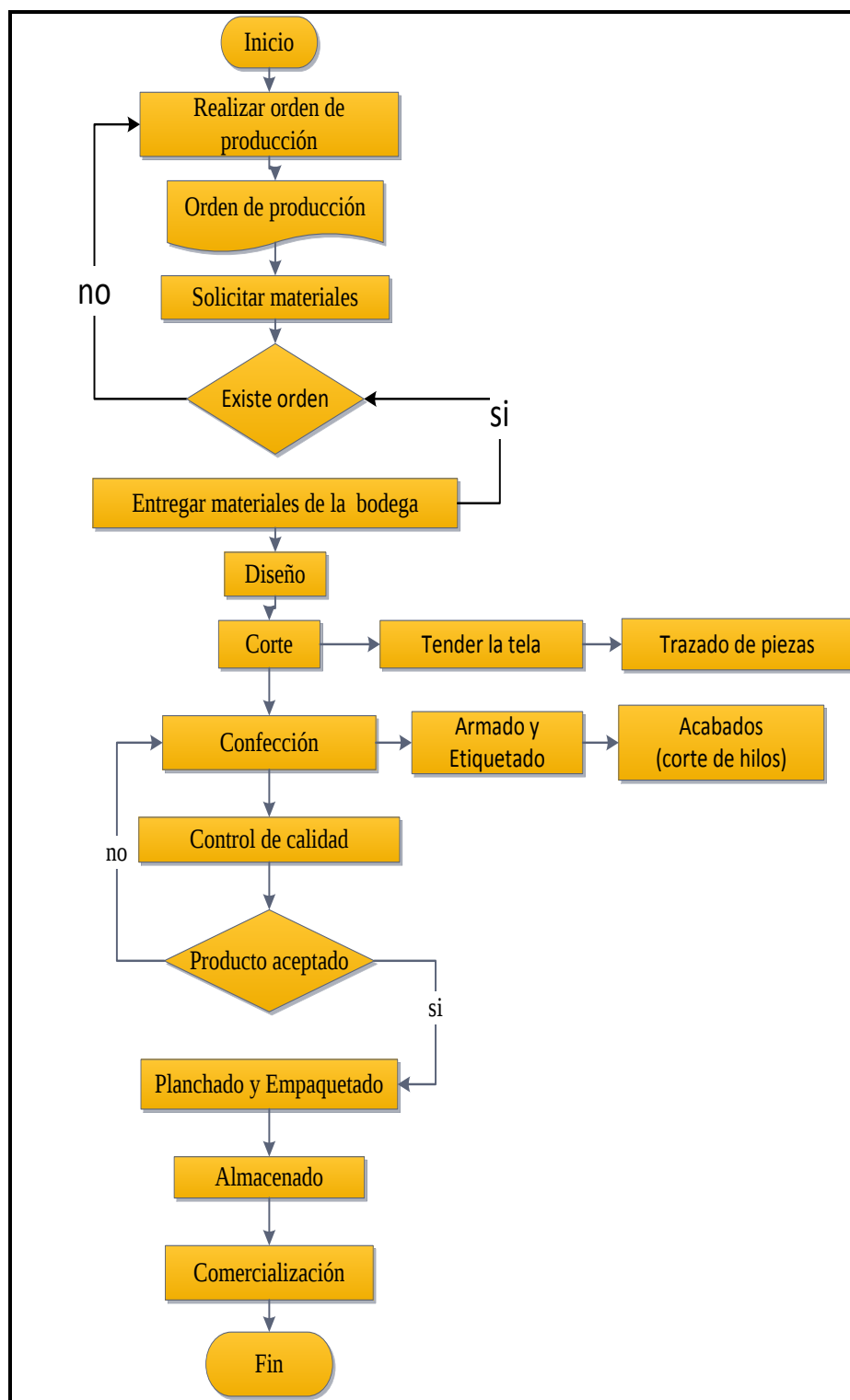
Fuente: Análisis Situacional.2014

Elaborado: Grace Tisalema

2.04.03 Gestión Operativa

Se entiende por gestión operativa o “gestión hacia abajo” la que realiza el directivo hacia el interior de su organización para aumentar su capacidad de conseguir los propósitos de sus políticas. Abarca los cambios en la estructura de la organización y en el sistema de roles y funciones, la elección de personal directivo y asesor de mediano nivel, los procesos de capacitación del personal de planta permanente, la mejora continua del funcionamiento de la organización con su actual tecnología y la introducción de innovaciones técnicas y estratégicas acordes con los proyectos en curso. (Eduardo Ainolet & Ana Díaz, 2009)

Figura 3 Flujograma Producción



Fuente: Análisis Situacional.2014

Elaborado: Grace Tisalema

2.04.04 Gestión Comercial

La gestión comercial es una de las tradicionales áreas funcionales de la gestión, que se encuentra en cualquier organización y que se ajustan a la ejecución de tareas de ámbito de ventas y marketing. (Nuñez, 2012)

2.04.04.04 Precio

Es la expresión de valor que tiene un producto o servicio, manifestado por lo general en términos monetarios, que el comprador debe pagar al vendedor para lograr el conjunto de beneficios que resultan de tener o usar el producto o servicio. (Thompson I. , 2013)

El precio se determinará en base a los costos de producción y a l valor del mercado, puesto que este es un factor muy importante.

Tabla 13 Precio

PRECIO	
Blusas	\$ 12,50
Pantalones	\$ 25,00

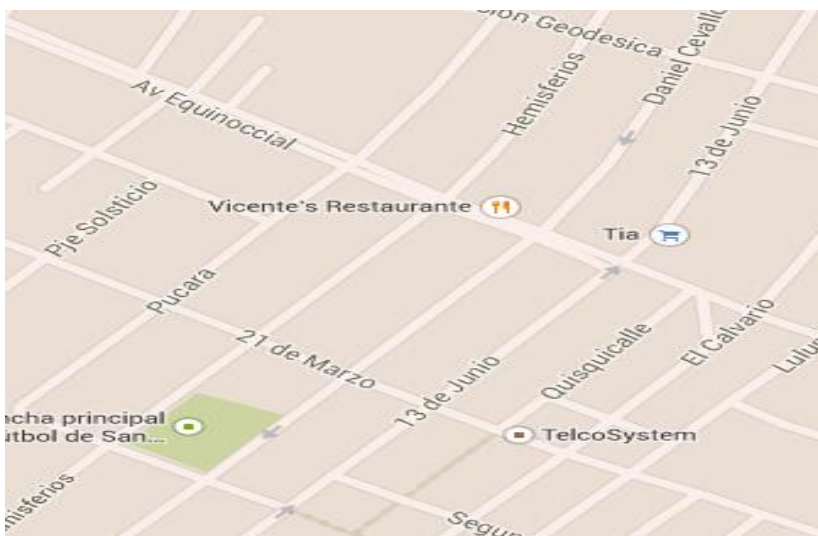
Fuente: Análisis Situacional.2014

Elaborado: Grace Tisalema

2.04.04.02 Plaza

Este punto estará determinado por el Estudio Técnico de nos indica la localización óptima del proyecto, estableciendo una macro y micro localización, a fin de que podamos cubrir el sector lo más posible que se pueda con el producto pues se estima un gran porcentaje de aceptación, para la acogida de clientes.

Figura 4 localización óptima del Proyecto



Fuente: Análisis Situacional.2014

2.04.04.01 Producto

Es un bien o servicio fabricado por las empresas, los cuales son apreciados por los compradores para satisfacer una necesidad.

La ropa casual hoy en día nos muestra la gran acogida que ha tenido en esta trayectoria, pues es una ropa cómoda que va bien en cualquier estilo de vestir y presto en para toda ocasión, la mayoría se trata de diseñar modelos juveniles que

estén a la vanguardia de las clientes que cada vez buscan nuevas alternativas en moda, el material de elaboración son telas sencillas como encajes, poplin, polyester, algodón, seda. Pues en la actualidad se está utilizando algo ligero y cómodo.

Figura 5 Producto Blusa



Figura 6 Producto Pantalón



2.04.04.03 Promoción

Promoción es una valiosa e indispensable herramienta del marketing cuya función consiste básicamente en establecer comunicación con los potenciales clientes para incentivar la compra del producto. (Thompson I. , 2013)

- Determinar descuentos para cliente fijos.
- Promocionar mediante la revista de la Parroquia cupones con descuentos.
- Por la compra de 2 blusas la tercera a mitad de precio.
- En temporada de verano, navideña, ofrecer descuentos del 30%.
- En días especiales como es el día de la mujer y el día de la madre ofrecer un incentivo.
- Repartir publicidad hojas volantes, trípticos.
- Elaborar pancartas, gigantografías.
- A los clientes entregar libretas o camisetas con publicidad de la empresa.

2.04.04.03.01 Estrategias Creativas (Merchandising)

Es el conjunto de técnicas encaminadas a poner los productos a disposición del consumidor, obteniendo una rentabilidad a la inversión hecha en el establecimiento. (Werner, 2013)

Es la manera de dar a conocer el producto para que los futuros clientes tengan una referencia del producto, ya sea mediante hojas volantes, trípticos, en las que consten el Logotipo, Slogan, Productos que se ofrece y nuestros datos de contactos.

2.04.0.04.03.01.01 Nombre

CONFECCIONES NORGREY

2.04.04.03.01.02 Isologotipo

Es un identificador gráfico, se conforma por la unión de un símbolo gráfico y un estímulo textual representado con signos tipográficos. (Figueroa, 2013)

Figura 7 Isologotipo



Fuente: Análisis Situacional.2014

Figura 8 Isologotipo con medidas



Fuente: Análisis Situacional.2014

2.04.04.03.01.03 Eslogan

Eslogan es el medio para atraer la atención del público sobre uno o varios aspectos del producto.

Ropa Casual para la mujer Actual

2.04.04.03.01.04 Material POP

Es un documento ilustrativo y gráfico con ejemplos representativos e informativos acerca de la empresa y del producto que se ofrece.

2.04.04.03.01.04.01 Trípticos

Figura 9 Trípticos reverso

Conoce el mundo
con NORGEY

Ubicación:

Dirección:
Av 13 de Junio y Av Equinoccial
(Esquina)

Sector:
San Antonio de Pichincha

Confecciones
NG
NORGREY

Confección
de la más alta
calidad.

Teléfono:
2358-250 / 09998613750

E-mail:
confeccionesnorgreyng@outlook.com

Facebook
Confeccionesnorgrey

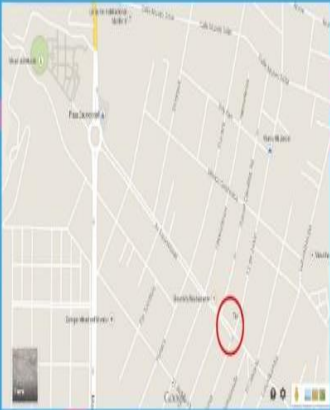


Figura 10 Tríptico anverso

Quienes Somos



MISION
CONFECCIONES NORGREY es una empresa fabricante y comercializadora de ropa casual para damas, con nuevas tendencias de moda para la mujer actual, llevando un adecuado proceso de fabricación para cumplir con los estándares de calidad y brindar un producto bien elaborado al mercado.

VISION
Fortalecer el posicionamiento de CONFECCIONES NORGREY siendo una empresa reconocida al norte del Distrito Metropolitano de Quito por fabricar y comercializar ropa casual para damas, ofreciendo nuevos estilos de vestir; con un producto de calidad y con responsabilidad con el cliente.

Le Ofrecemos:














NORGREY
Moda casual para la mujer

Fuente: Análisis Situacional.2014

APORTAR EL DESARROLLO DE LAS PYMES RELACIONADAS CON LA INDUSTRIA TEXTIL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA CASUAL PARA DAMAS EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA.

2.04.04.03.01.04.02 Hojas volantes

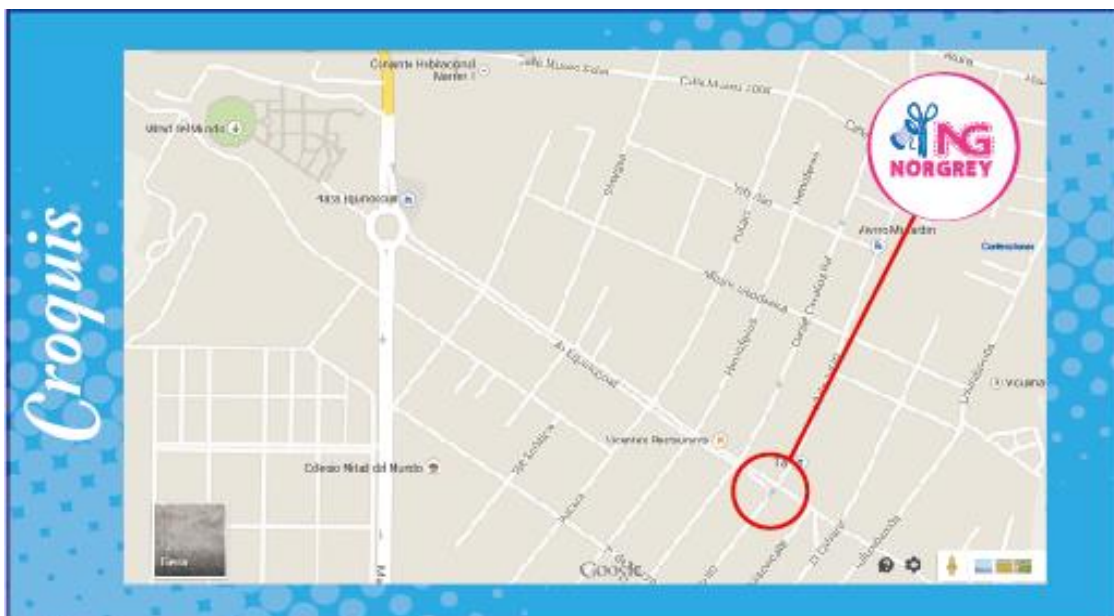
Anverso

Figura 11 Hojas volantes anverso



Fuente: Análisis Situacional.2014

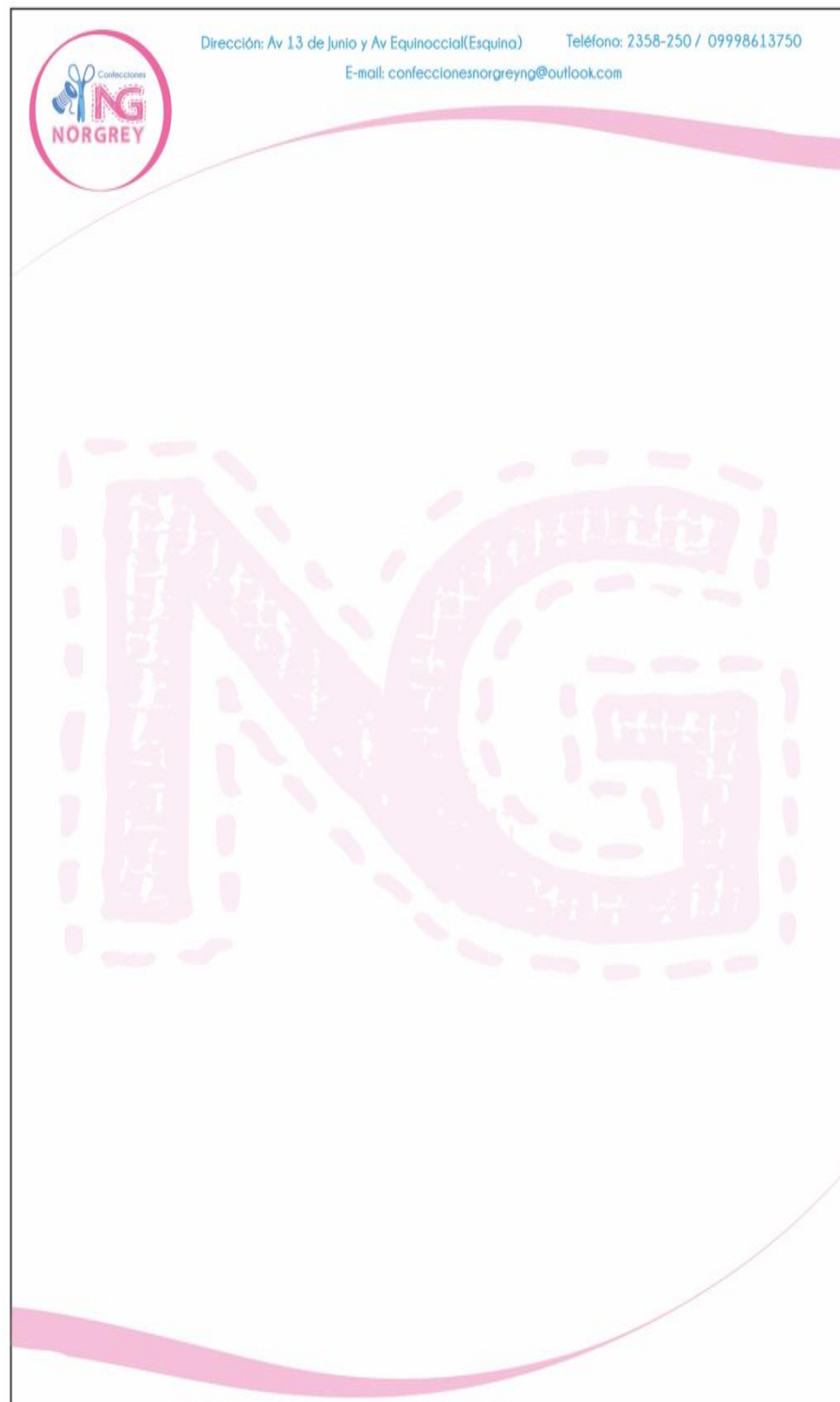
Figura 12 Hojas volantes reverso



Fuente: Análisis Situacional.2014

2.04.04.03.01.04.03 Hoja membretada

Figura 13 Hoja Membretada



Fuente: Análisis Situacional.2014

2.04.04.03.01.04.04 Camisetas

Figura 14 Camisetas



Fuente: Análisis Situacional.2014

Elaborado: Danny Puetate

2.04.04.03.01.04 .05 Gorras

Figura 15 Gorras



Fuente: Análisis Situacional.2014

2.04.04.03.01.04 .05 Tazas y Bolígrafos

Figura 16 Tazas y Bolígrafos



Fuente: Análisis Situacional.2014

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado "consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización". (Kotler Philip, 2004)

3.01 ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR

Proceso de planificar, recopilar, analizar y comunicar datos relevantes acerca del tamaño, poder de compra de los consumidores, disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor, con la finalidad de ayudar a los responsables de marketing a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing en una situación de mercado específica. (Thompson I. , 2008)

Análisis

El presente proyecto se enmarca en la población de San Antonio de Pichincha específicamente como clientes serán a las mujeres del sector, pues las mujeres son más consumistas y les gusta vestir bien y a la moda.

3.01.01 Determinación de la población y muestra

El determinar el tamaño de una muestra representa una parte esencial del método científico para poder llevar a cabo una investigación. Al muestreo lo podemos definir como el conjunto de observaciones necesarias para estudiar la distribución de determinadas características en la totalidad de una población, a partir de la observación de una parte o subconjunto de una población, denominada muestra. (Elías, 2010)

Análisis

Para determinar la población se investigó por medio de fuentes acerca de la parroquia para conocer la población total y cuál es el porcentaje del total de mujeres dentro de San Antonio de Pichincha, el cual mostro un 51.5% de la población total y el cual se tomó solo la población económicamente activa con un 57.294%

3.01.01.1 Determinación de la Población

La población es un conjunto definido, limitado y accesible del universo que forma el referente para la elección de la muestra, Comprende todos los elementos (personas, familias, grupos, objetos, organizaciones, etc.) que presentan características comunes que se definen a través de criterios establecidos para el estudio. (Rabolini, 2009)

Determinación de la Muestra

La muestra es una representación significativa de las características de una población, que bajo, la asunción de un error (generalmente no superior al 5%) estudiamos las características de un conjunto poblacional mucho menor que la población global. (Cadenas, 2012)

Análisis

El presente proyecto asume como posibles compradores a los almacenes minoristas y las mujeres que están dentro del (PEA) población económicamente activa de Quito.

Perfil del consumidor

- **Género:** Femenino
- **Target:** Nivel medio en adelante
- **Nivel de Ingresos:** Desde \$ 354 en adelante
- **Edad:** 15 en adelante

Determinación del universo o población

POBLACION TOTAL: 35.000 habitantes Parroquia San Antonio de Pichincha.

TOTAL MUJERES: es el 51.5% de la población igual a 18625 mujeres.

Población económicamente activa de Mujeres: 57.294 % igual a 10671

Fórmula

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

Dónde:

n = Tamaño de muestra

N = Universo o Población **10.671** Mujeres de la Parroquia de San Antonio de Pichincha

Z = Valor expresado en desviaciones típicas y que está en función de un nivel de confianza dado.

p = Probabilidad de ocurrencia (éxito)

q = Probabilidad de ocurrencia (fracaso)

e = Margen de error.

Datos

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

N = 10.671

$$n = \frac{1,96^2(0,50)(0,50)(10.671)}{(0,0025)^2(10.671-1) + 1,96^2(0,50)(0,50)}$$

Z = 1,96

n = 370,84

p = 50%

n = 371

q = 50%

e = 5%

Una vez calculado el tamaño de la muestra se debe continuar con el siguiente ítem para la obtención de información, que permitirá obtener resultados que contribuyan al estudio del presente proyecto.

3.01.02 Técnicas obtención de información

Los analistas utilizan una variedad de métodos a fin de recopilar los datos sobre una situación existente, como entrevistas, cuestionarios, inspección de registros (revisión en el sitio) y observación. Cada uno tiene ventajas y desventajas. Generalmente, se utilizan dos o tres para complementar el trabajo de cada una y ayudar a asegurar una investigación completa. (González, 2009)

3.01.02.01 La Encuesta

La encuesta es una técnica de recogida de datos mediante la aplicación de un cuestionario a una muestra de individuos. A través de las encuestas se pueden conocer las opiniones, las actitudes y los comportamientos de los consumidores. (Centor de Investigación Sociológicas, 2014)

3.01.02.02 Modelo de la Encuesta



ENCUESTA

OBJETIVO

La presente encuesta es de uso exclusivo académico con el objetivo de recopilar información para valorar el grado de impacto que tiene la compra de ropa casual para damas en la sociedad.

INSTRUCTIVO

✓ Marque con un visto su respuesta

INFORMACIÓN DEMOGRÁFICA

Edad _____ Sexo: femenino ☐ Masculino ☐

Ingresos aproximados _____

1. ¿Usted adquiere ropa casual?

1. Sí ☐ No ☐

2. ¿Usted con qué frecuencia compra prendas de vestir?

Mensualmente	☐ 1 unid	☐ unid
Bimestralmente	☐ 1 unid	☐ 2 unid
Trimestralmente	☐ 1 unid	☐ 2 unid

¿Cuáles son los aspectos que define su decisión de compra?

Calidad	☐	Precio	☐
Diseño	☐	Variedad	☐

3. ¿Usted tiene una marca o proveedor definido de sus prendas?

Si ☐

NO ☐

4. ¿Qué prenda de vestir es la que con mayor frecuencia compra?

Blusas ☐ Pantalones ☐

5. ¿Al elegir una blusa que material prefiere?

Algodón ☐ Lino ☐ seda ☐ Poliéster ☐ Poplin ☐

6. ¿Dónde prefiere realizar la compra de su ropa?

Almacén al por mayor ☐

Almacén al por menor ☐

8. ¿Cuánto dinero destina usted aproximadamente en cada compra que realiza?

25,00 – 40,00 ☐

40,01 - 60,00 ☐

60,01 - 80,00 ☐

80,01 o más ☐

9. ¿Estaría de acuerdo en la implementación de una empresa fabricante y comercializadora de ropa casual para damas en el sector de San Antonio de Pichincha?

SI ☐

NO ☐

“muchas gracias”

Fuente: Estudio de Mercado, 2014

Elaborado: Grace Tisalema

3.01.03 Análisis de la información

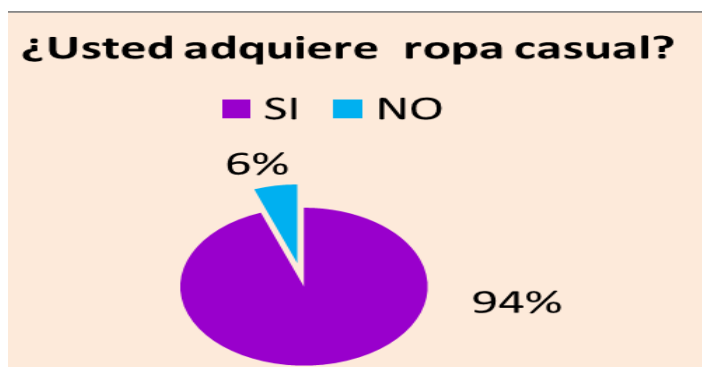
1. ¿Usted adquiere ropa casual?

Tabla 14 Pregunta 1

respuesta	frecuencia	porcentaje
SI	350	94%
NO	21	6%
TOTAL	371	100%

Fuente: Encuestas, 2014

Figura 17 Pregunta 1



Fuente: Encuestas, 2014

Análisis

Los datos obtenidos mediante las encuestas nos arrojan que el 94% de las mujeres encuestadas compra ropa casual el cual nos indica el factor del consumo.

Conclusión:

Se puede identificar que existe un nivel alto de consumo por parte de las mujeres en ropa casual.

Recomendación

Es necesario ofrecer productos innovadores para para mayor acogida del producto.

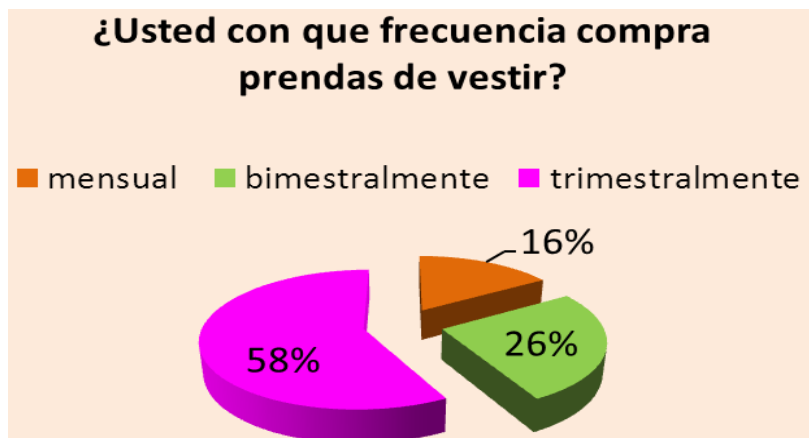
2. ¿Usted con qué frecuencia compra prendas de vestir?

Tabla 15 Pregunta 2

FRECUENCIA	1	2	PORCENTAJE
	unid	unid	
mensual	30	12	16%
bimestralmente	48	59	26%
trimestralmente	107	115	58%
total	185	186	100%

Fuente: Encuestas, 2014

Figura 18 Pregunta 2



Fuente: Encuestas, 2014

Análisis.

Los gráficos muestran que la mayoría de las mujeres compran por trimestre de 2 a más prendas de vestir dato que será utilizado para la frecuencia de compra con un dato del 58%.

Conclusión:

Se muestra que el nivel de consumo es por trimestres dato que se tomara en cuenta para la demanda.

Recomendación.

La producción debe ir por temporadas ya que según el indicador de consumo es trimestral.

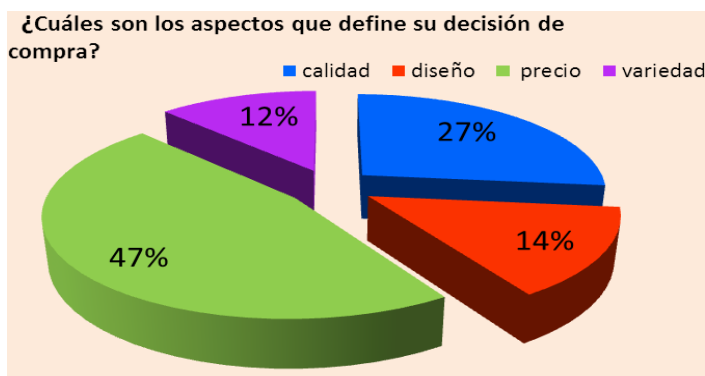
3. ¿Cuáles son los aspectos que define su decisión de compra?

Tabla 16 Pregunta 3

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
calidad	99	27%
diseño	53	14%
precio	173	47%
variedad	46	12%
TOTAL	371	100%

Fuente: Encuestas, 2014

Figura 19 Pregunta 3



Fuente: Encuestas, 2014

Análisis:

En el factor que decide la compra la mayor parte indica que el 47% prefiere elegir una prenda por el precio y en segundo parámetro con el 27% es la calidad del producto, estos datos son de relevancia al momento de ofrecer el producto pues se debe tomar en cuenta la opinión de los posibles clientes.

Conclusión:

Lo que el cliente busca es un producto accesible, con un precio cómodo y de buena calidad

Recomendación

Se debe tomar en cuenta las exigencias del cliente para elaborar el producto.

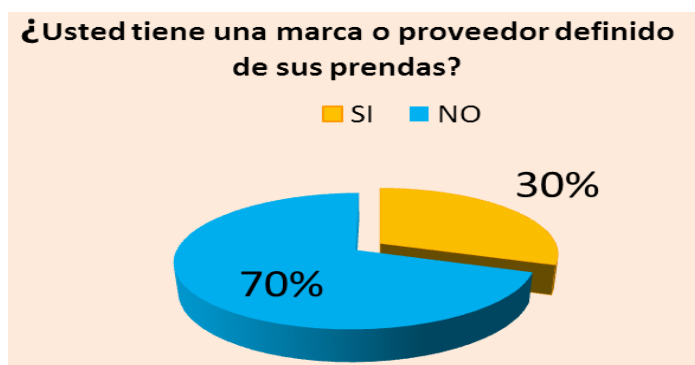
4. ¿Usted tiene una marca o proveedor definido de sus prendas?

Tabla 17 Pregunta 4

respuesta	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	112	30%
NO	259	70%
TOTAL	371	100%

Fuente: Encuestas, 2014

Figura 20 Pregunta 4



Fuente: Encuestas, 2014

Análisis

La estadística muestra que el 70% de la población encuestada no tiene definido una marca o proveedor en especial el cual está enfocado en una población con una situación económica media.

Conclusión:

Un nivel medio de la población tiene un proveedor definido.

Recomendación

El nivel medio de proveedor definido debe verse como una oportunidad ya que existen pocos y ahí a donde se debe llegar.

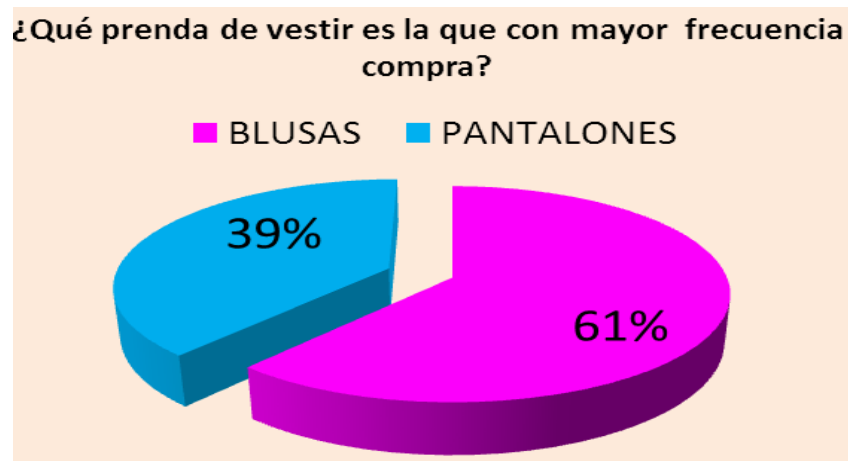
4. ¿Qué prenda de vestir es la que con mayor frecuencia compra?

Tabla 18 Pregunta 5

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
	A	E
BLUSAS	228	39%
PANTALONES	143	61%
TOTAL	371	100%

Fuente: Encuestas, 2014

Figura 21 Pregunta 5



Fuente: Encuestas, 2014

Análisis

Según la fuente revela que la mayor parte de las mujeres elige blusas a la hora de comprar con un dato de 61%, en segundo grado esta la compra de pantalones con un 39% porcentaje menor a las blusas.

Conclusión:

El producto con mayor acogida son las blusas a comparación con los pantalones con esto determinando el producto principal.

Recomendación

El producto potencial a fabricar debe ser las blusas para la captación de clientes.

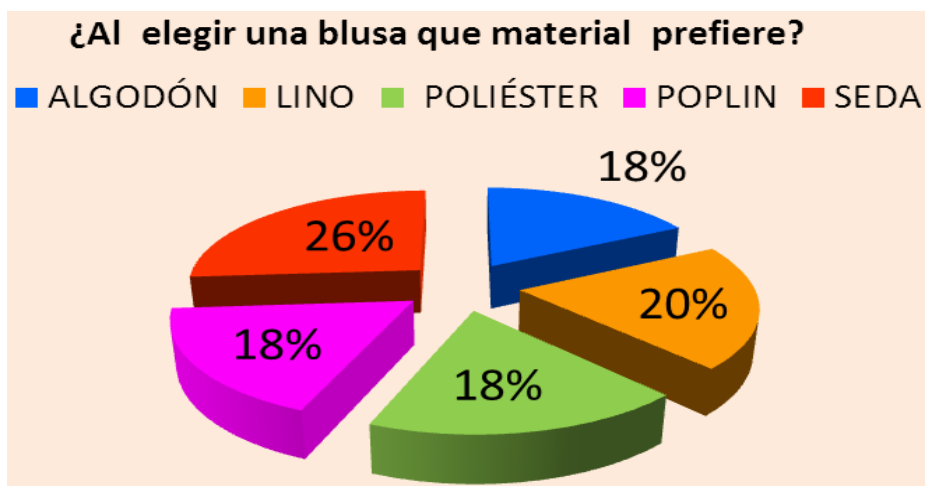
6. ¿Al elegir una blusa que material prefiere?

Tabla 19 Pregunta 6

RESPUESTAS	FRECUECIA	PORCENTAJE
ALGODÓN	65	18%
LINO	75	20%
POLIÉSTER	68	18%
POPLIN	66	18%
SEDA	97	26%
TOTAL	371	100%

Fuente: Encuestas, 2014

Figura 22 Pregunta 6



Fuente: Encuestas, 2014

Análisis

Al momento de elegir una blusa el material más demandado es la seda con un 26% mayor a los otros materiales, como el lino con un 20%, el algodón, poliéster y poplin con un 18%. Que son preferencias que se debe recalcar al momento de confeccionar el producto que se ofrecerá al mercado.

Conclusión:

El material que más prefieren es la seda por la comodidad, este será el material que mayormente se utilizará.

Recomendación

La producción debe ser acorde a las exigencias y necesidades de los clientes.

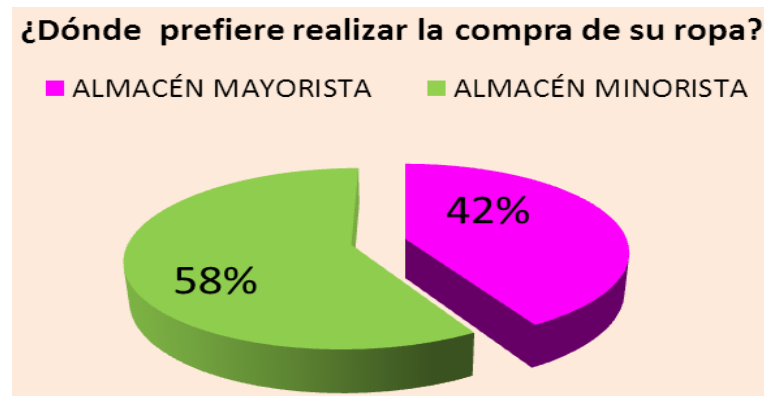
7. ¿Dónde prefiere realizar la compra de su ropa?

Tabla 20 Pregunta 7

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ALMACÉN MAYORISTA	154	42%
ALMACÉN MINORISTA	217	58%
TOTAL	371	100%

Fuente: Encuestas, 2014

Figura 23 Pregunta 7



Fuente: Encuestas, 2014

Análisis

Al momento de comprar las prendas de vestir las personas muestran que prefieren adquirir en almacenes minoristas o distribuidores pequeños con un dato del 58%, puesto estos están más cercanos a comercializarles el producto que desean optar.

Conclusión:

La gente prefiere comprar en almacenes minoristas por mejor atención al cliente y mayor accesibilidad al producto.

Recomendación

Este dato refleja una oportunidad para el momento de comercializar el producto.

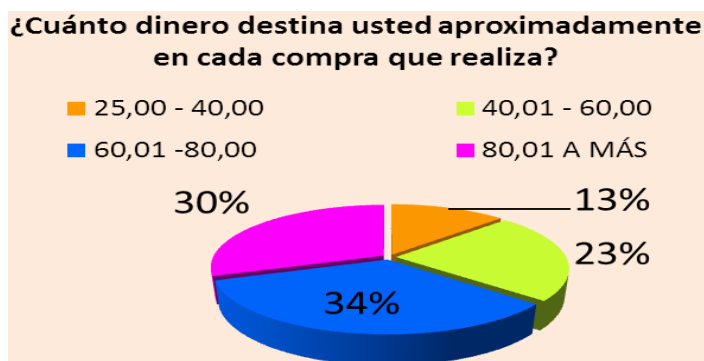
8. ¿Cuánto dinero destina usted aproximadamente en cada compra que realiza?

Tabla 21 Pregunta 8

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
	A	E
25,00 - 40,00	48	13%
40,01 - 60,00	86	23%
60,01 - 80,00	125	30%
80,01 A MÁS	112	34%
TOTAL	371	100%

Fuente: Encuestas, 2014

Figura 24 Pregunta 8



Fuente: Encuestas, 2014

Análisis

Según los datos reflejados en cuanto a que cantidad de dinero se destina para la compra la mayoría proporciona \$60,01 a \$80,00 en cada compra con un porcentaje de 34%, tomando en cuenta que es trimestralmente su adquisición de ropa.

Conclusión:

La frecuencia de compra es trimestral con un aproximado de inversión de 60.01 a 80.00 dólares en artículos que puede ser un pantalón y una blusa.

Recomendación

Ofertar productos a buen precio que estén accesibles al cliente, con ofertas que ayuden a generar ingresos.

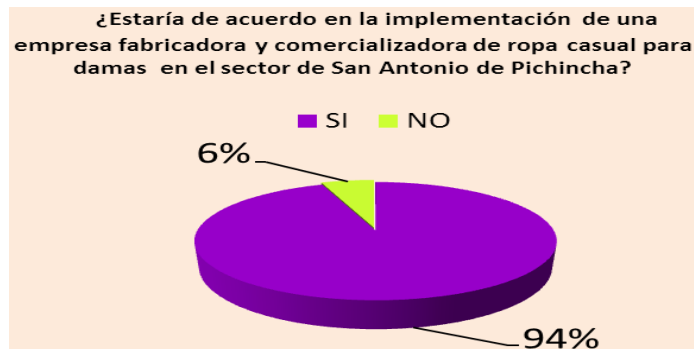
9. ¿Estaría de acuerdo en la implementación de una empresa fabricante y comercializadora de ropa casual para damas en el sector de San Antonio de Pichincha?

Tabla 22 Pregunta 9

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
	A	E
SI	350	94%
NO	21	6%
TOTAL	371	100%

Fuente: Encuestas, 2014

Figura 25 Pregunta 9



Fuente: Encuestas, 2014

Análisis:

La figura expresa que el 94% de la población estaría de acuerdo en la implementación de una fabricante y comercializadora de ropa casual pues tienen mayor acceso al momento de comprar prendas de vestir y un 6% no estaría de acuerdo pues tienen un proveedor de preferencia.

Conclusión:

La acogida para crear una fabricante y comercializadora de ropa es factible porque ven una oportunidad de crecimiento en el sector económico de la parroquia.

Recomendación

Es recomendable incursionar en este mercado por la factibilidad que se puede alcanzar.

3.02 OFERTA

Se considera como la cantidad de mercancías que se ofrece a la venta a un precio dado por unidad de tiempo. La oferta de un producto se determina por las diferentes cantidades que los productores están dispuestos y aptos para ofrecer en el mercado en función de varios niveles de precio, en un periodo dado. (Ávila, 2006)

3.02.01 Oferta Histórica

La oferta histórica está basada en las diferentes prendas de ropa casual ofertadas en el mercado por medio de comercializadores mayoristas y minoristas de la ciudad de Quito y Calculado en base al datos de la pregunta

4. ¿Usted tiene una marca o proveedor definido de sus prendas? Con un porcentaje del 30% que dijeron que si tienen un proveedor definido.

Tabla 23 Oferta Histórica

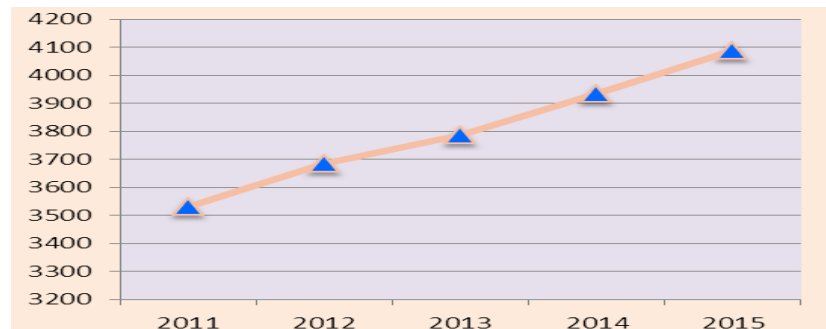
Año	Factor inflación	Q	\$
2011	3,70%	3532	\$ 132.445,85
2012	3,70%	3685	\$ 138.194,76
2013	2,70%	3787	\$ 142.029,55
2014	3,76%	3935	\$ 147.578,51
2015	3,76%	4089	\$ 153.344,25

Elaborado: Grace Tisalema

Fuente: Estudio de Mercado, 2015

Oferta Histórica

Figura 26 Oferta Histórica



Elaborado: Grace Tisalema

Fuente: Estudio de Mercado, 2015

Análisis

En los últimos años se observa que la oferta de ropa casual en la ciudad de Quito tiene una tendencia de crecimiento, por lo que la confección de prendas de vestir aporta al crecimiento del sector textil ecuatoriano, ayudando de manera positiva al objetivo 10 del Plan del Buen Vivir que es impulsar la transformación de la matriz productiva.

3.02.02 Oferta Actual

Dentro de la investigación realizada nos arroja resultados de cómo está la oferta presente ya que se encuentra acogida por fabricantes nacionales e internacionales lo cual para el mismo se tomó datos de fuentes cercanas de estudios similares al proyecto para el respectivo cálculo de la oferta actual.

Tabla 24 Oferta Actual

Año	Q	\$
2015	4089	\$ 153.344,25

Elaborado: Grace Tisalema

Fuente: Estudio de Mercado, 2015

3.02.03 Oferta Proyectada

El resultado que se obtuvo es cálculo en base de la última tasa de inflación del año 2014 para la ciudad de Quito.

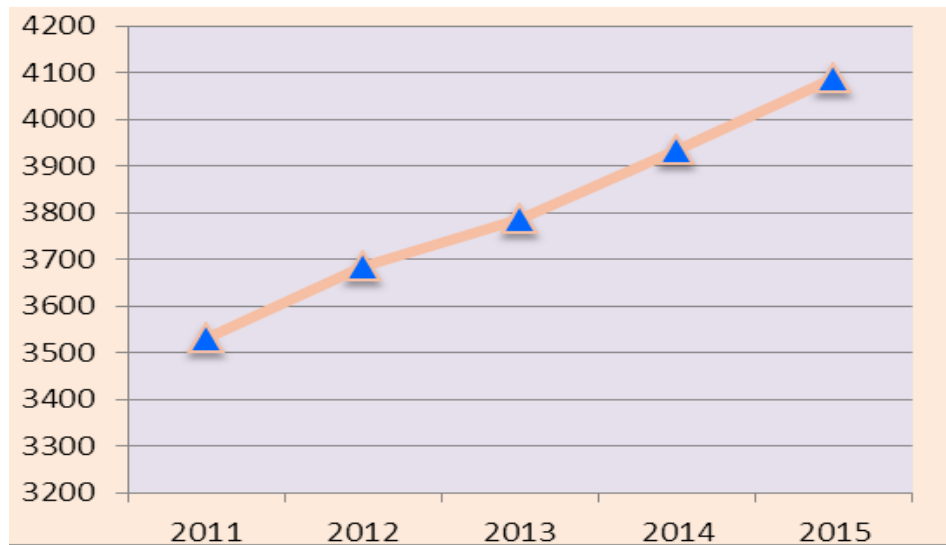
Tabla 25 Oferta Proyectada

Año	Factor inflación	Q	\$
2015	3,70%	4089	\$ 153.344,25
2016	3,70%	4240	\$ 159.017,99
2017	3,70%	4397	\$ 164.901,65
2018	3,70%	4560	\$ 171.003,01
2019	3,70%	4729	\$ 177.330,13

Elaborado: Grace Tisalema

Fuente: Estudio de Mercado, 2015

Figura 27 Oferta Proyectada



Elaborado: Grace Tisalema

Fuente: Estudio de Mercado, 2015

Análisis

La Figura indica la oferta proyectada, se debe conocer este dato puesto que nos resalta la oferta del producto que se va a presentar en los posibles años y afrontar a la competencia en el mercado situado.

3.03 Productos Sustitutos

El producto sustituto de nuestros productos serán prendas de vestir confeccionadas con telas licras, nylon, casimir.

3.03.01 Oferta Histórica Productos Sustitutos

Tabla 26 Oferta Histórica Productos Sustitutos

Año	Factor inflación	Q	\$
2011	3,70%	6041	\$ 226.552,12
2012	3,70%	6304	\$ 236.385,77
2013	2,70%	6479	\$ 242.945,29
2014	3,76%	6732	\$ 252.436,92
2015	3,76%	6995	\$ 262.299,38

Elaborado: Grace Tisalema

Fuente: Estudio de Mercado, 2015

3.03.02 Oferta actual Productos Sustitutos

Tabla 27 Oferta Actual Productos Sustitutos

Año	Q	\$
2015	6995	\$ 262.299,38

Elaborado: Grace Tisalema

Fuente: Estudio de Mercado, 2015

3.03.03 Oferta proyectada Productos Sustitutos

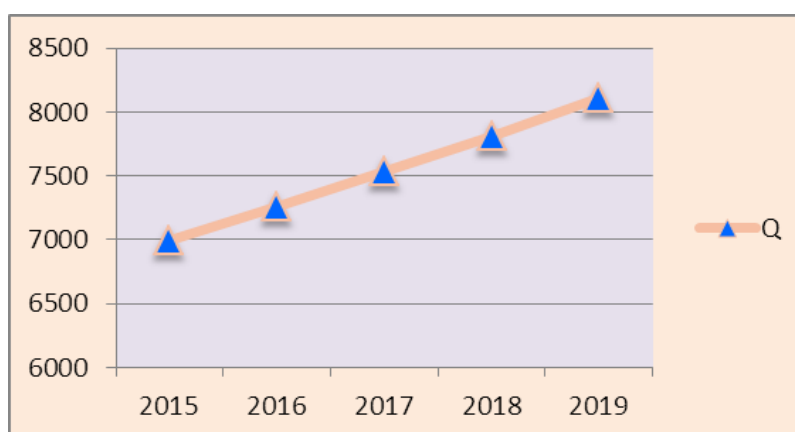
Tabla 28 Oferta Proyectada Productos Sustitutos

Año	Factor inflación	Q	\$
2015	3,76%	69 95	\$ 262.299,38
2016	3,76%	72 58	\$ 272.161,83
2017	3,76%	75 31	\$ 282.395,12
2018	3,76%	78 14	\$ 293.013,17
2019	3,76%	81 07	\$ 304.030,47

Elaborado: Grace Tisalema

Fuente: Estudio de Mercado, 2015

Figura 28 Oferta Proyectada Productos Sustitutos



Elaborado: Grace Tisalema

Fuente: Estudio de Mercado, 2015

3.04 Demanda

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

Tabla 29 Datos Demanda

CONSUMO					
10671	94%	10031			
			UNIDADES		
FRECUENCIA	58%	5818	8	46543	
			PRECIO		
ACPT. PREC	34%	15824	70	\$ 1.107.714,68	
				UNID	
ACPT. PROD	94%	\$1.041.21,80		14875	
			30% TIENEN UN PROVEEDOR DE PREFERENCIA	4463	

Elaborado: Grace Tisalema

Fuente: Estudio de Mercado, 2015

3.04.01 Demanda histórica

Aquí se detalla la demanda de ropa casual en el sector norte de Quito.

Tabla 30 Demanda histórica

Año	Factor inflación	Q	\$
2011	1,60%	4154	\$ 155.762,24
2012	1,42%	4334	\$ 162.508,99
2013	1,19%	4282	\$ 160.575,13
2014	2,90%	4221	\$ 158.294,96
2015	2,90%	4463	\$ 167.362,50

Elaborado: Grace Tisalema

Fuente: Estudio de Mercado, 2015

3.04.02 Demanda actual

Para el cálculo de la demanda actual se ha considerado a las prendas vendidas y al precio referencial que son relacionados con ventas de ropa casual en el sector norte de Quito.

Tabla 31 Demanda actual

Año	Q	\$
2015	4463	\$ 167.362,50

Elaborado: Grace Tisalema

Fuente: Estudio de Mercado, 2015

3.04.03 Demanda proyectada

Se realizó mediante os datos de la población con el factor de inflación

Tabla 32 Demanda Proyectada

Año	Factor inflación	Q	\$
2015	3,70%	4463	\$ 167.362,50
2016	3,70%	4628	\$ 173.554,91
2017	3,70%	4799	\$ 179.976,44
2018	3,70%	4977	\$ 186.635,57
2019	3,70%	5161	\$ 193.541,09

Elaborado: Grace Tisalema

Fuente: Estudio de Mercado, 2015

3.05 Balance Oferta – Demanda

Este nos permite determinar la demanda insatisfecha, el cual se ha tomado datos de la oferta y demanda proyectada así arrojándonos la demanda insatisfecha proyectada.

3.05.01 Balance Oferta – Histórica

Tabla 33 Balance Oferta – Histórica

DEMANDA INSATISFECHA HISTORICA			
AÑO	OFERTA	DEMANDA	DEMANDA INSATISFECHA
2011	132445,85	167362,50	-34917
2012	138194,76	162508,99	-24314
2013	142029,55	160575,13	-18546
2014	147578,51	158294,96	-10716
2015	153344,25	167362,50	-14018

Elaborado: Grace Tisalema

Fuente: Estudio de Mercado, 2015

3.05.02 Balance Actual

Tabla 34 Balance Oferta – Actual

DEMANDA INSATISFECHA ACTUAL			
AÑO	OFERTA	DEMANDA	DEMANDA INSATISFECHA
2015	153344,25	167362,50	-14018

Elaborado: Grace Tisalema

Fuente: Estudio de Mercado, 2015

3.05.03 Balance Proyectado

Tabla 35 Balance Proyectado

DEMANDA INSATISFECHA PROYECTADA			
AÑO	OFERTA	DEMANDA	DEMANDA INSATISFECHA
A	A	A	A
2015	153344,25	167362,50	-14018
2016	159109,99	173554,91	-14445
2017	165092,53	179976,44	-14884
2018	171300,01	186635,57	-15336
2019	177740,89	193541,09	-15800

Elaborado: Grace Tisalema

Fuente: Estudio de Mercado, 2015

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico comprende todo aquello que tiene relación con el funcionamiento y operatividad del proyecto en el que se verifica la posibilidad técnica de fabricar el producto o prestar el servicio, y se determina el tamaño, localización, los equipos, las instalaciones y la organización requerida para realizar la producción. (FERNANDEZ, 2008)

4.01 Tamaño del Proyecto

El tamaño del proyecto, expresa la cantidad de producto o servicio, por unidad de tiempo, por esto lo podemos definir en función de su capacidad de producción de bienes o prestación de servicios, durante un período de tiempo determinado. (Universidad Santo Tomás , 2012)

4.01.01 Capacidad Instalada

El presente proyecto constará de una edificación con medidas de 20 m de largo y 7m de ancho, con un total de 140m². Con una producción diaria de 18 blusas al día con mano de obra directa de tres personas en una jornada de 8h, y en pantalones con una producción de 15 pantalones, mano de obra de tres personas. La producción mensual está dividido en dos quincenas una para producir pantalones y la otra para producir blusas.

4.01.02 Capacidad Óptima

Capacidad óptima de un proyecto es su capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año. Se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica. (Slideshare, 2009)

Según la capacidad instalada nos muestra que tendremos una producción anual de 3960, prendas de vestir, con una jornada de 8 horas diarias, especificando que se producirá por quincenas, ya que su utilidad muestra una rentabilidad positiva para el proyecto.

4.02 Localización

La localización tiene por objeto analizar los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto, con el fin de establecer el lugar que ofrece los máximos beneficios, los mejores costos, es decir en donde se obtenga la máxima ganancia, si es una empresa privada, o el mínimo costo unitario, si se trata de un proyecto social. (Universidad SantoTomás , 2012)

4.02.01 Macro - localización

Es el estadio de localización que tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto. Determinando sus características físicas e indicadores socioeconómicos más relevantes. (ATOM, 2012)

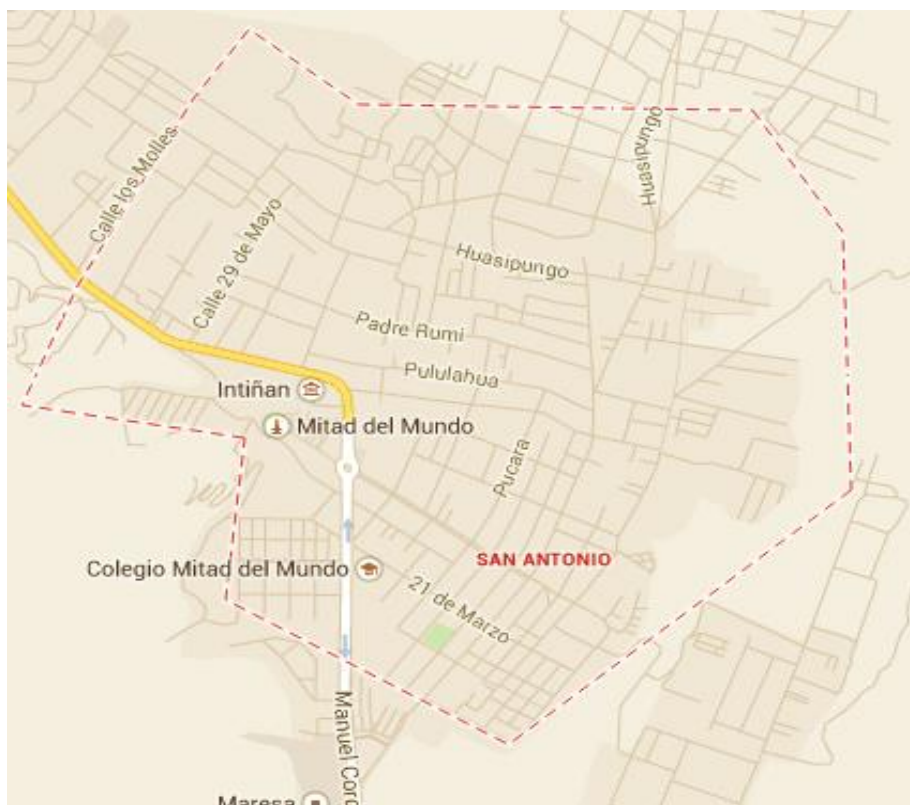
Tabla 36 Macro - localización

MACRO- LOCALIZACIÓN	
País	Ecuador
Provincia	Pichincha
Cantón	Quito
Parroquia	San Antonio de Pichincha

Elaborado: Grace Tisalema

Fuente: Estudio Técnico, 2015

Figura 29 Macro - localización



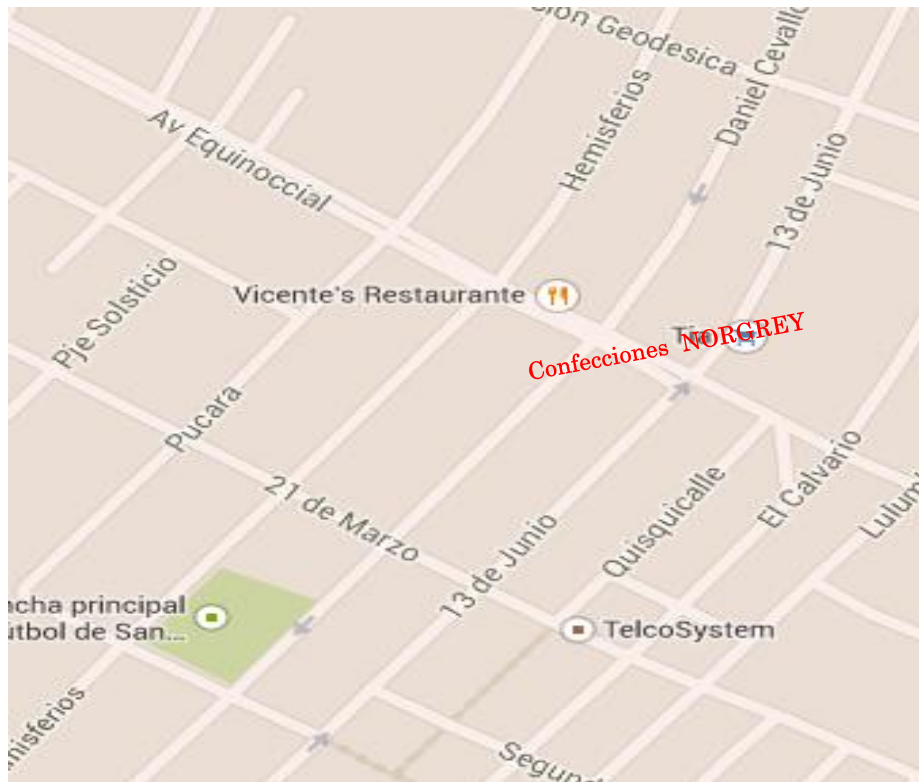
Fuente: Estudio Técnico, 2015

4.02.02 Micro - localización

Conjuga los aspectos relativos a los asentamientos humanos, identificación de actividades productivas, y determinación de centros de desarrollo. Selección y re-limitación precisa de las áreas, también denominada sitio, en que se localizara y operara el proyecto dentro de la macro zona. (ATOM, 2012)

Dirección: El presente proyecto estará ubicado en San Antonio de Pichincha entre las avenidas Av.13 de Junio y Av. Equinoccial esquina.

Figura 30 Micro - localización



Fuente: Estudio Técnico, 2015

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 (criterio privado) u obtener el costo unitario mínimo (criterio social). (GABRIEL BACA URBINA, 2005)

4.02.03.01 Factores Relevantes

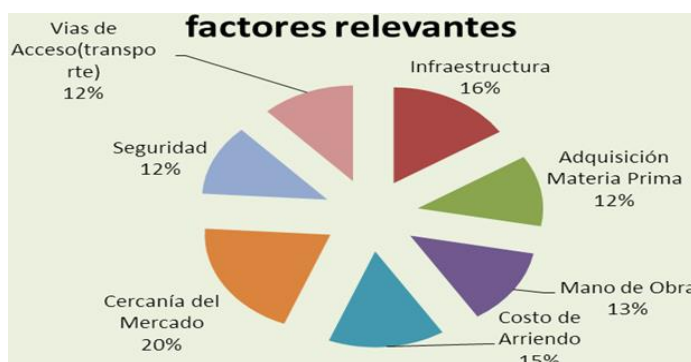
Tabla 37 Factores Relevantes

FACTORES	PONDERACIÓN	POMASQUI		SAN ANTONIO DE PICHINCHA		CALACALÍ	
		CALIFICACIÓN	TOTAL	CALIFICACIÓN	TOTAL	CALIFICACIÓN	TOTAL
Infraestructura	0,16	7	1	8	1	7	1
Adquisición Materia Prima	0,12	8	0,95	7	1	5	0,94
Mano de Obra	0,13	9	1,5	9	1,2	5	1
Costo de Arriendo	0,15	7	0,96	9	1	8	1
Cercanía del Mercado	0,2	6	1,2	9	1,5	6	1,1
Seguridad	0,12	7	0,99	8	1,5	6	1,3
Vías de Acceso(transporte)	0,12	9	1,3	8	1,5	7	1
TOTAL	1	53	7,9	58	8,7	44	7,34

Elaborado: Grace Tisalema

Fuente: Estudio Técnico, 2015

Figura 31 Factores relevantes



Elaborado: Grace Tisalema

Fuente: Estudio Técnico, 2015

4.03 Ingeniería del proyecto

Se entiende por ingeniería de proyecto, la etapa dentro de la formulación de un proyecto de inversión donde se definen todos los recursos necesarios para llevar a cabo el proyecto. (Mejía, 2013)

4.03.01 Definición del Producto

ROPA CASUAL

La moda casual, se habla de moda de diario, más informal. Se trata del conjunto que uno se pone cuando quiere ir presentable y atractivo, pero no quiere vestirse formal. La moda casual podemos dirigirla hacia un público al que le gusta vestir bien, pero moderno sea o no moda juvenil. Se puede calificar como versátil, ya que se puede adaptar a muchas situaciones sin desacordar la presencia. (Schlein, 2013)

Al hablar de moda casual nos entramos en el diario vivir pues es la vestimenta cómoda y presentable que usamos sin llegar a formalidades, presto que estas acorde para cualquier ocasión, agradable y sencilla. Para lo cual se necesita combinar moda, tela y estilo para diseñar cada una y producirlas para impartir en el mercado.

CONFECCIONES NORGREY ofrecerá ropa casual como blusas y pantalones, con variedad de estilos, para la confección se utilizarán telas que van de acuerdo a la moda que se está utilizado, entre ellas se destaca la seda, lino, poplin.

Al diseñar cada una de las prendas se tomará en cuenta la moda actual, el tipo de temporada y los colores que están presentes para continuar con el proceso de producción y ofrecer al mercado un diseño diferente.

4.03.02 Distribución de la planta

Es el espacio a ocuparse para las actividades donde reúnen equipos, muebles y enseres. Maquinaria, personas, entre otros.

4.03.02.01 Códigos de cercanía y Código de cercanía

Tabla 38 Códigos de Cercanía y Código de razones

Códigos de cercanía		Código de razones	
A	Absolutamente importante	n.	razón
E	Especialmente cerca	1	Por proceso
I	Importante que este cerca	2	Por gestión administrativa
O	cercanía ordinaria	3	Conveniencia
U	Sin importancia	4	Por higiene
X	Cercanía indiferente	5	Por control

Elaborado: Grace Tisalema

4.03.02.02 Matriz SPL

Figura 32 Matriz SPL

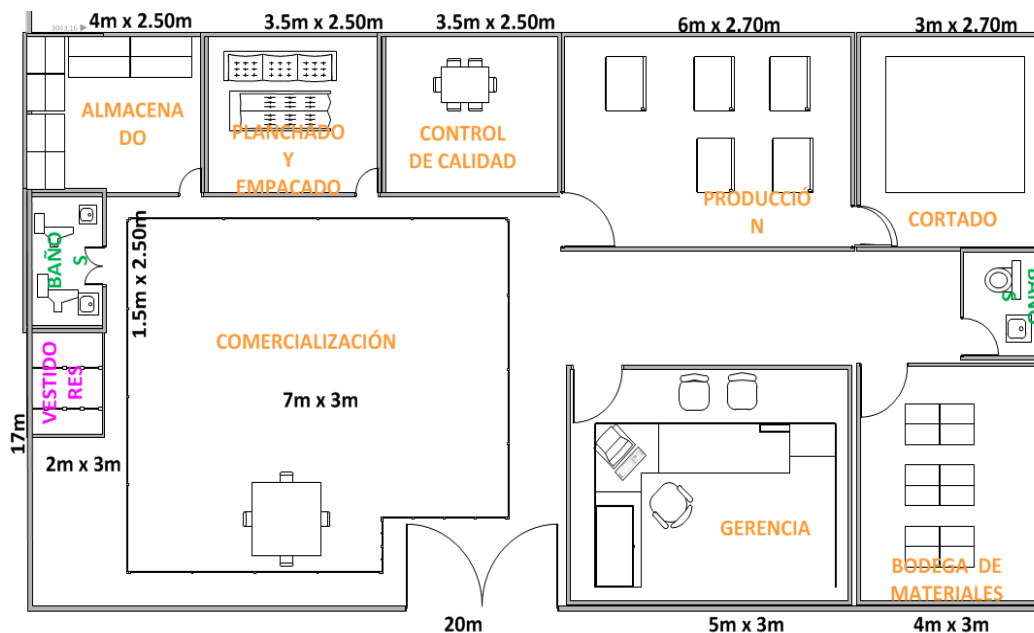
gerencia	A5
bodega de materiales	I1 I2
área de corte	I3 I1 I2
área de cosido	I5 I3 I5
acabados y control de calidad	I2 O1 O1 O4
planchado y empaquetado	I2 O1 O4 O3 I4
almacenado	I1 O4 O4 I1 I3
vestidores	I2 O3 O4 I4 O1
baño público	I2 O4 I3 I5
baño personal	O4 I4 I5
comercialización	I4 I4 I1
	O1 I1
	U4 I1
	I4

Elaborado: Grace Tisalema

Fuente: Estudio Técnico, 2015

4.03.02.03 Plano

Figura 33 Plano



Elaborado: Grace Tisalema

Fuente: Estudio Técnico, 2015

APORTAR EL DESARROLLO DE LAS PYMES RELACIONADAS CON LA INDUSTRIA TEXTIL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA CASUAL PARA DAMAS EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA.

4.03.02.03 Distribución de la planta en medidas

Tabla 39 Distribución de la planta en medidas

Distribución de la planta	
Área	Longitud
gerencia	5m x 3m
bodega de materiales	4m x 3m
área de corte	3m x 2,70m
área de cosido	6m x 2,70
acabados y control de calidad	3,50m x 2,50m
planchado y empaquetado	3,50m x 2,50m
almacenado	4m x 2,50m
vestidores	2m x2m
baño público	1,50m x 2.5m
baño personal	2m x1,30m
comercialización	7,50m x 4m

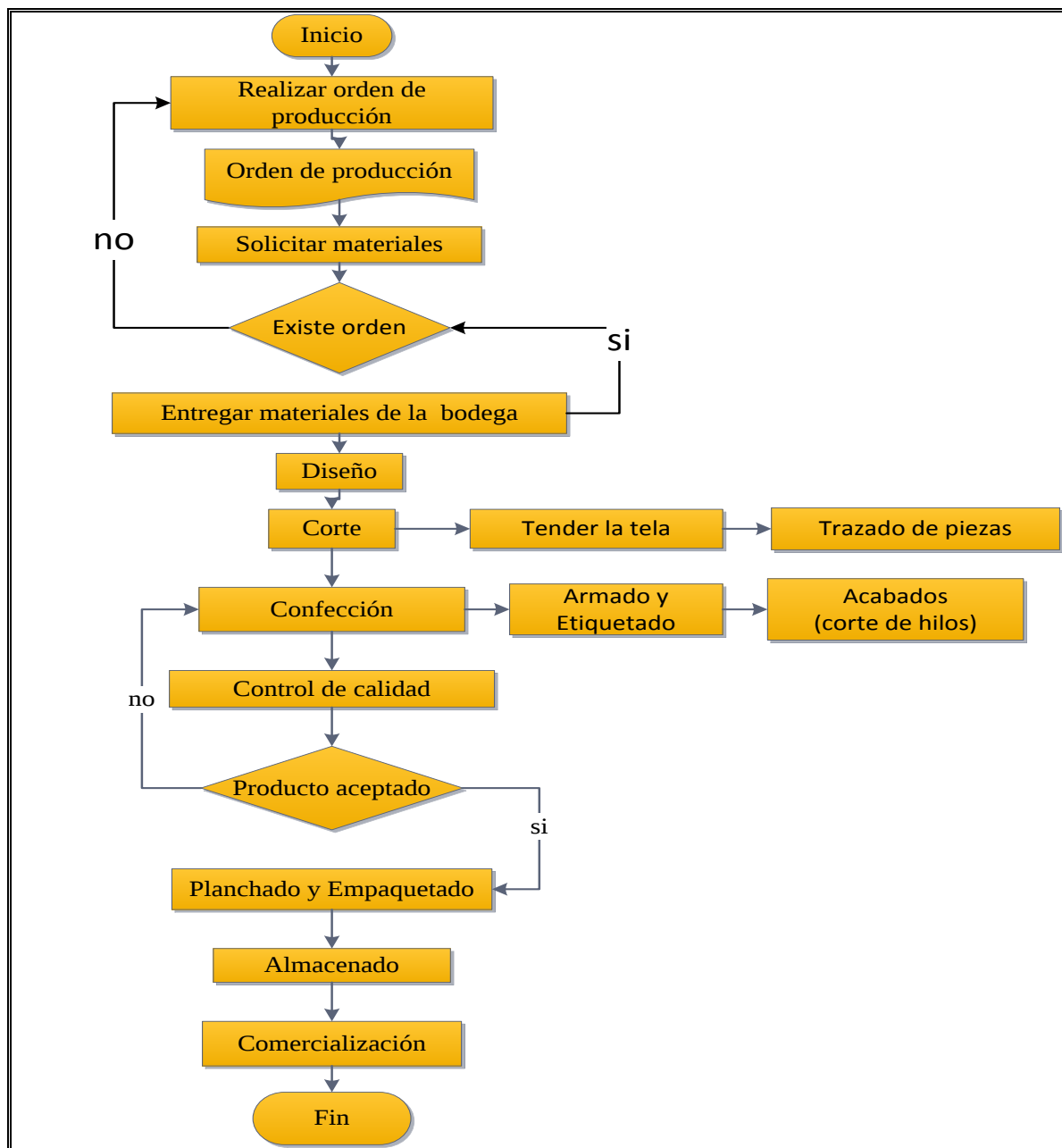
Elaborado: Grace Tisalema

Fuente: Estudio Técnico, 2015

4.03.03 Proceso productivo

El proceso productivo se define como la forma en que una serie de insumos se transforman en producto mediante la participación de una determinada tecnología en este caso es la combinación de mano de obra, maquinaria, métodos y procesos de operación. Para que el proceso productivo se desarrolle y el producto obtenido sea el mejor es importante que se cuente con una buena materia prima, una excelente maquinaria y una mano de obra eficiente. (FERNANDEZ, 2009) ver (Anexo 3)

Figura 34 Proceso Productivo



Elaborado: **Grace Tisalema**

Fuente: Estudio Técnico, 2015

4.03.03.01 Proceso Productivo

- Realizar orden de compra

Figura 35 Orden de Compra

ORDEN DE PRODUCCION				No. _____	
Fecha de expedición de la orden: _____					
Datos sobre el producto a fabricar:					
Artículo: _____			Cantidad _____		
Fecha de inicio: _____			Fecha de culminación _____		
Pedido No. _____			Especificaciones: _____		

CONCEPTO	MATERIAL DIRECTO	MANO DE OBRA DIRECTA	COSTOS INDIRECTOS	TOTAL	UNIDADES	COSTO UNITARIO
TOTAL						
Elaborado por: _____			Recibida por _____			
			Control Contabilidad _____			

Fuente: Estudio Técnico, 2015

- Solicitar materiales a bodega

Figura 36 Materiales



Fuente: Estudio Técnico, 2015

- Diseño ver (Anexo 2)

Figura 37 Diseño del producto



Fuente: Estudio Técnico, 2015

- Corte de tela

Figura 38 Corte de Tela



Fuente: Estudio Técnico, 2015

- Confección

Figura 39 Confección y armado de prendas



Fuente: Estudio Técnico, 2015

- Control de calidad

Figura 40 Control de Calidad



Fuente: Estudio Técnico, 2015

- Planchado y Empaquetado

Figura 41 Planchado y Empaquetado



Fuente: Estudio Técnico, 2015

- Almacenado

Figura 42 Almacenado



Fuente: Estudio Técnico, 2015

APORTAR EL DESARROLLO DE LAS PYMES RELACIONADAS CON LA INDUSTRIA TEXTIL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA CASUAL PARA DAMAS EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA.

- Comercialización

Figura 43 Comercialización



Fuente: Estudio Técnico, 2015

4.03.04 Maquinaria

Una máquina es un conjunto de elementos móviles y fijos cuyo funcionamiento posibilita aprovechar, dirigir, regular o transformar energía o realizar un trabajo con un fin determinado. Se denomina maquinaria al conjunto de máquinas que se aplican para un mismo fin y al mecanismo que da movimiento a un dispositivo. (Echegaray, 2013)

Tabla 40 Maquinaria

Valor unitario	Valor Total	Descripción	Imagen
1000,00	\$ 2.000,00	RECTA	
1300,00	\$ 2.600,00	OVERLOCK	
1510,00	\$ 1.510,00	RECUBRIDORA	
900,00	\$ 900,00	CORTADORA	
1500,00	\$ 1.500,00	PLANCHADORA	
		\$ 8.510,00	Total

Elaborado: Grace Tisalema

Fuente: Estudio Técnico, 2015

4.03.04 Muebles y Enseres

Se puede referirse al conjunto de máquinas y dispositivo que se necesitan para llevar a cabo tareas propias de un lugar de trabajo.

Tabla 41 Muebles y Enseres

Muebles y Enseres	cant	Valor	Valor
		unitario	Total
mesa de corte	1	120,00	\$ 120,00
mesa para control de calidad	1	80,00	\$ 80,00
mesa planchado	1	80,00	\$ 80,00
escritorios	1	200,00	\$ 200,00
sillas giratorias	1	90,00	\$ 90,00
sillas para costura	3	25,00	\$ 75,00
sillas de espera	2	100,00	\$ 200,00
archivadores aéreos	1	140,00	\$ 140,00
butacas oficinas	2	25,00	\$ 50,00
maniqués	3	120,00	\$ 360,00
estanterías	3	130,00	\$ 390,00
roperos vestidores	2	35,00	\$ 70,00
Total Muebles y Enseres			\$ 1.855,00

Elaborado: Grace Tisalema

Fuente: Estudio Técnico, 2015

4.03.05.01 Útiles de costura

Tabla 42 Útiles de costura

Útiles de costura	cant	Valor unitario	Valor Total
tijeras	3	12,50	\$ 37,50
pulidores	3	4,00	\$ 12,00
reglas de trazo	1	40,00	\$ 40,00
basureros	6	4,00	\$ 24,00
Total Útiles de costura			\$ 113,50

Elaborado: Grace Tisalema

Fuente: Estudio Técnico, 2015

4.03.05 Equipo

Son todos los Equipos electrónicos, que pertenecen a la compañía, ayudan a un mejor rendimiento de procesos en la empresa.

4.03.06.01 Equipos de Computación

Equipo de cómputo es aquel que está compuesto por aparatos o componentes físicos (Hardware) que interactúan mediante conjuntos de instrucciones establecidas (Software) para lograr un objetivo. (Nator, 2014)

Tabla 43 Equipos de Computación

Equipos de Computación	cant	Valor unitario	Valor Total
Laptop	1	600,00	\$ 600,00
Impresoras multifuncional	1	250,00	\$ 250,00
Total Equipos de Computación			\$ 850,00

Elaborado: Grace Tisalema

Fuente: Estudio Técnico, 2015

4.03.06.02 Equipos de Oficina

Equipo de oficina: puede decirse que se trata del conjunto de máquinas y dispositivo que se necesitan para llevar a cabo tareas propias de una oficina.
(Venutty, 2014)

Tabla 44 Equipos de Oficina

Equipos de Oficina	cant	Valor unitario	Valor Total
Teléfonos inalámbricos	2	50,00	\$ 100,00
Celular	1	100,00	\$ 100,00
Total Equipos de Oficina			\$ 200,00

Elaborado: Grace Tisalema

Fuente: Estudio Técnico, 2015

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

Es el proceso en el desarrollo de un plan de negocio donde el emprendedor determina si el proyecto es rentable, es decir que el dinero invertido le va a entregar un rendimiento esperado. Es así como el estudio de mercado nos entrega los ingresos, es decir el pronóstico de ventas.

El estudio técnico, administrativo, legal y ambiental proporcionan los egresos en forma de inversiones, costos y gastos. Los ingresos versus egresos sirven como base para los estados financieros cuyo conjunto dará el flujo neto de caja, este es el objetivo del estudio económico el cual permitirá conocer si es rentable y su oportunidad de negocio. (FERNANDEZ, 2009)

5.01 Ingresos Operacionales y no Operacionales

El ingreso operacional de una compañía es el ingreso generado por el negocio día a día y el ingreso no operaciones proviene de otras fuentes. (Keythman, 2012)

5.01.01 Ingreso Operacional

La producción mensual está dividida en una quincena para elaborar blusas y la otra quincena para elaborar pantalones.

Tabla 45 Ingreso Operacional blusas

Producción de blusas									
PRODUCCIÓN	P.V.P	DIARIO	INGRESOS	SEMANAL	INGRESOS	MENSUAL	INGRESOS	ANUAL	INGRESOS
blusas	\$ 12,50	18	\$ 225,00	90	\$ 1.125,00	180	\$ 2.250,00	2160	\$ 27.000,00

Elaborado: Grace Tisalema

Fuente: Estudio Financiero, 2015

Tabla 46 Ingreso Operacional Pantalones

Producción de pantalones									
PRODUCCIÓN	P.V.P	DIARIO	INGRESOS	SEMANAL	INGRESOS	MENSUAL	INGRESOS	ANUAL	INGRESOS
pantalones	\$ 25,00	15	\$ 375,00	75	\$ 1.875,00	150	\$ 3.750,00	1800	\$ 45.000,00

5.01.01.01 Ingresos Proyectados

Ingresos Proyectados se calculó con una media del último año de tasas de inflación (3.7%) para el precio y la tasa de crecimiento poblacional (1.53%) para la cantidad.

Tabla 47 Ingresos Proyectados

Producción	AÑO 2015			AÑO 2016			AÑO 2017			AÑO 2018			AÑO 2019		
		P	ING.T		P	ING.T		P	ING.T		P	ING.T		P	ING.T
blusas	160	\$12,50	\$27.000,00	93	\$12,96	\$28.427,38	227	\$13,44	\$29.930,23	261	\$13,94	\$31.512,52	295	\$14,46	\$33.178,47
pantalones	800	\$25,00	\$45.000,00	867	\$25,93	\$48.391,61	936	\$26,88	\$52.038,83	007	\$27,88	\$55.960,95	082	\$28,91	\$60.178,67
total	960	\$37,50	\$72.000,00	060	\$38,89	\$76.818,99	4162	\$40,33	\$81.969,06	4268	\$41,82	\$87.473,47	4377	\$43,37	\$93.357,14

Elaborado: Grace Tisalema

Fuente: Estudio Financiero, 2015

Análisis:

Los ingresos proyectados no lleva a una visualización de cuáles serán nuestros posibles ingresos en el transcurso de un año y de ahí en base a los factores como inflación y factor de crecimiento poblacional se proyecta para años futuros, mostrándonos que los ingresos van a son ventajosos.

5.01.02 Ingreso no Operacional

EL presente proyecto no obtendrá ingresos no operacionales, ya que estará dedicada exclusivamente a su actividad económica siendo los ingresos únicos

5.02 Costos

Es la inversión de dinero que una empresa hace, con el fin de producir un bien, comercializar un producto y/o prestar un servicio. (Carrera, 2012)

5.02.01 Costo Directo

Los costos directos son los que intervienen directamente en el proceso de producción de un bien o servicio, exactamente son las materias primas y la mano de obra directa.

Tabla 48 Costo Materia Prima Directa

costo de producción	unidades producidas	cantidad	unidades	precio unitario	valor mensual	valor anual
blusas	180	140	metros	\$ 2,00	\$ 280,00	\$ 3.360,00
pantalones	150	200	metros	\$ 3,50	\$ 700,00	\$ 8.400,00
total	330	340	metros	\$ 5,50	\$ 980,00	\$11.760,00

Elaborado: Grace Tisalema

Fuente: Estudio Financiero, 2015

Tabla 49 Mano de Obra Directa

Ver (Anexo3)

CARGO	SUELDO BÁSICO	APORTE PATRONAL	APORTE INDIVIDUAL	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
COSTURERA	\$ 354,00	\$ 39,47	\$ 33,45	\$ 29,50	\$ 29,50	\$ 29,49	\$ 442,49	\$5.309,86
COSTURERA	\$ 354,00	\$ 39,47	\$ 33,45	\$ 29,50	\$ 29,50	\$ 29,49	\$ 442,49	\$5.309,86
COSTURERA	\$ 354,00	\$ 39,47	\$ 33,45	\$ 29,50	\$ 29,50	\$ 29,49	\$ 442,49	\$5.309,86
TOTALES	\$1.062,00	\$ 118,41	\$ 100,36	\$ 88,50	\$ 88,50	\$ 88,46	\$1.327,46	\$15.929,58

Elaborado: Grace Tisalema

Fuente: Estudio Financiero, 2015

APORTAR EL DESARROLLO DE LAS PYMES RELACIONADAS CON LA INDUSTRIA TEXTIL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA CASUAL PARA DAMAS EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA.

5.02.02 Costos Indirectos

Los costos indirectos de fabricación comprenden los bienes naturales, semielaborados o elaborados de carácter complementario, así como servicios personales, públicos y generales y otros insumos indispensables para la terminación adecuada del producto final. (Solis, 2014)

Tabla 50 Costos Indirectos

costos indirectos				
costos indirectos	cantidad	precio unitario	valor mensual	valor anual
Sueldos y Salarios	1	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 4.248,00
MOI				
Prestaciones	1	\$ 127,96	\$ 127,96	\$ 1.535,51
Sociales				
Depreciación	1	\$ 70,92	\$ 70,92	\$ 851,00
Maquinaria y				
Equipo				
hilos	10	\$ 2,80	\$ 28,00	\$ 336,00
insumos	1	\$ 7,00	\$ 7,00	\$ 84,00
tizas	1	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 42,00
cartón	7	\$ 0,35	\$ 2,45	\$ 29,40
Luz eléctrica	-	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 600,00
Arriendo	-	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 1.800,00
TOTAL		\$ 213,65	\$ 793,826	\$ 9.525,910

Elaborado: Grace Tisalema

Fuente: Estudio Financiero, 2015

5.02.03 Gastos Administrativos

Los gastos administrativos comprenden los esfuerzos económicos incurridos en la actividad de administración, dirección, representación y gestión contable institucional y legal. (Yamila, 2014)

Tabla 51 Gastos Administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS			
Descripción	Cantidad	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Sueldo Personal Administración	1	\$ 650,00	\$ 7.800,00
Prestaciones Sociales	1	\$ 210,29	\$ 2.523,44
Suministros de Oficina	1	\$ 10,00	\$ 120,00
Arriendos	1	\$ 50,00	\$ 600,00
Suministros de Limpieza	1	\$ 7,00	\$ 84,00
Servicios de Asesoría Contable	1	\$ 100,00	\$ 1.200,00
Depreciación Vehículos	1	\$ 166,67	\$ 2.000,00
Depreciación Muebles y Enseres	1	\$ 16,40	\$ 196,85
Depreciación equipo de Oficina	1	\$ 1,67	\$ 20,00
Depreciación equipo de Computación	1	\$ 23,61	\$ 283,33
amortización Gastos Preoperacionales	1	\$ 3,33	\$ 40,00
Agua Potable	1	\$ 15,00	\$ 180,00
Luz Eléctrica	1	\$ 15,00	\$ 180,00
Teléfono	1	\$ 20,00	\$ 240,00
Internet	1	\$ 22,00	\$ 264,00
TOTAL		\$ 1.310,97	\$ 15.731,62

Elaborado: Grace Tisalema

Fuente: Estudio Financiero, 2015

5.02.04 Gasto de Ventas

Son todos los gastos efectuados para la comercialización del producto o servicio.

Tabla 52 Gasto de Ventas

GASTOS DE VENTAS				
		Valor	TOTAL	TOTAL
Descripción	Cantidad	Unitario	MENSUAL	ANUAL
Publicidad	1	\$ 35,00	35,00	420,00
Revista Equinoccial	1	\$ 20,00	20,00	240,00
Arriendo	1	\$ 50,00	50,00	600,00
Fundas	2	\$ 5,00	5,00	60,00
TOTAL		110,00	110,00	1.320,00

Elaborado: Grace Tisalema

Fuente: Estudio Financiero, 2015

5.02.05 Gastos Financieros

El Costo Financiero Total (CFT) es la principal variable que se debe tener en cuenta al elegir un préstamo personal, prendario o hipotecario, ya que es el mejor indicador del costo global que deberá afrontar la empresa. (Banco Central Argentina, 2012)

Tabla 53 Gasto Financiero

Gastos Financieros	
Interés a corto plazo	\$ 422,27
Interés a largo plazo	\$ 864,28
Total	\$ 1.286,55

Elaborado: Grace Tisalema

Fuente: Estudio Financiero, 2015

5.02.06 Costos Fijos y Variables

5.02.06.01 Costos Fijos

Los costos fijos son aquellos costos que la empresa debe pagar independientemente de su nivel de operación, es decir, produzca o no produzca debe pagarlos. (Algarraga, 2010)

Tabla 54 Costos Fijos

Costos Fijos	
gastos administrativos	\$ 15.731,62
gastos de venta	\$ 1.320,00
gastos financieros	\$ 1.286,55
CIF	\$ 9.525,91
TOTAL COSTOS FIJOS	\$ 27.864,09

Elaborado: Grace Tisalema

Fuente: Estudio Financiero, 2015

5.2.6.2 COSTOS VARIABLES

Como su nombre lo indica, el costo variable hace referencia a los costos de producción que varían dependiendo del nivel de producción.

Tabla 55 Costos Variables

COSTOS VARIABLES	
MPD	\$ 11.760,00
MOD	\$ 16.047,99
TOTAL	\$ 27.807,99

Elaborado: Grace Tisalema

Fuente: Estudio Financiero, 2015

5.03 Inversiones

Las inversiones consisten en un proceso por el cual un sujeto decide vincular recursos financieros líquidos a cambio de expectativas de obtener unos beneficios también líquidos, a lo largo de un plazo de tiempo, denominado vida útil, u horizonte temporal del proyecto. (Martos, 2014)

5.03.01 Inversión Fija

Son aquellos recursos tangibles y no tangibles necesarios para la realización de los proyectos, las Inversiones Fijas tienen una vida útil mayor a un año y se deprecian. (Paspuel, 2012)

5.03.01.01 Activos Fijos

Son recursos a favor de la entidad, representados por todos aquellos bienes y derechos adquiridos con el propósito de utilizarlos, para la realización de sus operaciones; es decir se mantienen en la empresa con el propósito de ser usados y no como objeto de su comercialización, estos activos tienen cierta permanencia en la empresa y solo se enajenan cuando dejan de ser útiles. (Pánchez, 2010)

Tabla 56 Activos Fijos

Inversiones			
Descripción	cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Activos Fijos			
Vehículo			
camioneta	1	10.000,00	\$ 10.000,00
Total			\$ 10.000,00
Maquinaria			
máquina recta	2	1000,00	\$ 2.000,00
máquina overlock	2	1300,00	\$ 2.600,00
máquina recubridora	1	1510,00	\$ 1.510,00
cortadora	1	900,00	\$ 900,00
planchadora	1	1500,00	\$ 1.500,00
Total Maquinaria			\$ 8.510,00
Muebles y enseres			
mesa de corte	1	120,00	\$ 120,00
mesa para control de calidad	1	80,00	\$ 80,00
mesa planchado	1	80,00	\$ 80,00
escritorios	1	200,00	\$ 200,00
sillas giratorias	1	90,00	\$ 90,00
sillas para costura	3	25,00	\$ 75,00
sillas de espera	2	100,00	\$ 200,00
archivadores aéreos	1	140,00	\$ 140,00
butacas oficinas	2	25,00	\$ 50,00
maniqués	3	120,00	\$ 360,00
estanterías	3	130,00	\$ 390,00
roperos vestidores	2	35,00	\$ 70,00
Total Muebles y Enseres			\$ 1.855,00

útiles de costura			
tijeras	3	12,50	\$ 37,50
pulidores	3	4,00	\$ 12,00
reglas de trazo	1	40,00	\$ 40,00
basureros	6	4,00	\$ 24,00
Total Útiles de costura			\$ 113,50
Equipos de Computación			
Lapto	1	600,00	\$ 600,00
Impresoras multifuncional	1	250,00	\$ 250,00
Total Equipos de Computación			\$ 850,00
Equipos de Oficina			
Teléfonos inalámbricos	2	50,00	\$ 100,00
Celular	1	100,00	\$ 100,00
Total Equipos de Oficina			\$ 200,00
Total Activos Fijos			\$ 21.528,50

Elaborado: Grace Tisalema

Fuente: Estudio Financiero, 2015

5.03.01.02 Activos Nominales

Corresponden a intangibles tales como servicios o derechos necesarios para la puesta en marcha del proyecto (Ramírez, 2013).

Tabla 57 Activos Nominales

Activos Nominales	
Activos Diferidos o Nominales	
Gasto Preoperacionales	\$ 200,00
Total Activos Diferidos o Nominales	\$ 200,00

Elaborado: Grace Tisalema

Fuente: Estudio Financiero, 2015

5.03.02 Capital de Trabajo

Capital de trabajo se lo considera como aquellos recursos que requiere la empresa para poder operar.

Tabla 58 Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO				
Descripción	1 Mes	2 Mes	3 Mes	TOTAL
Costo de Producción	3.111,16	3.111,16	3.111,16	9.333,47
Gasto Administrativo	1.310,97	1.310,97	1.310,97	3.932,91
TOTAL	4.422,13	4.422,13	4.422,13	13.266,38

Elaborado: Grace Tisalema

Fuente: Estudio Financiero, 2015

5.03.03 Fuentes de Financiamiento y uso de fondos

La fuente de financiamiento del presente proyecto es el Banco de Guayaquil, quien nos proveerá el dinero para la inversión de los activos de la empresa.

El proyecto utilizará un recurso financiado del 51% \$17.847,39.

Tabla 59 Fuente de Financiamiento

Descripción	Recursos Utilizados	Recursos Financiados	Recursos Propios
Activos			
Vehículo	10000	10000	0
Maquinaria	8.510,00	0	8.510,00
Muebles y Enseres	1968,5	0	1968,5
Equipos de Oficina	200	0	200
Equipos de Computación	850	0	850
Gastos preoperacionales	200,00	200,00	0
Total Activos	21728,5	10200	11528,5
Total Inversión Fija	21728,5		
Capital Trabajo(3 MESES)	13.266,38	0	0
Total Capital de Trabajo	13.266,38	13.266,38	0
TOTAL	34994,88	23466,38	11528,50

Elaborado: Grace Tisalema

Fuente: Estudio Financiero, 2015

5.03.04 Amortización de Financiamiento.

La tabla de amortización informa sobre el préstamo que se realiza al banco, calculo con valor de financiamiento de \$17.847,39 a un 11.83% de interés, a un plazo de 5 años

ver Anexo 4

Tabla 60 Datos Tabla de Amortización

TABLA DE AMORTIZACIÓN			
Inversión :	100%	34.994,88	
Cap. Propio :	49%	17.147,49	
Financiamiento :	51%	17.847,39	
Plazo :		5	años
Interés :		11,83%	0,02
Pagos :		MENSUAL	

Elaborado: Grace Tisalema

Fuente: Estudio Financiero, 2015

Figura 44 Formula Amortización

$$a = \frac{Cr (1 + i)^n}{(1 + i)^n - 1}$$

Tabla 61 Tabla de Amortización

Período	Saldo	interés	Cuota	Capital	Saldo
			Fija		Insoluto
0	17.847,39	0,00	0,00	0,00	17.847,39
1	17.847,39	422,27	3.826,79	3.404,52	14.442,87
2	14.442,87	341,72	3.826,79	3.485,07	10.957,80
3	10.957,80	259,26	3.826,79	3.567,53	7.390,27
4	7.390,27	174,85	3.826,79	3.651,93	3.738,34
5	3.738,34	88,45	3.826,79	3.738,34	0,00

Elaborado: Grace Tisalema

Fuente: Estudio Financiero, 2015

5.03.05 Depreciaciones

La depreciación es el mecanismo mediante el cual se reconoce el desgaste que sufre un bien por el uso que se haga de él. Cuando un activo es utilizado para generar ingresos, este sufre un desgaste normal durante su vida útil que el final lo lleva a ser inutilizable. (Ruiz, 2013)

Tabla 62 Cuadro de Depreciaciones

Descripción	Año 0	Vida Útil	2015	2016	2017	2018	2019
Vehículo	10.000,00	5	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00
Maquinaria	8.510,00	10	851,00	851,00	851,00	851,00	851,00
Muebles y Enseres	1.968,50	10	196,85	196,85	196,85	196,85	196,85
Equipos de Oficina	200,00	10	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00
Equipos de Computación	850,00	3	283,33	283,33	283,33	283,33	283,33
TOTAL	21.528,50		3.351,18	3.351,18	3.351,18	3.351,18	3.351,18

Elaborado: Grace Tisalema

Fuente: Estudio Financiero, 2015

5.03.05.01 Amortización de Activos Diferidos

Tabla 63 Amortización de Activos Diferidos

Amortización de Activos Diferidos							
Descripción	Año 0	Tiempo años	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos preoperacionales	200,00	5	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00

Elaborado: Grace Tisalema

Fuente: Estudio Financiero, 2015

5.03.06 Estado de Situación Inicial



EMPRESA "NORGREY"
 ESTADO DE SITUACION INICIAL
 AL 15 DE MARZO DEL 2015

ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVO			
CORRIENTE		PASIVO CORRIENTE	
Bancos	\$13.266,38	Préstamo bancario por pagar	\$17.847,39
Total Activo		Total Pasivos	\$17.847,3
Corriente	\$13.266,38		9
ACTIVO FIJO		PATRIMONIO	
Vehículo	\$10.000,00	Capital	\$17.147,49
Equipo y			
maquinaria	\$ 8.510,00	Total Patrimonio	\$17.147,49
Muebles y			
Enseres	\$ 1.968,50		
Equipos de			
Oficina	\$ 200,00		
Equipos de			
Computación	\$ 850,00		
Total Activo Fijo	\$21.528,50	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$34.994,88
ACTIVO			
DIFERIDO			
Gasto de Constitución	\$ 200,00		
Total Activo Diferido	\$ 200,00		
TOTAL ACTIVOS	\$34.994,88		

Elaborado: Grace Tisalema

Fuente: Estudio Financiero, 2015

5.03.06 Estado de Resultado Proyectado

Este abarca la proyección en un determinado periodo, durante el cual se puede apreciar los costos, gastos dando origen al total de ingreso. Tabla del Impuesto Renta en Ver (anexo 4)

Tabla64 Estado de Resultados Proyectado

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
Descripción	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
VENTAS	72.000,00	74.664,00	77.426,57	80.291,35	83.262,13
Costo de Ventas	39.600,00	41.065,20	42.584,61	44.160,24	45.794,17
Utilidad Bruta en Ventas	32.400,00	33.598,80	34.841,96	36.131,11	37.467,96
(Gastos Operacionales)					
Gastos Administrativos	15.731,62	16.313,69	16.917,30	17.543,24	18.192,34
Gastos de Ventas	1.320,00	1.368,84	1.419,49	1.472,01	1.526,47
Gastos Financieras	422,27	341,72	259,26	174,85	88,45
Utilidad Operacional	14.926,11	15.574,55	16.245,91	16.941,01	17.660,70
15% Participación T	2.238,92	2.336,18	2.436,89	2.541,15	2.649,10
Utilidad antes I.R.	12.687,19	13.238,37	13.809,02	14.399,85	15.011,59
%Impuesto a la Renta	94,36	121,92	182,90	241,99	600,16
Utilidad Neta	12.592,83	13.116,45	13.626,12	14.157,87	14.411,43

Elaborado: Grace Tisalema

Fuente: Estudio Financiero, 2015

Ver (Anexo 5)

Tabla 65 Impuesto a la Renta

CALCULO DE IMPUESTO A LA RENTA						
		2015	2016	2017	2018	2019
	Base Imponible	12687,19	13238,37	13809,02	14399,85	15011,59
	Fracción Básica	10800,00	10800,00	13770,00	13770,00	10800,00
	diferencia	1887,19	2438,37	39,02	629,85	4211,59
	% fracción excedente	5%	5%	10%	10%	10%
		94,36	121,92	3,90	62,99	421,16
	Impuesto fracción básica	0,00	0,00	179,00	179,00	179,00
	Total a pagar	94,36	121,92	182,90	241,99	600,16

Elaborado: Grace Tisalema

Fuente: Estudio Financiero, 2015

5.03.07 Flujo Caja

El flujo de caja indica la acumulación neta de activos líquidos, constituyendo un indicador importante de liquidez de la empresa muestra entradas y salidas de dinero generadas por un proyecto, inversión o alguna actividad económica. (Pastrano, 2013)

Tabla 66 Flujo de Caja

Flujo de Caja						
Detalle	Año 0	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
Fuentes	34994,88					
Aporte propio	17147,49					
Préstamos	17847,39					
Utilidad Bruta en Ventas	-	12.592,83	13.116,45	13.626,12	14.157,87	14.411,43
Depreciaciones	-	3.351,18	3.351,18	3.351,18	3.351,18	3.351,18
Amortización de la Inversión	-	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00
Valor residual	-					5.622,58
Capital de Trabajo	-					13.266,38
USOS	34994,88	422,27	341,72	259,26	174,85	88,45
Inversión Fija	21528,5					
Inversión Diferida	200,00					
Capital de Trabajo	-					
Amortización	-	422,27	341,72	259,26	174,85	88,45
Flujo Actual	-	15.561,75	16.165,91	16.758,04	17.374,20	36.603,13
Flujo Acumulado	-	15.561,75	31.727,66	48.485,70	65.859,90	102.463,0

Elaborado: Grace Tisalema

Fuente: Estudio Financiero, 2015

5.04 Evaluación

La Evaluación Financiera de Proyectos es el proceso mediante el cual una vez definida la inversión inicial, los beneficios futuros y los costos durante la etapa de operación, permite determinar la rentabilidad de un proyecto. (Meza, 2009)

5.04.01 Tasa de Descuento

TMAR (Tasa mínima aceptable de rendimiento)

Es igual a la Sumatoria de la tasa activa + tasa pasiva

Tabla 67 TMAR

TMAR = TASA ACTIVA + TASA PASIVA		
TMAR=	7,31%	5,31%
TMAR=	12,62%	

Elaborado: Grace Tisalema

Fuente: Estudio Financiero, 2015

5.04.02 VAN

El Valor Actualizado Neto (VAN) es un método de valoración de inversiones; es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial, nos quedaría alguna ganancia. Si el resultado es positivo, el proyecto es viable. (Campo, 2013)

Tabla 68 VAN

	- P	+ $\frac{\text{FNE 1}}{(1+i)^1}$	+ $\frac{\text{FNE 2}}{(1+i)^2}$	+ $\frac{\text{FNE 3}}{(1+i)^3}$	+ $\frac{\text{FNE 4}}{(1+i)^4}$	+ $\frac{\text{FNE 5}}{(1+i)^5}$
VAN =	-34.994,88	+ $\frac{15.561,75}{1,1262}$	+ $\frac{16.165,91}{1,2683}$	+ $\frac{16.758,04}{1,4284}$	+ $\frac{17.374,20}{1,6087}$	+ $\frac{36.603,13}{1,8117}$
VAN =	-34.994,88	+ 13.817,92	+ 12.745,86	+ 11.732,12	+ 10.800,47	+ 20.204,15
VAN =	-34.994,88	+ 69.300,53				
VAN =	34.305,65					

Elaborado: Grace Tisalema

Fuente: Estudio Financiero, 2015

Análisis:

El VAN nos indica que el proyecto es factible pues debe ser igual o mayor a cero.

APORTAR EL DESARROLLO DE LAS PYMES RELACIONADAS CON LA INDUSTRIA TEXTIL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA CASUAL PARA DAMAS EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA.

5.04.03 TIR (Tasa interna de retorno)

La tasa interna de retorno - TIR -, es la tasa que iguala el valor presente neto a cero. La tasa interna de retorno también es conocida como la tasa de rentabilidad producto de la reinversión de los flujos netos de efectivo dentro de la operación propia del negocio y se expresa en porcentaje. (Hernández Cabrera , 2012)

42,70%

Análisis:

La TIR muestra que es recomendable y aceptable el proyecto.

5.04.04 PRI (periodo de recuperación de la inversión)

Es uno de los métodos que en el corto plazo puede tener el favoritismo de algunas personas a la hora de evaluar sus proyectos de inversión. (Hernández Cabrera , 2012)

Tabla 69 PRI

INVERSION INICIAL	2015	2016	2017	2018	2019
-34994,88	15.561,75	16.165,91	16.758,04	17.374,20	36.603,13
	-19.433,13	-3.267,22	13.490,82	30.865,02	67.468,15
		2 AÑOS			
		7 MESES			
		1 DIA			

Elaborado: Grace Tisalema

Fuente: Estudio Financiero, 2015

5.4.5 RCB (relación Costo beneficio)

La relación Beneficio/Costo es el cociente de dividir el valor actualizado de los beneficios del proyecto (ingresos) entre el valor actualizado de los costos (egresos) a una tasa de actualización igual a la tasa de rendimiento mínima aceptable , a menudo también conocida como tasa de actualización o tasa de evaluación. (Azanza, 2011)

Tabla 70 Relación Costo Beneficio

	$\frac{\text{FNE 1}}{(1+i)^1}$	$+$ $\frac{\text{FNE 2}}{(1+i)^2}$	$+$ $\frac{\text{FNE 3}}{(1+i)^3}$	$+$ $\frac{\text{FNE 4}}{(1+i)^4}$	$+$ $\frac{\text{FNE 5}}{(1+i)^5}$
FNE					
VENTAS	$\frac{72.000,00}{1,1262}$	$\frac{74.664,00}{1,2683}$	$\frac{77.426,57}{1,4284}$	$\frac{80.291,35}{1,6087}$	$\frac{83.262,13}{1,8117}$
	63931,8 1	58868,1 3	54205,5 1	49912,2 0	45958,93
C.VENTA S + GASTOS	$\frac{57.073,89}{1,1262}$	$\frac{59.089,45}{1,2683}$	$\frac{61.180,66}{1,4284}$	$\frac{63.350,35}{1,6087}$	$\frac{65.601,43}{1,8117}$
	50678,2 9	46588,5 2	42831,9 3	39381,0 1	36210,60
RC/B	1,26	1,26	1,27	1,27	1,27

Elaborado: Grace Tisalema

Fuente: Estudio Financiero, 2015

5.04.06 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio, en términos de contabilidad de costos, es aquel punto de actividad (volumen de ventas) en donde los ingresos son iguales a los costos, es decir, es el punto de actividad en donde no existe utilidad ni pérdida. (Pastrano, 2013)

P.E. =	CF
	p - Cvu

DATOS

Gastos

Administrativos	15.731,62
Gastos de Ventas	1.320,00
gastos financieros	422,27

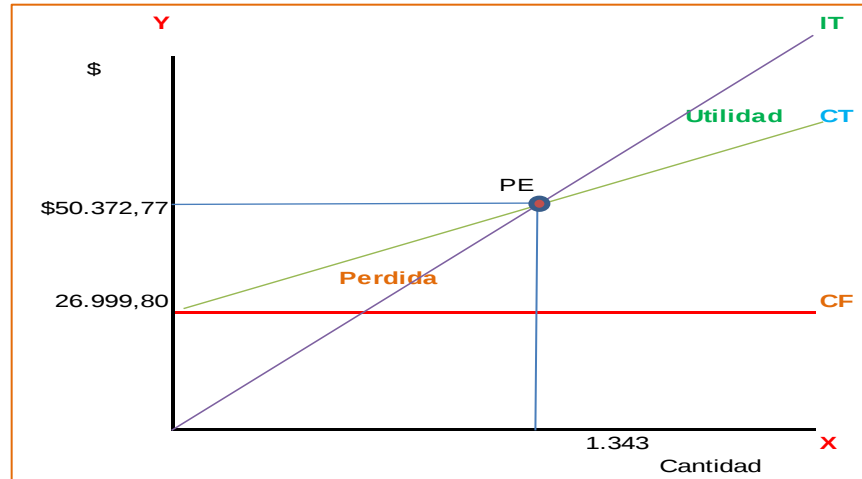
CIF	9525,91	PE =	26.999,80	=	1.343	Unidades
Costos Fijos:	26999,80		<u>20,10</u>			

Costo Variable

unitario	17,4
PRECIO	37,5
en \$	50372,77

5.4.6.1 Grafico punto de equilibrio

Figura 45 Punto de Equilibrio



Elaborado: Grace Tisalema

Fuente: Estudio Financiero, 2015

5.04.07 Análisis de índices Financieros

El análisis financiero es una técnica de evaluación del comportamiento operativo de una empresa, diagnóstico de la situación actual y predicción de eventos futuros y que, en consecuencia, se orienta hacia la obtención de objetivos previamente definidos. (Hernández Cabrera, 2012)

5.04.07.01 ROE

Este ratio mide el rendimiento que obtienen los accionistas de los fondos invertidos en la sociedad; es decir, el ROE trata de medir la capacidad que tiene la empresa de remunerar a sus accionistas. (Lorenzana, 2014)

R.O.E	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}}$
R.O.E	$\frac{12.592,83}{17.147,49}$
R.O.E	73%

Análisis

El roe nos indica que la rentabilidad es significativa pues se tiene un 73% .

5.04.07.02 ROA

Consiste en la relación entre el beneficio obtenido en un determinado período y los activos globales de una empresa. El ROA permite medir la capacidad de los activos que tiene una empresa para generar renta por ellos mismos. (Lorenzana, 2014)

	UTILIDAD
	NETA
ROA	
	TOTAL
	ACTIVOS
	12592,83
ROA	
	34994,88
ROA	35,98%

Análisis

El ROA muestra que la rentabilidad de los activos es mediana y que no se debe exceder sobre ella para una cobertura de algún financiamiento, es decir que por el 100% de la inversión se obtiene una rentabilidad de 35.98%

5.04.04.07.03 ROI

Sirve para analizar el retorno en cualquier inversión de negocios. Un cálculo útil para saber hasta qué punto un negocio puede ser mejor que otro. (Gómez, 2013)

	UTILIDAD
ROI	NETA
	INVERSIÓN
	12592,83
ROI	
	34994,88
ROI	35,98%

Análisis

El ROI indica que la rentabilidad que se tiene sobre la inversión es de 35.98%

CAPÍTULO VI

6. ANALISIS DE IMPACTOS

Un análisis de impacto en el negocio es una parte clave del proceso de continuidad del negocio, que analiza funciones de negocio de misión crítica, e identifica y cuantifica el impacto. (Kirvan, 2013)

6.01 Impacto Ambiental

Dentro del proyecto debemos concientizar sobre el cuidado al medio ambiente, por lo que se debe tomar medidas de Manejo de residuos, el cual evite su contaminación, el proyecto emite residuos de tela el cual será destinado para donación a Sras. Que elaboran manualidades y guipes, porque así estamos reciclando y reutilizando.

Otro factor que se debe tomar en cuenta es ruido pues las ondas que emanen son contaminantes y producen más cansancio en los empleados, y como medida se debe implementar protección de oídos para evitar contaminarse con el ruido y trabajar en un ambiente relajado.

6.02 Impacto económico

Las pymes son de gran importancia en el desarrollo de la matriz productiva ya que los emprendimientos benefician a la población y a la economía pues aportan con declaraciones a la renta que son invertidos en el desarrollo de país, permitiendo llegar a lugares y sectores más pequeños de la economía, ya que estos son los que mueven la economía del Ecuador. Además el sector manufacturero es la base de economía de muchos países entre ellos Ecuador pues lo que busca el gobierno actual es que haya producción nacional y que se consuma productos ecuatorianos.

6.03 Impacto Productivo

La industria manufacturera en los últimos años se ha incrementado pues el avance de la tecnología ha permitido el desarrollo del sector.

La industria textil nos permite obtener materias primas y artículos elaborados en este caso es las prendas de vestir por tanto en su campo existe una producción de varios bienes, la ropa casual es uno de ellos y con la campaña Ecuador consume lo nuestro permite que sea acogido el producto y que tenga respaldado por la calidad y buscando nuevas aportaciones de conocimientos y talentos de parte de la gente.

6.03 Impacto Social.

Las pymes hoy en día refleja que su aporte a la economía es gratificante pues brinda muchas plazas de empleo y genera ingresos en varios hogares contribuyendo a la disminución de índices de desempleo y reducción de índices de pobreza

CAPITULO VII

7. Conclusiones y Recomendaciones

7.01 Conclusiones

A través del estudio de análisis situacional se ha determinado oportunidades y amenaza que se debe tener presente para el desarrollo de la empresa como una de ellas es la tasa de inflación, factores legales, al proyecto fue afectado por la aprobación de la modificación al art. 115 del Código de Trabajo que dice que se debe pagar bonificaciones y reparto de utilidades al personal aunque esté constituido como artesano.

En el estudio de mercado realizado demuestra que existe aceptación del producto ya que por proporción de la encuesta demuestra un 94% de acogida demostrando oportunidad en el negocio, analizando la oferta y demanda tanto del producto propio como el producto sustituto.

En el estudio técnico se pudo determinar la localización óptima para el emprendimiento como fue es la parroquia de San Antonio de Pichincha, con una

capacidad instalada de 17m x20m, visualizando la proyección de la maquinaria y equipo a utilizar.

El estudio financiero contribuye a realizar un análisis monetario, con la evaluación de inversiones por medios técnicos, emitiendo un criterio de proyecto si es factible o no.

En el análisis de impactos se procura un mejor manejo de residuos para evitar contaminar.

7.02 Recomendaciones

Al incursionar en cualquier proyecto es necesario tomar en cuenta la realidad nacional del país ya que es un factor muy fuerte que puede afectar al proyecto, ya que con nuevas leyes gubernamentales, impuesto, normas y reglas, puede cambiar en aspectos favorables o perjudiciales al mismo.

Al producir cualquier producto es necesario tomar planes de contingencia, tratando de evitar accidentes de trabajo, un mejor manejo de residuos procurando evitar contaminación ambiental.

Un ambiente laboral acogedor y de buen trato al personal ayudara a un rendimiento máximo del trabajador y con un compromiso hacia la empresa.

Elaborar diseños innovadores accederá a concentrar más clientes volviéndose más competitiva la empresa.

Es recomendable que se adquiriera el material necesario antes para evitar pérdidas de producción.

BIBLIOGRAFÍA

Espinosa García, G. (30 de Julio de 2013). <http://www.gestiopolis.com/>, Proceso administrativo. Planificación, organización, ejecución y control. (E. García, Editor, & Giovana de Jesús Espinosa García) Recuperado el 10 de Diciembre de 2014, de <http://www.gestiopolis.com/administracion-estrategia-2/proceso-administrativo-planificacion-organizacion-ejecucion-y-control.htm>

Hernández Cabrera , J. (01 de 2012). [pymesfuturo.com](http://www.pymesfuturo.com), Técnicas de análisis financiero. (H. Cabrera, Editor, & H. Cabrera, Productor) Recuperado el 10 de 03 de 2015, de <http://www.gestiopolis.com/canales5/fin/anfinancier.htm>

Universidad SantoTomás . (18 de 05 de 2012). <http://soda.ustadistancia.edu.co/>, Localización del Proyecto. Recuperado el 20 de 01 de 2015, de http://soda.ustadistancia.edu.co/enlinea/Proyecto%20de%20Grado%20Fase%20I%20%28Segundo%20Momento%29/localizacin_del_proyecto.html

Algarraga, B. (13 de 06 de 2010). <http://www.gerencie.com/>, Costos fijos. (.gerencie colombia) Recuperado el 08 de 03 de 2015, de <http://www.gerencie.com/>: <http://www.gerencie.com/costos-fijos.html>

Álvarez, S. L. (30 de Abril de 2013). [debitoor.es](http://www.debitoor.es), Definición de proveedor. (S. L. Álvarez, Editor, & Sergio Lozano Álvarez) Recuperado el 10 de Diciembre de 2014, de <https://debitoor.es/glosario/definicion-proveedor>

Artesanos Ecuador. (2014). <http://www.artesanosecuador.com/>, LA CALIFICACIÓN ARTESANAL. Recuperado el 10 de 03 de 2015, de <http://www.artesanosecuador.com/contenidos.php?menu=2&submenu1=35&submenu2=14&idiom=1>

Artur. (2014). *Finanzas de Empresa*.

ATOM, J. (04 de 01 de 2012). Macro y Microlocalización. (J. ATOM, Editor)

Recuperado el 20 de 01 de 2015, de <http://macroymicrolocalizacin.blogspot.com/>

Ávila, J. J. (2006). *Economía* (Vol. 5). (J. J. Ávila, Ed.) MEXICO,

Montevideo: Umbral editorial.

Azanza, A. (07 de Junio de 2011). <http://www.agroproyectos.org/>, Calculo de VAN, TIR y Relacion Beneficio-Costo. (AGROPROYECTOS) Recuperado el 08 de 02 de 2015, de <http://www.agroproyectos.org/2011/06/calculo-van-vpn-tir-beneficio-costo.html>

Banco Central Argentina. (2012).

<http://www.clientebancario.gov.ar/default.asp>, Costo Financiero. Recuperado el 23 de 02 de 2015, de <http://www.clientebancario.gov.ar/default.asp>

Banco Central del Ecuador. (23 de Agosto de 2013). <http://www.bce.fin.ec/>.

Recuperado el 25 de Junio de 2014, de <http://www.bce.fin.ec/>:

<http://www.bce.fin.ec/index.php/2012-03-21-08-30-13>

Banco Central del Ecuador. (8 de agosto de 2014). <http://poderes.com.ec>.

Recuperado el 14 de Diciembre de 2014, de <http://poderes.com.ec/2014/el-pib-crecio-491-en-el-primer-trimestre-de-2014/>

Banco Central del Ecuador. (10 de diciembre de 2014). <http://www.bce.fin.ec/>,

Producto Interno Bruto. Recuperado el 10 de diciembre de 2014, de

<http://www.bce.fin.ec/>: <http://www.bce.fin.ec/index.php/indicadores-economicos>

Barquero Jose Daniel, R. d. (2007). Marketing de Clientes ¿ Quién se ha llevado mi cliente? En R. d. Barquero Jose Daniel, *Marketing de Clientes ¿*

Quién se ha llevado mi cliente? (Vol. 5, pág. 1). España, Madrid: McGrawHill.

Burgos, D. (10 de Noviembre de 2012). PYMES: CONTRIBUCIÓN CLAVE EN LA ECONOMÍA. (D. Burgos, Ed.) EKOS, 36, 35.

Bussenius, H. (03 de noviembre de 2012). *praxischile*. (praxischile, Productor, & praxischile) Recuperado el 08 de 04 de 2015, de

<http://praxischile.blogspot.com/2007/09/perfil-de-un-cargo.html>:

<http://praxischile.blogspot.com/2007/09/perfil-de-un-cargo.html>

Cadenas, H. (2012). <http://www.edukanda.es/>, Técnicas de investigación social. (Edukanda) Recuperado el 08 de 01 de 2015, de Cadenas Hernán:

http://www.edukanda.es/mediatecaweb/data/zip/940/page_07.htm

Campo, J. I. (15 de 09 de 2013). <http://www.expansion.com/>, Valor Actualizado Neto (VAN). (.expansion.com, Productor, & .expansion.com) Recuperado el 12 de 03 de 2015, de <http://www.expansion.com/diccionario-economico/valor-actualizado-neto-van.html>

Cañizares, J. (28 de Mayo de 2011). <http://es.scribd.com/>. (J. Cañizares, Editor, J. Cañizares, Productor, & scribd) Recuperado el 29 de Junio de 2014, de <http://es.scribd.com/>: <http://es.scribd.com/doc/56501945/Tasas-de-interes>

Carrera, M. (06 de 11 de 2012). <http://es.slideshare.net/>, Los costos y los gastos: definición y calificación. (M. Carrera, Editor, & M. Carrera, Productor) Recuperado el 10 de 02 de 2015, de <http://es.slideshare.net/masolc/los-costos-y-los-gastos-definicion-y-calificacion>

Centor de Investigación Sociológicas. (09 de 2014). <http://www.cis.es/>, ¿Qué es una encuesta? Recuperado el 08 de 01 de 2015, de http://www.cis.es/cis/opencms/ES/1_encuestas/ComoSeHacen/queesunaencuesta.html

Centro de Documentación Cultural. (2007).

<http://www.mcu.es/centrosDocumentacion>. Recuperado el 03 de Julio de 2014, de

<http://www.mcu.es/centrosDocumentacion>:

<http://www.mcu.es/centrosDocumentacion/docs/MC/guialector12>

Chase, M. (2012). <http://www.ehowenespanol.com/>, Factores

Socioeconómicos. Recuperado el 03 de Julio de 2014, de

<http://www.ehowenespanol.com/>: <http://www.ehowenespanol.com/definicion-factores-socioeconomicos>

Córdova, M. (2005). <http://repositorio.iaen.edu.ec/>. (I. D. ESTUDIOS, Ed.)

Recuperado el 04 de 09 de 2014, de <http://repositorio.iaen.edu.ec/>:

[http://repositorio.iaen.edu.ec/bitstream/24000/144/3/Tesis-](http://repositorio.iaen.edu.ec/bitstream/24000/144/3/Tesis-Milton%20Cordova.pdf)

[Milton%20Cordova.pdf](http://repositorio.iaen.edu.ec/bitstream/24000/144/3/Tesis-Milton%20Cordova.pdf)

Cuerpo de Bomberos Quito. (2014). *bomberosquito*, Permisos de

Funcionamiento. Recuperado el 15 de 08 de 2014, de

http://www.bomberosquito.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=5:permisos-de-funcionamiento&catid=2&Itemid=6

Dorado, A. (2008). <http://definicion.de/>, PLANEACIÓN ESTRATÉGICA.

(WordPress, Editor, & WordPress) Recuperado el 15 de Diciembre de 2014, de

<http://definicion.de/planeacion-estrategica/>

EAFIT. (14 de 09 de 2014). *Universidad EAFIT*. Recuperado el 01 de 10 de

2014, de <http://www.eafit.edu.co>:

<http://www.eafit.edu.co/ninos/reddelaspreguntas/preguntas/Paginas/que-es-una-maquina.aspx#.VCyRmWeSzBQ>

Ecchegaray, E. (22 de Agosto de 2013). <http://es.wikipedia.org/wiki/Máquina>,
Máquina. Recuperado el 29 de Julio de 2014, de
<http://es.wikipedia.org/wiki/Máquina>

Eco-finanzas. (2013). <http://www.eco-finanzas.com/>. Recuperado el 20 de 01
de 2015, de [http://www.eco-](http://www.eco-finanzas.com/diccionario/C/CAPACIDAD_INSTALADA.htm)
[finanzas.com/diccionario/C/CAPACIDAD_INSTALADA.htm](http://www.eco-finanzas.com/diccionario/C/CAPACIDAD_INSTALADA.htm)

Eduardo Ainolet, & Ana Díaz. (2009). *A porte a la Gestión Pública* (Vol. 12).
Montevideo: hombell drf.

Elías, S. (11 de 05 de 2010). <http://www.monografias.com/>, Determinar el
Tamaño de una Muestra aplicada a la investigación Archivística. Recuperado el
08 de 01 de 2015, de <http://www.monografias.com/>:
[http://www.monografias.com/trabajos60/tamano-muestra-archivistica/tamano-](http://www.monografias.com/trabajos60/tamano-muestra-archivistica/tamano-muestra-archivistica.shtml)
[muestra-archivistica.shtml](http://www.monografias.com/trabajos60/tamano-muestra-archivistica/tamano-muestra-archivistica.shtml)

Espinosa, R. (25 de Junio de 2013). <http://robertoespinosa.es/>. Recuperado el
23 de 02 de 2015, de [http://robertoespinosa.es/2013/07/29/la-matriz-de-analisis-](http://robertoespinosa.es/2013/07/29/la-matriz-de-analisis-dafo-foda/)
[dafo-foda/](http://robertoespinosa.es/2013/07/29/la-matriz-de-analisis-dafo-foda/)

FERNADEZ, L. (18 de 03 de 2008). <http://admluisfernando.blogspot.com/>,
ESTUDIO TECNICO. (L. FERNADEZ, Editor) Recuperado el 20 de 01 de 2015,
de <http://admluisfernando.blogspot.com/2008/04/ii-estudio-tecnico.html>

FERNANDEZ, L. (07 de 2009). <http://admluisfernando.blogspot.com/>,
ESTUDIO ECONOMICO Y FINANCIERO. Recuperado el 5 de 02 de 2015, de
<http://admluisfernando.blogspot.com/2009/07/iv-estudio-financiero.html>

Figuerola, D. (21 de noviembre de 2013). <http://www.merkactiva.com/>,
Hablemos Claro: Logotipo, Isotipo, Isologotipo e Imagotipo. (D. Figuerola,
Editor, & D. Figuerola, Productor) Recuperado el 08 de 04 de 2015, de

<http://www.merkactiva.com/>: <http://www.merkactiva.com/blog/hablemos-claro-logotipo-isotipo-isologotipo-e-imagotipo/>

Foros Ecuador. (18 de Junio de 2013). *foros Ecuador.ec*, Patente municipal.

Recuperado el 15 de 08 de 2014, de

<http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/econom%C3%ADa-y-finanzas/1547-patente-municipal-quito>

GABRIEL BACA URBINA. (2005). Evaluacion de Proyectos. En G. B.

URBINA, *Evaluacion de Proyectos* (Vol. 5, pág. 380). Mexico: McGrawHILL.

Gómez, C. (22 de 03 de 2013). *SLOM*, Que es el ROI y como se calcula este indicador a la hora de invertir. (oriondo) Recuperado el 10 de 03 de 2015, de

<http://www.solom2.com/!nota/153#sthash.kM6OVXcm.dpuf>

González, W. (05 de 2009). <http://recodatos.blogspot.com/>, TECNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS. (W. González, Productor) Recuperado el 08 de 01 de 2015, de <http://recodatos.blogspot.com/2009/05/tecnicas-de-recoleccion-de-datos.html>

Habaniz, M. (2012 de Febrero de 2012). <http://www.ecured.cu/>, Planificación empresarial. (ecured, Productor) Recuperado el 12 de Diciembre de 2014, de http://www.ecured.cu/index.php/Planificaci%C3%B3n_empresarial

Haro, S. G. (04 de 05 de 2013). *descuadrando.com*, Producto sustitutivo. Recuperado el 10 de diciembre de 2014, de http://www.descuadrando.com/Producto_sustitutivo

Henandez, F. (2010). *ECONOMIA* (Vol. 1). (H. Fausto, Ed.) Asunción: MEC EDITORIAL.

Hénandez, J. (2005). *.gestiopolis.com*. Recuperado el 10 de 03 de 2015, de <http://www.gestiopolis.com/canales5/fin/anfinancier.htm>

Instituto PYME. (2014). http://www.descuadrando.com/Producto_sustitutivo, Los competidores. (Nacional Financiera) Recuperado el 10 de Diciembre de 2014, de <http://mexico.smetoolkit.org/mexico/es/content/es/3530/Los-competidores>

Jumbernet, A. (15 de junio de 2014). <http://www.zonaeconomica.com/>, PLANIFICACIÓN Y CONTROL DE PROYECTOS. (zonaeconomica) Recuperado el 20 de Diciembre de 2014, de <http://www.zonaeconomica.com/control>

Kermer, A. (19 de Marzo de 2015). <http://www.crecenegocios.com/>. Recuperado el 08 de 04 de 2015, de <http://www.crecenegocios.com/>: 2015

Keythman, B. (2012). <http://www.ehowenespanol.com/>. Recuperado el 10 de 02 de 2015, de http://www.ehowenespanol.com/distinguir-ingresos-operacionales-operacionales-resultados-como_238434/

Kirvan, P. (Noviembre de 2013). (searchdatacenter, Ed.) Recuperado el 25 de Marzo de 2015, de <http://searchdatacenter.techtarget.com/es/tutoriales/Guia-y-plantilla-gratuitas-de-analisis-de-impacto-al-negocio-BIA>

Kotler Philip, B. P. (2004). El Marketing de Servicios Profesionales. En B. P. Kotler Philip, *El Marketing de Servicios Profesionales* (pág. 98). Ediciones Paidós Ibérica S.A.

Lorenzana, D. (enero de 2014). *PYMES Y AUTÓNOMOS, INDICADORES FINANCIEROS*. (D. Lorenzana, Editor, & PYMES Y AUTÓNOMOS) Recuperado el 10 de 03 de 2015, de <http://www.pymesyautonomos.com>

Martán, M. (2014). ROA. *Gestión*.

Martos, L. G. (07 de 03 de 2014). <http://www.zonaeconomica.com/>, LA

INVERSIÓN EN LA EMPRESA. (zonaeconomica) Recuperado el 23 de 02 de

2015, de <http://www.zonaeconomica.com/>:

<http://www.zonaeconomica.com/inversion/definicion>

Mejía, G. (09 de 07 de 2013). <http://www.cocogum.org/>, INGENIERIA de PROYECTOS. (G. 2006, Productor) Recuperado el 20 de 01 de 2015, de <http://www.cocogum.org/Archivos/Ingenieria%20de%20Proyectos.html>

Méndez, A. (21 de octubre de 2012). [www.revistalideres.ec.](http://www.revistalideres.ec/) (Léderes, Ed.) Recuperado el 03 de 08 de 2014, de http://www.revistalideres.ec/informe-semanal/empleo-ventas-pymes-economia-Ecuador_0_851314880.html

Meza, J. (2009). *Evaluación Financiera*. Colombia: Gstiopolis.

Murillo, J. (30 de Mayo de 2014). repositorio.ucsg.edu.ec/. Recuperado el 03 de Diciembre de 2014, de repositorio.ucsg.edu.ec/: <http://repositorio.ucsg.edu.ec:8080/bitstream/123456789/1973/1/T-UCSG-PRE-ECO-GES-112.pdf>

Nacru, M. (12 de Agosto de 2012). <http://es.slideshare.net/>, Gestión Administrativa. (M. Nacru, Editor) Recuperado el 10 de Diciembre de 2014, de <http://es.slideshare.net/mianacru/gestion-administrativa-8839327>

Nator, A. (10 de 08 de 2014). *buenastareas*. Recuperado el 10 de 03 de 2015, de buenastareas.com/ensayos/Equipos-De-Computo/55487042.html

Núñez, P. (26 de 08 de 2012). <http://www.knoow.net/>, Gestión Comercial. (.knoow, Productor) Recuperado el 08 de 04 de 2015, de <http://www.knoow.net/>: <http://www.knoow.net/es/cieeconcom/gestion/gestioncomercial.htm>

Pánchez, J. (07 de 04 de 2010). <http://tesisugto.blogspot.com/2010/01/16-definicion-de-activo-fijo.html>, ACTIVOS FIJOS. (J. Pánchez, Editor, J. Pánchez, Productor, & blogspot) Recuperado el 23 de 02 de 2015, de

<http://tesisugto.blogspot.com/2010/01/16-definicion-de-activo-fijo.html>

Paspuel, J. (07 de 07 de 2012). *.slideshare.net/*, INVERSIÓN FIJA DE CAPITAL DE OPERACIÓN Y GASTOS DE CONSTITUCIÓN.

(.slideshare.net) Recuperado el 23 de 02 de 2015, de

<http://es.slideshare.net/JimenaPaspuel/exposicion-inversion-fija>

Pastrano, K. (2013). *FLUJO DE CAJA*. INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA. QUITO: CORDILLERA.

PEZO, N. (2008 de Noviembre de 2008). <http://dspace.ups.edu.ec/>. (U. P. Guayaquil, Ed.) Recuperado el 03 de Julio de 2014, de <http://dspace.ups.edu.ec/>:
<http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/3097/1/UPS-GT000049.pdf>

Rabolini, N. M. (2009). <http://www.sai.com.ar/>. Recuperado el 08 de 01 de 2015, de http://www.sai.com.ar/metodologia/rahycs/rahycs_v7_n2_06.htm

Ramírez, J. (10 de 05 de 2013). <http://www.spw.cl/>, INVERSIONES. (s. p. web, Productor) Recuperado el 08 de 03 de 2015, de <http://www.spw.cl/>:
<http://www.spw.cl/proyectos/inversiones.htm>

Reyes, M. (03 de 12 de 2010). [/www.mailxmail.com](http://www.mailxmail.com), MACRO Y MICROAMBIENTE. (M. Reyes, Editor) Recuperado el 15 de diciembre de 2014, de <http://www.mailxmail.com/>: <http://www.mailxmail.com/curso-introduccion-marketing-social/macro-microambiente>

Rionda, J. (Marzo de 2012). <http://www.unl.edu.ec/juridica/>. Recuperado el 20 de JUNIO de 2014, de <http://www.unl.edu.ec/juridica/>:
<http://www.unl.edu.ec/juridica/wp-content/uploads/2010/03/M%C3%B3dulo-2-Los-Factores-Econ%C3%B3micos-y-su-Incidencia-en-El-Desarrollo-Empresarial1.pdf>

Rosero, H. (2011). *dspace.ups.edu.ec*. Recuperado el 18 de 08 de 2014, de *dspace.ups.edu.ec*:

<http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/1380/3/CAPITULO%202.pdf>

Ruiz, S. (10 de 09 de 2013). <http://www.gerencie.com/depreciacion.html>, Depreciación. (G. Colombia., Productor) Recuperado el 10 de 03 de 2015, de <http://www.gerencie.com/depreciacion.html>:

<http://www.gerencie.com/depreciacion.html>

Schlein, P. (2013). <http://modaverano.net/>, Moda Verano. Recuperado el 20 de 01 de 2015, de <http://modaverano.net/about/moda-casual/>

Slideshare. (24 de 05 de 2009). <http://es.slideshare.net/>. Recuperado el 20 de 01 de 2015, de <http://es.slideshare.net/chipokles/evaluacion-de-proyectos-1480301>

Solis, J. (04 de 04 de 2014). <http://es.slideshare.net/>, Costos indirectos de fabricación cif. (J. Solis, Editor, & J. Solis, Productor) Recuperado el 08 de 03 de 2015, de <http://es.slideshare.net/JoselynSolis/material-costos-indirectos-de-fabricacin-cif>

SRI. (2014). *SRI*, Impuesto a la Renta. Recuperado el 12 de 08 de 2014, de www.sri.gob.ec/de/impuesto-a-la-renta

Superintendencia de Bancos y Seguros. (2014). <http://www.sbs.gob.ec/>, Tasas Activasa Nominales Promedio. (S. d. Seguros, Editor, & S. d. Seguros, Productor) Recuperado el 03 de Julio de 2014, de <http://www.sbs.gob.ec/>: http://www.sbs.gob.ec/practg/sbs_index?vp_art_id=153&vp_tip=2

Thompson, I. (06 de 2008). <http://www.promonegocios.net/>, El Estudio de Mercado. (I. Thompson, Productor, & Thompson, Iván) Recuperado el 08 de 01 de 2015, de <http://www.promonegocios.net/mercado/estudios-mercados.html>

- Thompson, I. (06 de enero de 2013). <http://www.promonegocios.net/>, Precio. (I. Thompson, Editor, & I. Thompson, Productor) Recuperado el 08 de 04 de 2015, de <http://www.promonegocios.net/>:
<http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/precio-definicion-concepto.html>
- Unidades Tecnológicas de Santander. (2013). <http://www.uts.edu.co/>, Principios y Valores Institucionales. (U. T. Santander, Productor, & Unidades Tecnológicas de Santander) Recuperado el 18 de Diciembre de 2014, de http://www.uts.edu.co/tongeo2/app/modules/outside/contenido.php?page=24&url_k=282873c79e0c7271deda719cd7fa9c5c
- Valencia. (2009). <http://www.empresayeconomia.es/>, Visión y Misión: Dos Conceptos Fundamentales. (WordPress, Editor, & WordPress, Productor) Recuperado el 18 de Diciembre de 2014, de <http://www.empresayeconomia.es/planificacion/vision-y-mision-dos-conceptos-fundamentales.html>
- Venutty, O. (2014). *definicion*. (C. ©. 2008-2015, Ed.) Recuperado el 10 de 03 de 2015, de <http://definicion.de/equipo-de-oficina/>
- Werner, R. (10 de 03 de 2013). Merchandising. (R. Werner, Editor) Recuperado el 15 de 03 de 2015, de <http://ricoverimarketing.es.tripod.com/>
- Yamila, B. (1 de 12 de 2014). <http://www.buenastareas.com/>, Gastos administrativos. (B. Yamila, Editor, B. Yamila, Productor, & Yamila, Barbara) Recuperado el 07 de 03 de 2015, de <http://www.buenastareas.com/>:
<http://www.buenastareas.com/ensayos/Gastos-Administrativos/64733335.html>

ANEXOS

ANEXOS

APORTAR EL DESARROLLO DE LAS PYMES RELACIONADAS CON LA INDUSTRIA TEXTIL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA CASUAL PARA DAMAS EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA.

ANEXO 1

REQUISITO PARA LEGALIZAR UN NEGOCIO

PASO 1: Obtener el RUC (Registro Único de Contribuyentes) en el SRI

- Original y copia a color de la Cédula de Identidad vigente
- Original y copia del certificado de votación
- Original y copia de **cualquiera de los siguientes documentos** que indique la

dirección del lugar en el que se realizará la actividad:

- Planilla de servicios básicos (agua, luz, teléfono). Debe corresponder a uno de los tres meses anteriores a la fecha de inscripción.
- Estado de cuenta bancario o del servicio de televisión pagada, o de telefonía celular, o de tarjeta de crédito. Debe corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción. Únicamente los estados de cuenta bancario y de tarjeta de crédito deberán encontrarse a su nombre.
- Contrato de arrendamiento (puede estar vigente o no) conjuntamente con el comprobante de venta válido emitido por el arrendador correspondiente a uno de los tres meses anteriores a la fecha de inscripción. El emisor del comprobante deberá tener registrado en el RUC la actividad de arriendo de bienes inmuebles.
- Escritura de propiedad o de compra y venta del inmueble, debidamente inscrita en el Registro de la Propiedad, o certificado del registrador de la propiedad el mismo que tendrá vigencia de 3 meses desde la fecha de emisión.
- Certificación de la Junta Parroquial más cercana al lugar de domicilio, solo en caso de que el predio no esté catastrado.
- Artesanos: Calificación artesanal vigente emitida por el organismo competente: Junta Nacional del Artesano o MIPRO

Fuente: www.sri.gov.ec

PASO 2: Obtener la Licencia Metropolitana de Funcionamiento otorgada por el Municipio de Quito

- Formulario Único de Licencia Metropolitana de Funcionamiento
- Copia del RUC
- Copia de la Cédula de Identidad del Representante Legal
- Copia de la Papeleta de Votación del Representante Legal
- Informe de Compatibilidad de uso de suelo
- *Para establecimientos que requieren control sanitario: Carné de salud del*

personal que manipula alimentos

- Persona Jurídica: Copia de Escritura de Constitución (primera vez)
- Artesanos: Calificación artesanal
- Requisitos adicionales para los establecimientos que deseen colocar

publicidad exterior:

- Autorización notariada del dueño del predio (en caso de no ser local propio)
- En caso de propiedad horizontal: Autorización notariada de la Asamblea de

Copropietarios o del Administrador como representante legal

- Dimensiones y fotografía de la fachada del local (ESTABLECIMIENTOS

CON PUBLICIDAD EXISTENTE)

- Dimensiones y bosquejo de cómo quedará la publicidad (PUBLICIDAD

NUEVA)

Fuente: www.quito.gov.ec

PASO 3: Obtener el Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos

Para artesanos

- Informe de Inspección
- Copia del certificado artesanal
- Exoneración del municipio
- Copia de la Cédula de Identidad del representante o copropietario
- Copia de RUC
- Copia del permiso del año anterior

Fuente: Cuerpo de Bomberos de Quito

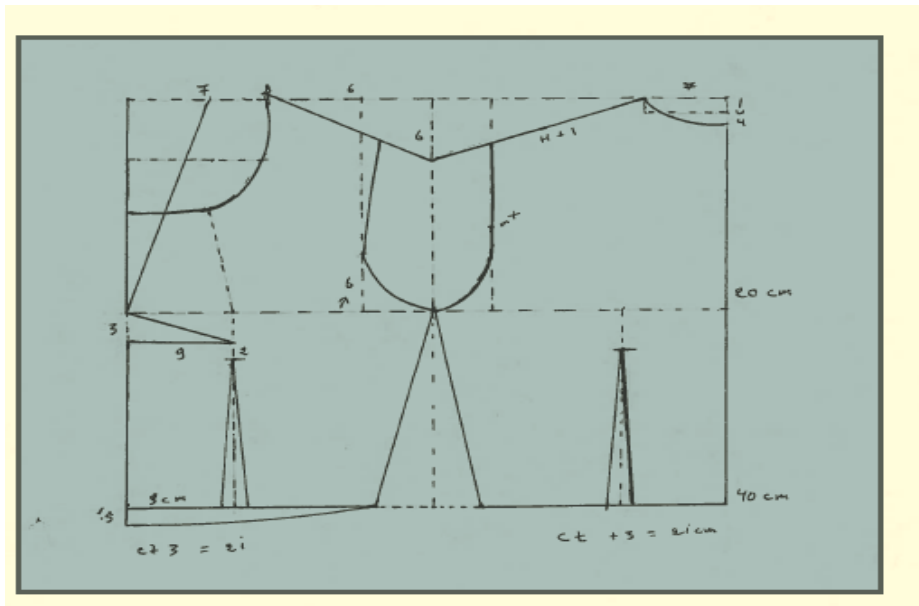
PASO 4: Obtener la Calificación Artesanal Autónoma (para los que quieran inscribirse como artesanos)

- Solicitud de la Junta Nacional de Defensa del Artesano (adquirir formulario)
- Declaración juramentada
- Copia de la Cédula de Ciudadanía
- Copia del Certificado de Votación
- Foto a color tamaño carné actualizada
- Tipo de Sangre (Cruz Roja Ecuatoriana)
- Carné del Gremio Actualizado

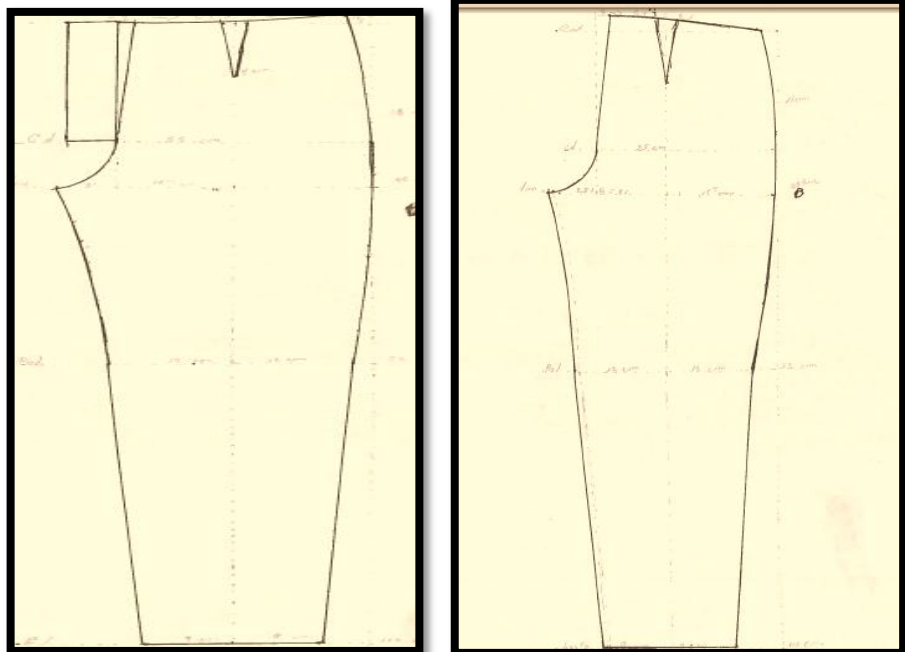
Fuente: Junta Nacional de Defensa del Artesano Quito

ANEXO 2

Trazo de la Blusa en cuello redondo



Trazo Pantalón parte delantera y posterior



APORTAR EL DESARROLLO DE LAS PYMES RELACIONADAS CON LA INDUSTRIA TEXTIL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA CASUAL PARA DAMAS EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA.

Anexo 3 Rol de Provisiones

CARGO	SUELDO BÁSICO	APORTE PATRONAL	APORTE INDIVIDUAL	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	TOTAL EGRESOS	Valor MENSUAL	VALOR ANUAL
GERENTE GENERAL	\$ 650,00	\$ 72,48	\$ 61,43	\$ 54,17	\$ 29,50	\$ 54,15	\$ 137,81	\$ 787,81	\$ 9.453,74
COSTURERA	\$ 354,00	\$ 39,47	\$ 33,45	\$ 29,50	\$ 29,50	\$ 29,49	\$ 88,49	\$ 442,49	\$ 5.309,86
COSTURERA	\$ 354,00	\$ 39,47	\$ 33,45	\$ 29,50	\$ 29,50	\$ 29,49	\$ 88,49	\$ 442,49	\$ 5.309,86
COSTURERA	\$ 354,00	\$ 39,47	\$ 33,45	\$ 29,50	\$ 29,50	\$ 29,49	\$ 88,49	\$ 442,49	\$ 5.309,86
AYUDANTE DE COSTURA	\$ 354,00	\$ 39,47	\$ 33,45	\$ 29,50	\$ 29,50	\$ 29,49	\$ 88,49	\$ 442,49	\$ 5.309,86
TOTAL	\$ 2.066,00	\$ 230,36	\$ 195,24	\$ 172,17	\$ 147,50	\$ 172,10	\$ 491,76	\$ 2.557,76	\$ 30.693,17

APORTAR EL DESARROLLO DE LAS PYMES RELACIONADAS CON LA INDUSTRIA TEXTIL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA CASUAL PARA DAMAS EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA.

ANEXO 4 Tasa Activa del Banco

1. DETERMINACION DE CARGOS ASOCIADOS Y OTROS POR TIPO DE CRÉDITO

1.1 TASA DE INTERÉS

TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS				PLAN DE PAGOS
COMERCIAL				
Amort. Dólares, Ofic. y Locales Comerciales, Leasing	CORPORATIVO 9.33%	PYME 11.83%	EMPRESARIAL 10.21%	Reaj. Trim. Con pagos mensuales
Préstamos Firmas y Distribuidores, Crédito Distribuidores, Confirming				Reaj. Trim. Con pagos al vencimiento
Sobregiro	Tasa Activa Efectiva Máxima del segmento consumo			Reaj. Trim. Con pagos al vencimiento
CONSUMO				

ANEXO 5 Tabla de Impuesto a la Renta 2015

Tabla de Impuesto a la Renta 2015

Año 2015 - En dólares			
Fracción Básica	Exceso Hasta	Impuesto Fracción Básica	Impuesto Fracción Excedente
-	10.800	0	0%
10.800	13.770	0	5%
13.770	17.210	149	10%
17.210	20.670	493	12%
20.670	41.330	908	15%
41.330	61.980	4.007	20%
61.980	82.660	8.137	25%
82.660	110.190	13.307	30%
110.190	En adelante	21.566	35%

APORTAR EL DESARROLLO DE LAS PYMES RELACIONADAS CON LA INDUSTRIA TEXTIL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA CASUAL PARA DAMAS EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA.