



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN INDUSTRIAL Y DE LA PRODUCCIÓN

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA
EMPRESA PRODUCTORA DE PRENDAS DE VESTIR ADECUADAS, PARA
PERSONAS DE TERCERA EDAD, UBICADA EN EL SECTOR DE LA OFELIA
DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, DURANTE EL AÑO 2018.

Proyecto de Investigación previo a la obtención del Título de Tecnólogo en
Administración Industrial y de la Producción

Autora: Tayupanta Asimbaya Mayra Paola

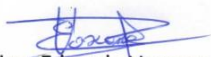
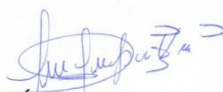
Director: Ing. Eduardo Vásquez

Quito, 2018

**ACTA DE APROBACIÓN DEL PROYECTO DE GRADO**

Quito, 11 de Mayo del 2018

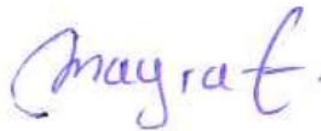
El equipo asesor del trabajo de Titulación del Srta. TAYUPANTA ASIMBAYA MAYRA PAOLA de la carrera de Administración Industrial y de la Producción cuyo tema de investigación fue: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE PRENDAS DE VESTIR ADECUADAS, PARA PERSONAS DE TERCERA EDAD, UBICADA EN EL SECTOR DE LA OFELIA DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, DURANTE EL AÑO 2018; una vez considerados los objetivos del estudio, coherencia entre los temas y metodologías desarrolladas; adecuación de la redacción, sintaxis, ortografía y puntuación con las normas vigentes sobre la presentación del escrito, resuelve: APROBAR el Trabajo de Titulación de grado, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la institución.


Ing. Eduardo Vasconez
Tutor del Proyecto
Ing. Ángela Pimbo
Lector del Proyecto
Dr. Patricio Guanopatin
Director de Escuela
VICERRECTORADO ACADÉMICO
Msc. Giovanni Urbina
Coordinador de Proyectos

CAMPUS 1 - MATRIZ	CAMPUS 2 - LOGROÑO	CAMPUS 3 - BRACAMOROS	CAMPUS 4 - BRASIL	CAMPUS 5 - YACUAMBI
Av. de la Prensa N45-268 y Logroño Teléfono: 2255460 / 2269900 E-mail: instituto@cordillera.edu.ec Pág. Web: www.cordillera.edu.ec Quito - Ecuador	Calle Logroño Oe 2-84 y Av. de la Prensa (esq.) Edif. Cordillera Telfs.: 2430443 / Fax: 2433649	Bracamoros N15 - 163 y Yacuambi (esq.) Telf.: 2262041	Av. Brasil N46-45 y Zamora Telf.: 2246036	Yacuambi Oe2-36 y Bracamoros. Telf: 2249994

DECLARATORIA

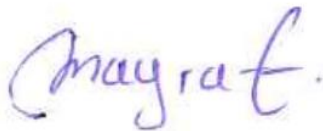
Declaro que la investigación es absolutamente original, autentica, personal, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos del autor vigentes. Las ideas, doctrinas resultados y conclusiones a los que he llegado son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



Mayra Paola Tayupanta Asimbaya
CC 1724725641

LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo Mayra Paola Tayupanta Asimbaya portador de la cedula de ciudadanía signada con el No. 1724725641 de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la innovación (INGENIOS) que dice “En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes, y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento podrá realizar uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. El mismo beneficio se aplicara a los autores que hayan trasferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.”, otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominado ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE PRENDAS DE VESTIR ADECUADAS PARA PERSONAS DE TERCERA EDAD, UBICADA EN EL SECTOR DE LA OFELIA DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO DURANTE EL AÑO 2018 con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.



FIRMA
NOMBRE
CEDULA

Mayra Paola Tayupanta Asimbaya
CC 1724725641

Quito, a los 11 días de mayo del 2018

AGRADECIMIENTO

Agradezco primeramente a Dios por brindarme salud y permitirme llegar a este momento importante en mi vida, al Instituto Tecnológico Superior Cordillera y maestros lo cuales fueron parte fundamental en mi formación como profesional.

A mis padres, por su educación y valores, a mis hermanos y familiares que estuvieron conmigo en altos y bajos de este trayecto, a todos ustedes, gracias por su confianza, por estar conmigo en todo momento y apoyarme para cumplir con este logro.

DEDICATORIA

Este proyecto va dedicado para mis padres de quienes obtuve su apoyo incondicional para culminar esta carrera, a mi hermana y mi prima por estar conmigo en los buenos y malos momentos.

ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA	i
LICENCIA DE USO NO COMERCIAL	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DEDICATORIA	iv
ÍNDICE GENERAL	v
ÍNDICE TABLAS	xii
ÍNDICE FIGURAS	xv
ÍNDICE ANEXOS	xvii
RESUMEN EJECUTIVO	xviii
ABSTRACT	xx
INTRODUCCIÓN	xxii
CAPÍTULO I	1
1. Introducción	1
1.01. Justificación	1
1.02. Antecedentes	2
1.02.01. Historia	2
1.02.02. Origen de la ropa	2
CAPÍTULO II	4
2. Análisis Situacional	4
2.02. Ambiente Externo	4
2.02.01. Factor Económico	4
2.01.01.01. Producto Interno Bruto (PIB)	4
2.01.01.02. Inflación	7
2.01.01.03. Tasa de Interés	9

2.01.01.04. Riesgo País	11
2.01.02. Factor Social.....	12
2.01.02.01. Población	12
2.01.02.02. Población Económicamente Activa (PEA)	12
2.01.03. Factor Legal.....	16
2.01.03.01. Obtención del RUC	16
2.01.03.02. Licencia única de Actividad Económica	16
2.01.03.03. Registro de Actividades Económicas para la Gestión Tributaria (Patente).....	17
2.01.03.04. Permiso de Bomberos.....	18
2.01.03.05. Obtención de Calificación de Artesano	18
2.01.04. Factor Tecnológico.....	19
2.02. Entorno Local.....	19
2.02.01. Clientes.....	20
2.02.02. Proveedores	20
2.02.03. Competidores	21
2.03. Análisis FODA.....	21
2.04. Propuesta Estratégica	22
2.04.01. Misión.....	22
2.04.01.01. Misión de la Empresa	22
2.04.02. Visión	22
2.04.02.01. Visión de la Empresa	22
2.04.03. Objetivos.....	23
2.04.03.01. Objetivo General	23
2.04.03.02. Objetivos Específicos	23
2.04.04. Valores y Principios	23

2.04.04.01. Nuestros Valores y Principios	23
2.04.05. Gestión Administrativa	25
2.04.05.01. Organigrama Estructural.....	25
2.04.05.02. Manual de Funciones	26
2.04.06. Gestión Operativa	28
2.04.06.01. Flujograma	29
2.04.07. Gestión Comercial	30
2.04.07.01. Producto	30
2.04.07.02. Precio	30
2.04.07.03. Plaza.....	30
2.04.07.04. Promoción.....	31
CAPÍTULO III	33
3. Estudio de Mercado	33
3.01. Análisis del Consumidor	33
3.01.01. Determinación de la Población y Muestra.....	33
3.01.01.01. Población	33
3.01.01.02. Muestra	34
3.01.01.03. Técnicas de Obtención de la Información	34
3.01.01.04. Entrevista	35
3.01.01.05. Focus Group.....	35
3.01.01.06. Encuesta	35
3.01.02. Análisis de la Información.....	38
3.01.02.01. Edad	38
3.01.02.02. Género.....	39
3.01.02.03. Primera pregunta.....	40
3.01.02.04. Segunda pregunta.....	41

3.01.02.05. Tercera pregunta	42
3.01.02.06. Cuarta pregunta	43
3.01.02.07. Quinta pregunta	44
3.01.02.08. Sexta pregunta	45
3.01.02.09. Séptima pregunta	46
3.01.02.10. Octava pregunta	47
3.02. Oferta	48
3.02.01. Oferta Histórica	48
3.02.02. Oferta Actual	48
3.02.03. Oferta Proyectada	48
3.03. Productos Sustitutos.....	49
3.04. Demanda	50
3.04.01. Demanda Histórica	50
3.04.02. Demanda Actual	50
3.04.03. Demanda Proyectada	51
3.05. Balance Oferta-Demanda.....	51
3.05.01. Balance Actual.....	51
3.05.02. Balance Proyectado	51
CAPÍTULO IV.....	52
4. Estudio Técnico	52
4.01. Tamaño del Proyecto	52
4.01.01. Capacidad Instalada.....	52
4.01.02. Capacidad Óptima	55
4.02. Localización.....	56
4.02.01. Macro-localización	56
4.02.02. Micro-localización.....	57

4.02.03. Localización Óptima.....	58
4.03. Ingeniería del Producto	59
4.03.01. Definición del Bien.....	59
4.03.02. Distribución de la Planta.....	59
4.03.03. Proceso Productivo	60
4.03.03.01. Flujograma de proceso de blusas y camisas	61
4.03.03.02. Flujograma de pantalón	62
4.03.04. Maquinaria.....	63
4.03.05. Equipos	64
4.03.06. Muebles y enseres.....	65
CAPÍTULO V	66
5. Estudio Financiero	66
5.01. Ingresos	66
5.01.01. Ingresos Operacionales	66
5.01.01.01. Tiempo de Proceso	66
5.01.01.02. Cálculo de la Producción Anual	67
5.01.01.03. Materia Prima Directa.....	68
5.01.01.04. Materia Prima Requerida Anualmente	69
5.01.01.05. Mano de Obra directa	70
5.01.01.06. Costos Indirectos de Fabricación.....	71
5.01.01.07. Costos de Producción Unitario	74
5.01.01.08. Ingresos Operacionales	74
5.01.01.09. Ingresos Operaciones Proyectados	75
5.01.02. Ingresos no Operacionales.....	75
5.02. Costos.....	75
5.02.01. Costos Directos.....	76

5.02.02. Costos Indirectos	76
5.02.02.01. Costos de Producción Proyectados.....	77
5.02.03. Gastos Administrativos	77
5.02.03.01. Gastos Administrativos Proyectados	78
5.02.04. Gastos de Ventas	79
5.02.04.01. Gasto de Ventas Proyectados	79
5.02.05. Gastos Financieros.....	80
5.02.06. Costos Fijos	80
5.02.07. Costos Variables.....	80
5.03. Inversiones	81
5.03.01. Inversión Fija.....	81
5.03.02. Activos Fijos.....	81
5.03.02.01. Maquinaria y Herramientas	81
5.03.02.02. Equipos de Computación.....	82
5.03.02.03. Muebles y Enseres	82
5.03.02.04. Inversión Total de Activos Fijos	83
5.03.03. Activo Nominales (diferidos)	83
5.03.04. Capital de Trabajo	84
5.03.05. Fuentes de Financiamiento y uso de fondos.....	85
5.03.06. Amortización de Financiamiento (tabla de amortización)	85
5.03.07. Depreciaciones (tabla de depreciaciones).....	87
5.03.08. Estado de Situación Inicial	88
5.03.09. Estado de Resultados Proyectado (cinco años)	88
5.03.10. Flujo de Caja.....	89
5.04. Evaluación Financiera.....	90
5.04.01. Tasa de Descuento	90

5.04.02. VAN.....	90
5.04.03. TIR.....	91
5.04.04. PRI (Período de Recuperación de la Inversión)	91
5.04.05. RBC (Relación Costo Beneficio).....	92
5.04.06. Punto de Equilibrio	93
5.04.07. Análisis de Índices Financiero.....	97
5.04.07.01. Razones de Rentabilidad.....	97
CAPÍTULO VI.....	100
6. Análisis de Impactos	100
6.01. Impacto Ambiental.....	100
6.02. Impacto Económico	100
6.03. Impacto Productivo	101
6.04. Impacto Social.....	101
CAPÍTULO VII.....	102
7. Conclusiones y Recomendaciones.....	102
7.1. Conclusiones	102
7.2. Recomendaciones	102
Bibliografía.....	104
ANEXOS.....	107

ÍNDICE TABLAS

Tabla 1 Tasa de Interés Activa.....	9
Tabla 2 Tasa de Interés Pasiva	10
Tabla 3 Clientes.....	20
Tabla 4 Proveedores	20
Tabla 5 Análisis FODA.....	21
Tabla 6 Manual de Funciones Gerente General	26
Tabla 7 Manual de Funciones Jefe de Producción.....	26
Tabla 8 Manual de Funciones Contador Externo.....	27
Tabla 9 Manual de Funciones Diseñador	27
Tabla 10 Manual de Funciones Vendedor	27
Tabla 11 Manual de Funciones Operario	28
Tabla 12 Población.....	33
Tabla 13 Rango de edad.....	38
Tabla 14 Género	39
Tabla 15 Adquisición	40
Tabla 16 Origen de la prenda	41
Tabla 17 Importancia de producto	42
Tabla 18 Plaza	43
Tabla 19 Costo referencial del producto	44
Tabla 20 Publicidad.....	45
Tabla 21 Frecuencia de compra	46
Tabla 22 Disposición de compra.....	47
Tabla 23 Oferta actual.....	48
Tabla 24 Oferta proyectada	49
Tabla 25 Resultado de la encuesta	50
Tabla 26 Demanda actual.....	50
Tabla 27 Demanda proyectada.....	51
Tabla 28 Balance oferta-demanda actual	51
Tabla 29 Balance oferta-demanda proyectada	51
Tabla 30 Descripción de Proceso Productivo (pantalón)	53

Tabla 31 Descripción de Proceso Productivo (blusa/camisa)	54
Tabla 32 Capacidad Instalada.....	55
Tabla 33 Proceso Productivo.....	55
Tabla 34 Capacidad Optima entre pantalones y camisas/blusas	56
Tabla 35 Macro-localización.....	56
Tabla 36 Micro-localización	57
Tabla 37 Localización Optima	58
Tabla 38 Distribución de la planta	59
Tabla 39 Maquinaria	63
Tabla 40 Equipos.....	64
Tabla 41 Muebles y Enseres.....	65
Tabla 42 Tiempo del Proceso	66
Tabla 43 Cálculo de la Producción por producto	67
Tabla 44 Producción Anual	67
Tabla 45 Materia Prima Directa	68
Tabla 46 Materia Prima Requerida Anualmente	69
Tabla 47 Mano de Obra Directa (MDO)	70
Tabla 48 Costo de Mano de Obra por unidad	70
Tabla 49 Materia Prima Indirecta (MPI)	71
Tabla 50 Servicios Básicos.....	72
Tabla 51 Servicios Básicos por Producto.....	72
Tabla 52 Etiquetado y Empaquetado.....	72
Tabla 53 Costo Indirecto de Fabricación por Producto.....	73
Tabla 54 Costo Unitario de Fabricación por producto	74
Tabla 55 Cálculo de Ingresos Operacionales	74
Tabla 56 Ingresos Operacionales Proyectados	75
Tabla 57 Costos Directos	76
Tabla 58 Costos Indirectos	76
Tabla 59 Costos de Producción Proyectado	77
Tabla 60 Gasto de Personal	77
Tabla 61 Material de Aseo y Limpieza	77
Tabla 62 Suministros de Oficina	78

Tabla 63 Otros Gastos Administrativos	78
Tabla 64 Gastos Administrativos Proyectados	78
Tabla 65 Gastos de Personal	79
Tabla 66 Gasto de Ventas	79
Tabla 67 Gastos de Ventas Proyectados	79
Tabla 68 Costos Fijos y Variables (Proyección).....	80
Tabla 69 Maquinaria y herramientas.....	81
Tabla 70 Equipos de Computación	82
Tabla 71 Muebles y Enseres	83
Tabla 72 Total Activos Fijos.....	83
Tabla 73 Activos Nominales.....	83
Tabla 74 Capital de Trabajo	84
Tabla 75 Inversiones	84
Tabla 76 Fuentes de Financiamiento.....	85
Tabla 77 Condiciones de Financiamiento	85
Tabla 78 Tabla de Amortización del Crédito	86
Tabla 79 Tabla de Amortización del Diferido	87
Tabla 80 Depreciaciones	87
Tabla 81 Estado de Situación Inicial.....	88
Tabla 82 Estado de Resultados Proyectado	88
Tabla 83 Flujo de Caja Proyectado	89
Tabla 84 Tasa de Descuento	90
Tabla 85 Tasa Interna de Retorno	91
Tabla 86 Período de Recuperación de la Inversión.....	92
Tabla 87 Relación Costo Beneficio.....	92
Tabla 88 Cálculo de costos fijos y variables por producto	93
Tabla 89 Punto de Equilibrio (pantalón hombre).....	93
Tabla 90 Punto de Equilibrio (pantalón mujer).....	94
Tabla 91 Punto de Equilibrio (blusa/camisa)	95

ÍNDICE FIGURAS

Figura 1 Producto Interno Bruto	5
Figura 2 Variación mensual del PIB	6
Figura 3 Inflación Nacional Mensual Acumulada	7
Figura 4 Inflación Sectorial	8
Figura 5 Riesgo País.....	11
Figura 6 Población Total	13
Figura 7 Población en Edad de Trabajar	13
Figura 8 Población Económicamente Activa	13
Figura 9 Empleo Nacional.....	14
Figura 10 Desempleo.....	15
Figura 11 Subempleo.....	16
Figura 12 Organigrama Funcional	25
Figura 13 Flujograma	29
Figura 14 Rango de edad.....	38
Figura 15 Segmentación de género	39
Figura 16 Nivel de adquisición	40
Figura 17 Preferencia del origen de la prenda.....	41
Figura 18 Segmentación de importancia del producto	42
Figura 19 Plaza de producto	43
Figura 20 Referencias de costo	44
Figura 21 Publicidad del producto	45
Figura 22 Frecuencia de compra	46
Figura 23 Disposición de compra.....	47
Figura 24 Macro-localización	57
Figura 25 Micro-localización	58
Figura 26 Distribución de Planta.....	60
Figura 27 Flujograma de blusas y camisas.....	61
Figura 28 Flujograma de pantalón.....	62
Figura 29 Punto de Equilibrio (pantalón hombre).....	94
Figura 30 Punto de Equilibrio (pantalón mujer)	95

Figura 31 Punto de Equilibrio (blusa/camisa).....	96
---	----

ÍNDICE ANEXOS

Anexo A. Encuesta	107
Anexo B. Logo de la empresa	110
Anexo C. Elaboración de prendas	111

RESUMEN EJECUTIVO

Las prendas de vestir se han vuelto un ícono importante y muy demandado para la sociedad en el día de hoy, ya que son muy necesarias para la protección de la intemperie y otros usos como moda, tendencia, elegancia, distinción en lugares de trabajo, entre otros; en la actualidad existe diversos estilos, colores, y diseños acorde a la edad y lugar de residencia de las personas.

Este proyecto se presenta como un estudio de factibilidad para la implementación de una microempresa dedicada a la producción de prendas de vestir específicamente diseñadas para el adulto mayor con el fin de brindar comodidad, bienestar y satisfacción en el momento de usarlos.

Mediante investigaciones en el sector norte de la ciudad de Quito se determina el análisis del entorno en los factores económico, social, legal y tecnológico; a clientes, proveedores y competidores para un análisis FODA. Nace la microempresa llamada *Mayor Moda* con su slogan *La comodidad es tu estilo*, la cual para su conveniencia se ubicó en sector de la Ofelia, puesto a que es un lugar bastante transitado y comercial.

A través de encuestas se realizó un estudio de mercado a personas moradoras de la zona La Delicia, estableciendo oferta y demanda para empezar con la capacidad de producción.

Se ejecuta la distribución de áreas en el taller, se describen procesos productivos (flujogramas, procedimientos, tiempos, etc.) y detallan maquinarias, herramientas, equipos, suministros apropiados para poner en funcionamiento el proyecto.

Fue necesario realizar una evaluación financiero en el cual se determinó costos, gastos, inversiones, flujos, etc. y mediante indicadores se concluyó que el proyecto

es rentable y además factible realizarlo, generando ingresos, fuentes de empleo y sobre todo apoyando al sector manufacturero y a la Transformación de la Matriz Productiva en el área textil.

ABSTRACT

Garments have become an important icon and much in demand for society today, as they are very necessary for the protection of the weather and other uses such as fashion, trend, elegance, distinction in workplaces, among others; At present, there are different styles, colors, and designs according to the age and place of residence of the people.

This project is presented as a feasibility study for the implementation of a microenterprise dedicated to the production of garments specifically designed for the elderly in order to provide comfort, welfare and satisfaction at the time of use.

Through research in the northern sector of the city of Quito, the analysis of the environment in economic, social, legal and technological factors is determined; to customers, suppliers and competitors to FODA analysis. The micro business called *Mayor Moda* was born with its slogan *La comodidad es tu estilo*, which for its convenience was located in the Ofelia sector, since it is a busy and commercial place.

Through surveys, a market study was carried out for people living in the La Delicia area, establishing supply and demand to start production capacity.

The distribution of areas in the workshop is executed, productive processes are described (flowcharts, procedures, times, etc.) and detailed machinery, tools, equipment, and appropriate supplies to put the project into operation.

It was necessary to carry out a financial evaluation in which costs, expenses, investments, flows, etc. were determined. and through indicators it was concluded that the project is profitable and also feasible to do it, generating income, sources of

employment and above all supporting the manufacturing sector and the

Transformation of the Productive Matrix in the textile area.

INTRODUCCIÓN

En este proyecto se presenta la construcción de una microempresa ubicada en la ciudad de Quito-Norte, dedicada a la producción de prendas de vestir para el adulto mayor (pantalón para hombre, pantalón para mujer y una prenda superior unisex), producto el cual ha sido aceptado en el mercado, comprobado mediante métodos realizados; lo que se quiere proponer son artículos con características similares al actual, pero además de ser un producto novedoso debido a su estructura, también hará que al añadirle ciertos detalles facilitaran la rutina diaria a estas personas..

Para la producción se toma en cuenta desde donde se obtiene la materia prima hasta el resultado del producto, se cuenta con máquinas adecuadas para la confección, personal con conocimiento práctico y teórico de ensamblaje de prendas. Sus acabados serán muy buenos debido a que habrá un riguroso seguimiento en todo su proceso.

Este proyecto se realiza con el fin de demostrar si esta nueva pyme que desea implementar es o no viable, a base de resultados de un estudio de mercado y metodologías numéricas que demostrará si es conveniente realizarlo.

CAPÍTULO I

1. Introducción

1.01. Justificación

La aceptación de las industrias textiles es muy alta en la actualidad por lo tanto ofrece oportunidades de emprendimiento que con creatividad, se puede dar en gran variedad, impulsando a crear nuevos negocios y, así mismo lograr un crecimiento en el sector industrial.

Para las personas vestirse no solo significa cubrirse de la intemperie, si no también demostrar su personalidad, su estilo y naturaleza. En este caso se desarrolla un proyecto que tiene como finalidad ofrecer un producto específicamente para el adulto mayor, tomando en cuenta la necesidad de las personas al momento de vestir, pues para ellos sentirse cómodos es sentirse seguros.

Las personas de avanzada edad tienen diversas dificultades, precisamente por su estado de salud y edad, y uno de esos problemas es la movilidad de sus extremidades, el proyecto se enfoca directamente a estas personas, al proporcionar productos de uso diario y que además sean sencillos de colocarse.

Con la finalidad de verificar la factibilidad de la empresa se requiere desarrollar a lo largo del proyecto las diferentes actividades que definirán y se aplicarán de acuerdo a los conocimientos que se adquirió durante el trayecto de la carrera.

El objetivo de la PYMES de diseño y confección es facilitar a las personas de la tercera edad al momento de vestirse, proveer un estado de bienestar y agrado para

los clientes que adquieren y utilizan las prendas diseñadas con estilos, colores y textura de telas e insumos adecuados, los mismos que son proporcionados por proveedores previamente calificados y a través de procedimientos, tiempos estandarizados y utilizando la maquinaria necesaria para la fabricación de estas prendas, se obtiene un producto accesible para el cliente.

Al realizar este estudio hombres y mujeres del sector serán beneficiados por la elaboración de un artículo de calidad, novedoso y productivo para la organización ya que cuenta con estilos modernos, atractivos y agradables, capaz de llamar la atención.

1.02.Antecedentes

1.02.01.Historia

La ropa, una de las primeras tecnologías, vital para la expansión de la humanidad, por primera vez fue empleada por el ser humano hace 170 mil años, según ha descubierto David Reed del Museo de Historia natural en Florida. Estudiando la relación entre los piojos y los seres humanos usando secuencias de ADN, el investigador notó que hace 170 mil años los piojos tradicionales de cabello empezaron a divergir en piojos de ropa.

Sus datos muestran que el ser humano empezó a usar ropa cerca de 70 mil años antes de migrar a climas más fríos y latitudes más altas, algo que se cree inició hace 100 mil años, cuando el hombre dejó el Motherland de África. Esto sugiere que el ser humano empezó a usar ropa mucho tiempo después de que perdió el vello corporal, algo que, según investigación genética de pigmentación, sucedió hace alrededor de 1 millón de años. Así que el ser humano pasó más de 800 mil años desnudo en la intemperie sin la protección de pelo o ropa, acaso acogido por el calor de África.

La ropa, junto con el fuego y las herramientas para cazar constituyen las tres tecnologías fundamentales en la evolución epigenética del hombre en sus labores. (Pijamasurf, 2011)

1.02.02.Origen de la ropa

El desarrollo de la especie, viene cogido de la mano del desarrollo de las armas, de los utensilios y de las prendas utilizadas. No son cosas separadas o diferentes, no existen como cosas independientes. Podemos decir que las armas se desarrollaron a medida que se desarrolló la inteligencia, pero también podemos decir lo contrario: que la utilización de las herramientas desarrolló nuestro intelecto.

La ropa en la prehistoria tiene la misma importancia que las herramientas que nos ayudaron a sobrevivir, ya que las prendas que cubrían nuestros cuerpos desnudos también nos protegían del clima final de la última glaciación, permitiendo colonizar zonas de climas fríos y más rigurosos. (Morata, s.f.)

Se toma mucho en cuenta al saber que cubrirse del frío ha sido una necesidad desde el principio de los tiempos, cuando al ir evolucionando los humanos se dieron cuenta que no poseían plumas o el suficiente pelo como otros animales, para poder sobrevivir con el clima que se les presentaba, esto ocasiono que al mirar a su alrededor podían encontrar objetos que le servirían para protegerse, empezó por cubrirse con hojas y al ir pasando los años aprendieron a casar y a usar las pieles de sus presas.

Hoy en día toda la gente no solo usa la ropa para cubrirse del clima de la ciudad o país donde reside, sino también para demostrar como se siente o como es su comportamiento ante la sociedad al seguir tendencias o modas.

Existe gran variedad de tipos de prendas de vestir para bebés, niños, adolescentes, adultos y adultos mayores y cada uno diseñado para cada tipo de persona, así mismo como gustos y preferencias dependiendo de su religión, cultura, deporte o sexo.

Es importante mencionar que para el adulto mayor se debe tener más detalles al momento de pensar en diseños especiales, ya que en una avanzada edad no pueden usar los típicos jeans, camisas o blusas que solían hacerlo, pero tampoco quiere decir que la edad sea un limitante para que ellos demuestren que a pesar del tiempo se hayan vuelto vulnerables, es decir, lo que se pretende realizar no solo es la tradicional ropa de viejito, sino crear productos casuales que los usen a diario.

CAPÍTULO II

2. Análisis Situacional

“Consideración de los factores o fuerzas externas e internas a tomar en cuenta para el análisis situacional de una empresa.” (Pazmiño & Taipe Yanez, 2015)

2.02. Ambiente Externo

Es todo lo que se encuentra fuera de la frontera de la empresa que son elementos externos, los cuales actúan directa e indirectamente y por lo tanto están fuera de su control.

En el ambiente externo se analiza la situación en que se encuentra el país para la conformación de la empresa, así como podemos determinar las oportunidades y amenazas que se le presente.

2.02.01.Factor Económico

“La economía es una ciencia social, cada una de nuestras decisiones en materia de producción, consumo, ahorro, inversión, crédito, préstamos, contrataciones, exportaciones, importaciones, turismo etc., van construyendo nuestro destino económico.” (Ampudia Marquez, 2017)

2.01.01.01. Producto Interno Bruto (PIB)

El Producto Interno Bruto (PIB) es un valor estadístico que se da por la suma de todos los bienes y servicios producidos en un país durante un determinado tiempo, además es importante conocer este dato porque mide la producción dentro de las fronteras de una economía.

2.01.01.01.01.Producto Interno Bruto Nacional

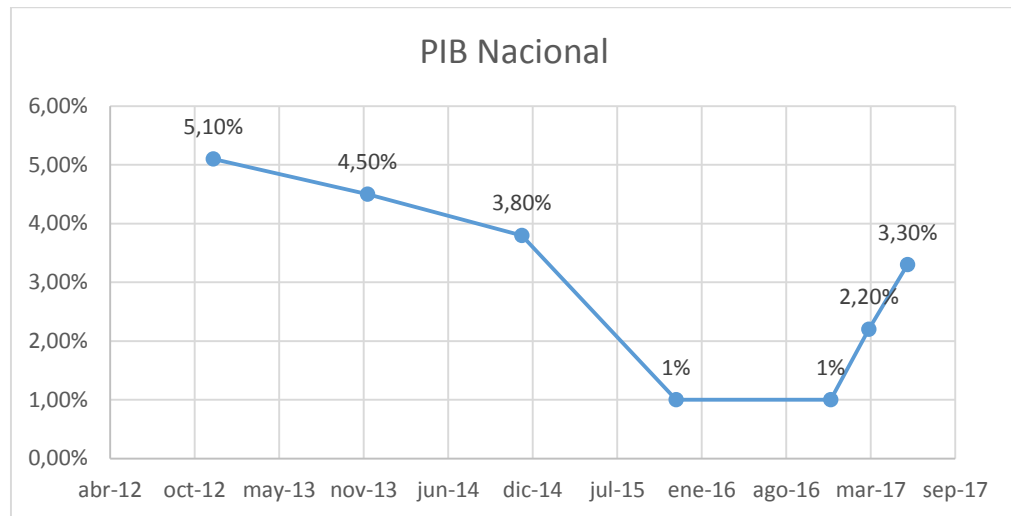


Figura 1 Producto Interno Bruto

Fuente: Banco Central del Ecuador, 2016

Elaborado: Mayra Tayupanta

Analisis:

En la tabla se observa que durante los últimos cinco años anteriores el PIB ha tenido una baja, siendo desde el año 2012 con 5,10 % hasta el 2016 con -1,5 %, lo que quiere decir que la producción de bienes y servicios ha ido cayendo en el transcurso del tiempo, sin embargo en los dos primeros trimestres del 2017 se ha visto la recuperación con un porcentaje de 3,3%, indicando que el país está en etapa de crecimiento.

Como último dato indica un número positivo creciente, esto es beneficioso ya que las empresas industriales están retomando y generando estabilidad en su producción, y así para la microempresa al igual que otras empresas indica como oportunidad en el aumento de cantidades de sus productos finales.

2.01.01.01.02.Producto Interno Bruto Sectorial

Índice de Producción de la Industria Manufacturera: Es un indicador que mide el comportamiento, en la coyuntura nacional, de la producción generada por la industria manufacturera en el corto plazo. Se determina a partir del valor de ventas y la variación de existencias, de los bienes producidos en cada uno de los establecimientos manufactureros en el Ecuador. Este indicador forma parte del Sistema de Indicadores de la Producción (SIPRO), considerado como una innovación estadística para estandarizar y homologar conceptos, metodologías y procesos investigativos, en el marco de las buenas prácticas internacionales para la generación de números índices. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censo, 2017)

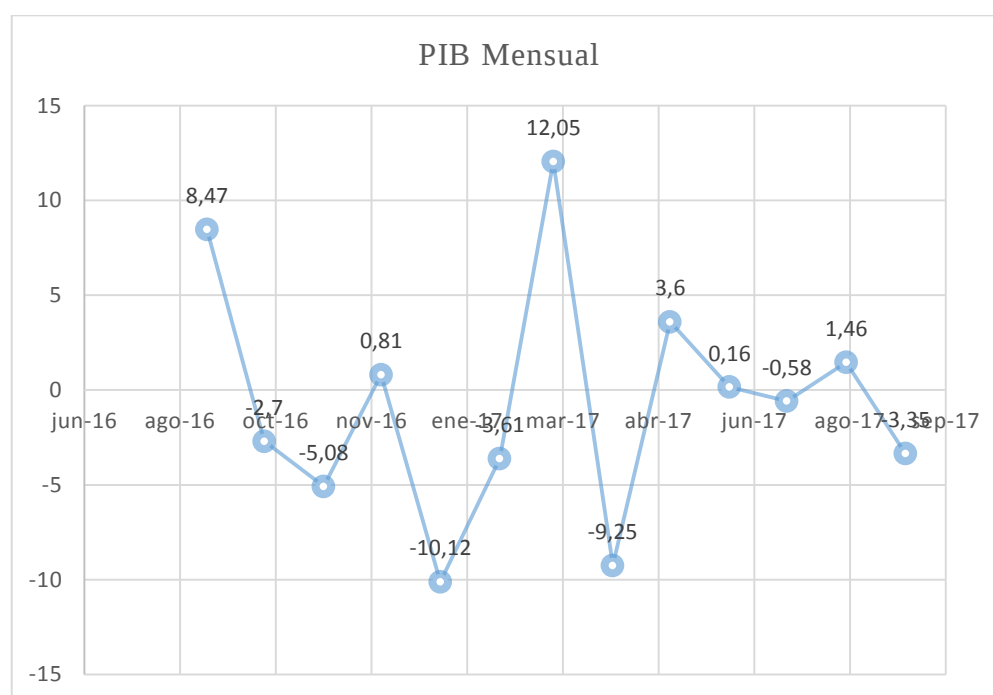


Figura 2 Variación mensual del PIB

Fuente: Sistema de Indicadores de la Producción SIPRO

Elaborado: Mayra Tayupanta

Análisis:

En la tabla del PIB sectorial mensual durante 1 año se observa que en el mes de septiembre del 2016 se ubicó en una variación de 8,47% y en septiembre del 2017 con -3,35 así es como se manifiesta una decaída bastante notable en la producción, reflejando una amenaza en el sector industrial manufacturero.

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, 2017)

Es la elevación de precios de los productos para el consumidor. Por tanto esto al parecer es negativo para la sociedad de un país, ya que al subir los precios, para los consumidores disminuye la probabilidad de adquirirlo con facilidad, cantidad y frecuencia con la solía hacerlo.

2.01.01.02.01. Inflación Nacional

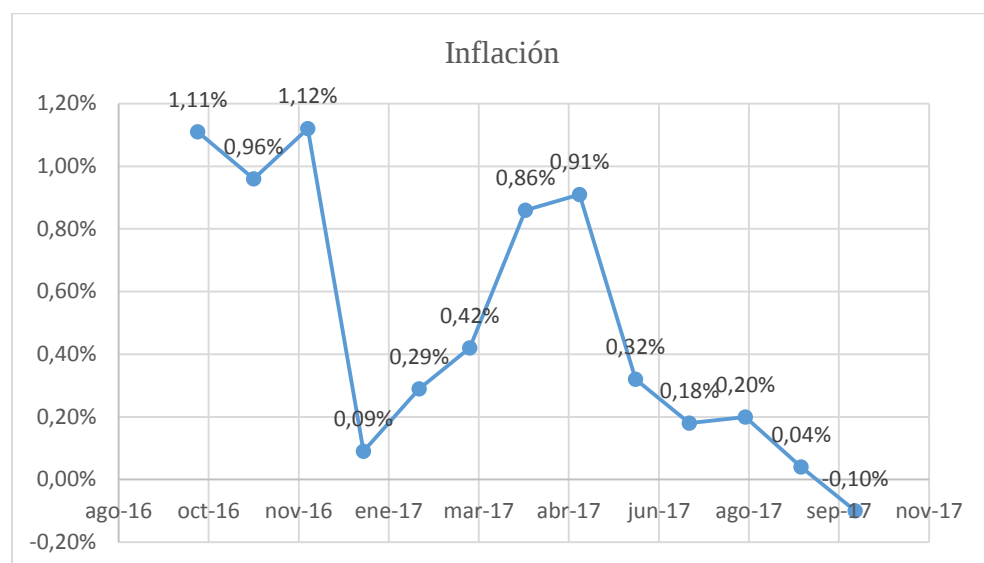


Figura 3 Inflación Nacional Mensual Acumulada

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado: Mayra Tayupanta

Análisis:

A comparación con el mes de octubre de hace un año, la inflación ha disminuido notoriamente en porcentaje desde octubre del 2016 de 1,11% a octubre del 2017 a

negativo de $-0,10\%$, lo cual para los empresarios se presenta como amenaza al presentarse los precios bajos en sus productos.

2.01.01.02.02. Inflación Sectorial

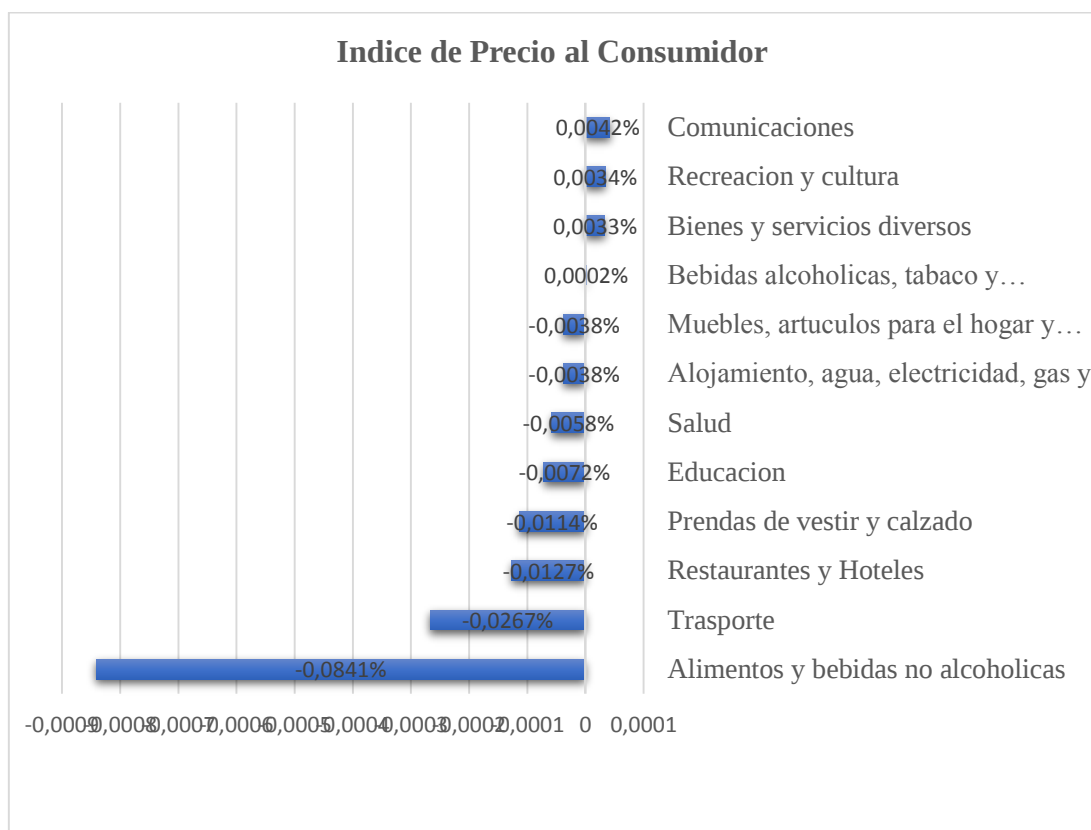


Figura 4 Inflación Sectorial
Fuente: Índice de Precios al Consumidor
Elaborado: Mayra Tayupanta

Análisis:

Durante el mes de octubre 2017 la sección de prendas de vestir y calzado tiene un porcentaje de inflación de $-0,0114$ siendo amenaza de bajo para la empresa textil debido a sus precios bajos.

2.01.01.03. Tasa de Interés

2.01.01.03.01. Tasa de Interés Activa

La tasa de interés activa es un porcentaje que el banco o entidad financiera cobra por un crédito o préstamo que ellos facilitan a cambio de utilizar el dinero entregado. En otras palabras la entidad que entrega el dinero cobra a su deudor por hacer uso de aquel dinero. Algunas recomendaciones que se podría tomar en cuenta es no tomar la primera tasa de interés que ofrezcan, se puede negociar o buscar otras entidades que pueda tener mayor comodidad de pago.

Tabla 1 Tasa de Interés Activa

Tasa de Interés Activa			
Tasa Referencial	% Anual	Tasa Máxima	% Anual
Productivo Corporativo	7,75%	Productivo Corporativo	9,33%
Productivo Empresarial	8,92%	Productivo Empresarial	10,21%
Productivo PYMES	10,80%	Productivo PYMES	11,83%
Comercial Ordinario	7,99%	Comercial Ordinario	11,83%
Comercial Prioritario Corporativo	7,83%	Comercial Prioritario Corporativo	9,33%
Comercial Prioritario Empresarial	9,89%	Comercial Prioritario Empresarial	10,21%
Comercial Prioritario PYMES	10,58%	Comercial Prioritario PYMES	11,83%
Consumo Ordinario	16,70%	Consumo Ordinario	17,30%
Consumo Prioritario	16,48%	Consumo Prioritario	17,30%
Educativo	9,49%	Educativo	9,50%
Inmobiliario	10,52%	Inmobiliario	11,33%
Vivienda de Interés Publico	4,98%	Vivienda de Interés Publico	4,99%
Microcrédito Minorista	27,43%	Microcrédito Minorista	30,50%
Microcrédito de Acumulación simple	24,65%	Microcrédito de Acumulación simple	27,50%
Microcrédito de Acumulación Ampliada	21,07%	Microcrédito de Acumulación Ampliada	25,50%
Inversión Publica	8,05%	Inversión Publica	9,33%

Fuente: Banco Central de Ecuador

Elaborado: Mayra Tayupanta

Análisis:

La tasa activa para microempresa se encuentra entre 10,80% como mínimo y 11,83% como máximo para el mes de Diciembre del 2017, siendo así una de las tasas más altas que cobra el banco a comparación con las empresas productivas más desarrolladas y a su vez una amenazada debido al alto costo que las pymes deben pagar.

2.01.01.03.02.Tasa de Interés Pasiva

Se define a la tasa pasiva como la tasa que la entidad financiera paga al depositante por mantener el dinero ahí. También otorgan servicios, beneficios, como una tarjeta de débito y mantenimiento seguro del dinero. Es de gran utilidad para que las personas tengan su dinero bien asegurado y libre de alguna pérdida, además que los bancos al beneficiar a las personas generan más clientes.

Tabla 2 Tasa de Interés Pasiva

Tasa de Interés Pasiva			
Tasa Referencial	% Anual	Tasa Referencial	% Anual
Plazo 30-60	3,50%	Plazo 121-180	4,98%
Plazo 61-90	4,20%	Plazo 181-360	5,32%
Plazo 91-120	4,79%	Plazo 361 y mas	7,05%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado: Mayra Tayupanta

Análisis:

La tasa pasiva está en 7,05% lo cual para un emprendedor se presenta como una oportunidad, pues al emprender un nuevo negocio se obtiene utilidades mayores al porcentaje por depósito.

2.01.01.04. Riesgo País

El riesgo país es un concepto económico que ha sido abordado académica y empíricamente mediante la aplicación de metodologías de la más variada índole: desde la utilización de índices de mercado como el índice EMBI de países emergentes de Chase-Jpmon hasta sistemas que incorpora variables hasta sistema que incorpora variable económicas, políticas y financieras. El Embi se define como un índice de bonos de mercados emergentes, el cual refleja el movimiento en los precios de sus títulos negociados en moneda extranjera. Se la expresa como un índice o como un margen de rentabilidad sobre aquella implícita en bonos del tesoro de Estados Unidos. (Banco Central del Ecuador, 2017)

Es una calificación realizada por entes especialmente, entre ellos, JP Morgan que es una de las reconocidas a nivel de América. El riesgo país puede variar por algunos factores como políticos o sociales.

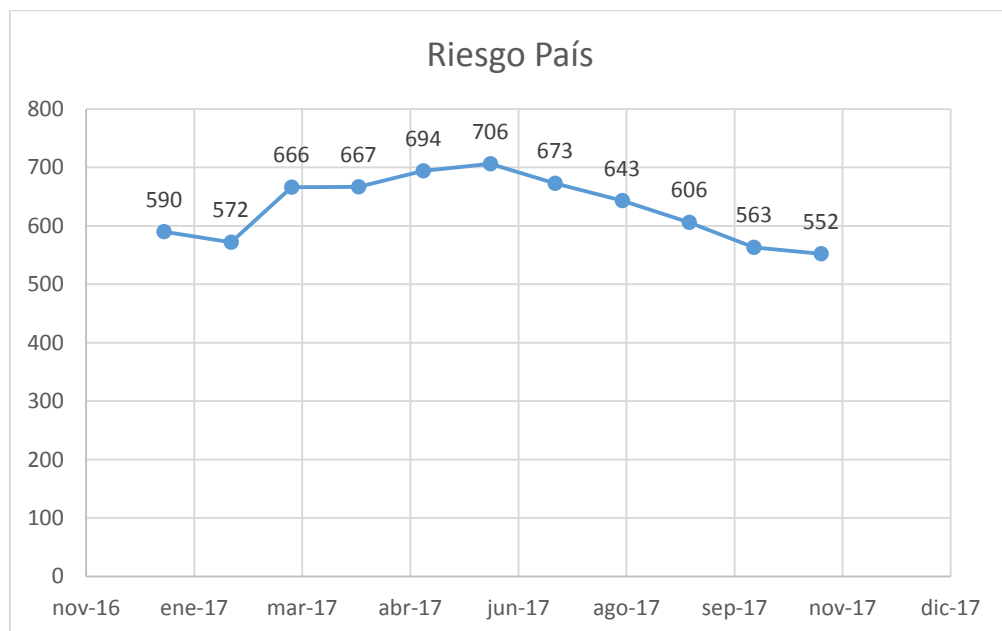


Figura 5 Riesgo País
Fuente: (ambito.com, 2017)
Elaborado: Mayra Tayupanta

Análisis:

Durante los últimos 10 meses del año 2017 se observa los puntos que indican que el riesgo se ha mantenido constante, sin embargo los puntos que se observa aún están

considerablemente altos y no son muy buenos para inversiones externas, considerando que un país con riesgo cero se puede endeudar a un precio de mercado bajo, y según el gráfico indica, cada vez el riesgo país disminuye esperando alcanzar cada vez menos y menos puntos.

2.01.02. Factor Social

Estudia a los factores que afectan principalmente en el entorno, aspecto y comportamiento de las personas.

2.01.02.01. Población

El último censo realizado en el año 2010 dio como resultado a nivel nacional un total de 14.483.499 de habitantes, en la actualidad el INEC ha pronosticado un total de 16.776.977 y para el 2018 crecerá a 17.023.408.

2.01.02.01.01.Zona

En el 2017 se pronostica un total de habitantes de 2.464.145 en la ciudad de Quito, centrándonos en la zona de la Delicia con un aproximado de 353.406 personas, pero para el proyecto se concentra en hombres y mujeres de la tercera edad de 65 años en adelante con un próximo de 25.042 para el año actual.

2.01.02.02. Población Económicamente Activa (PEA)

“Personas de 15 años y más que trabajaron al menos 1 hora en la semana de referencia o aunque no trabajaron, tuvieron trabajo (empleados); y personas que no tenían empleo pero estaban disponibles para trabajar y buscan empleo (desempleados)”. (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2017)

Es decir, es un indicador el cual estipula la mano de obra de un país; personas económicamente activas con edad, disposición y capacidad de trabajar (producir bienes y/o servicios) y se incorporan en el campo laboral

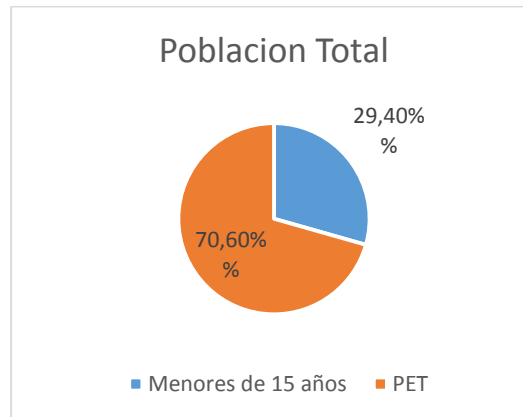


Figura 6 Población Total
Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos
Elaborado: Mayra Tayupanta

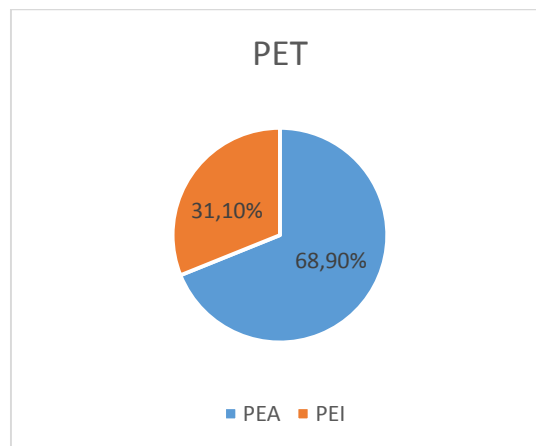


Figura 7 Población en Edad de Trabajar
Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos
Elaborado por: Mayra Tayupanta

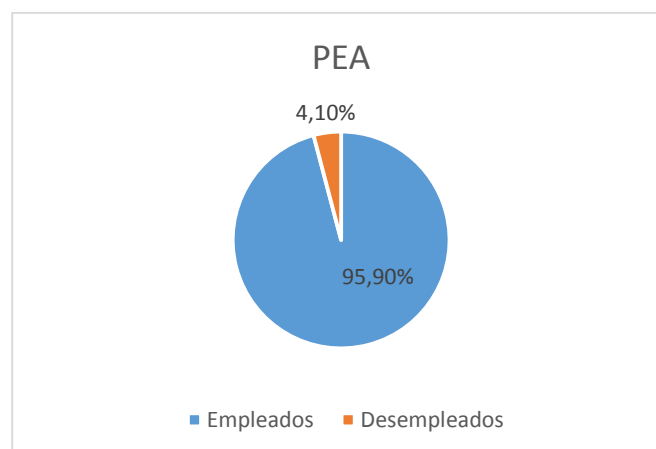


Figura 8 Población Económicamente Activa
Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos
Elaborado: Mayra Tayupanta

Según en INEC en el mes de septiembre se obtienen de la población total el 70,6% está en edad de trabajar y el 29,4% son menores de 15 años; el 68,9% es económicamente activa; el 95,9% están empleados y el 4,10% están desempleados a nivel del país.

2.01.02.02.01. Empleo

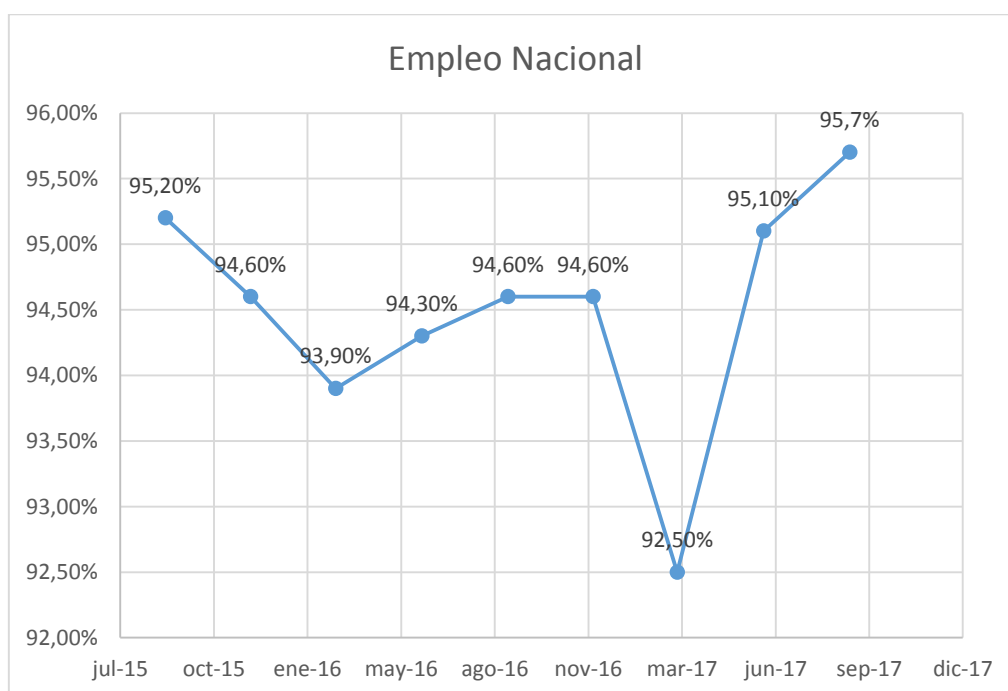


Figura 9 Empleo Nacional
 Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos
 Elaborado: Mayra Tayupanta

Análisis

Según el Inec durante dos años anteriores el porcentaje de empleados no ha tenido gran variación a nivel del país; en septiembre del 2015 con 95,2%, en septiembre del 2016 subió al 94,6% y en 2017 del mismo mes aumento al 95,7 de la población, indicando que el país se en su mayoría de personas cuenta con empleo.

2.01.02.02.02.Desempleo

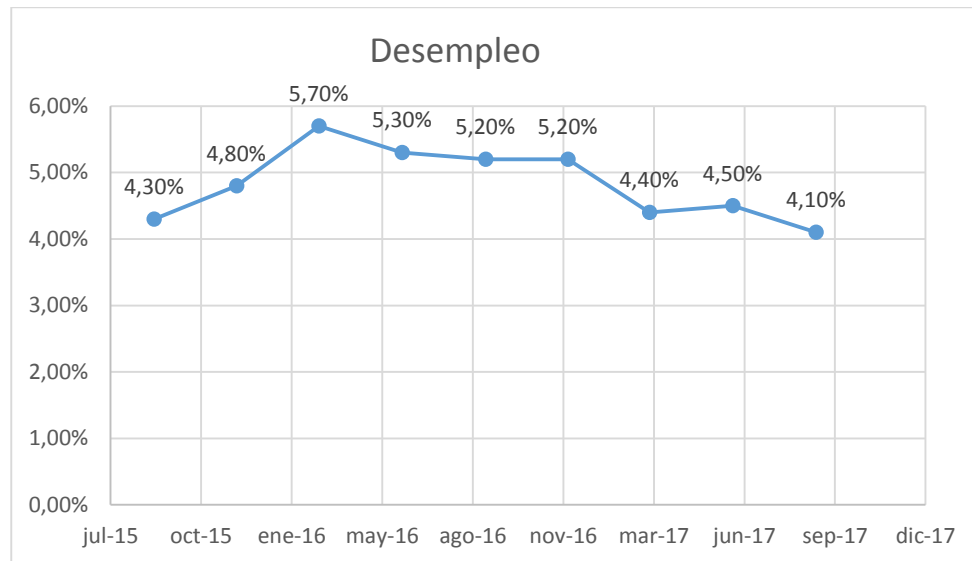


Figura 10 Desempleo

Fuente Instituto Nacional de Estadística y Censos

Elaborado por: Mayra Tayupanta

Análisis:

La figura indica datos de desempleo durante dos años anteriores terminando con el ultimo porcentaje en septiembre con 4,10% de desempleados en el país, y a comparación hace un año en septiembre del 2016 ha disminuido de 5,20%, indicando que a nivel nacional el desempleo ha ido reduciendo en pequeñas cantidades; este dato para la empresa se da como una oportunidad debido a que su tamaño es micro y habrá fuentes de trabajo para parte del pequeño porcentaje de personas desempleadas.

2.01.02.02.03.Subempleo

Personas con empleo que, durante la semana de referencia, percibieron ingresos inferiores al salario mínimo y/o trabajaron menos de la jornada legal y tienen el deseo y disponibilidad de trabajar horas adicionales. Es la sumatoria del subempleo por insuficiencia de tiempo de trabajo y por insuficiencia de ingresos. (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2017, pág. 6)

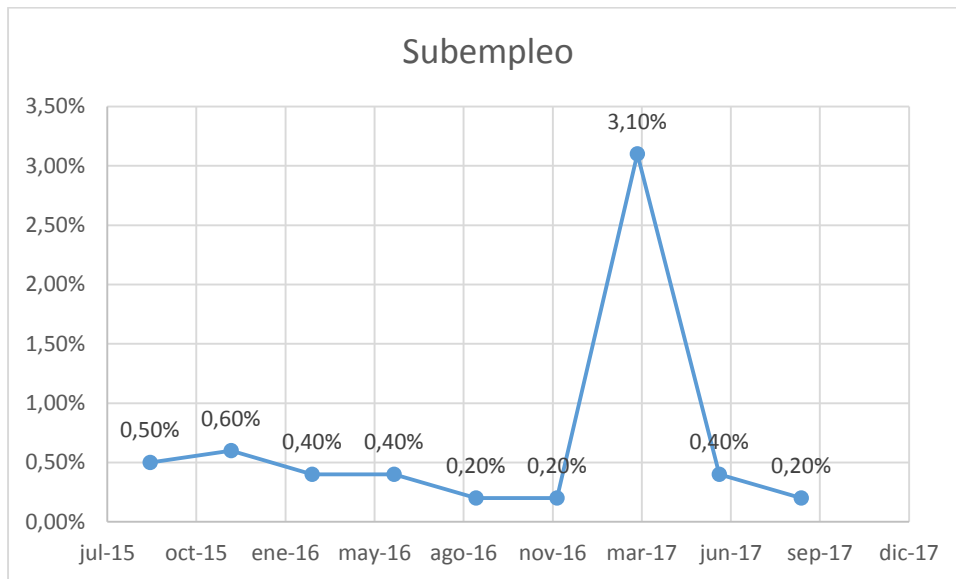


Figura 11 Subempleo

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos

Elaborado: Mayra Tayupanta

En el mes de marzo del 2017 indica un pico de 3.10%, siendo el porcentaje más alto durante todo el año, y con el resto de datos se observa que el porcentaje además de ser bajo se mantiene constante a nivel del país.

2.01.03. Factor Legal

Las empresas obtienen documentos y reglamentos para su funcionamiento lícito y correcto, además son guía para el desarrollo de la actividad que se va a realizar.

2.01.03.01. Obtención del RUC

- Original y copia a color de Cédula de Identidad
- Original y copia de certificado de votación
- Original y copia de agua, luz o teléfono donde indique la dirección donde se realizará la actividad.

2.01.03.02. Licencia única de Actividad Económica

- Solicitud LUAE
- Formulario de Reglas Técnicas de Arquitectura Urbanística

- Copia de RUC
- Copia de cedula del representante legal
- Copia de papeleta de votación vigente del representante legal
- Copia del nombramiento del representante legal
- Autorización del dueño para colocar rótulo si el local es arrendado
- Fotografía del rotulo con la fachada. Si el rótulo no está colocado un esquema gráfico con las dimensiones
- En caso que el trámite lo realice una tercera persona, carta de autorización
(Distrito Metropolitano de Quito, 2016, pág. 1)

2.01.03.03. Registro de Actividades Económicas para la Gestión Tributaria (Patente)

- Formulario de Inscripción (Descargar de: www.quito.gob.ec), firmado por el contribuyente o representante legal en caso de Sociedades.
- Copia de la cédula de identidad y certificado de votación de la última elección del contribuyente
- Copia del RUC
- Acuerdo de Responsabilidad y Uso de Medios Electrónicos
- Original y Copia o copia certificada del documento que sustente la creación de la Sociedad de acuerdo a cada tipo de sociedad.
- Copia de una planilla de servicio básico donde ejecuta la actividad económica o contrato de arrendamiento legalizado
- Copia de la calificación artesanal vigente, emitida por la Junta de Defensa del Artesano, para el caso de Artesanos

- Copia del carné del CONADIS o Ministerio de Salud vigente, para el caso de personas con Discapacidad. (Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, 2016, pág. 2)

2.01.03.04. Permiso de Bomberos

- “Solicitud de inspección del local
- Informe favorable de la inspección
- Copia del RUC; y
- Copia de la calificación artesanal (artesanos calificados)” (Foros ecuador.ec, 2013)

2.01.03.05. Obtención de Calificación de Artesano

- Solicitud de certificación de Artesano Calificado que se obtiene en la JNDA o en las Juntas Provinciales y Cantonales.
- Copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación.
- Copia de la última calificación (según el caso).

2.01.03.05.01.Requisitos para certificar el taller

- Copia cédula identidad.
- Copia certificado de votación (hasta 65 años).
- Foto carné actualizada a color.
- Tipo de sangre.
- Solicitud adquirida en la JNDA, Juntas Provinciales y Cantonales.
- Luego se inspeccionará el taller para determinar si cumple con lo que determina la ley y se extenderá la calificación de taller artesanal.

(somosemprendedores, 2017)

2.01.04. Factor Tecnológico

Es uno de los factores de mayor efecto sobre la actividad empresarial.

Tecnología se refiere a la suma total del conocimiento que se tiene de las formas de hacer las cosas. Sin embargo su principal influencia es sobre la forma de hacer las cosas, cómo se diseñan, producen, distribuyen y venden los bienes y los servicios.

La repercusión de la tecnología se manifiesta en nuevos productos, máquinas, herramientas, materiales y servicios. Algunos beneficios de la tecnología son: mayor productividad, estándares más altos de vida, más tiempo de descanso y una mayor variedad de productos. (Peñalver, 2012)

Así como los anteriores factores, este en especial cumple con funciones innovadoras para el avance y facilidad para cumplir las funciones cotidianas de la empresa, ya que depende mucho del nivel de tecnología para la textura y tiempo en el que se desarrolle el producto.

En la actualidad la tecnología es un fiel aliado para que una empresa funcione, crezca y realice sus tareas efectivamente, además una empresa bien equipada con internet, equipos, programas, sistemas virtuales, etc., la cual está adecuada para su participación y competencia en el mercado.

Para esta microempresa la tecnología se observa en sus programas software para diseños de las prendas; equipos y maquinaria adecuada para su confección otorgando al final un producto para la satisfacción del cliente.

2.02. Entorno Local

Se identifica el lugar donde se ubica la empresa y a su alrededor, como los clientes, proveedores encargados de la distribución de insumos y materia prima, así mismo también su competencia, con el fin de establecer un sitio estratégico y beneficioso propio.

2.02.01. Clientes

Son personas a quienes está destinado el producto o servicio que ofrece una entidad; una empresa es dependiente con sus clientes porque si no hay ventas tampoco habrá producción y por lo tanto no habrá ingresos, es por eso que se debe cuidar, estar al tanto de sus necesidades, cambios y mantener tendencias y así ofrecer un buen servicio o trato para conveniencia de la empresa.

Tabla 3 Clientes

Clientes	
Segmentación de Genero	Masculino y Femenino
Edad	64 años y más
Geografía	Zona La Delicia
Total de Personas	25.042

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Mayra Tayupanta

2.02.02. Proveedores

La empresa necesita insumos, materia prima, equipos, maquinaria, etc., es por esto que están los proveedores que se encargan de proveernos de los materiales y herramientas necesarias para desarrollar nuestro fin.

Tabla 4 Proveedores

Proveedores		
Nombre de Proveedor	Insumo o Material	Dirección
Almacén Lesly	Telas, hilos	Av. Prensa N57-66 y Pedro Valverde
Textil Padilla	Telas	Av. Puerto Rico S2-16 y Argentina San Carlos de Alangasi
Álvarez León Juan Carlos	Insumos (botones, cierres, broches, hilos, tijeras, etc.)	Av. Prensa 4084 y Valverde
Insumos para la Confección Interpeña Cía. Ltda.	Máquinas industriales y mantenimiento	Av. De los Granados E14-637 y Eloy Alfaro

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Mayra Tayupanta

2.02.03. Competidores

Son entidades que nos rodean de las cuales debemos estar precavidos y alertas ante cualquier percance con algún producto sustituto o similar al nuestro.

En este caso no se presentan competidores directos, dando como oportunidad con el negocio, pero sin embargo no muy lejos existen empresas grandes y más desarrolladas con productos sustitos, los cuales es una fuerte competencia para la microempresa se requiere crear.

2.03. Análisis FODA

Tabla 5 Análisis FODA

Oportunidades	Amenazas
• El porcentaje de la tasa de interés pasiva es muy conveniente para inversiones. • La cantidad de personas en la edad adecuada es óptima para realizar el proyecto. • Los proveedores ofrecen buen servicio y calidad en sus productos. • No hay competencia que afecte directamente.	• El PIB manufacturero refleja decaída en la producción industrial • Los precios para prendas y calzados y a nivel general son bajos. • La tasa de interés activa es muy alta para una microempresa, provocando dificultad al momento del pago. • Existe competencia indirecta cerca del entorno. • Las empresas competentes son más grandes y desarrolladas.

*Fuente: Investigación Propia
Elaborado: Mayra Tayupanta*

Análisis:

La empresa se enfrenta a grandes complicaciones exteriores influencias exteriores, que en su mayoría de datos está disminuyendo en pequeñas cantidades y

con el transcurso del tiempo sean escasas, sin embargo también tiene oportunidades muy favorables que fortalecen para dar continuidad con el emprendimiento.

2.04. Propuesta Estratégica

En la propuesta estratégica se desarrolla propósitos, técnicas, estrategias por la empresa con visión a mediano o largo plazo con el fin de cumplir sus objetivos, términos, políticas, establecer reglas y fines proyectados, contribuyendo en el proyecto para su mejora continua.

2.04.01. Misión

La misión es la razón y propósito de la existencia de la empresa, institución u organización, con ella da a conocer el tipo de trabajo y producto que ofrece para la satisfacción de sus clientes.

2.04.01.01. Misión de la Empresa

Somos una microempresa de confección productora de prendas de vestir elaboradas por investigaciones previas y den un resultado adecuado, cómodo y sutil, diseñado para la conformidad y bienestar del adulto mayor.

2.04.02. Visión

La visión se enfoca en el perfil de la empresa a largo plazo, debe ser realista a través de sus objetivos y motivación de los participantes para el desarrollo de la misma.

2.04.02.01. Visión de la Empresa

Ser una empresa industrial líder de confección óptima para personas adultas, que brinda un producto de calidad para complacer las expectativas de los clientes en el año 2023.

2.04.03. Objetivos

Es el logro final de una idea, operación, procedimiento o el resultado al que se pretende llegar, aplicando metodologías sistemáticas y planificaciones.

2.04.03.01. Objetivo General

Crear prendas casuales, cómodas y adecuadas para el adulto mayor, garantizando un resultado de complacencia para nuestros clientes

2.04.03.02. Objetivos Específicos

- Crecer en producción un 60% para el año 2020.
- Aumentar el nivel de ventas un 25% para el siguiente año.
- Incrementar equipo y maquinarias.
- Ampliar el área de producción y ventas.
- Implementar nueva línea de diseño para personas adultos y adultos mayores.

2.04.04. Valores y Principios

Son características de la empresa la cual opta por diferenciarse de las demás, ya que sus integrantes mantendrán la buena práctica y la identificación de la misma.

2.04.04.01. Nuestros Valores y Principios

- **Respeto**

Aceptar y acatar sugerencias sin discriminación alguna, involucrando a todo el personal con conducta positiva, así mismo consentir normativas establecidas dentro y fuera de la empresa.

- **Honestidad**

Conocer y practicar la moral de la empresa al ser transparente en el manejo de recursos financieros, tecnológicos y materiales dentro de ella.

- **Puntualidad**

Desempeñar a tiempo las tareas asignadas, pedidos de producción, deberes y obligaciones, reflejando respeto del tiempo ajeno.

- **Responsabilidad**

Cumplir los compromisos que se tome en la empresa y a su alrededor, tomar decisiones inmediatas cuyo resultado sea positivo.

- **Creatividad**

Indagar permanentemente nuevas e innovadoras maneras de realizar el trabajo, de esta manera la empresa obtendrá desarrollo en su capacidad de diseñar, plantear y laborar.

- **Solidaridad**

Instituir un ambiente de compañerismo, ser generosos, brindarse apoyo y así generar trabajo en equipo, para que todo el personal se empodere con la misión y visión de la empresa.

- **Innovación**

Conservar maquinaria y equipos con la tecnología actualizada y garantizar procedimientos estandarizados, generando productividad y eficiencia para alcanzar la excelencia.

- **Cuidado de Medio Ambiente**

Cuidar y mantener buena relación con el medio ambiente, aplicando técnicas amigables para reducir, reusar y reciclar materiales.

2.04.05. Gestión Administrativa

En la Gestión Administrativa se requiere concordancia para administrar y regular los recursos, siendo así que la unión y cooperación de los departamentos sea para cumplir con los objetivos.

2.04.05.01. Organigrama Estructural

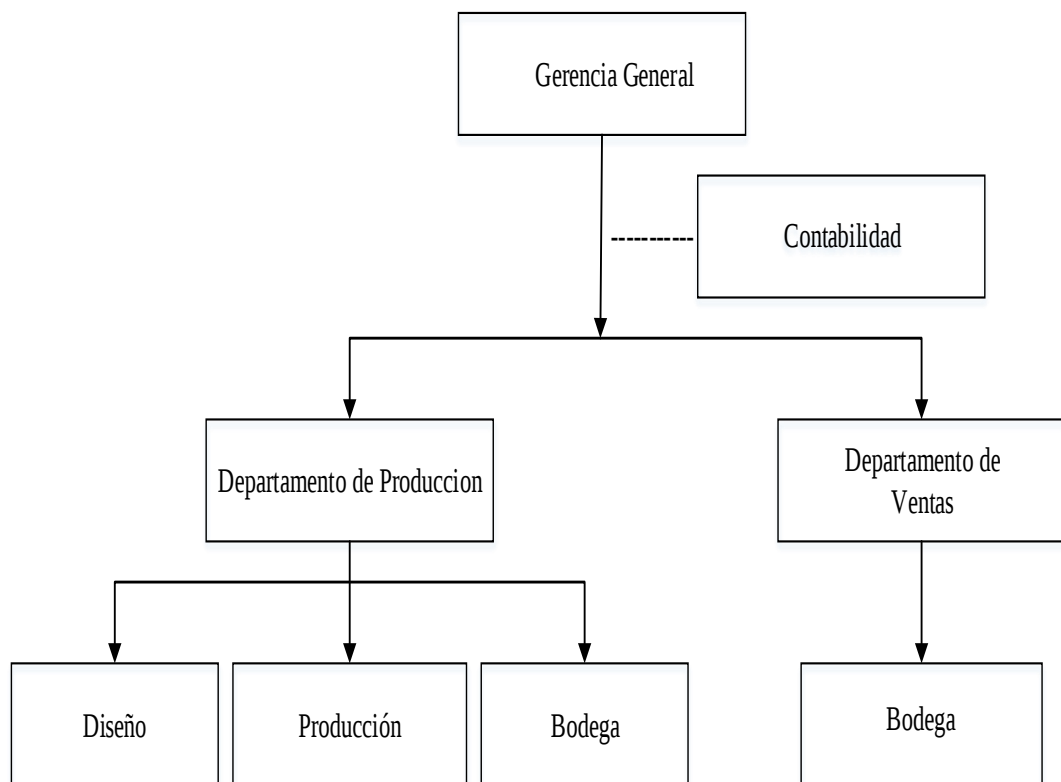


Figura 12 Organigrama Funcional
Elaborado por: Mayra Tayupanta
Fuente: Investigación Propia

2.04.05.02. Manual de Funciones

Tabla 6 Manual de Funciones Gerente General

Nombre del Cargo: Gerente General		
Requisitos	Formación	Tecnólogo o Administrador de empresas, conocimientos en contabilidad y manejo del personal.
	Experiencia	Tiempo de experiencia mínimo 3 años
	Virtudes	Líder, dinámico, proactivo, comprensible, afanoso, inteligente, eficiente, visionario, democrático.
	Funciones	Organiza, planea, controla, toma decisiones y estrategias para el desarrollo del resto de departamentos. Gestiona y supervisar al personal Coordina y ejecuta tratos con clientes para pedidos de producción. Revisa Informes mensuales realizados por los jefes de departamentos. Controlar y dirigir ingresos y egresos Informar a todo el personal decisiones y estrategias tomadas.

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta

Tabla 7 Manual de Funciones Jefe de Producción

Nombre del Cargo: Jefe de Producción		
Requisitos	Formación	Tecnólogo o Administrador de empresas, conocimientos en contabilidad y manejo del personal.
	Experiencia	Tiempo de experiencia mínimo 2 años
	Virtudes	Proactivo, carismático, dinámico, positivo, hábil, eficiente y eficaz
	Funciones	Planificar y organizar la producción Controlar distintas técnicas de calidad. Estandariza y controla tiempos para su mejora continua. Controla entradas y salidas de materiales en stock de la bodega. Administra personal en planta. Gestiona pedidos y órdenes de producción.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta

Tabla 8 Manual de Funciones Contador Externo

Nombre del Cargo: Contador Externo		
Requisitos	Formación	Contador
	Experiencia	Tiempo de experiencia mínimo 2 años
	Virtudes	Honesto, puntual, responsable, minucioso, informativo.
	Funciones	Realizar auditorías internas. Presentar informes por cada auditoría realizada.
Fuente: Investigación propia		
Elaborado por: Mayra Tayupanta		

Tabla 9 Manual de Funciones Diseñador

Nombre del Cargo: Diseñador		
Requisitos	Formación	Diseñador/a de modas o Diseñador gráfico y sepa manejar programas de diseño
	Experiencia	Tiempo de experiencia mínimo 1 año.
	Virtudes	Creativo, innovador, hábil, eficiente, imaginativo.
	Funciones	Elabora, crea y diseña muestras y prendas para su confección teniendo en cuenta las tendencias de nuestros clientes. Verifica cualidades de acabados. Investiga necesidades para la elaboración de la ropa adecuada. Elabora fichas de control de diseños y procedimientos.
Fuente: Investigación propia		
Elaborado por: Mayra Tayupanta		

Tabla 10 Manual de Funciones Vendedor

Nombre del Cargo: Vendedor		
Requisitos	Formación	Bachiller con conocimientos contables, ventas y atención al cliente.
	Experiencia	Tiempo de experiencia mínimo 6 meses
	Virtudes	Carismático, dinámico, puntual, integro.
	Funciones	Controlar entradas de producción en bodega y unidades vendidas y entregadas. Brinda atención y confort hacia sus clientes y proveedores. Mantiene estrategias de publicidad y promociones. Cumplir y controlar requerimientos en los pedidos.
Fuente: Investigación propia		
Elaborado por: Mayra Tayupanta		

Tabla 11 Manual de Funciones Operario

Nombre del Cargo: Operario

Requisitos	Formación	Bachiller o que tenga conocimientos en técnicas de corte y confección.
	Experiencia	Tiempo de experiencia mínimo 1 año
	Virtudes	Proactivo, hábil, eficiente, eficaz, enérgico, cooperativo, creativo.
	Funciones	Cortar ordenes solicitadas Ser ágil en su trabajo Ser minucioso en sus labores Verificar calidad en acabados de la ropa. Elaborar ropa con los requerimientos establecidos Cumplir con las tareas diarias asignadas.

*Fuente: Investigación propia**Elaborado por: Mayra Tayupanta***2.04.06. Gestión Operativa**

En la gestión operativa se establece y distribuye recursos para ser utilizados estratégicamente y cumplir con los objetivos previstos.

2.04.06.01. Flujograma

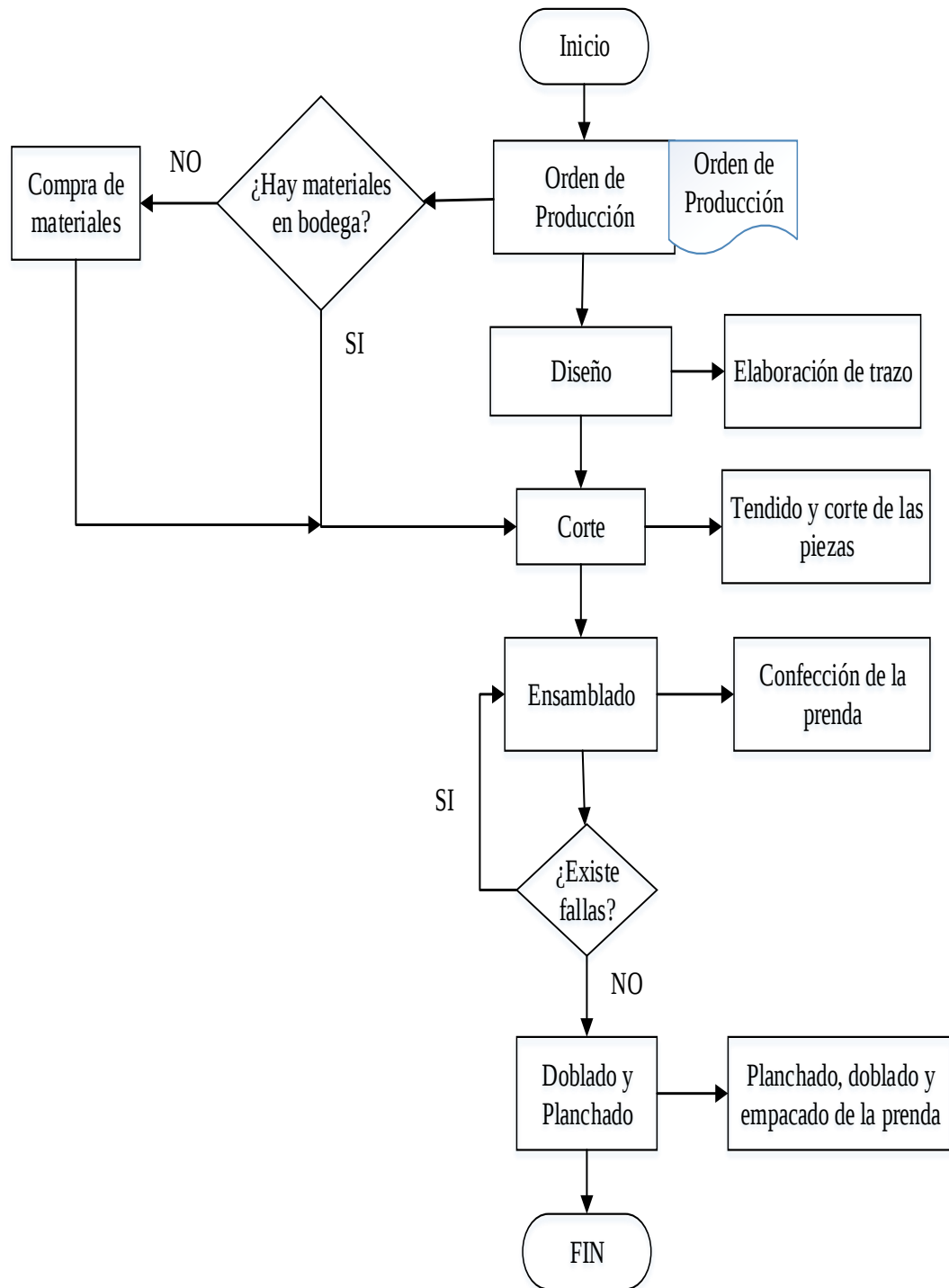


Figura 13 Flujograma
 Fuente Investigación Propia
 Elaborado por: Mayra Tayupanta

2.04.07. Gestión Comercial

En la Gestión Comercial se planifica, crea e idealiza estrategias comerciales y de márketing que sean novedosas para promocionar el producto con la concentración de las cuatro P: producto, plaza, precio y promoción y a través de este medio aplicar tácticas, así como también por medio de la comunicación de promotores hacia clientes.

2.04.07.01. Producto

El producto que se ofrece está diseñado especialmente para el adulto mayor, son prendas de vestir que además de verse bien, los hacen sentir bien, cómodos y seguros y además sea de fácil uso para el diario.

Se fabrica diferentes tipos para variedad de elección en modelo, talla, color, etc.; utilizamos materiales e insumos adecuados para cada prototipo de prenda, entre ellas están: blusas, camisas, pantalones, buzos, pijamas y prendas básicas para las personas en la cual nos enfocamos.

2.04.07.02. Precio

Con el precio definimos la aceptación de los clientes para esto la mejor política que opta la empresa es calcular sus costos por producto y sumar el porcentaje de utilidad, para obtener un precio competitivo y conveniente tanto para la empresa como para nuestros compradores.

2.04.07.03. Plaza

La empresa está ubicada en el sector de la Ofelia, esto por la facilidad de transporte hacia sus proveedores y viceversa, también por la cantidad de personas que circulan a su alrededor hace que tengas más oportunidades en el negocio.

2.04.07.04. Promoción

Para ser reconocidos planificar modos de realizar promociones es lo que nos ayudara a abrimos para ser competentes para esto realizaremos:

- Propaganda vía internet, ya que es una manera efectiva de que más personas conozcan nuestros productos.
- Aprovechas eventos o ferias donde asistan cantidades de personas y entregar volantes o tarjetas de presentación.
- El día de la inauguración se entregara cupones de descuento por la compra de dos o más prendas.
- En fechas especiales o temporadas existirá promociones de 2x1 y descuentos

Serán algunas de nuestras ofertas que se regirán según la ocasión, de esta manera lo que queremos lograr es aumentar los niveles de venta, dar buena impresión y el nombre de la empresa se reconozca.

2.04.07.04.01.Nombre de empresa

Mayor Moda

Mediante varias opciones se ha elegido este nombre, debido a que es una empresa de confección especializada en realizar prendas para personas de edad mayor; de ahí su nombre, *Mayor Moda*, lo cual lo hace muy peculiar e interesante sin perder la característica que proviene de una empresa industrial textil.

2.04.07.04.02.Slogan

La comodidad es tu estilo.

2.04.07.04.03. Logo de la Empresa

Se crea un logotipo llamativo lo cual se presenta con características que indican que se enfoca en el sector textil, está diseñado con el nombre de la empresa y su slogan, también presenta colores rojo característico para damas y azul para los caballeros, los cuales define que está dirigido a ambos géneros, además de ser propio de la empresa, indica su autenticidad y etiqueta.



CAPÍTULO III

3. Estudio de Mercado

Consiste en indagar y recolectar información para determinar las posibles respuestas por medio de proveedores, competencia y clientes, siguiendo sus expectativas para así entrar en el mercado y distribuir el producto.

3.01. Análisis del Consumidor

Es la persona o conjunto de personas quienes analizan el producto y por sus detalles o intereses lo compran.

El cliente es un factor muy importante para la empresa, pues estas personas sabrán catalogar el nivel de preferencia según sus gustos, favoritismos, recomendaciones, etc.

3.01.01. Determinación de la Población y Muestra

3.01.01.01. Población

Conjunto de habitantes con mismas características que viven en un determinado sitio o lugar. Para determinar la población se realizó el estudio en la zona de la Delicia de la siguiente manera: Administración zonal La Delicia

Tabla 12 Población

Edad	Hombres	Mujeres
65 y más	11219	13824
Total	25042	

Fuente Investigación Propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta

3.01.01.02. Muestra

Es una porción de la población con selección específica que se desee realizar su análisis, obteniendo todas las características de su estudio para las conclusiones de la población.

3.01.01.02.01. Formula de la muestra

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

Donde:

n: Tamaño de la muestra.

z: Nivel de confianza (95%).

p: Probabilidad de éxito.

q: Probabilidad de fracaso.

N: Tamaño de la población.

e: Error admisible.

$$n = \frac{(1,96)^2 * 0,5 * 0,5 * 25042}{(25042 - 1)(0,05)^2 + (1,96)^2 * 0,50 * 0,50}$$

$$n = \frac{24050,3368}{63,5625}$$

$$n = 379$$

3.01.01.03. Técnicas de Obtención de la Información

Se obtiene la información de nuestros clientes objetivos mediante recolección de datos para determinar gustos, tendencias, intención de compra, nivel de conocimiento del producto, es decir, una investigación a profundidad.

3.01.01.04. Entrevista

Mediante un personaje o personajes del sector o tenga conocimiento del mismo se dedicara en recolectar información y opiniones, siguiendo un formato donde se registrara las respuestas, este método es muy indagador con lo que permite conseguir en mayor nivel la subjetividad de las personas entrevistadas.

3.01.01.05. Focus Group

Es un método de para la recolección de datos, se realiza mediante un grupo no más de 15 personas donde se forma una especie de discusión y entrevista sobre algún producto o servicio que se ofrece.

3.01.01.06. Encuesta

Es una técnica cuantitativa para obtener datos objetivos y subjetivos de la población que se va a estudiar. La encuesta o también cuestionario es un método fiable que se realiza mediante una serie de preguntas a las personas selectas a fin de medir resultados.

Conociendo los varios casos para la obtención de información para el proyecto, en este caso usaremos la encuesta siendo la herramienta más viable para realizar este tipo de investigación, mediante el modelos siguiente.

3.01.01.06.01. Modelo de Encuesta

Encuesta de Gustos y Preferencias

Código de la encuesta: _____

Introducción

Esta encuesta se realiza con el fin de conocer gustos, preferencias e identificar la demanda de prendas de vestir para personas de la tercera edad.

Instrucciones

- Utilice solamente esferográfico azul o negro
- Marque con una x en el cuadro de la respuesta que considere conveniente.

Datos Informativos

¿En qué rango se encuentra su edad?

20 a 30 años ☐ 31 a 40 años ☐ 41 a 55 años ☐
56 a 65 años ☐ Más de 65 años ☐

Indique su género:

Masculino ☐ Femenino ☐

1. ¿Adquiere usted prendas de vestir el para adulto mayor?

Si

No

Ocasionalmente

2. ¿Cuándo usted adquiere este tipo de prendas, cuál es su origen?

Nacional

Importada/Extranjera

No importa el origen

3. ¿Al momento de adquirir un producto que es lo que toma en cuenta?

Marca

Modelo

Calidad

Precio

4. ¿Dónde adquiere usualmente los diferentes tipos de prendas?

Mercados mayoristas

Centros comerciales

Almacenes

Catálogos

5. ¿Cuánto suele gastar en promedio por la compra esta indumentaria?

Entre \$20 y \$30

Entre \$31 y \$40

Entre \$41 y \$50

Más de \$50

6. ¿A través de que medio le gustaría informarse acerca de conjuntos de prendas de vestir para el adulto mayor?

Páginas web

Redes Sociales

Afiches o volantes

Ferias

7. ¿Con qué frecuencia adquiere esta indumentaria?

Trimestral

Semestral

Anual

Mayor a 1 año

8. ¿Si se implementa una empresa que produce vestimenta exclusiva para el adulto mayor, usted estaría dispuesto a comprar este producto?

Si

No

Gracias por su colaboración

3.01.02. Análisis de la Información

3.01.02.01. Edad

Tabla 13 Rango de edad

Edad	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
20 a 30 años	69	18,2	18,2	18,2
31 a 40 años	28	7,4	7,4	25,6
41 a 55 años	77	20,3	20,3	45,9
56 a 65 años	125	32,9	33,0	78,9
Más de 65 años	80	21,1	21,1	100,0
Total	379	100,0	100,0	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta



Figura 14 Rango de edad

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta

Se realizó 379 encuestas de las cuales el 18,32% son personas con edad de 20 a 30 años; el 7,39% de 31 a 40 años; el 20,32% de 41 a 55 años, sin embargo, el porcentaje mayor es de 32,98 % y lo obtiene las personas de 56 a 65 años, seguido con el 21,11% de personas mayores de 65 años, lo que significa que el 54,09% de las personas encuestadas están dentro del rango a quienes está dirigido.

3.01.02.02. Género

Tabla 14 Género

Genero	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Masculino	145	38,3	38,3	38,3
Femenino	234	61,7	61,7	100,0
Total	379	100,0	100,0	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta

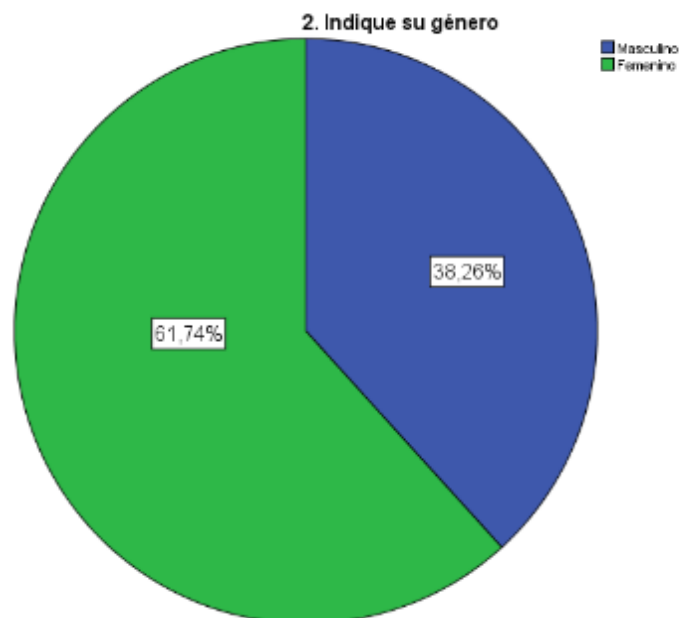


Figura 15 Segmentación de género

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta

De 379 personas encuestadas 145 personas es decir el 38,26% son hombres y 234 o el 61,74% son mujeres, es decir, más de la mitad de la muestra está basada en opiniones del el género femenino.

3.01.02.03. Primera pregunta

Tabla 15 Adquisición

Adquisición	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
si	208	54,9	54,9	54,9
no	65	17,2	17,2	72,0
ocasionalmente	106	28,0	28,0	100,0
Total	379	100,0	100,0	

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta

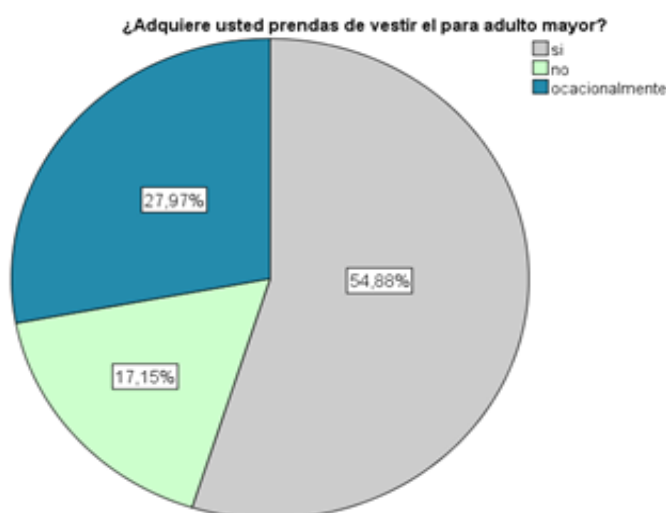


Figura 16 Nivel de adquisición

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta

De las 379 encuestas realizadas el 54,88% de personas si adquiere o compra prendas para el adulto mayor y siendo el más alto de los porcentajes es beneficioso para el proyecto debido a que la aceptación se obtiene de más de la mitad de la muestra. En segundo lugar está el 27,97%, que indica que las personas ocasionalmente compran este tipo de prendas y por último el 17, 15% de personas que no compra el producto, como el porcentaje es pequeño no afecta en su mayoría a la aceptación.

3.01.02.04. Segunda pregunta

Tabla 16 Origen de la prenda

Origen	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nacional	232	61,2	61,2	61,2
Importada/Extranjera	16	4,2	4,2	65,4
No importa el origen	131	34,56	34,56	100,0
Total	379	100,0	100,0	

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta

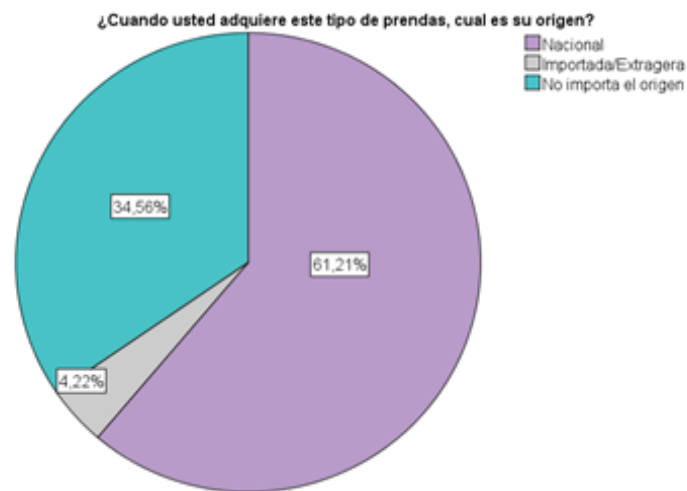


Figura 17 Preferencia del origen de la prenda

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta

De las 379 personas encuestadas el 61,21%, es decir más de la mitad de la muestra prefiere que el origen de las prendas sea nacional, es decir las prendas fabricadas dentro del país tiene un nivel favorable de aceptación y lo cual con la implementación de la empresa se fortalecerá la mano de obra ecuatoriana y con ello también la matriz productiva.

Al 34,56% o como segundo lugar no le importa el lugar de su origen y como último al 4,22% prefiere que las prendas sean de producción extranjera.

3.01.02.05. Tercera pregunta

Tabla 17 Importancia de producto

Producto	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Marca	33	8,7	8,7	8,7
Modelo	119	31,4	31,4	40,1
Calidad	87	23,0	23,0	63,1
Precio	140	36,9	36,9	100,0
Total	379	100,0	100,0	

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta



Figura 18 Segmentación de importancia del producto

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta

De las 379 personas encuestadas el 36,94% y siendo también el porcentaje mayor, indico que al adquirir una prenda su mayor preferencia es el precio de la misma, por lo tanto se debe tomar mucho en cuenta los costos para su elaboración.

A continuación le sigue el modelo de la prenda con 31,40% lo cual indica que en segundo lugar la muestra visualiza y toma en cuenta las características del producto.

El 22,96% muestra que la calidad de producto importa al momento de la compra, no es un porcentaje tan alto pero no deja de ser importante, no se debe descuidar los

detalles y ser minuciosos en todo el procedimiento y con el 8,71% siendo el más bajo indica su preferencia en la marca de la ropa que adquiere.

3.01.02.06. Cuarta pregunta

Tabla 18 Plaza

Plaza	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Mercados mayoristas	99	26,1	26,1	26,1
Centros Comerciales	106	27,97	27,97	54,1
Almacenes	121	31,9	31,9	86,0
Catálogos	53	13,96	13,96	100,0
Total	379	100,0	100,0	

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta

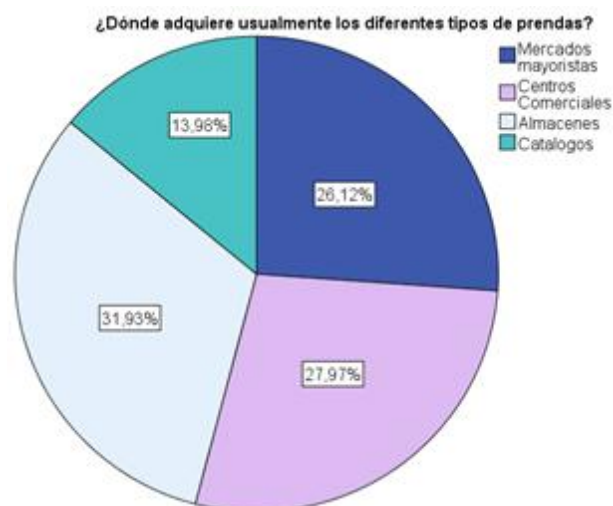


Figura 19 Plaza de producto

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta

Del 100% es decir de 379 encuestas realizadas el 31,93% prefiere comprar en almacenes de ropa; seguido con el 27,97% en centros comerciales y 26,1% en mercados mayoristas, estos dos ítems van a la par y el 13,96 va por adquirir vía catálogos.

3.01.02.07. Quinta pregunta

Tabla 19 Costo referencial del producto

Costo	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
20 a 30	170	44,9	44,9	44,9
31 a 40	165	43,5	43,5	88,4
41 a 50	36	9,5	9,5	97,9
Más de 50	8	2,1	2,1	100,0
Total	379	100,0	100,0	

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta



Figura 20 Referencias de costo

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta

De las 379 encuestas realizadas el 44,85% paga en promedio de 20\$ a 30\$ por esta clase de indumentaria, seguido casi a la par con el 43,54% que indica que gasta entre 31\$ y 40\$ lo cual no son costos muy altos que se paga por el producto.

El 9,50% gasta de 41\$ a 50\$ y el 2,11% más de 50\$, esto indica que hay pocas personas que están dispuestas a pagar más de 40\$ y 50\$ por una prenda.

3.01.02.08. Sexta pregunta

Tabla 20 Publicidad

Publicidad	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Página web	47	12,4	12,4	12,4
Redes sociales	68	17,9	17,9	30,3
Afiches o volantes	89	23,5	23,5	53,8
Ferias	175	46,17	46,2	100,0
Total	379	100,0	100,0	

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta



Figura 21 Publicidad del producto

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta

De las 379 encuestas realizadas el 46,17% es decir casi la mitad de la muestra indica que las ferias serian un lugar adecuado para promocionar este tipo de prendas para convencerse visualmente y recibir información directa. El 23,46% van por la opción de afiches y volantes, donde les gustaría recibir los detalles de las prendas. El 17,94% por redes sociales y el 12,40% a través de páginas web; esto es vía internet y aunque su porcentaje es bajo son aproximadamente el 30% de las personas que reciben su información de artículos mediante este medio.

3.01.02.09. Séptima pregunta

Tabla 21 Frecuencia de compra

Frecuencia	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Trimestral	149	39,3	39,3	39,3
Semestral	135	35,6	35,6	74,9
Anual	52	13,7	13,7	88,7
Más de 1 año	43	11,3	11,3	100,0
Total	379	100,0	100,0	

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta

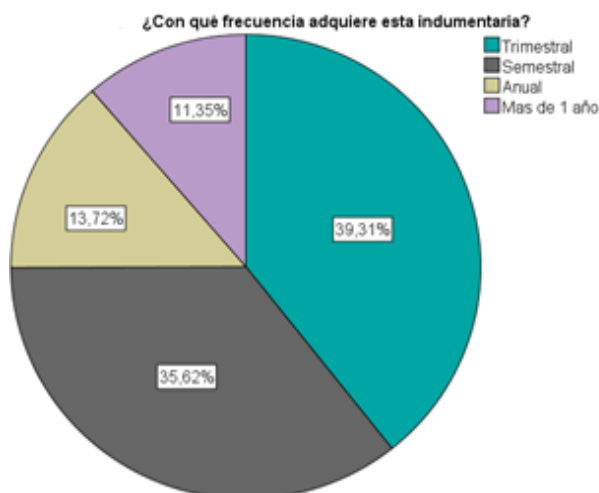


Figura 22 Frecuencia de compra

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta

Del 100% de las personas encuestadas el 39,31% indicaron que la ropa para el adulto mayor compran cada trimestre y el 35,62% cada semestre por lo tanto este tipo de indumentaria si representa demanda y aceptación para la mayoría de personas.

El 13,72% adquieren cada año y el 11,35% a más de un año, es un porcentaje algo bajo de las personas que no frecuentan a comprar estas prendas.

3.01.02.10. Octava pregunta

Tabla 22 Disposición de compra

Disposición	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
si	351	92,6	92,6	92,6
no	28	7,39	7,4	100,0
Total	379	100,0	100,0	

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta

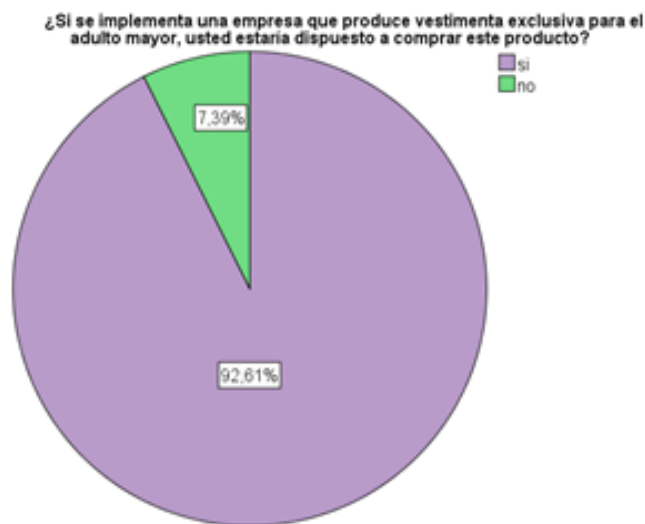


Figura 23 Disposición de compra

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta

De las 379 personas encuestadas 351 o el 92,6% afirmaron que si comprarían las prendas diseñadas para el adulto mayor.

A 28 personas o al 7,39% señalaron que no comprarían el producto.

Debidos a que el porcentaje mayor es positivo se muestra que el producto mantiene alto nivel de aceptación en el mercado.

3.02. Oferta

Es la cantidad de bienes y/o servicios que los productores ofrecen en el mercado para sus consumidores objetivo, para esto el productor depende directamente de sus recursos, determinando un equilibrio en el precio.

3.02.01. Oferta Histórica

Son datos de ventas anteriores que se había dado cada año por la empresa, es información con la cual se analiza el crecimiento o declive de la producción, es decir la situación productiva que le espera a la organización.

En esta ocasión se presenta una nueva microempresa al igual que su producto y es por esto que no se cuenta con datos históricos.

3.02.02. Oferta Actual

Es la cantidad actual o existente de productos que posee el productor para facilidad de adquisición en el mercado.

Tabla 23 Oferta actual

Demanda Actual	Competencia	Oferta Actual
\$911.323	55%	\$50.0316,58

*Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Mayra Tayupanta*

3.02.03. Oferta Proyectada

Son datos a futuro que se dan según la aceptación de la competencia y nos permite visualizar la cantidad de productos que podríamos elaborar.

Tabla 24 Oferta proyectada

Años	Demanda proyectada	Competencia	Oferta Proyectada
2018	\$ 911.323,46	55%	\$ 500.316,58
2019	\$ 944.131,10	55%	\$ 518.327,97
2020	\$ 978.119,82	55%	\$ 536.987,78
2021	\$1.013.332,13	55%	\$ 556.319,34
2022	\$1.049.812,09	55%	\$ 576.346,84

*Fuente: Investigación propia**Elaborado por: Mayra Tayupanta*

3.03. Productos Sustitutos

Son producto o bienes que pueden remplazar, así como también tienen características similares y sirven para realizar las mismas actividades o tener la misma utilidad, además de que su precio puede ser el mismo o más bajo.

Existen productos que influyen indirectamente en la competencia y venta de las prendas, aquí detallo algunos de ellos:

- Calentadores
- Camisetas
- Pijamas
- Blusas y camisas
- Faldas y pantalones

Son productos similares a los que se producirá con algunos detalles que se añaden para diferenciarlas, además al ser un producto específicamente nuevo no existe información para determinar datos como la oferta histórica, actual y proyectada.

3.04. Demanda

Es la cantidad de productos que las personas pueden comprar en el mercado según el tiempo y precio.

3.04.01. Demanda Histórica

Son datos pasados sobre la petición o necesidad de estas prendas y ya que son productos nuevos no se puede calcular dicha información.

3.04.02. Demanda Actual

Son datos del bien y/o producto que se pretende cubrir en el presente año según la cantidad de personas que requieren su consumo.

Tabla 25 Resultado de la encuesta

Consumo aparente	55%
Frecuencia (Trimestral)	39,30%
Aceptación	92,60%
Precio (20-30)	25

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta

Tabla 26 Demanda actual

Población	25042
Aceptación	23189
Frecuencia	36453
Precio	\$ 911323,46
Demanda Actual	\$ 911323,46

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta

3.04.03. Demanda Proyectada

Tabla 27 Demanda proyectada

Años	Crecimiento poblacional 3,60%	Demanda proyectada
2018	1	\$ 911.323,46
2019	1,036	\$ 944.131,10
2020	1,036	\$ 978.119,82
2021	1,036	\$1.013.332,13
2022	1,036	\$1.049.812,09

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta

3.05. Balance Oferta-Demanda

3.05.01. Balance Actual

Tabla 28 Balance oferta-demanda actual

Oferta Actual	Demanda Actual	Demanda Insatisfecha
\$500.316,58	\$911.323,46	\$411.006,88

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta

3.05.02. Balance Proyectado

Tabla 29 Balance oferta-demanda proyectada

Año	Oferta Proyectada	Demanda Proyectada	Demanda Insatisfecha
2018	\$500.316,58	\$ 911.323,46	\$ 411.006,88
2019	\$518.327,97	\$ 944.131,10	\$ 425.803,13
2020	\$536.987,78	\$ 978.119,82	\$ 441.132,04
2021	\$556.319,34	\$1013.332,13	\$ 457.012,79
2022	\$576.346,84	\$1049.812,09	\$ 473.465,25

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta

CAPÍTULO IV

4. Estudio Técnico

Es la etapa donde sobresalen los aspectos operativos y recursos necesarios para construcción del bien, también en el estudio técnico se identifica materiales, maquinaria, equipos y varias instalaciones para desarrollar el proyecto e identificar toda su inversión.

Se desempeña el proceso productivo a partir de la entrada de materia prima y se detalla cada paso hasta la recepción del producto, además se identifica la capacidad de producción, diseño de infraestructura y talento humano.

4.01. Tamaño del Proyecto

Conforma la capacidad o que tan grande puede llegar a ser el proyecto de acuerdo a las dimensiones por área.

4.01.01. Capacidad Instalada

Representa el tamaño de producción máximo que se trabaja en un tiempo determinado con tiempos estándares que se cumplen para cubrir la demanda y así se conocerá el nivel en el que se gestiona.

Tabla 30 Descripción de Proceso Productivo (pantalón)

Proceso Productivo					
Producto:	Pantalón masculino		Producto:	Pantalón femenino	
Actividad	Descripción	Tiempo	Actividad	Descripción	Tiempo
Diseño de la prenda	La persona diseñadora crea la prenda adecuada para las personas según su necesidad	0:45:00	Diseño de la prenda	La persona diseñadora crea la prenda adecuada para las personas según su necesidad	0:40:00
Trazo y corte	Se acomoda, traza y corta las piezas según la orden de corte (tipo de tela Color, cantidad y modelo)	0:20:00	Trazo y corte	Se acomoda, traza y corta las piezas según la orden de corte (tipo de tela Color, cantidad y modelo)	0:16:00
Termo fijación	De acuerdo al tamaño y diverso tipo de piezas (pretina) se fija térmicamente el pelón en la plancha.	0:00:06	Termo fijación	De acuerdo al tamaño y diverso tipo de piezas (pretina) se fija térmicamente el pelón en la plancha.	0:00:06
Preparación de pretina	La pretina de arma y quede lista para colocarla	0:00:12	Preparación de pretina	La pretina de arma y quede lista para colocarla	0:00:12
Preparación de delantero y posterior	Se coloca bolsillos y cierre	0:15:00	Preparación de delantero	Se coloca bolsillos	0:06:00
Unión de tiro y costado	Se orilla costados y tiro para luego ser unidos, según el modelo.	0:10:00	Unión de tiro y costado	Se une un costado y el otro se coloca cierre a partir de la rodilla, se une tiro posterior.	0:06:00
Colocación de pretina	La pretina antes preparada se coloca correctamente.	0:03:00	Colocación de pretina	La pretina antes preparada se coloca correctamente.	0:04:00

Pre acabado	Se coloca botones, broches o velcro. Se orilla bastas.	0:02:00	Pre acabado	Orillado de bastas	0:00:25
Control de calidad	La prenda terminada se pule, plancha, dobla y empaca para su almacenamiento.	0:08:00	Control de calidad	La prenda terminada se pule, plancha, dobla y empaca para su almacenamiento.	0:08:00
Total		1:43:18	Total		1:20:43

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta

Tabla 31 Descripción de Proceso Productivo (blusa/camisa)

Proceso Productivo		
Producto:	Blusa y/o camisa	
Actividad	Descripción	Tiempo
Diseño de la prenda	La persona diseñadora crea la prenda adecuada para las personas según su necesidad	0:45:00
Trazo y corte	Se acomoda, traza y corta las piezas según la orden de corte (tipo de tela Color, cantidad y modelo)	0:20:00
Termo fijación	Se fija el pelón a las piezas que forman la vincha que llevara la prenda	0:00:10
Preparación de cuello	El cuello se arma y los bolsillos se doblan y hace respunte.	0:00:50
Armado de vincha	Se arma la vincha en el delantero de la prenda	0:01:30
Ensamblado de piezas	Se une espalda, delantero y mangas.	0:03:00
Coloca cuellos y puños	Los cuellos y puños antes armados son colocados de acuerdo al tono correcto de tela y modelo.	0:02:00
Pre acabado	Se coloca, broches y velcro. Se realiza bajo	0:04:00
Control de calidad	La prenda terminada se pule, plancha, dobla y empaca para su almacenamiento.	0:05:00
Total		1:21:30

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta

Tabla 32 Capacidad Instalada

	Personal	Minutos (diarios)
	5	480
Producción diaria		127
Producción semanal		637
Producción mensual		2804
Producción anual		33664

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta

4.01.02. Capacidad Óptima

La capacidad es óptima cuando se reducen costos para la producción sin embargo su rentabilidad no presenta amenaza, si no que mantiene la rentabilidad alta a pesar de que esta no se efectúe en su máxima capacidad.

Tabla 33 Proceso Productivo

Proceso Productivo					
Producto: Pantalón masculino		Producto: Pantalón femenino		Producto: Blusa y/o camisa	
Actividad	Tiempo	Actividad	Tiempo	Actividad	Tiempo
Diseño de la prenda	0:50:00	Diseño de la prenda	0:45:00	Diseño de la prenda	0:50:00
Trazo y corte	0:25:00	Trazo y corte	0:20:00	Trazo y corte	0:25:00
Termo fijación	0:00:12	Termo fijación	0:00:12	Termo fijación	0:00:15
Preparación de pretina	0:00:15	Preparación de pretina	0:00:15	Preparación de cuello	0:01:00
Preparación de delantero y posterior	0:18:00	Preparación de delantero	0:08:00	Armado de vincha	0:02:00
Unión de tiro y costado	0:12:00	Unión de tiro y costado	0:08:00	Ensamblado de piezas	0:04:00
Colocación de pretina	0:06:00	Colocación de pretina	0:06:00	Coloca cuellos y puños	0:03:00
Pre acabado	0:03:00	Pre acabado	0:00:30	Pre acabado	0:06:00
Control de calidad	0:10:00	Control de calidad	0:10:00	Control de calidad	0:08:00
Total	2:04:27	Total	1:37:57	Total	1:39:15

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta

Tabla 34 Capacidad Optima entre pantalones y camisas/blusas

	Personal	Minutos (diarios)
	5	480
Producción diaria	94	
Producción semanal	470	
Producción mensual	2067	
Producción anual	24809	

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta

4.02. Localización

Se identifica el lugar óptimo y estratégico para la ubicación de la microempresa; por sus proveedores y clientes son moradores del sector.

4.02.01. Macro-localización

Se pretende ubicar la microempresa de manera general en la ciudad de Quito.

Tabla 35 Macro-localización

Macro-Localización	
País	Ecuador
Provincia	Pichincha
Ciudad	Quito
Sector	Norte

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta



Figura 24 Macro-localización

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta

4.02.02. Micro-localización

Se detalla el lugar exacto donde se ubica. En este caso estará al norte de Quito en el sector de la Ofelia, calle Nazacota Puento y Av. Diego de Vásquez, junto a Nilotex.

Tabla 36 Micro-localización

Micro-Localización	
Ciudad	Quito
Parroquia	El Condado
Sector	La Ofelia
Calles	Nazacota Puento y Av. Diego de Vásquez.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta

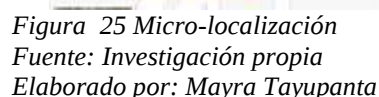


Tabla 37 Localización Óptima

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Mayra Tayupanta

De acuerdo la ponderación realizada a varios factores y entre tres lugares diferentes se ha concluido que la mejor ubicación de la microempresa se designara en el norte de Quito, sector la Ofelia.

4.03. Ingeniería del Producto

Se define y desarrolla el diseño del bien que se está ofertando mediante el procesos productivo e investigaciones externas.

4.03.01. Definición del Bien

Un bien es el resultado que se da mediante varios procesos siguiendo un orden específico; el bien que se ofrece son prendas diseñadas específicamente para personas de la tercera edad que tienen cierta dificultad al momento de vestirse, estas prendas vienen con detalles para facilidad en su colocación, colores llamativos y con diseños originales, dejando atrás la típica ropa de viejitos. Así mismo uno de nuestros objetivos es hacer que estas personas se sientan cómodas y seguras en cualquier lugar que se encuentren sin perder tendencias a esa edad.

4.03.02. Distribución de la Planta

Tabla 38 Distribución de la planta

Departamento	Ancho (m)	Largo (m)	Total (m2)
Oficina	3	4	12
Diseño	4	6	24
Área de corte	6	8	48
Área de producción	6	10	60
Área de control de calidad	6	7	42
Bodega (materiales/insumos)	4	4,5	18
Bodega (almacenamiento)	4	5	20
Comedor	2	4	8
Baños	1,5	2	3
Total	36,5	50,5	235

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta

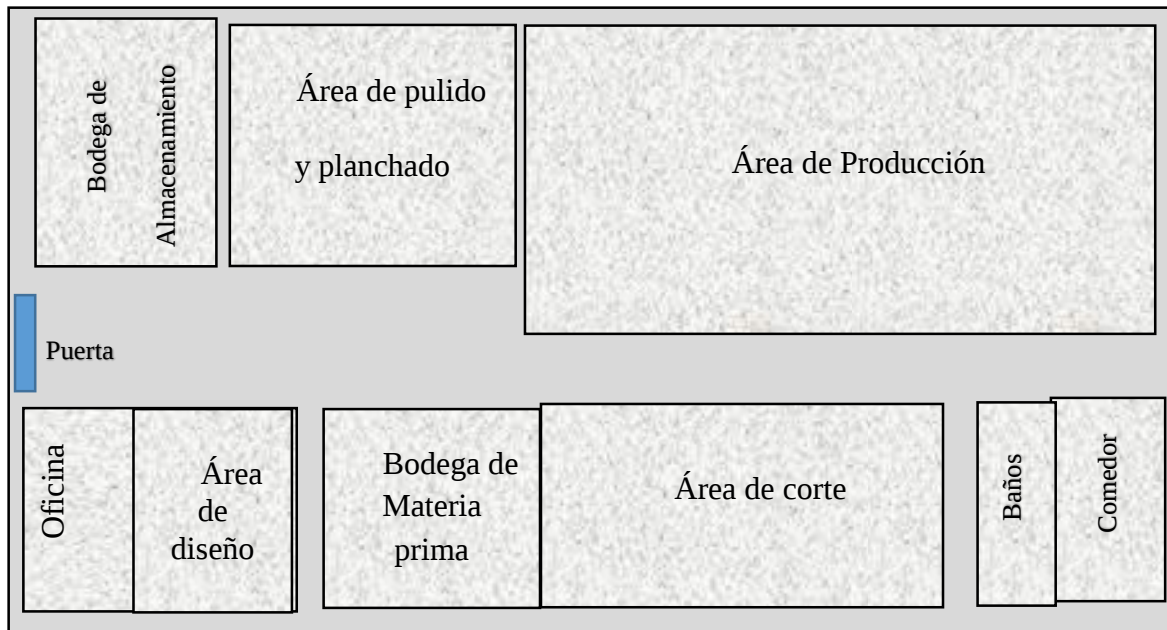


Figura 26 Distribución de Planta
 Fuente: Investigación propia
 Elaborado por: Mayra Tayupanta

4.03.03. Proceso Productivo

Con el fin de describir pasó a paso y en orden consecutivo las actividades que se rigen para la confección de las prendas para el adulto mayor.

4.03.03.01. Flujograma de proceso de blusas y camisas

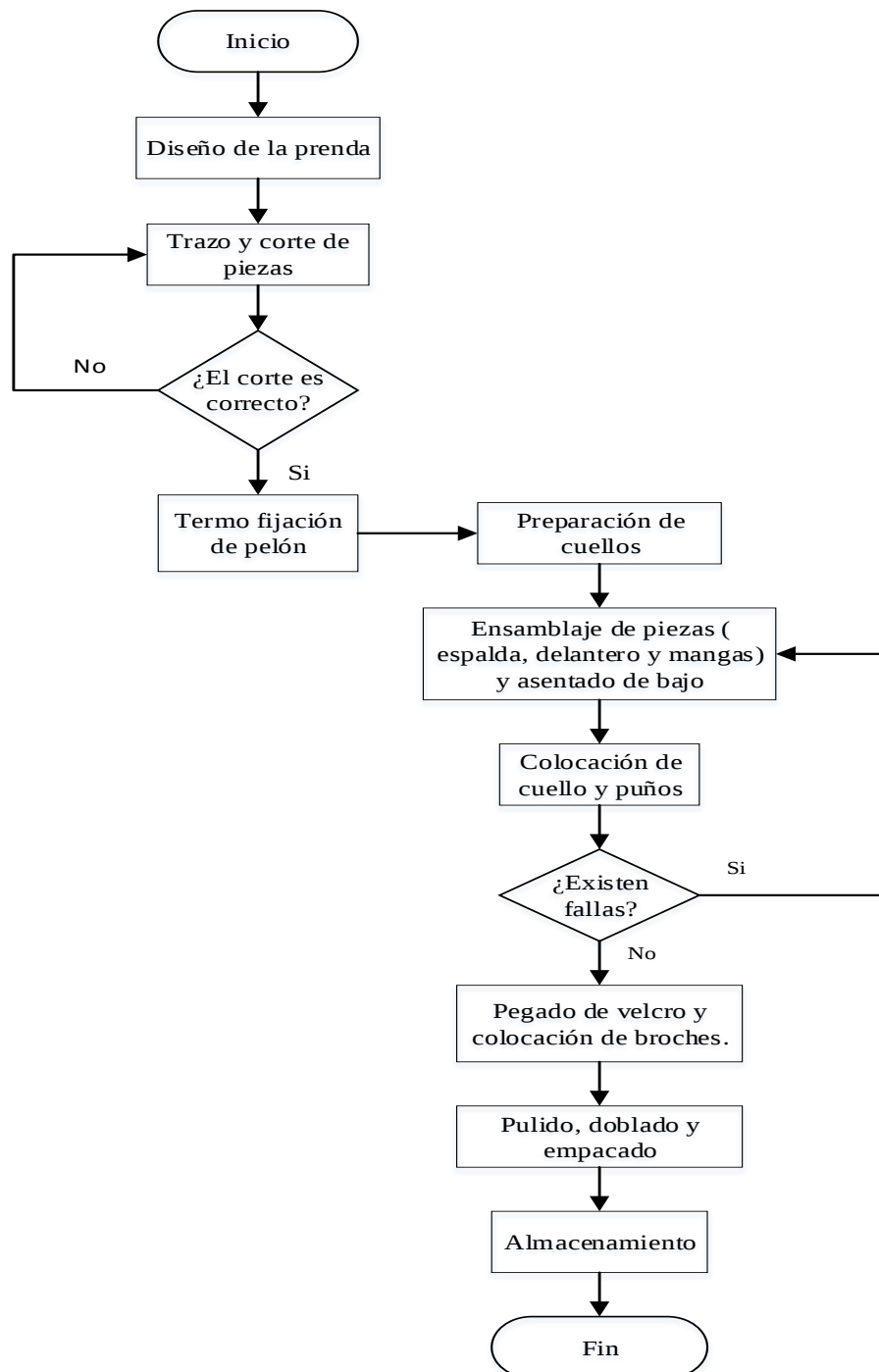


Figura 27 Flujograma de blusas y camisas
 Fuente: Investigación propia
 Elaborado por: Mayra Tayupanta

4.03.03.02. Flujograma de pantalón

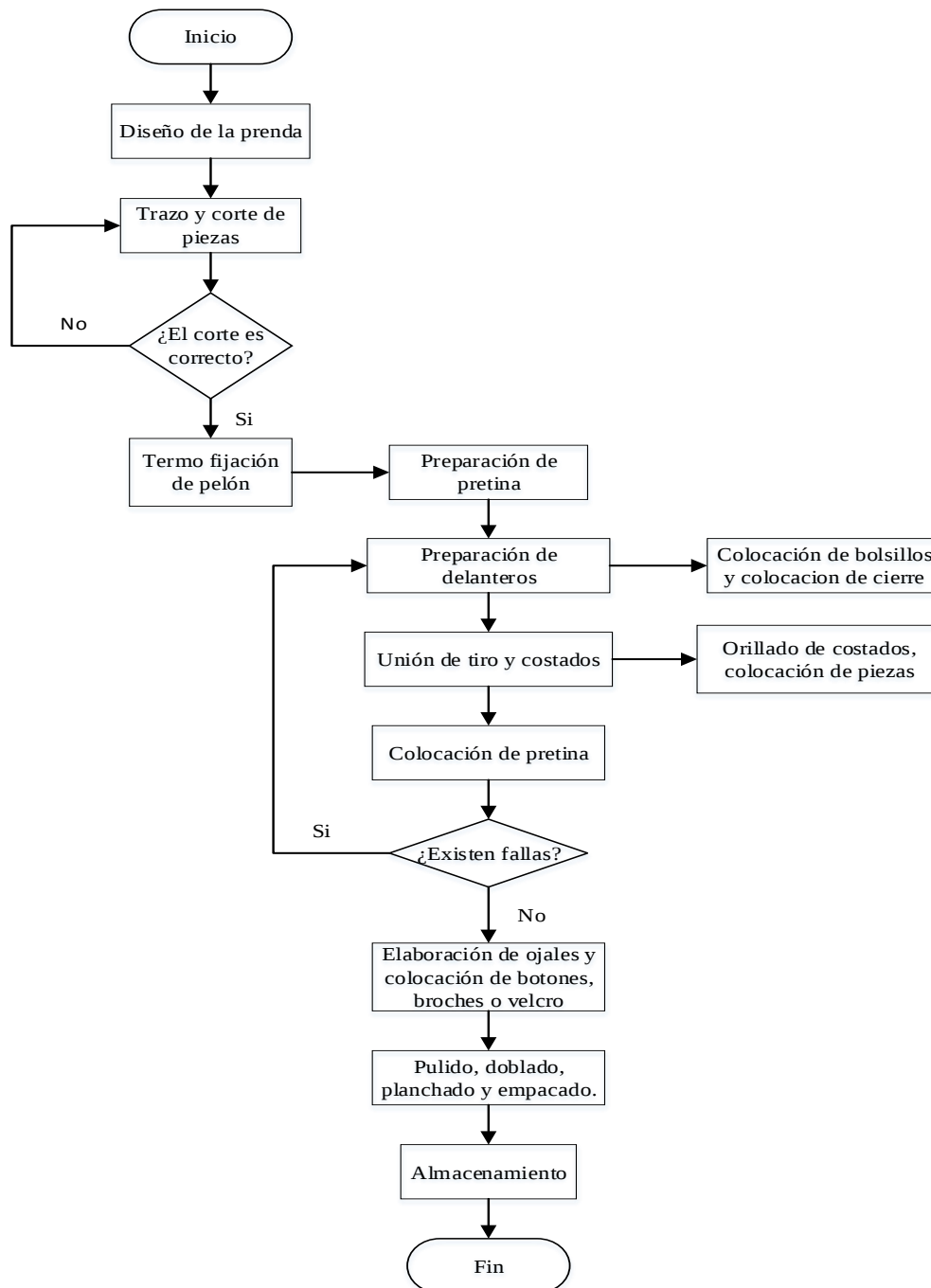


Figura 28 Flujograma de pantalón

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta

4.03.04. Maquinaria

Tabla 39 Maquinaria

Maquinaria	Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo Total
Recta 	Se utiliza maquinas rectas industriales marca Juki, de costura recta, modelo estándar para uso en telas de contextura liviana, soporta largas jornadas de trabajo y tiene una velocidad máxima de 5000 a 6000 puntadas por minuto. Característica para 1 aguja y 1 hilo, tiene regulador de puntada y su altura de 80 cm por profundidad de 60 cm.	3	422	1266
Overlock 	Maquina overlock 312C de 4 hilos y 2 agujas para uso de material liviano a mediano, posee motor de 1/2 hp y opcional para trabajar en 110v o 220v. Incluye cuchilla y guía para fácil enhebrado, su lubricación es automática, posee enfriador de hilo y aguja para trabajos de velocidad.	2	553	1106
Recubridora 	Maquina recubridora 522D con capacidad de hasta 3 agujas y 5 hilos para trabajar con material liviano y mediano. Lubricación y enfriamiento de aguja e hilo automático, fácil ajuste de puntada, posee filtro de aceite para fácil deslizamiento de hilos sintéticos e incluye cuchilla para corte automático.	1	818	818
Máquina para colocar broches 	Máquina para colocar broches a presión, es manual y funciona sin necesidad de electricidad	2	280	560

Cortadora 	Cortadora industrial circular 950C, para cortes pequeños debido a su tamaño en telas como algodón y tricota. Tiene el motor de alto desempeño, cuchilla octogonal para evitar que la tela de atore y afilador automático.	1	185	185
Plancha 	Plancha industrial a vapor, posee placa de teflón para buen acabado sin brillo, válvula generadora de vapor, rendimiento y durabilidad. Incluye mesa de planchar, manguera y recipiente para agua.	2	128	256
Total		11	2386	4191

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta

4.03.05. Equipos

Tabla 40 Equipos

Equipos	Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo Total
Computadora	Modelo HP. Específicamente para realizar trabajos de diseño en producción y administrativo-financiero.	1	370	370
Impresora	Impresora Epson Eco Tank L455 para impresión, copiado y escaneado.	1	70	70
Total		2	440	440

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta

4.03.06. Muebles y enseres

Tabla 41 Muebles y Enseres

Muebles y enseres	Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo Total
Administrativo				
Escritorio	Escritorio grande con cajones multiuso para mayor comodidad y organización.	1	120	120
Silla reclinable	Sillas para oficina	2	40	80
Archivador	Organizar carpetas y libros	1	85	85
Producción				
Sillas	Sillas cómodas para los operarios y puedan soportar las horas de trabajo.	10	12	120
Mesa de corte	La mesa se utilizara para trabajo propio del cortador	2	65	130
Mesas	Mesas pequeñas para apoyo y soporte para los operarios y facilidad de colocar las prendas.	10	4	40
Mueble tipo archivador	Se clasifica piezas y colores para las prendas	2	40	80
Total		28	326	615

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta

CAPÍTULO V

5. Estudio Financiero

El estudio financiero tiene como fin determinar la viabilidad del proyecto mediante indicadores y varios estudios de recursos económicos.

5.01. Ingresos

5.01.01. Ingresos Operacionales

Son todos los ingresos de la empresa los cuales se obtiene por la actividad a la que se dedica.

Para esta ocasión los ingresos que la microempresa adquirirá serán a través de la venta de prendas para personas de la tercera edad.

5.01.01.01. Tiempo de Proceso

Tabla 42 Tiempo del Proceso

Tiempo del Proceso		
Prenda: Pantalón masculino		
Descripción del proceso	Estación de trabajo	Tiempo Unitario
Termo fijación	Producción	0:00:12
Ensamblado de la prenda	Producción	0:36:15
Pre-acabado	Producción	0:03:00
Tiempo Total de Producción		0:39:27
Prenda: Pantalón femenino		
Descripción del proceso	Estación de trabajo	Tiempo Unitario
Termo fijación	Producción	0:00:12
Ensamblado de la prenda	Producción	0:22:15
Pre-acabado	Producción	0:00:30
Tiempo Total de Producción		0:22:57

Prenda: Camisa/blusa

Descripción del proceso	Estación de trabajo	Tiempo Unitario
Termo fijación	Producción	0:00:15
Ensamblado de la prenda	Producción	0:10:00
Pre-acabado	Producción	0:06:00
Tiempo Total de Producción		0:16:15

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta

5.01.01.02. Cálculo de la Producción Anual

Tabla 43 Cálculo de la Producción por producto

Cálculo de la Producción					
Prenda: Pantalón masculino					
Trabajador	Minutos por día	Tiempo por unidad	Producción Diaria	Producción Mensual	Producción Anual
Operario 1	480	40	12	264	3168
Operario 2	480	40	12	264	3168
Total			24	528	6336
Prenda: Pantalón femenino					
Trabajador	Minutos por día	Tiempo por unidad	Producción Diaria	Producción Mensual	Producción Anual
Operario 3	480	23	21	459	5510
Operario 4	480	23	21	459	5510
Total			42	918	11019
Prenda: Camisa/blusa					
Trabajador	Minutos por día	Tiempo por unidad	Producción Diaria	Producción Mensual	Producción Anual
Operario 5	480	17	28	621	7454
Total			28	621	7454

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta

Tabla 44 Producción Anual

Producción entre pantalón y camisas/blusas	
Producción Diaria	94
Producción Mensual	2067
Producción Anual	24809

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta

La empresa cuenta con cinco operarios que estarán en el área operacional realizando prendas de pantalón para mujer, pantalón para hombre y una prenda unisex; estos trabajadores elaborarán 94 diarias, 2067 mensuales y 24809 anuales entre los tres productos.

5.01.01.03. Materia Prima Directa

La Materia Prima Directa son materiales principales con los cuales se elabora un producto o artículo.

Tabla 45 Materia Prima Directa

Materia Prima Directa			
Producto: Pantalón masculino			
Materia prima	Cantidad (U)	Valor Unitario	Valor total
Tela	1,1 m	\$ 5,40	\$ 5,94
Hilo	20 m	\$ 0,0003	\$ 0,01
Hilo seda	42 m	\$ 0,0008	\$ 0,03
Tela Forro	0,5 m	\$ 2,05	\$ 1,03
Cierre	1 u	\$ 0,15	\$ 0,15
Broches	2 u	\$ 0,05	\$ 0,10
Pelón	0,06 m	\$ 0,83	\$ 0,05
Total			\$ 7,30
Producto: Pantalón femenino			
Materia prima	Cantidad (U)	Valor Unitario	Valor total
Tela	1,1 m	\$ 5,40	\$ 5,94
Hilo	18 m	\$ 0,0003	\$ 0,01
Hilo seda	38 m	\$ 0,0008	\$ 0,03
Cierre	1 u	\$ 0,30	\$ 0,30
Pelón	0,08 m	\$ 0,83	\$ 0,07
Total			\$ 6,34
Producto: Blusa/Camisa			
Materia prima	Cantidad (U)	Valor Unitario	Valor total
Tela	1,5 m	\$ 3,80	\$ 5,70
Hilo	21 m	\$ 0,0003	\$ 0,01
Hilo seda	43 m	\$ 0,0008	\$ 0,03
Broches	2 u	\$ 0,05	\$ 0,10
Pelón	0,1 m	\$ 0,83	\$ 0,08
velcro	0,3 m	\$ 0,12	\$ 0,04
Total			\$ 5,96

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta

Cada prenda tiene su respectivo material principal y cantidad descrito en la tabla superior para su elaboración; como también se observa que las cantidades y costos varían de acuerdo al tipo de vestuario que se va a elaborar.

5.01.01.04. Materia Prima Requerida Anualmente

Tabla 46 Materia Prima Requerida Anualmente

Materia prima requerida anualmente						
Producto: Pantalón masculino						
Materia prima	Cantidad	Valor Unitario	Valor total	Producción Mensual	Valor mensual	Valor anual
Tela	1,1 m	\$ 5,40	\$ 5,94	528	\$ 3.136,32	\$ 37.635,84
Hilo	20 m	\$ 0,0003	\$ 0,01	528	\$ 3,17	\$ 38,02
Hilo seda	42 m	\$ 0,0008	\$ 0,03	528	\$ 17,74	\$ 212,89
Tela Forro	0,5 m	\$ 2,05	\$ 1,03	528	\$ 541,20	\$ 6.494,40
Cierre	1	\$ 0,15	\$ 0,15	528	\$ 79,20	\$ 950,40
Broches	2	\$ 0,05	\$ 0,10	528	\$ 52,80	\$ 633,60
Pelón	0,06 m	\$ 0,83	\$ 0,05	528	\$ 26,29	\$ 315,53
Total materia prima			\$ 7,30		\$ 3.856,72	\$ 46.280,68
Producto: Pantalón femenino						
Materia prima	Cantidad	Valor Unitario	Valor total	Producción Mensual	Valor mensual	Valor anual
Tela	1,1 m	\$ 5,40	\$ 5,94	918	\$ 5.454,47	\$ 65.453,63
Hilo	18 m	\$ 0,0003	\$ 0,01	918	\$ 4,96	\$ 59,50
Hilo seda	38 m	\$ 0,0008	\$ 0,03	918	\$ 27,92	\$ 334,98
Cierre	1	\$ 0,30	\$ 0,30	918	\$ 275,48	\$ 3.305,74
Pelón	0,08 m	\$ 0,83	\$ 0,07	918	\$ 60,97	\$ 731,67
Total materia prima			\$ 6,34		\$ 5.823,79	\$ 69.885,53
Producto: Blusa/Camisa						
Materia prima	Cantidad	Valor Unitario	Valor total	Producción Mensual	Valor mensual	Valor anual
Tela	1,5 m	\$ 3,80	\$ 5,70	621	\$ 3.540,71	\$ 42.488,47
Hilo	22 m	\$ 0,0003	\$ 0,01	621	\$ 4,10	\$ 49,20
Hilo seda	43 m	\$ 0,0008	\$ 0,03	621	\$ 21,37	\$ 256,42
Broches	2	\$ 0,05	\$ 0,10	621	\$ 62,12	\$ 745,41
Pelón	0,1 m	\$ 0,83	\$ 0,08	621	\$ 51,56	\$ 618,69
velcro	0,3 m	\$ 0,12	\$ 0,04	621	\$ 22,36	\$ 268,35
Total materia prima			\$ 5,96		\$ 3.702,21	\$ 44.426,54
Costo Total					\$	160.592,75

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta

5.01.01.05. Mano de Obra directa

Son las personas que trabajan directamente en todo el procedimiento del producto hasta su fin.

Tabla 47 Mano de Obra Directa (MDO)

Trabajador	Sueldo Mensual	Aporte IESS Patronal	Fondo de reserva	13 sueldo	14 sueldo	Vacación	Total Mensual	Total Anual
Cortador	\$ 430,00	\$ 52,25	\$35,83	\$35,83	\$32,17	\$ 17,92	\$ 604,00	\$ 7.247,94
Operario 1	\$ 386,00	\$ 46,90	\$32,17	\$32,17	\$32,17	\$ 16,08	\$ 545,48	\$ 6.545,79
Operario 2	\$ 386,00	\$ 46,90	\$32,17	\$32,17	\$32,17	\$ 16,08	\$ 545,48	\$ 6.545,79
Operario 3	\$ 386,00	\$ 46,90	\$32,17	\$32,17	\$32,17	\$ 16,08	\$ 545,48	\$ 6.545,79
Operario 4	\$ 386,00	\$ 46,90	\$32,17	\$32,17	\$32,17	\$ 16,08	\$ 545,48	\$ 6.545,79
Operario 5	\$ 386,00	\$ 46,90	\$32,17	\$32,17	\$32,17	\$ 16,08	\$ 545,48	\$ 6.545,79
Pulidor 1	\$ 386,00	\$ 46,90	\$32,17	\$32,17	\$32,17	\$ 16,08	\$ 545,48	\$ 6.545,79
Pulidor 2	\$ 386,00	\$ 46,90	\$32,17	\$32,17	\$32,17	\$ 16,08	\$ 545,48	\$ 6.545,79
Pulidor 3	\$ 386,00	\$ 46,90	\$32,17	\$32,17	\$32,17	\$ 16,08	\$ 545,48	\$ 6.545,79
Total							\$4.967,85	\$59.614,24

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta

Tabla 48 Costo de Mano de Obra por unidad

Costo de Mano de Obra por Unidad					
Producto: Pantalón masculino					
Trabajador	Sueldo mensual	Por día	Por Hora	Por Minuto	X minutos x Unidad
Cortador	\$ 604,00	\$ 27,45	\$ 3,43	\$ 0,06	\$ 1,43
Operario	\$ 545,48	\$ 24,79	\$ 3,10	\$ 0,05	\$ 2,07
Rematador	\$ 545,48	\$ 24,79	\$ 3,10	\$ 0,05	\$ 0,52
Total				\$	4,01
Producto: Pantalón femenino					
Trabajador	Sueldo mensual	Por día	Por Hora	Por Minuto	X minutos x Unidad
Cortador	\$ 604,00	\$ 27,45	\$ 3,43	\$ 0,06	\$ 1,14
Operario	\$ 545,48	\$ 24,79	\$ 3,10	\$ 0,05	\$ 1,19
Rematador	\$ 545,48	\$ 24,79	\$ 3,10	\$ 0,05	\$ 0,52
Total				\$	2,85

Producto: Blusa/camisa

Trabajador	Sueldo mensual	Por día	Por Hora	Por Minuto	X minutos x Unidad
Cortador	\$ 604,00	\$ 27,45	\$ 3,43	\$ 0,06	\$ 1,43
Operario	\$ 545,48	\$ 24,79	\$ 3,10	\$ 0,05	\$ 0,88
Rematador	\$ 545,48	\$ 24,79	\$ 3,10	\$ 0,05	\$ 0,41
Total					\$ 2,72
Total Mano de Obra					\$ 9,58

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta

5.01.01.06. Costos Indirectos de Fabricación

Son costos los cuales están relaciones indirectamente con fabricación del producto, estos son mano de obra indirecta, materiales indirectos y otros gastos indirectos.

5.01.01.06.01. Materia Prima Indirecta

Tabla 49 Materia Prima Indirecta (MPI)

Concepto	Costo	Cantidad Mensual	Cantidad Anual	Costo Anual
Tiza	\$ 0,50	1	12	\$ 6,00
Aguja de recta	\$ 0,23	10	120	\$ 27,60
Aguja de recubridora	\$ 0,33	4	48	\$ 15,84
Aguja de overlock	\$ 0,28	6	72	\$ 20,16
aceite	\$ 15,00	0,5	6	\$ 90,00
Pulidor	\$ 0,76	15	30	\$ 22,80
Tijera	\$ 22,17	4	4	\$ 88,68
Total Materia Prima Indirecta				\$ 271,08

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta

5.01.01.06.02.Servicios Básicos

Tabla 50 Servicios Básicos

Concepto	Valor mensual	Valor Anual	Producción	Administración	Ventas
Agua	\$ 20,00	\$ 240,00	\$ 168,00	\$ 36,00	\$ 36,00
Energía Eléctrica	\$ 120,00	\$ 1.440,00	\$ 1.224,00	\$ 144,00	\$ 72,00
Teléfono	\$ 25,00	\$ 300,00		\$ 150,00	\$ 150,00
Internet	\$ 20,00	\$ 240,00		\$ 120,00	\$ 120,00
Total	\$ 185,00	\$ 2.220,00	\$ 1.392,00	\$ 450,00	\$ 378,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta

Tabla 51 Servicios Básicos por Producto

Concepto	Valores					
	Anual	Mensual	Diario	Hora	Minuto	x producto
Pantalón Masculino						
Servicios básicos	\$ 1.392,00	\$ 116,00	\$ 5,27	\$0,66	\$ 0,01	\$ 0,22
Pantalón Femenino						
Servicios básicos	\$ 1.392,00	\$ 116,00	\$ 5,27	\$0,66	\$ 0,01	\$ 0,13
Blusa/camisa						
Servicios básicos	\$ 1.392,00	\$ 116,00	\$ 5,27	\$0,66	\$ 0,01	\$ 0,19

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta

5.01.01.06.03.Materiales Indirectos

Tabla 52 Etiquetado y Empaquetado

Concepto	Cantidad por unidad	Costo Unitario	Costo Mensual	Costo Anual
Etiqueta	1	\$ 0,002	\$ 4,34	\$ 52,10
Empaquetado	1	\$ 0,010	\$ 20,67	\$ 248,09
Total		\$ 0,012	\$ 25,01	\$ 300,19

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta

5.01.01.06.04.Costo Indirecto de Fabricación Unitario

Tabla 53 Costo Indirecto de Fabricación por Producto

Costos Indirectos de Fabricación (CIF)		
Producto: Pantalón masculino		
Detalle	X Unidad	
Servicios básicos	\$	0,22
MPI	\$	0,043
Etiqueta	\$	0,0082
Empaquetado	\$	0,0392
Total	\$	0,31
Producto: Pantalón Femenino		
Detalle	X Unidad	
Servicios básicos	\$	0,13
MPI	\$	0,025
Etiqueta	\$	0,00473
Empaquetado	\$	0,00473
Total	\$	0,16
Producto: Blusa/camisa		
Detalle	X Unidad	
Servicios básicos	\$	0,19
MPI	\$	0,04
Etiqueta	\$	0,00699
Empaquetado	\$	0,00699
Total	\$	0,24

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta

5.01.01.07. Costos de Producción Unitario

Tabla 54 Costo Unitario de Fabricación por producto

Costo de Producción Unitaria					
Pantalón hombre		Pantalón mujer		Blusa/camisa	
Concepto	Valor	Concepto	Valor	Concepto	Valor
MPD	\$ 7,30	MPD	\$ 6,34	MPD	\$ 5,96
MOD	\$ 4,01	MOD	\$ 2,85	MOD	\$ 2,72
CIF	\$ 0,31	CIF	\$ 0,16	CIF	\$ 0,24
CUF	\$ 11,63	CUF	\$ 9,35	CUF	\$ 8,92

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta

5.01.01.08. Ingresos Operacionales

Tabla 55 Cálculo de Ingresos Operacionales

Ingresos Operacionales	
Pantalón masculino	
Costo Unitario de Fabricación (CUF)	\$ 11,63
Utilidad 40%	\$ 4,65
P.V.P.	\$ 16,28
Producción mensual	528
Ingreso Mensual	\$ 8.594,64
Ingreso Anual	\$ 103.135,68
Pantalón femenino	
Costo Unitario de Fabricación (CUF)	\$ 9,35
Utilidad 40%	\$ 3,74
P.V.P.	\$ 13,09
Producción mensual	918
Ingreso Mensual	\$ 12.021,51
Ingreso Anual	\$ 144.258,08
Blusa/camisa	
Costo Unitario de Fabricación (CUF)	\$ 8,92
Utilidad 40%	\$ 3,57
PVP	\$ 12,49
Producción mensual	621
Ingreso Mensual	\$ 7.755,59
Ingreso Anual	\$ 93.067,07
Total de Ingresos Anuales	\$ 340.460,83

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta

Los ingresos operacionales se han determinado por producto, considerando un 40% de utilidad de cada uno.

5.01.01.09. Ingresos Operaciones Proyectados

Tabla 56 Ingresos Operacionales Proyectados

Año	Ingreso Actual	Tasa de crecimiento	Ingreso Proyectado
2018	\$ 340.460,83	Año base	\$ 340.460,83
2019	\$ 340.460,83	1,036	\$ 352.717,42
2020	\$ 352.717,42	1,036	\$ 365.415,24
2021	\$ 365.415,24	1,036	\$ 378.570,19
2022	\$ 378.570,19	1,036	\$ 392.198,72

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta

En los ingresos están vinculados los tres productos y proyectados para cinco años.

5.01.02. Ingresos no Operacionales

Ingresos no Operacionales son aquellos ingresos que se obtienen mediante las actividades que no tiene que ver con la actividad principal de la empresa.

La microempresa no tiene estos ingresos porque tiene una sola actividad, la cual es su prioridad.

5.02. Costos

Son valores que la empresa adquiere para la actividad que está realizando, también se le puede llamar como un gasto en aquellas intervenciones para la fabricación del producto. Según (Bravo Valdivieso, 2011, pág. 6) dice que “el costo constituye como inversión ya que se puede recuperar y además tener la posibilidad de conseguir ganancias.”

5.02.01. Costos Directos

Son aquellos costos que están relacionados directamente con la producción del producto o servicio como: Mano de obra directa y Materia prima directa también se incluyen en todo momento y son esenciales para su proceso.

Tabla 57 Costos Directos

Costos Directos	
Materia Prima Directa (MPD)	\$ 160.592,75
Mano de Obra Directa (MOD)	\$ 59.614,24
Total	\$ 220.206,99

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta

5.02.02. Costos Indirectos

Son Costos los cuales no están directamente incluidos en la producción del producto o servicio, además que su cuantificación es de difícil determinación con el bien terminado como: mano de obra indirecta, materiales indirectos, energía, etc.

Tabla 58 Costos Indirectos

Costo Indirecto de Fabricación	
Servicios Básicos	\$ 1.392,00
M.P.I.	\$ 271,08
Etiquetado	\$ 300,19
Total	\$ 1.963,27

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta

5.02.02.01. Costos de Producción Proyectados

Tabla 59 Costos de Producción Proyectado

Costo	Inflación	Años				
		2018	2019	2020	2021	2022
MPD	1,009	\$ 160.592,75	\$162.038,08	\$163.496,43	\$164.967,89	\$ 166.452,60
MOD		\$ 59.614,24	\$ 60.150,77	\$ 60.692,13	\$ 61.238,36	\$ 61.789,50
CIF		\$ 1.963,27	\$ 1.980,94	\$ 1.998,77	\$ 2.016,76	\$ 2.034,91
Total		\$ 224.188,26	\$ 226.188,79	\$228.207,32	\$230.244,01	\$ 232.299,01

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta

5.02.03. Gastos Administrativos

Son aquellos que proceden del área administrativa como: sueldos, arriendos, suministros de oficina y material de aseo.

Tabla 60 Gasto de Personal

Personal	Sueldo	Aporte IESS Patronal	Fondo de reserva	13 er Sueldo	14 to Sueldo	Vacación	Total Mensual	Total Anual
Diseñador	\$450,00	\$ 54,68	\$37,50	\$37,50	\$32,17	\$ 18,75	\$630,59	\$7.567,10
Contador	\$200,00						\$ 200,00	\$2.400,00
Administrador	\$500,00	\$ 60,75	\$41,67	\$41,67	\$32,17	\$ 20,83	\$ 697,08	\$8.365,00
Total							1.527,68	\$18.332,10

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta

Tabla 61 Material de Aseo y Limpieza

Concepto	Cantidad	Valor unitario	Valor anual
Escoba	3	\$ 1,47	\$ 4,41
Recogedor	2	\$ 1,71	\$ 3,42
Trapeador	1	\$ 3,66	\$ 3,66
Desinfectante	6	\$ 1,89	\$ 11,34
Ambiental	4	\$ 1,20	\$ 4,80
Cloro	4	\$ 0,84	\$ 3,36
Lava	3	\$ 1,36	\$ 4,08
Fundas de basura	4	\$ 2,42	\$ 9,68
Papel higiénico	8	\$ 1,96	\$ 15,68
Jabón	8	\$ 0,55	\$ 4,40
Total	43	\$ 17,06	\$ 64,83

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta

Tabla 62 Suministros de Oficina

Concepto	Cantidad	Valor unitario	Valor anual
Resmas de papel	6	\$ 3,33	\$ 19,98
Factureros	5	\$ 0,27	\$ 1,35
Lápices	12	\$ 0,30	\$ 3,60
Bolígrafos	12	\$ 0,50	\$ 6,00
Borradores	6	\$ 0,20	\$ 1,20
Grapas	6	\$ 0,95	\$ 5,70
Clips	6	\$ 0,25	\$ 1,50
Total	53	\$ 5,80	\$ 39,33

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta

Tabla 63 Otros Gastos Administrativos

Concepto	Gasto Mensual	Gasto anual
Servicio Básicos	\$ 37,50	\$ 450,00
Arriendo	\$ 250,00	\$ 3.000,00
Agua embotellada	\$ 1,50	\$ 18,00
Teléfono	\$ 30,00	\$ 30,00
Calculadora	\$ 20,00	\$ 20,00
Total	\$ 339,00	\$ 3.518,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta

5.02.03.01. Gastos Administrativos Proyectados

Tabla 64 Gastos Administrativos Proyectados

Concepto	Inflación (0,09)	Años				
		2018	2019	2020	2021	2022
Personal	1,009	\$ 18.332,10	\$ 18.497,09	\$ 18.663,56	\$ 18.831,53	\$ 19.001,02
Material de Aseo		\$ 64,83	\$ 65,41	\$ 66,00	\$ 66,60	\$ 67,20
Suministro de oficina		\$ 39,33	\$ 39,68	\$ 40,04	\$ 40,40	\$ 40,77
Otros Gastos		\$ 3.518,00	\$ 3.549,66	\$ 3.581,61	\$ 3.613,84	\$ 3.646,37
Total		\$ 21.954,26	\$ 22.151,85	\$ 22.351,21	\$ 22.552,38	\$ 22.755,35

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta

5.02.04. Gastos de Ventas

Son gastos que se realizan para publicidad y mercadeo del producto.

Tabla 65 Gastos de Personal

Concepto	Mensual	Aporte Patronal IESS	Fondo de reserva	13 er sueldo	14 to sueldo	Vacación	Total Mensual	Total Anual
Vendedor	\$386,00	\$46,90	\$32,17	\$32,17	\$32,17	\$ 16,08	\$545,48	\$6.545,79
Total							\$545,48	\$6.545,79

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Mayra Tayupanta

Tabla 66 Gasto de Ventas

Concepto	Valor Mensual	Valor Anual
Servicios básicos	\$ 31,50	\$ 378,00
Tarjetas de Presentación	\$ 2,50	\$ 30,00
Publicidad	\$ 4,00	\$ 48,00
Otros gastos (cintas)	\$ 0,42	\$ 5,00
Total	\$ 38,42	\$ 461,00

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Mayra Tayupanta

5.02.04.01. Gasto de Ventas Proyectados

Tabla 67 Gastos de Ventas Proyectados

Concepto	Inflación	Años				
		2018	2019	2020	2021	2022
G. Personal		\$ 6.545,79	\$ 6.604,70	\$ 6.664,14	\$ 6.724,12	\$ 6.784,64
Servicios básicos		\$ 378,00	\$ 381,40	\$ 384,83	\$ 388,30	\$ 391,79
Tarjetas de Presentación	1,009	\$ 30,00	\$ 30,27	\$ 30,54	\$ 30,82	\$ 31,09
Publicidad		\$ 48,00	\$ 48,43	\$ 48,87	\$ 49,31	\$ 49,75
Otros gastos (cintas adhesivas)		\$ 5,00	\$ 5,05	\$ 5,09	\$ 5,14	\$ 5,18
Total		\$ 9.024,79	\$ 9.088,85	\$ 9.153,48	\$ 9.218,68	\$ 9.284,46

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Mayra Tayupanta

5.02.05. Gastos Financieros

Según (Sevilla Arias, 2017) “se denominan gastos financieros a todos aquellos gastos que derivan de la obtención de financiación o titularidad de cualquier pasivo financiero.”

5.02.06. Costos Fijos

Son todos aquellos que se mantendrán constantemente e independiente de la cantidad que se produzca como el arriendo.

5.02.07. Costos Variables

Estos costos si varían y dependen de la cantidad en que la empresa produzca en cada tiempo determinado.

Tabla 68 Costos Fijos y Variables (Proyección)

Concepto	Costos Fijos y variables (Proyección)				
	Años				
	2018	2019	2020	2021	2022
Costos Fijos					
Depreciación	\$ 555,53	\$ 555,53	\$ 555,53	\$ 436,61	\$ 436,61
Amortización de la Inversión diferida	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00
Gastos administrativos	\$ 18.332,10	\$ 18.497,09	\$ 18.663,56	\$ 18.831,53	\$ 19.001,02
T. Costos Fijos	\$ 18.907,63	\$ 19.072,62	\$ 19.239,09	\$ 19.288,14	\$ 19.457,63
Costos Variables					
MPD	\$160.592,75	\$162.038,08	\$ 163.496,43	\$ 164.967,89	\$166.452,60
MOD	\$ 59.614,24	\$ 60.150,77	\$ 60.692,13	\$ 61.238,36	\$ 61.789,50
CIF	\$ 1.963,27	\$ 1.980,94	\$ 1.998,77	\$ 2.016,76	\$ 2.034,91
Gastos de Venta	\$ 9.024,79	\$ 9.088,85	\$ 9.153,48	\$ 9.218,68	\$ 9.284,46
T. Costos Variables	\$231.195,05	\$233.258,64	\$ 235.340,80	\$ 237.441,69	\$239.561,47
Total Costos anuales	\$250.102,68	\$252.331,26	\$ 254.579,89	\$ 256.729,83	\$259.019,10

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta

5.03. Inversiones

Son recursos que se adquieren para poner en marcha algún proyecto o funcionamiento de alguna organización con o no razón de generar fines de lucro, algún otro servicio o beneficio.

5.03.01. Inversión Fija

La inversión fija está constituida por activos fijos que están destinados a ser depreciados y recuperados después de un tiempo determinado, además que es de suma importancia en un proyecto en marcha que se adquieran varios artículos para su realizar su actividad.

5.03.02. Activos Fijos

(Bravo Valdivieso, 2011, pág. 251) Menciona que un” activo fijo está constituido por los bienes y derechos de larga duración que son utilizados en la operación del negocio o empresa y por lo tanto destinados a la venta.”

Los activos fijos son tangibles y se presentan son: maquinaria y herramientas, equipos de computación y muebles y enseres.

5.03.02.01. Maquinaria y Herramientas

Son activos adquiridos principalmente para la producción del producto que se dedica la empresa, en este caso son maquinarias industriales para la elaboración de prendas de vestir.

Tabla 69 Maquinaria y herramientas

Maquinaria y	Cantidad	Costo unitario	Costo Total
---------------------	-----------------	-----------------------	--------------------

Herramientas			
Recta	3	\$ 422,00	\$ 1.266,00
Overlock	2	\$ 553,00	\$ 1.106,00
Recubridora	1	\$ 818,00	\$ 818,00
Máquina para colocar broches	2	\$ 280,00	\$ 560,00
Cortadora	1	\$ 185,00	\$ 185,00
Plancha	2	\$ 128,00	\$ 256,00
Total	11	\$ 2.386,00	\$ 4.191,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta

5.03.02.02. Equipos de Computación

Son activos dirigidos para uso exclusivo de tareas en el área administrativo y control de funciones de la empresa.

Tabla 70 Equipos de Computación

Equipos de Computación	Cantidad	Costo unitario	Costo Total
Computadora	1	\$ 370,00	\$ 370,00
Impresora	1	\$ 70,00	\$ 70,00
Total	2	\$ 440,00	\$ 440,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta

5.03.02.03. Muebles y Enseres

Son bienes muebles y se adquieren para uso de oficina además que facilitan las actividades de la organización.

Tabla 71 Muebles y Enseres

Muebles y Enseres	Cantidad	Costo unitario	Costo Total
Escritorio	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Silla reclinable	2	\$ 40,00	\$ 80,00
Archivador	1	\$ 85,00	\$ 85,00
Sillas	10	\$ 12,00	\$ 120,00
Mesa de corte	2	\$ 65,00	\$ 130,00
Mesas	10	\$ 4,00	\$ 40,00
Mueble tipo archivador	2	\$ 40,00	\$ 80,00
Perforadora	1	\$ 2,90	\$ 2,90
Grapadora	1	\$ 2,30	\$ 2,30
Total	28	\$ 371,20	\$ 660,20

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta

5.03.02.04. Inversión Total de Activos Fijos

Tabla 72 Total Activos Fijos

Descripción	Valor
Maquinaria y Herramientas	\$ 4.191,00
Equipos de Computación	\$ 440,00
Muebles y Enseres	\$ 660,20
Total	\$ 5.291,20

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta

5.03.03. Activo Nominales (diferidos)

Son Activos intangibles que sirven para poner en marca o en funcionamiento la empresa como derechos, gastos en capacitaciones, patentes, etc.

Tabla 73 Activos Nominales

Activos Nominales							
Activo	Valor	Años	2018	2019	2020	2021	2022
Gasto de Constitución	100	5	20	20	20	20	20

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta

5.03.04. Capital de Trabajo

(Bravo Valdivieso, 2011, pág. 295) Indica que “es la cantidad de recursos que dispone la empresa para realizar sus operaciones”, además se muestra la cantidad de recursos que la empresa necesita para cubrir los primeros tres meses de su funcionamiento.

Tabla 74 Capital de Trabajo

Capital de Trabajo				
Descripción	1 Mes	2 Mes	3 Mes	Total
Materia Prima	\$ 13.382,73	\$ 13.382,73	\$ 13.382,73	\$ 40.148,19
Mano de Obra	\$ 4.967,85	\$ 4.967,85	\$ 4.967,85	\$ 14.903,56
Servicios Básicos	\$ 185,00	\$ 185,00	\$ 185,00	\$ 555,00
Gasto Administrativo	\$ 1.792,02	\$ 1.792,02	\$ 1.792,02	\$ 5.376,07
Gasto Ventas	\$ 38,42	\$ 38,42	\$ 38,42	\$ 115,25
Total	\$ 20.366,02	\$ 20.366,02	\$ 20.366,02	\$ 61.098,06

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta

Tabla 75 Inversiones

Inversiones				
Activos Fijos	Uso de Fondos		Recurso personal	
				Crédito
Maquinaria y Herramientas	\$	4.191,00		\$ 4.191,00
Equipos de computación	\$	440,00		\$ 440,00
Muebles y enseres	\$	660,20		\$ 660,20
Total Activos Fijos	\$	5.291,20		\$ 5.291,20
Activos Diferidos				
Gasto de Constitución	\$	100,00	\$	100,00
Total Activos Diferidos	\$	100,00	\$	100,00
				\$ -
Capital de Trabajo				
Materia Prima	\$	40.148,19	\$	25.293,36
Mano de Obra	\$	14.903,56	\$	14.903,56
Servicios Básicos	\$	555,00	\$	555,00
Gasto Administrativo	\$	5.376,07	\$	5.376,07
Gasto Ventas	\$	115,25	\$	115,25
Total Capital de Trabajo	\$	61.098,06	\$	46.243,23
Total de Inversión	\$	66.489,26	\$	46.343,23
Participación		100%		69,7%
				30,3%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta

El total de la inversión es de \$66.489,26, el cual se divide en un 69,7% como recurso personal o aportación propia y el 30,3% como crédito y préstamo de la entidad financiera.

5.03.05. Fuentes de Financiamiento y uso de fondos

Ya designado el monto de la inversión para la constitución de la empresa es necesario el apoyo de una entidad financiera para la solicitud del préstamo.

La organización que entregara el préstamo a esta microempresa es la Cooperativa de Ahorros y Crédito Cooprogreso por un monto de \$20.146,03.

Tabla 76 Fuentes de Financiamiento

Fuentes de Financiamiento		
Fuentes	Aporte	Participación
Recurso personal	\$ 46.343,23	70%
Crédito	\$ 20.146,03	30%
Total	\$ 66.489,26	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta

5.03.06. Amortización de Financiamiento (tabla de amortización)

La amortización es un proceso mediante se determina el tiempo de distribución de una gasto financiero en cuotas iguales o diferentes, según el método que se utilice.

Tabla 77 Condiciones de Financiamiento

Condiciones de Financiamiento		
Crédito	\$	20.146,03
Tasa Bancaria	19,99% anual	1,67% mensual
Plazo	60 meses	

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta

Tabla 78 Tabla de Amortización del Crédito

Método Francés						
Periodo	Saldo Inicial	Interés	Cuota	Amortización	Saldo Final	
0					\$	20.146,03
1	\$ 20.146,03	\$ 335,60	\$ 533,63	\$ 198,04	\$	19.947,99
2	\$ 19.947,99	\$ 332,30	\$ 533,63	\$ 201,33	\$	19.746,66
3	\$ 19.746,66	\$ 328,95	\$ 533,63	\$ 204,69	\$	19.541,97
4	\$ 19.541,97	\$ 325,54	\$ 533,63	\$ 208,10	\$	19.333,87
5	\$ 19.333,87	\$ 322,07	\$ 533,63	\$ 211,56	\$	19.122,31
6	\$ 19.122,31	\$ 318,55	\$ 533,63	\$ 215,09	\$	18.907,22
7	\$ 18.907,22	\$ 314,96	\$ 533,63	\$ 218,67	\$	18.688,55
8	\$ 18.688,55	\$ 311,32	\$ 533,63	\$ 222,31	\$	18.466,24
9	\$ 18.466,24	\$ 307,62	\$ 533,63	\$ 226,02	\$	18.240,22
10	\$ 18.240,22	\$ 303,85	\$ 533,63	\$ 229,78	\$	18.010,43
11	\$ 18.010,43	\$ 300,02	\$ 533,63	\$ 233,61	\$	17.776,82
12	\$ 17.776,82	\$ 296,13	\$ 533,63	\$ 237,50	\$	\$ 17.539,32
13	\$ 17.539,32	\$ 292,18	\$ 533,63	\$ 241,46	\$	17.297,86
14	\$ 17.297,86	\$ 288,15	\$ 533,63	\$ 245,48	\$	17.052,38
15	\$ 17.052,38	\$ 284,06	\$ 533,63	\$ 249,57	\$	16.802,81
16	\$ 16.802,81	\$ 279,91	\$ 533,63	\$ 253,73	\$	16.549,08
17	\$ 16.549,08	\$ 275,68	\$ 533,63	\$ 257,95	\$	16.291,13
18	\$ 16.291,13	\$ 271,38	\$ 533,63	\$ 262,25	\$	16.028,88
19	\$ 16.028,88	\$ 267,01	\$ 533,63	\$ 266,62	\$	15.762,26
20	\$ 15.762,26	\$ 262,57	\$ 533,63	\$ 271,06	\$	15.491,20
21	\$ 15.491,20	\$ 258,06	\$ 533,63	\$ 275,58	\$	15.215,62
22	\$ 15.215,62	\$ 253,47	\$ 533,63	\$ 280,17	\$	14.935,45
23	\$ 14.935,45	\$ 248,80	\$ 533,63	\$ 284,83	\$	14.650,62
24	\$ 14.650,62	\$ 244,05	\$ 533,63	\$ 289,58	\$	\$ 14.361,04
25	\$ 14.361,04	\$ 239,23	\$ 533,63	\$ 294,40	\$	14.066,63
26	\$ 14.066,63	\$ 234,33	\$ 533,63	\$ 299,31	\$	13.767,33
27	\$ 13.767,33	\$ 229,34	\$ 533,63	\$ 304,29	\$	13.463,03
28	\$ 13.463,03	\$ 224,27	\$ 533,63	\$ 309,36	\$	13.153,67
29	\$ 13.153,67	\$ 219,12	\$ 533,63	\$ 314,52	\$	12.839,15
30	\$ 12.839,15	\$ 213,88	\$ 533,63	\$ 319,76	\$	12.519,40
31	\$ 12.519,40	\$ 208,55	\$ 533,63	\$ 325,08	\$	12.194,32
32	\$ 12.194,32	\$ 203,14	\$ 533,63	\$ 330,50	\$	11.863,82
33	\$ 11.863,82	\$ 197,63	\$ 533,63	\$ 336,00	\$	11.527,82
34	\$ 11.527,82	\$ 192,03	\$ 533,63	\$ 341,60	\$	11.186,22
35	\$ 11.186,22	\$ 186,34	\$ 533,63	\$ 347,29	\$	10.838,92
36	\$ 10.838,92	\$ 180,56	\$ 533,63	\$ 353,08	\$	\$ 10.485,85
37	\$ 10.485,85	\$ 174,68	\$ 533,63	\$ 358,96	\$	10.126,89
38	\$ 10.126,89	\$ 168,70	\$ 533,63	\$ 364,94	\$	9.761,95
39	\$ 9.761,95	\$ 162,62	\$ 533,63	\$ 371,02	\$	9.390,94

40	\$	9.390,94	\$	156,44	\$	533,63	\$	377,20	\$	9.013,74
41	\$	9.013,74	\$	150,15	\$	533,63	\$	383,48	\$	8.630,26
42	\$	8.630,26	\$	143,77	\$	533,63	\$	389,87	\$	8.240,39
43	\$	8.240,39	\$	137,27	\$	533,63	\$	396,36	\$	7.844,03
44	\$	7.844,03	\$	130,67	\$	533,63	\$	402,97	\$	7.441,06
45	\$	7.441,06	\$	123,96	\$	533,63	\$	409,68	\$	7.031,38
46	\$	7.031,38	\$	117,13	\$	533,63	\$	416,50	\$	6.614,88
47	\$	6.614,88	\$	110,19	\$	533,63	\$	423,44	\$	6.191,44
48	\$	6.191,44	\$	103,14	\$	533,63	\$	430,50	\$	5.760,94
49	\$	5.760,94	\$	95,97	\$	533,63	\$	437,67	\$	5.323,28
50	\$	5.323,28	\$	88,68	\$	533,63	\$	444,96	\$	4.878,32
51	\$	4.878,32	\$	81,26	\$	533,63	\$	452,37	\$	4.425,95
52	\$	4.425,95	\$	73,73	\$	533,63	\$	459,91	\$	3.966,04
53	\$	3.966,04	\$	66,07	\$	533,63	\$	467,57	\$	3.498,48
54	\$	3.498,48	\$	58,28	\$	533,63	\$	475,36	\$	3.023,12
55	\$	3.023,12	\$	50,36	\$	533,63	\$	483,27	\$	2.539,85
56	\$	2.539,85	\$	42,31	\$	533,63	\$	491,32	\$	2.048,52
57	\$	2.048,52	\$	34,12	\$	533,63	\$	499,51	\$	1.549,01
58	\$	1.549,01	\$	25,80	\$	533,63	\$	507,83	\$	1.041,18
59	\$	1.041,18	\$	17,34	\$	533,63	\$	516,29	\$	524,89
60	\$	524,89	\$	8,74	\$	533,63	\$	524,89	\$	0,00
Total	\$	712.678,66	\$	11.872,04	\$	32.018,07	\$	20.146,03	\$	712.678,66

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta

Tabla 79 Tabla de Amortización del Diferido

Activo	Valor	Activos Nominales					
		Vida Útil del Proyecto	2018	2019	2020	2021	2022
Gasto de Constitución	100	5	20	20	20	20	20
Total Amortización del Diferido			20	20	20	20	20

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta

5.03.07. Depreciaciones (tabla de depreciaciones)

Los activos fijos (Edificios, Maquinaria, Muebles, Equipos, etc.) pierden su valor por el uso o por la obsolescencia disminuyendo su potencial de servicio. Depreciación es el proceso de asignar Gasto el Costo de un activo de planta o activo fijo, durante el período en que se usa el activo. (Bravo Valdivieso, 2011, pág. 170)

Tabla 80 Depreciaciones

Descripción	Año 0	Vida Útil	Valor residual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
-------------	-------	-----------	----------------	-------	-------	-------	-------	-------

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE PRENDAS DE VESTIR ADECUADAS PARA PERSONAS DE TERCERA EDAD, UBICADA EN EL SECTOR DE LA OFELIA DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO DURANTE EL AÑO 2018.

(10%)								
Maquinaria y Herramientas	\$4.191,00	10	\$ 419,10	\$377,19	\$377,19	\$377,19	\$377,19	\$377,19
Equipos de computación	\$ 440,00	3,33	\$ 44,00	\$118,92	\$118,92	\$118,92		
Muebles y enseres	\$ 660,20	10	\$ 66,02	\$ 59,42	\$ 59,42	\$ 59,42	\$ 59,42	\$ 59,42
Total	\$5.291,20			\$555,53	\$555,53	\$555,53	\$436,61	\$436,61

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta

5.03.08. Estado de Situación Inicial

“El estado de situación inicial se elabora al iniciar las operaciones de la empresa con los valores que conforman el Activo, el Pasivo y el Patrimonio de la misma.”

(Bravo Valdivieso, 2011, pág. 49)

Tabla 81 Estado de Situación Inicial

Empresa Mayor Moda Cía. Ltda.			
Estado de Situación Inicial			
Activos Corriente		Pasivos	
Caja	\$61.098,06	Deuda Bancaria	\$ 20.146,03
Total de Activo Corriente	\$61.098,06	Total Pasivo	\$ 20.146,03
Maquinaria y Herramientas	\$ 4.191,00		
Muebles y Enseres	\$ 660,20	Patrimonio	
Equipo de Computación	\$ 440,00	Capital	\$ 46.343,23
Total de Activos Fijo	\$ 5.291,20	Total Patrimonio	\$ 46.343,23
Gastos de Constitución	\$ 100,00		
Total de Otros Gastos	\$ 100,00		
Total Activos	\$66.489,26	Total Pasivo + Total Patrimonio	\$ 66.489,26

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta

5.03.09. Estado de Resultados Proyectado (cinco años)

“El Estado de Resultados mide el desempeño de una organización, durante un período específico. La definición contable de la utilidad es: Ingresos – Gastos = Utilidades” (Ross , Westerfield, & Jaffe, 2012, pág. 23)

Tabla 82 Estado de Resultados Proyectado

Empresa Mayor Moda Cía. Ltda.
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE PRENDAS DE VESTIR ADECUADAS PARA PERSONAS DE TERCERA EDAD, UBICADA EN EL SECTOR DE LA OFELIA DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO DURANTE EL AÑO 2018.

Estado de Resultados Proyectado

	2018	2019	2020	2021	2022
Ventas	\$340.460,83	\$352.717,42	\$365.415,24	\$378.570,19	\$392.198,2
(-) Costo de Producción	\$250.102,68	\$252.331,26	\$254.579,89	\$256.729,83	\$259.019,10
(-) Gastos Administrativos	\$ 21.954,26	\$ 22.151,85	\$ 22.351,21	\$22.552,38	\$22.755,35
(-) Gastos de Ventas	\$ 9.024,79	\$ 9.088,85	\$ 9.153,48	\$ 9.218,68	\$ 9.284,46
(-) Depreciaciones	\$ 555,53	\$ 555,53	\$ 555,53	\$ 436,61	\$ 436,61
(-) Amortización del diferido	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00
(=) Utilidad Bruta	\$ 58.803,58	\$ 68.569,93	\$ 78.755,13	\$ 89.612,70	\$ 100.683,21
(+/-) Otros Ingresos o gastos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=) Utilidad Operacional	\$ 58.803,58	\$ 68.569,93	\$ 78.755,13	\$89.612,70	\$ 100.683,21
(-) 15% de Participación de Trabajadores	\$ 8.820,54	\$ 10.285,49	\$ 11.813,27	\$13.441,90	\$ 15.102,48
(=) Utilidad antes de Impuestos	\$ 49.983,04	\$ 58.284,44	\$ 66.941,86	\$76.170,79	\$ 85.580,72
(-) Impuesto a la Renta	\$ 5.554,61	\$ 7.214,89	\$ 9.061,97	\$11.369,20	\$ 13.721,68
UTILIDAD NETA	\$ 44.428,43	\$ 51.069,55	\$ 57.879,90	\$64.801,60	\$ 71.859,04

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta

5.03.10. Flujo de Caja

El flujo de caja o también conocido como chash flow muestra a la empresa información sobre la capacidad de pagar sus deudas a partir de sus utilidades netas.

Tabla 83 Flujo de Caja Proyectado

Empresa Mayor Moda Cía. Ltda.					
Flujo de Caja					
	1	2	3	4	5
Utilidad Neta	\$44.428,43	\$51.069,55	\$57.879,90	\$ 64.801,60	\$71.859,04
(+) Depreciaciones	\$ 555,53	\$ 555,53	\$ 555,53	\$ 436,61	\$ 436,61
(+) Amortización del diferido	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00
(-) Amortización de la deuda	\$2.606,71	\$ 3.178,28	\$ 3.875,19	\$ 4.724,91	\$ 5.760,94
Total	\$42.397,25	\$48.466,80	\$54.580,24	\$ 60.533,30	\$66.554,71

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta

5.04. Evaluación Financiera

En la evaluación financiera se determina si el proyecto es viable o no realizarlo, para esto es conveniente utilizar métodos como la Tasa de descuento, Valor actual neto (VAN), Tasa interna de retorno (TIR), Periodo de recuperación (PRI), Relación costo beneficio (RBC), el Punto de equilibrio y Análisis de índices financieros.

5.04.01. Tasa de Descuento

La tasa de descuento o Tmar nos ayuda a conocer los Valores actuales de los flujos calculados a futuro, así como también por medio de esta se comprueba la generosidad del proyecto.

Tabla 84 Tasa de Descuento

Tasa de Descuento (TMAR)	
Tasa Activa	7,27%
Tasa Pasiva	11,83%
Total	19,10%

*Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Mayra Tayupanta*

5.04.02. VAN

Valor Actual Neto o van es un indicador que establece la viabilidad de un proyecto a través de los flujos de caja futuros.

El VAN se determina por medio de la siguiente formula:

$$Van = -Inversion + \frac{FNE}{(1+i)^1} + \frac{FNE}{(1+i)^2} + \frac{FNE}{(1+i)^3} + \frac{FNE}{(1+i)^4} + \frac{FNE}{(1+i)^5}$$

$$Van = -66.489,26 + \frac{42.397,25}{(1+0,1910)^1} + \frac{48.466,80}{(1+0,1910)^2} + \frac{54.580,24}{(1+0,1910)^3}$$

$$+ \frac{60.533,30}{(1+0,1910)^4} + \frac{66.554,71}{(1+0,1910)^5}$$

$$Van = -66.489,26 + 35.598,03 + 34.168,10 + 32.307,26 + 30.084,81 + 27.772,82$$

$$Van = -66.489,26 + 159.931,02$$

$$Van = 93.441,76$$

El resultado del valor actual neto o van dio positivo, lo que refleja la viabilidad del proyecto.

5.04.03. TIR

Tasa Interna de Retorno o TIR se calcula mediante los flujos actuales y la inversión, puede ser positiva o negativa y del resultado dependerá la rentabilidad del proyecto y si es conveniente realizar la inversión.

Tabla 85 Tasa Interna de Retorno

Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
\$ 66.489,26	\$ 42.397,25	\$48.466,80	\$ 54.580,24	\$60.533,30	\$66.554,71
TIR				68%	

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta

La Tasa Interna de Retorno o TIR dio como resultado el 68% y al ser mayor que la Tasa de Descuento o TMAR con 19,10% indica que el proyecto posee mayor oportunidad en su viabilidad.

5.04.04. PRI (Período de Recuperación de la Inversión)

Con el periodo de recuperación de la inversión podemos identificar el tiempo en el cual se logra recuperar la inversión inicial del proyecto.

Tabla 86 Período de Recuperación de la Inversión

Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)						
Periodo	Flujo de caja		Acumulado		Flujo de caja actualizado	Acumulado
Inversión	\$	-66.489,26	\$	-66.489,26	\$	-66.489,26
1	\$	42.397,25	\$	-24.092,01	\$	35.598,03
2	\$	48.466,80	\$	24.374,79	\$	34.168,10
3	\$	54.580,24	\$	78.955,02	\$	32.307,26
4	\$	60.533,30	\$	139.488,32	\$	30.084,81
5	\$	66.554,71	\$	206.043,03	\$	27.772,82
Ingreso por recuperar		Ultimo Flujo		Periodo de recuperación		
\$		\$				
24.092,01		48.466,80		0,50		
Meses				6		
Periodo de Recuperación				1 año, 6 meses		
Ingreso por recuperar		Ultimo Flujo		Periodo de recuperación		
\$		\$				
30.891,23		34.168,10		0,90		
Meses				11		
Periodo de Recuperación Actual				1 año, 11 meses		

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta

El tiempo en recuperar la inversión con los flujos de caja netos es de un año y seis meses y realizando el mismo cálculo con flujos actuales el tiempo es de un año y once meses, de acuerdo a esto se puede verificar la rentabilidad del proyecto.

5.04.05. RBC (Relación Costo Beneficio)

Tabla 87 Relación Costo Beneficio

Relación Costo Beneficio (BCR)	
Inversión	\$ 66.489,26
Valor Actual Flujo de caja (VAFE)	\$ 159.931,02
Total BCR	\$ 2,41

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta

La relación costo beneficio dio como resultado \$2,41, lo cual señala que por cada dólar invertido, se obtiene un beneficio de \$1,41 para la microempresa.

5.04.06. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio determina la intersección exacta entre la cantidad los ingresos y unidades que se debe producir, es decir no debe existir ni perdidas, ni utilidades.

Tabla 88 Cálculo de costos fijos y variables por producto

Producto	Cantidad Anual (unidades)	Proporción	Costos Fijos	C. Variables
Pantalón Hombre	6336	25,54%	\$ 4.828,79	\$ 59.044,59
Pantalón Mujer	11019	44,42%	\$ 8.397,90	\$ 102.686,24
Blusa/camisa	7454	30,05%	\$ 5.680,93	\$ 69.464,22
Total	24809	100%	\$ 18.907,63	\$ 231.195,05

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta

El punto de equilibrio lo vamos a determinar para cada producto usando la siguiente formula:

$$\text{Punto de Equilibrio en Unidades} = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Precio} - \text{Costo variable unitario}}$$

$$\text{Punto de Equilibrio en Dólares} = \text{Punto Equilibrio Unidades} * \text{Precio}$$

Tabla 89 Punto de Equilibrio (pantalón hombre)

Producto: Pantalón hombre		
Costos Fijos	\$	4.828,79
Costo Variable Unitario	\$	9,32
Precio de Venta	\$	16,28

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta

$$\text{PTO EQUI UNIDADES} = \frac{4828,79}{16,28 - 9,32}$$

$$\text{PTO EQUI DOLARES} = 694 \text{ unidades} * 16,28 \text{ usd}$$

$$\text{PTO EQUI UNIDADES} = 694$$

$$\text{PTO EQUI DOLARES} = \$ 11.295,27$$

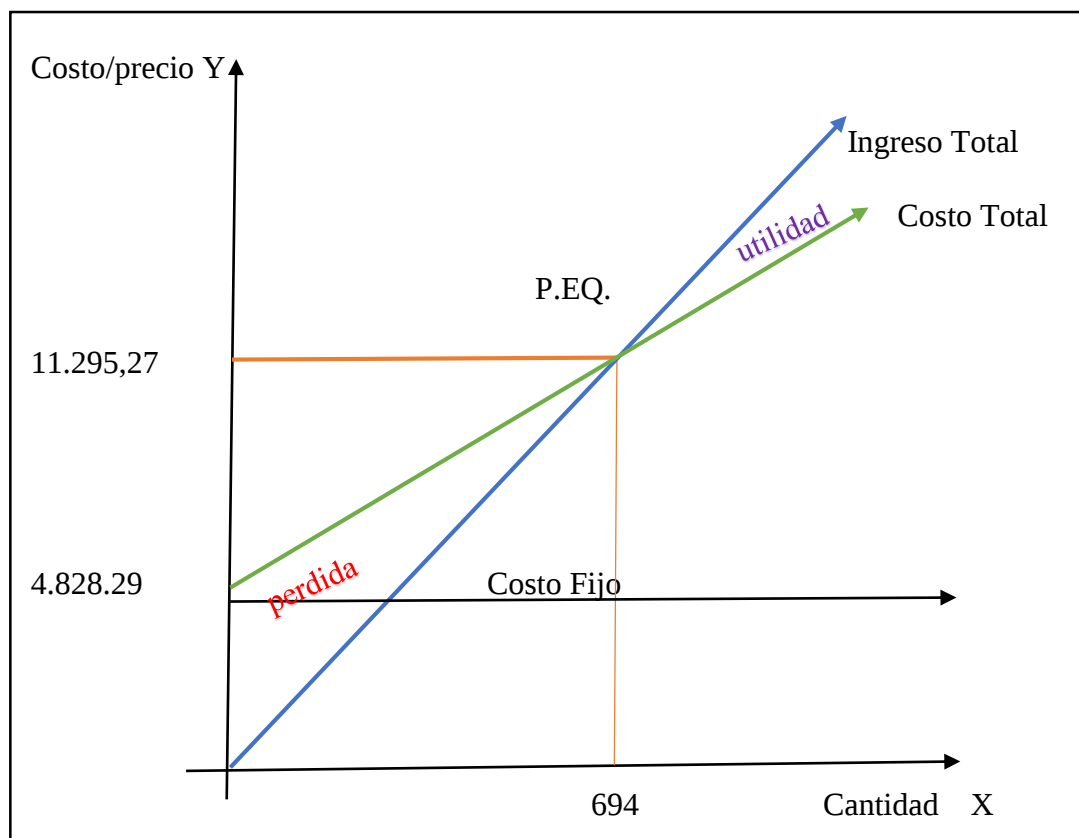


Figura 29 Punto de Equilibrio (pantalón hombre)

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta

Tabla 90 Punto de Equilibrio (pantalón mujer)

Producto: Pantalón mujer		
Costos Fijos	\$	8.397,90
Costo Variable Unitario	\$	9,32
Precio de Venta	\$	13,09

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta

$$\text{PTO EQUI UNIDADES} = \frac{8397,90}{13,09 - 9,32}$$

$$\text{PTO EQUI DOLARES} = 2226 \text{ unidades} * 13.09 \text{ usd}$$

$$\text{PTO EQUI UNIDADES} = 2226$$

$$\text{PTO EQUI DOLARES} = \$ 29.141,48$$

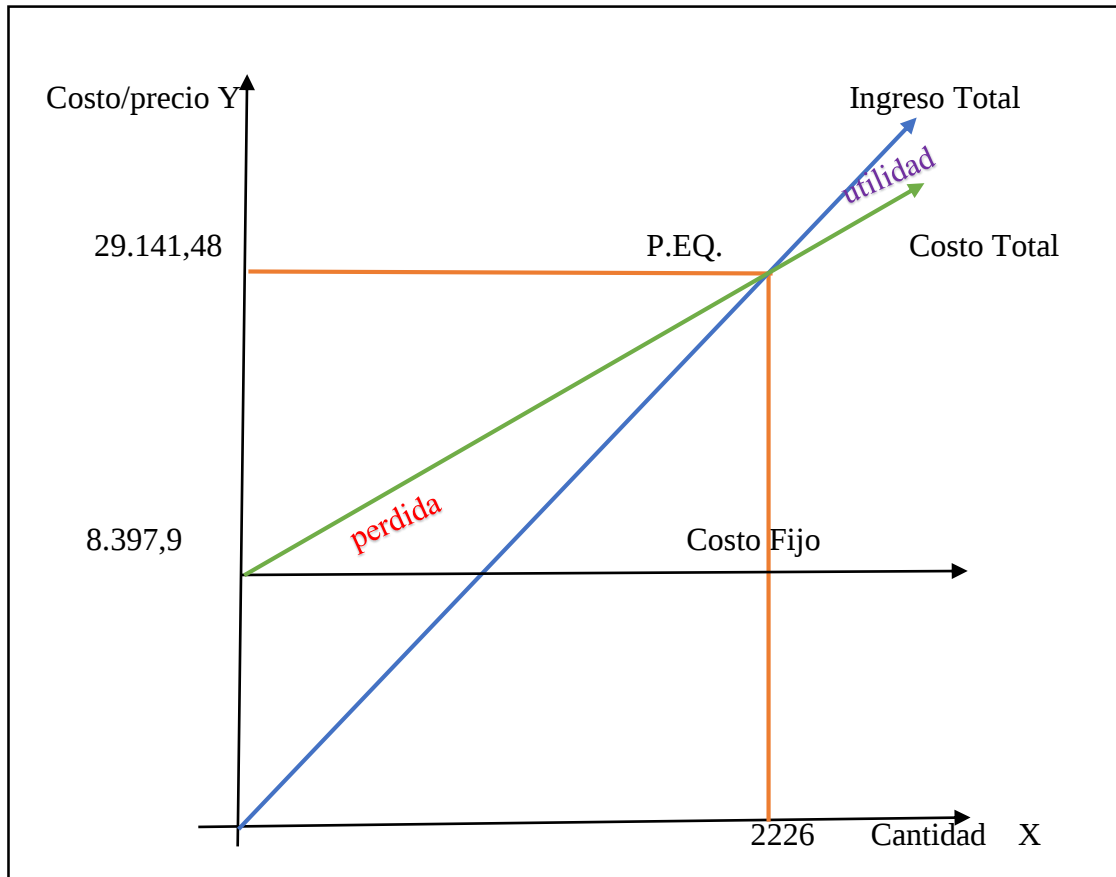


Figura 30 Punto de Equilibrio (pantalón mujer)

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta

Tabla 91 Punto de Equilibrio (blusa/camisa)

Producto: blusa/camisa		
Costos Fijos	\$	5.680,93
Costo Variable Unitario	\$	9,32
Precio de Venta	\$	12,49

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta

$$\text{PTO EQUI UNIDADES} = \frac{5680,93}{12,49 - 9,32}$$

$$\text{PTO EQUI DOLARES} = 1794 \text{ unidades} * 12,49 \text{ usd}$$

$$\text{PTO EQUI UNIDADES} = 1794$$

$$\text{PTO EQUI DOLARES} = \$ 22.400,17$$

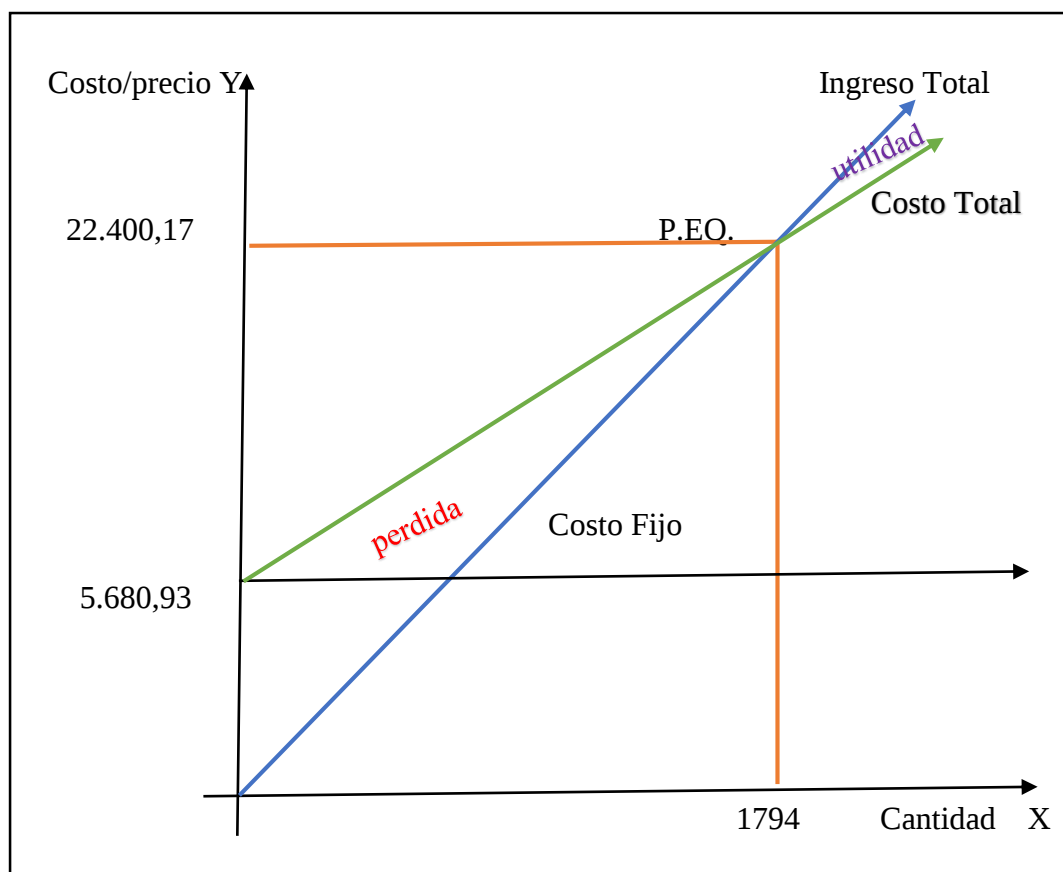


Figura 31 Punto de Equilibrio (blusa/camisa)

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta

Análisis:

Se muestra el Punto de Equilibrio de las tres prendas de vestir, la microempresa debe producir 694 pantalones para hombre, 2296 pantalones para mujer y 1794 blusas/camisas unisex para que no se obtenga ninguna utilidad ni pérdida y sus costos se mantengan.

5.04.07. Análisis de Índices Financiero

El análisis financiero es un proceso que comprende la recopilación, interpretación, comparación y estudio de resultados financieros y datos operacionales de un negocio. Esto implica el cálculo e interpretación de porcentajes, tasas, tendencias e indicadores, los cuales sirven para evaluar el desempeño financiero y operacional de la empresa y de manera especial para facilitar la toma de decisiones. (Ortiz Anaya, pág. 30)

5.04.07.01. Razones de Rentabilidad

“Se denomina rentabilidad a la relación entre la Utilidad y alguna variable de Ventas, Capital, Activos, etc. la que permite conocer en forma aproximada si la gestión realizada es aceptable en términos de rendimiento financiero.” (Bravo Valdivieso, Contabilidad General, 2011, pág. 297)

5.04.07.01.01. Margen de Utilidad Neta

“Permite conocer la utilidad por cada dólar vendido. Este índice cuando es más alto representa una mayor rentabilidad, esto depende del tipo de negocio o actividad de la empresa.” (Bravo Valdivieso, Contabilidad General, 2011, pág. 297)

$$\text{Margen de Utilidad Neta} = \frac{\text{Utilidad Neta del Ejercicio}}{\text{Ventas}}$$

$$\text{Margen de Utilidad Neta} = \frac{44.428,43}{340.460,83}$$

$$\text{Margen de Utilidad Neta} = 0,13 * 100$$

$$\text{Margen de Utilidad Neta} = 13\%$$

El margen de utilidad de la empresa por cada dólar vendido es del 13%.

5.04.07.01.02. Rentabilidad sobre Activos (ROA)

“Mide el beneficio logrado en función de los recursos de la empresa, independientemente de sus fuentes de financiamiento. Si el índice es alto la

rentabilidad es mejor, esto depende de la composición de Activos, porque no todos tienen igual rentabilidad.” (Bravo Valdivieso, Contabilidad General, 2011, pág. 297)

$$ROA = \frac{\text{Utilidad Neta del Ejercicio}}{\text{Activo Total}}$$

$$ROA = \frac{44.428,43}{66.489,026}$$

$$ROA = 0,67 * 100$$

$$ROA = 67\%$$

El ROA es de 67%, lo que indica muy buena rentabilidad en el proyecto.

5.04.07.01.03. Rentabilidad sobre Patrimonio (ROE)

Indica el beneficio logrado en función de la propiedad total de los accionistas, socios o propietarios. Si el porcentaje es mayor el rendimiento promedio del mercado financiero y de la tasa de inflación del ejercicio, la rentabilidad sobre el patrimonio obtenida se considera buena. (Bravo Valdivieso, Contabilidad General, 2011, pág. 297)

$$ROE = \frac{\text{Utilidad Neta del Ejercicio}}{\text{Patrimonio}}$$

$$ROE = \frac{44.428,43}{46.343,23}$$

$$ROE = 0,96 * 100$$

$$ROE = 96\%$$

La rentabilidad obtenida sobre el patrimonio es excelente con la obtención de beneficio de 96%.

5.04.07.01.04. Rentabilidad sobre la Inversión

Este índice mide la rentabilidad que obtiene la empresa sobre la inversión.

$$ROI = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Inversion}}$$

$$ROI = \frac{44.428,43}{66.489,26}$$

$$ROI = \frac{44.428,43}{66.489,26}$$

$$ROI = 0,67 * 100$$

$$ROI = 67\%$$

La rentabilidad sobre la inversión es del 67%, por lo cual es el porcentaje que ganan por su inversión inicial.

CAPÍTULO VI

6. Análisis de Impactos

En el análisis de impactos se sustenta si la implantación del proyecto obtuvo algún efecto en ámbitos como:

- Impacto Ambiental
- Impacto Económico
- Impacto Productivo
- Impacto Social

6.01. Impacto Ambiental

Con el funcionamiento de la microempresa productora de prendas de vestir y al desechar residuos de materia prima, principalmente retazos la tela al momento de su corte, si existirá impacto ambiental en el proyecto.

Al ser una cantidad suficiente para que tome efecto en este impacto se ha tomado la decisión de que sus restos no se desecharán directamente al botadero, si no que al ser un material en su mayoría compuesto de algodón, donar los restos a otros talleres o a personas que realizan waipes; así el material puede ser reutilizado y a su vez obtener un menor impacto en el ambiente.

6.02. Impacto Económico

El proyecto se enfoca en una microempresa productora de prendas de vestir para el adulto mayor, por tanto interviene en algunos aspectos económicos como el crecimiento de PIB y así aumentar también el desarrollo en el sector de la manufactura.

Se comercializa la ropa elaborada dentro del país y se impulsa la preferencia de productos y accesorios ecuatorianos.

Es generadora de ingresos en; los trabajadores que laboran dentro de Mayor Moda, sus proveedores de materiales e insumos, técnicos para el mantenimiento de equipos y maquinaria, a personas que se les obsequia los retazos de tela sin recibir ningún lucro, todo esto contribuye el proyecto en su aspecto económico para su rentabilidad y colaboración con el sector textil industrial.

6.03. Impacto Productivo

Tomando en cuenta que la principal actividad de la microempresa es la producción de ropa, se puede decir que posee un alto nivel de impacto favorable, y ya que el gobierno conserva interés que existan emprendedores que desarrollen estas acciones, se obtiene y dan grandes facilidades para su implementación.

Al ser una empresa productora mantiene controles en tiempos y procedimientos alcanzando y obteniendo resultados favorables, además de su crecimiento; siendo así que con esto también alcanza su desarrollo y contribuye al país con la Transformación de la Matriz Productiva.

6.04. Impacto Social

El funcionamiento de la microempresa tiene impacto social positivo debido a que es una fuente generadora de empleo dentro del ámbito textil, beneficiando a sus empleados con salario, lugar y ambiente digno donde laborar.

Fuera de la empresa están sus proveedores donde se compra materia prima y sus consumidores al ofrecer prendas útiles, bonitas y un producto de mucha utilidad, esto quiere decir que con el proyecto se obtiene bienestar, tranquilidad, satisfacción para las personas que participan en él.

CAPÍTULO VII

7. Conclusiones y Recomendaciones

7.1. Conclusiones

- Las prendas de vestir resulta algo muy necesario para todas las personas por la intemperie que nos rodea, también según su estilo o tipo de prendas que usen pueden demostrar su manera de pensar y de sentir.
- Al realizar emprendimientos, en este caso producción de prendas de vestir para el adulto mayor, se proporciona apoyo a la Transformación de la Matriz Productiva.
- El funcionamiento de la microempresa influye positivamente en el PIB y sobre todo recibe apoyo en el sector de la manufactura.
- Debido a su tamaño, constituye fuente de empleo a una pequeña sección de la población y por lo tanto proporciona bienestar social.
- Como evaluación financiera esta; el Valor Actual Neto (VAN) resultó positivo por ende es factible y se puede invertir. La Tasa interna de retorno (TIR) es mayor a la Tasa de descuento (TMAR), es decir que el proyecto es rentable. La inversión se recupera dentro de la vida útil estimada del proyecto, por tanto es recomendable invertir.

7.2. Recomendaciones

- Actualización en variedad y modelos de prendas vestir manteniendo capacidad de personas y maquinaria.

- Realizar capacitaciones en el personal formado empoderamiento, eficacia y eficiencia, además de otorgar motivaciones por metas cumplidas y mantener buen clima laboral
- Motivar a los clientes mejorando estrategias de enganche como descuentos, 2x1, cortesías etc., así obtener mejor satisfacción y ventas.
- Mantener la confección de ropa con cada procedimiento y tiempo controlado, ofreciendo productos buenos y así mismo fomentar el consumo interno ecuatoriano.

Bibliografía

- ambito.com. (Noviembre de 2017). Riesgo Pais. Recuperado el 20 de noviembre de 2017, de <http://www.ambito.com/economia/mercados/riesgo-pais/info/?id=5&desde=01/01/2017&hasta=20/11/2017&pag=7>
- Ampudia Marquez, N. C. (22 de Marzo de 2017). Factor Economico. Recuperado el 29 de Noviembre de 2017, de <http://www.factor economico.com/>
- Banco Central del Ecuador. (2016). Producto Interno Bruto. Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/754>
- Banco Central del Ecuador. (2017). Inflacion. Recuperado el 20 de Noviembre de 2017, de https://contenido.bce.fin.ec/indicador.php?tbl=inflacion_acumulada
- Banco Central del Ecuador. (2017). Inflacion mensual acumulada. Recuperado el 20 de noviembre de 2017, de <https://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/754>
- Banco Central del Ecuador. (2017). Riesgo Pais. Obtenido de https://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=riesgo_pais
- Bravo Valdivieso, M. (2011). Contabilidad General. Quito: Editora ESCOBAR impresores.
- Bravo Valdivieso, M. (2011). Contabilidad General. Quito: ESCOBAR impresores.
- Bravo Valdivieso, M. (2011). Contabilidad General. Quito: ESCOBAR impresores.
- Distrito Metropolitano de Quito. (22 de Agosto de 2016). Licencia Metropolitana Unica para el Ejercicio de Actividades Economicas en el DMQ (LUAE). Recuperado el 26 de Noviembre de 2017, de <https://pam.quito.gob.ec/PAM/pdfs/guiaTramites/LUAE/LUAE.pdf>

Foros ecuador.ec. (29 de Octubre de 2013). Permiso de Bomberos. Recuperado el 27

de Noviembre de 2017, de

<http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/tr%C3%A1mites/3224-permiso-de-bomberos>

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (Marzo de 2017). Indicadores Laborales.

Recuperado el 23 de Noviembre de 2017, de

http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2017/Marzo/032017_Presentacion_M.Laboral.pdfv

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2017). Índice de Precios al Productor de

Disponibilidad Nacional. Recuperado el 20 de Noviembre de 2017, de

<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/indice-de-precios-al-productor-de-disponibilidad-nacional/>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censo. (Septiembre de 2017). Producción de la

Industria Manufacturera. Recuperado el 20 de noviembre de 2017, de

<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/produccion-industria-manufacturera/>

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (Septiembre de 2017). Encuesta Nacional

de Empleo, Desempleo y Subempleo. Obtenido de

http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2017/Septiembre/092017_M.Laboral.pdf

Morata, R. (s.f.). Origen de la ropa. Obtenido de

<http://losorigenesdelhombre.blogspot.com/2013/07/el-origen-de-la-prehistoria.html>

Municipio del Distrito Metropolitano de Quito. (8 de Julio de 2016). Registro de

Actividades Económicas para la Gestión Tributaria (Patente). Recuperado el

Noviembre de 26 de 2017, de

<https://pam.quito.gob.ec/PAM/DetalleGuia.aspx?Guia=Direcci%C3%B3n%20Metropolitana%20Tributaria#info>

Ortiz Anaya, H. (s.f.). Analisis Financiero Aplicado.

Peñalver, P. (17 de Noviembre de 2012). Entorno Tecnológico. Recuperado el 28 de Noviembre de 2017, de

<https://proyectoempresarial.wordpress.com/2012/11/17/entorno-tecnologico/>

Pijamasurf. (1 de Julio de 2011). El ser humano empezó a usar ropa. Obtenido de

<http://pijamasurf.com/2011/01/el-ser-humano-empezo-a-usar-ropa-hace-170-mil-anos/>

Ross, S., Westerfield, R., & Jaffe, J. (2012). Finanzas Corporativas. Mexico: McGraw Hill.

Sevilla Arias, A. (23 de Abril de 2017). Economipedia. Obtenido de

<http://economipedia.com/definiciones/gastos-financieros.html>

somosemprendedores. (25 de Agosto de 2017). Calificación del artesano. Recuperado el 27 de Noviembre de 2017, de

<https://somosemprendedores.byclaro.com.ec/como-obtener-la-calificacion-de-artesano/>

Superintendencia de Bancos. (2017). Recuperado el 20 de Noviembre de 2017, de

http://www.superbancos.gob.ec/practg/sbs_index?vp_art_id=153&vp_tip=2

Taípe Yanez, J. F., & Pazmiño, J. F. (2015). Analisis Situacional. Recuperado el 29 de Noviembre de 2017, de

<http://rmlconsultores.com/revista/index.php/crv/article/view/48>

ANEXOS

Anexo A. Encuesta

Encuesta de Gustos y Preferencias

Código de la encuesta: _____

Introducción

Esta encuesta se realiza con el fin de conocer gustos, preferencias e identificar la demanda de prendas de vestir para personas de la tercera edad.

Instrucciones

- Utilice solamente esferográfico azul o negro
- Marque con una x en el cuadro de la respuesta que considere conveniente.

Datos Informativos

¿En qué rango se encuentra su edad?

20 a 30 años	☐	31 a 40 años	☐	41 a 55 años	☐
56 a 65 años	☐	Más de 65 años	☐		

Indique su género:

Masculino ☐ Femenino ☐

9. ¿Adquiere usted prendas de vestir el para adulto mayor?

Si

No

Ocasionalmente

10. ¿Cuándo usted adquiere este tipo de prendas, cuál es su origen?

Nacional

Importada/Extranjera

No importa el origen

11. ¿Al momento de adquirir un producto que es lo que toma en cuenta?

Marca

Modelo

Calidad

Precio

12. ¿Dónde adquiere usualmente los diferentes tipos de prendas?

Mercados mayoristas

Centros comerciales

Almacenes

Catálogos

13. ¿Cuánto suele gastar en promedio por la compra esta indumentaria?

Entre \$20 y \$30

Entre \$31 y \$40

Entre \$41 y \$50

Más de \$50

14. ¿A través de que medio le gustaría informarse acerca de conjuntos de prendas de vestir para el adulto mayor?

Páginas web

Redes Sociales

Afiches o volantes

Ferias

15. ¿Con qué frecuencia adquiere esta indumentaria?

Trimestral

Semestral

Anual

Mayor a 1 año

16. ¿Si se implementa una empresa que produce vestimenta exclusiva para el adulto mayor, usted estaría dispuesto a comprar este producto?

Si

No

Gracias por su colaboración

Anexo B. Logo de la empresa



Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Mayra Tayupanta

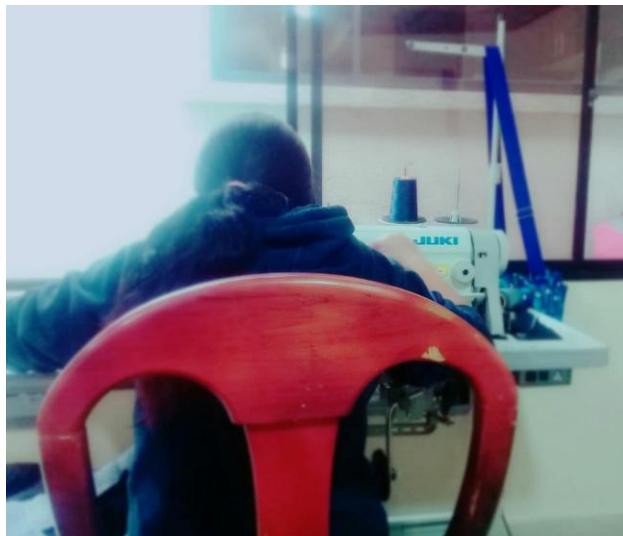
Anexo C. Elaboración de prendas



Fotografía 1: Elaboración de prendas con máquinas industriales.

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta



Fotografía 1: Operaria costurera

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mayra Tayupanta



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN INDUSTRIAL Y DE LA PRODUCCIÓN

ORDEN DE EMPASTADO

Una vez verificado el cumplimiento de los requisitos establecidos para el proceso de Titulación, se **AUTORIZA** realizar el empastado del trabajo de titulación, del alumno(a) **TAYUPANTA ASIMBAYA MAYRA PAOLA** portador de la cédula de identidad N° 1724725641, previa validación por parte de los departamentos facultados.

Quito, 02 de mayo del 2018



Sra. Mariela Balseca
CAJA VISTO FINANCIERO



Ing. Carla Guerra
DELEGADO DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN



Ing. William Parra
BIBLIOTECA



03 MAY 2018

972.185
COORDINACIÓN PRÁCTICAS

Ing. Samira Villalba
PRÁCTICAS PREPROFESIONALES



Dr. Patricio Guanopatin
DIRECTOR DE CARRERA



Tgla. Cristina Chuqui
SECRETARIA ACADÉMICA

Urkund Analysis Result

Analysed Document: Proyecto.pdf (D36994775)
Submitted: 3/27/2018 5:04:00 AM
Submitted By: mayratayupanta2013@hotmail.com
Significance: 1 %

Sources included in the report:

CAROLINA ORNA.pdf (D30339668)
Estrella Lema Jessica.pdf (D23361182)
Urkund_Calvopiña_Gabriela_Bancaria_2017.doc (D26709463)
<http://economipedia.com/definiciones/gastos-financieros.html>

Instances where selected sources appear:

7



EDUARDO VÁSQUEZ
C.I. 1702783208